

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON SİNEMA ANABİLİM DALI**

DOKTORA TEZİ

**POPÜLER KÜLTÜR ÜRÜNÜ OLARAK FUTBOL:
NAKLEN YAYININDA YAPIM UNSURLARI AÇISINDAN
GÖRÜNTÜ DÜZENLEMESİ**

ESENNUR SİRER

2502130290

**TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. NEŞE KARS**

İSTANBUL, 2018



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



DOKTORA
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : ESENNUR SİRER Numarası : 2502130290
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : RADYO TV SINEMA / DOKTORA Danışmanı : PROF. DR. NEŞE KARS TAYANÇ
Tez Savunma Tarihi : 18.01.2018 Saati : 13.30
Tez Başlığı : POPÜLER KÜLTÜR ÜRÜNÜ OLARAK FUTBOL: NAKLEN YAYININDA YAPIM UNSURLARI AÇISINDAN GÖRÜNTÜ DÜZENLEMESİ

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 50. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜNE** OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. NEŞE KARS TAYANÇ		Kabul
2- PROF. DR. CEYHAN KANDEMİR		Kabul
3- DOÇ. DR. SEDAT ÖZEL		KABUL
4- DOÇ. DR. GÜLİN TEREK ÜNAL		KABUL
5- YRD. DOÇ. DR. HALDUN NARMANLIOĞLU		KABUL

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- YRD. DOÇ. DR. ÜMİT SARI		
2- YRD. DOÇ. DR. YELDA ÖZKOÇAK		

ÖZ

POPÜLER KÜLTÜR ÜRÜNÜ OLARAK FUTBOL: NAKLEN YAYININDA YAPIM UNSURLARI AÇISINDAN GÖRÜNTÜ DÜZENLEMESİ ESENNUR SİRER

Popüler kültür “halkın kültürü” anlamından, günümüzde “çoğunluk tarafından sevilen ve seçilen kültür” anlamına doğru bir dönüşüme uğramıştır. Bu bağlamda; halkın büyük bir çoğunluğu tarafından sevilen ve benimsenen futbol, yine halkın boş zamanlarını dolduran ve eğlence gereksinimini karşılayan televizyon ile aynı çatı altında buluşmuştur. Televizyondan naklen yayınlanan futbol karşılaşmaları milyonlarca izleyici tarafından takip edilmektedir. Bu varsayımdan hareketle çalışmada, Türk televizyon kanallarında naklen yayınlanan futbol karşılaşmaları görüntü ve yapım unsurları kapsamında ele alınmaktadır.

Futbol karşılaşmaları televizyon ekranından yansıtılırken; gerilim, aksiyon güldürü, cinsellik, enformasyon, değer, önem, kişisellik, merak, gerçekçilik ve yenilik gibi yapımın tüm unsurlarından yararlanıldığı düşünülmektedir.

Evinde rahat koltuğunda futbol karşılaşmasını seyreden izleyici aslında teknoloji ile dolayımlanan bir gösteri izlemektedir. Bu gösterinin düzenleyicisi yönetmendir. Yönetmen; futbol karşılaşmasını, farklı kamera açıları, değişik çekim teknikleri, grafikler ve tekrar gösterimlerle stadyumda izlenenden farklı bir televizyon yapımına dönüştürmektedir.

Dünyadaki uygulamalara paralel olarak, Türkiye’de gerçekleştirilen futbol maçı naklen yayınlarında da yönetmen tercihlerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda; Avrupa’da ve Türkiye’de naklen yayınlanan futbol karşılaşmaları görüntü düzenlemesi ve yapım unsurları açısından incelenmektedir. Yapılan görüntü analizi sonucu futbol karşılaşmalarında yönetmen tercihlerinin, ekrana getirilen görüntülerin dizilimi ve içeriğindeki yapım unsurlarını belirlemede etkili olup olmadığı değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Popüler kültür, futbol, naklen yayın, yapım unsurları, görüntü.

ABSTRACT

FOOTBALL AS POPULAR CULTURE: IMAGE EDITING IN TERMS OF PRODUCTION ELEMENTS IN LIVE BROADCASTS

ESENNUR SİRER

Popular culture, in the sense of "culture of the people", has now been transformed into the meaning of "culture loved and selected by the majority". In this thesis; football loved and adopted by a large majority of the people, is again under the same roof as television, which fills the leisure time of the people and meets the need for entertainment. Football matches broadcasted on TV are watched by millions of viewers. In this thesis, hypothesis, football matches broadcasted on Turkish television channels will be examined within the context of image and gratifications.

Football matches are seen on the television screen; it is thought that all gratifications such as tension, action, comedy, sexuality, information, value, importance, personality, curiosity, realism and innovation are utilized.

Audiences are watching the football match in to their home. On the other hand are watching a show mediated by technology. The organization of this shows are director. Director; football competition, different camera angles, different shooting techniques, graphics and re-impressions into a different television production in the stadium.

In parallel with the implementations in the world, soccer match produced in Turkey is considered to be effective as a director of the live broadcast. In this thesis; live broadcast of football matches in Europe and Turkey are examined in terms of image editing and production elements. In the resultant image analysis, it is tried to evaluate whether the director preferences in the football matches are effective in determining the sequence of the images brought to the screen and the production elements in the football matches.

Key Words: Popular culture, football, live broadcast, gratification, image.

ÖNSÖZ

Televizyon futbolu, sahada oynanan futboldan farklıdır. Ekran karşısındaki izleyici sahada gördüğünden farklı olarak oyunu kesintisiz bir akışla takip etmektedir. İzleyici, kendisi için hazırlanan gösteriyi evdeki rahat koltuğunda, farklı kamera açılarından değişik çekim teknikleri ve sunucuların renkli anlatımıyla izlemektedir.

Bu izlenmeyi biçim ve içerik olarak hazırlayan yönetmendir. Televizyonda yer bulan futbol karşılaşmalarının yapımında yönetmen tercihlerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu tez çalışmasında, ilk olarak futbol karşılaşmalarının naklen yayını sırasında yönetmenin nasıl görüntü düzenlemesi yaptığı incelenmeye çalışılmıştır.

Futbol karşılaşmaları sırasında, statta izleyici, pozisyonları bir kez ve doğal hızında izleyebiliyorken, televizyon ekranında aynı pozisyon pek çok kez tekrarlanmakta, yavaşlatılarak izlenmesi mümkün olmaktadır. Statta oyunun durduğu pek çok ölü zaman yaşanırken, televizyon bu anları başka görüntülerle, tekrarlarla, istatistiksel bilgilerle doldurmakta ve tempo düşürülmemektedir. Bilgisayar destekli teknolojiden yararlanılarak maçtaki pozisyonlara ilişkin stadyum tribünlerinde görülemeyecek pek çok ayrıntı ekrana getirilmektedir. Sahadakinden başka bir şekilde bürünen futbol artık bir televizyon yapımına dönüştürülmüştür.

Çalışmada; televizyon programlarında kullanılan yapım unsurlarının, futbol karşılaşmalarındaki anlatım yapısına uygun olup olmadığı araştırılacaktır. Bu bağlamda; futbol maç naklen yayınlarının, içerik ve biçim olarak temel yapım unsurlarından (gerilim, cinsellik, güldürü, enformasyon, önem, değer, kişisellik, merak, gerçekçilik, yenilik) hangilerini içerdiği incelenecektir.

Görüntü düzenlemesindeki kriterleri ön plana çıkarmak ve hangi yapım unsurlarının kullanıldığını bulmak için; TRT, BeINspor, Tivibuspor televizyon kanallarında yayınlanan birer adet futbol karşılaşması rastgele seçilmiştir. UEFA'nın organizasyonunda yapılan ve TRT1'de yayınlanan Avrupa Futbol Şampiyonası'ndan bir karşılaşma, ülkemizde Türkiye Futbol Federasyonunun gözetiminde yapılan ve BeINspor'da yayınlanan bir derbi karşılaşması ve UEFA'nın en büyük

organizasyonu Şampiyonlar Ligi'nde oynanan ve Tivibuspor'da yayınlanan bir karşılaşma örnek alınmıştır.

Hızla ilerleyen teknoloji ve uydu yayıncılığı sayesinde futbol, daha çok kamerayla, daha gösterişli grafik efektlerle, daha dikkat çekici yayınlarla kıtaları aşarak milyarca izleyiciyle buluşturulmaktadır. Futbol karşılaşmalarının izleyiciye sunulmasında kullanılan teknikler gerçekte popüler kültürün yayılım alanını genişletmektedir. Ülkemizde ve dünyada pek çok televizyon kanalının futbol karşılaşmalarını naklen yayınlamaları konunun önemini vurgulamaktadır.

Bu çalışmada; izleyicilerin beklentilerini tatmin etmek için, futbol karşılaşmalarında, yönetmen tarafından popüler kültürün yeniden üretilip üretilmediği incelenecek, televizyon alanındaki teknolojik değişmelerle, popüler kültür ürünü futbol karşılaşmalarının naklen yayınlarındaki teknolojik gelişmelerin birlikte ilerlemesi değerlendirilecektir.

Doktora çalışması sırasında desteğini sürekli hissettiğim, tıkanıp anlarda bakış açısı ve bilgi birikimi ile yol gösterici olan, enerjisine ve sabrına hayran olduğum değerli hocam Prof. Dr. Neşe KARS'a sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Doktora tez izleme komitesinde yer alarak, bilgi birikimlerini paylaşan, kıymetli zamanlarını benim için harcayan Doç. Dr. Gülin TEREK ÜNAL ve Yrd. Doç. Dr. Haldun NARMANLIOĞLU hocama, manevi desteğini her zaman hissettiğim Prof. Dr. Ceyhan KANDEMİR hocama da sonsuz teşekkürü borç bilirim. Bu süreçte varlıklarıyla bana destek veren ve sabır gösteren aileme ve arkadaşlarıma da çok teşekkür ederim.

İstanbul 2018

Esennur SİRER

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
GRAFİKLER LİSTESİ.....	x
GÖRÜNTÜLER LİSTESİ	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM POPÜLER KÜLTÜR ÜRÜNÜ OLARAK FUTBOL

1.1. Popüler Kültür ve Kitle Kültürüne Kavramsal Bakış	7
1.1.1. Popüler Kültür Kavramı	9
1.1.2. Popüler Kültürün İşlevi	10
1.1.3. Popüler Kültür-Kitle Kültürü-Halk Kültürü Ayırımı	12
1.1.4. Kültür Endüstrisi Kuramı ve Kültürel Çalışmalar	14
1.1.4.1. Frankfurt Okulu	16
1.1.4.2. İngiliz Kültürel Çalışmaları	18
1.2. Eğlence Endüstrisi.....	20
1.3. Futbol Endüstrisi	22
1.3.1. Futbolun Zamansal Açından Gelişimi	24
1.3.1.1. Boş Zaman	27
1.3.2. Futbolun Mekansal Açından Gelişimi	29
1.3.3. Türkiye’de Futbolun Tarihçesi	32
1.4. Popüler Kültür Ürünü Televizyon.....	34
1.4.1. Katarsisin Yeni Mekanı : Televizyon.....	34
1.4.2. Duygusal Süreç (Aidiyet)	36
1.4.3. Tarihsel Süreç	38
1.4.4. Teknolojik Süreç.....	40

İKİNCİ BÖLÜM GÖRÜNTÜ DÜZENLEMESİ

2.1. Yapım Unsurları Açısından Görüntü Düzenlemesi	43
2.1.1. Gerilim	46
2.1.2. Aksiyon (Hareket)	48
2.1.3. Cinsellik	50
2.1.4. Güldürü	53
2.1.5. Enformasyon	54
2.1.6. Önem	55
2.1.7. Değer	57
2.1.8. Kişisellik	58
2.1.9. Merak	58
2.1.10. Gerçekçilik	60
2.1.11. Yenilik	61
2.2. Görsel Açından Ekran Düzenlemesi	62
2.2.1. Yönetmen	63
2.2.2. Kamera	67
2.2.2.1. Çekim Ölçekleri ve İçeriği	67
2.2.2.2. Kamera Açılımları ve Anlamları	69
2.2.2.3. Kamera Yerleşim Planı	71
2.2.2.4. Kamera Hareketleri ve Anlamları	87
2.2.3. Ses	99
2.2.3.1. Naklen Yayınlarında Anlatıcı (Spiker)	101
2.2.4. Işık	103
2.2.5. Kurgu	105
2.2.6. Grafik- Animasyon	107
2.3. Canlı Yayınlar	109
2.3.1. Naklen Yayınlar	110
2.3.1.1. Futbol Naklen Yayınları	112

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
FUTBOL NAKLEN YAYINLARINDA GÖRÜNTÜ
DÜZENLEMESİ

3.1. Futbol Karşılaşmalarında Görüntü Çözümlemesi.....	114
3.1.1. TRT Kanalında Yayınlanan İspanya-Türkiye Futbol Karşılaşmasının Görüntü Çözümlemesi	117
3.1.2. BeIN Spor Kanalında Yayınlanan Galatasaray-Fenerbahçe Futbol Karşılaşmasının Görüntü Çözümlemesi	120
3.1.3. Tivibu Spor Kanalında Yayınlanan Beşiktaş-Monako Futbol Karşılaşmasının Görüntü Çözümlemesi	122
3.2. Futbol Karşılaşmalarının Yapım Unsurları Açısından Çözümlemesi.....	124
3.2.1. TRT Kanalında Yayınlanan İspanya-Türkiye Futbol Karşılaşmasının Yapım Unsurları Açısından Çözümlemesi	126
3.2.2. BeIN Spor Kanalında Yayınlanan Galatasaray-Fenerbahçe Futbol Karşılaşmasının Yapım Unsurları Açısından Çözümlemesi	139
3.2.3. Tivibu Spor Kanalında Yayınlanan Beşiktaş-Monako Futbol Karşılaşmasının Yapım Unsurları Açısından Çözümlemesi	152
3.2.4. Bulguların Değerlendirilmesi	168
SONUÇ	183
KAYNAKÇA	196
ÖZGEÇMİŞ	207

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları	118
Grafik 2: GS- FB Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları	120
Grafik 3: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları	122
Grafik 4: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı	137
Grafik 5: GS- FB Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı	150
Grafik 6: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı	166
Grafik 7: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları	167
Grafik 8: GS-FB Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları	169
Grafik 9: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları	170
Grafik 10: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı	171
Grafik 11: GS- FB Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı	175
Grafik 12: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı	178

GÖRÜNTÜLER LİSTESİ

Görüntü 1: Futbolda Gerilim 1	47
Görüntü 2: Futbolda Gerilim 2	47
Görüntü 3: Futbol Sahasında Kamera Dizilişi	49
Görüntü 4: Futbolcu Cristiano Ronaldo	50
Görüntü 5/a: 2010 Dünya Kupası'nda Paraguay Maçını İzleyen Seyirci	51
Görüntü 5/b: Türkiye- İspanya Futbol Karşılaşmasında Kadın Seyirciler.....	52
Görüntü 6: Kuzey Batı İtalya'nın Carugo Takımı	53
Görüntü 7: Shakhtar Donetsk Takımı'nın Teknik Direktörü Paulo Fonseca.....	54
Görüntü 8: Futbolda Süper Slow Motion görüntüsü	59
Görüntü 9: Hakem Köpüğü	61
Görüntü 10: Naklen Yayın Masası	65
Görüntü 11: Çekim ölçekleri	68
Görüntü 12: Türkiye Futbol Federasyonu Kamera Yerleşim Planı	72
Görüntü 13: UEFA Naklen Yayın Düzeni Çizelgesi	73
Görüntü 14: UEFA Naklen Yayın Düzeni Çizelgesi	74
Görüntü 15: UEFA Naklen Yayın Düzeni Çizelgesi	74
Görüntü 16: UEFA Manchester United FC ve Fenerbahçe futbol maçı naklen yayın zaman çizelgesi	75
Görüntü 17: UEFA Manchester United FC ve Fenerbahçe futbol maçı naklen yayın kamera yerleşim çizelgesi	76
Görüntü 18: Naklen Yayın Stüdyosu görüntüsü	77
Görüntü 19: Şampiyonlar Ligi ve UEFA Ligi Kamera Yerleşim Planı	78
Görüntü 20: Pilot kamera yerleşimi	79
Görüntü 21: Pilot altı kamera yerleşimi	79
Görüntü 22: Orta Kamera Yerleşimi	80
Görüntü 23: Off-side kamera yerleşimi.....	80
Görüntü 24: Yüksek kale arkası kamera görüntüsü	81
Görüntü 25: Kale arkası kamera görüntüsü.....	81
Görüntü 26: Ters açılı kamera görüntüsü	82

Görüntü 27: Beauty Kamera görüntüsü	82
Görüntü 28: Bench Kameraları görüntüsü	83
Görüntü 29: Soyunma odalarını çeken omuz kamera	83
Görüntü30: Takımların otobüsten inişleri çeken omuz kamera	83
Görüntü 31: Röportaj Kamerası	84
Görüntü 32: Flash Röportaj Kamerası.....	84
Görüntü 33: Tünel Kameraları çekim görüntüsü	85
Görüntü 34: İkinci Yüksek Kale Arkası Kamerası	85
Görüntü 35: 20 metre kamerası görüntüsü	85
Görüntü 36: 6 metre kamera görüntüsü.....	86
Görüntü 37: İlave ters açI kamera	86
Görüntü 38: Jimmy Jip kamera	89
Görüntü 39: Şaryo görüntüsü	90
Görüntü 40: Şaryo ile çekim görüntüsü	90
Görüntü 41: Stadyum kamera yerleşim planı	91
Görüntü 42: Steadicam görüntüsü	92
Görüntü 43: Steadicam ile çekim görüntüsü	92
Görüntü 44: Drone kamera çekimi görüntüsü	93
Görüntü 45: Drone kamera çekimi görüntüsü	93
Görüntü 46: Kale arkası mini kamera	94
Görüntü 47: Hothead kamera görüntüsü	94
Görüntü 48: File kamerası görüntüsü	95
Görüntü 49: File kamerası görüntüsü	95
Görüntü 50: Örümcek Kamera(Spidercam)	96
Görüntü 51: Örümcek kamera görüntüsü	96
Görüntü 52: Örümcek Kamera UEFA maçlarında.....	97
Görüntü 53: Şahin Gözü Kamera le çekim görüntüsü	98
Görüntü 54: Şahin Gözü Kamera	98
Görüntü 55: Stadyum üzerinde uçan drone görüntüsü	99
Görüntü 56: UEFA Stadyumda Mikrofon Yerleşim Planı	100
Görüntü 57: Spiker anlatım masası	102
Görüntü 58: Maç yayını sırasında spiker masası görüntüsü.....	102

Görüntü 59: Stadyum Aydınlatması.....	104
Görüntü 60: Stadyum Aydınlatması.....	104
Görüntü 61: Grafik örneği.....	108
Görüntü 62: Maç yayını sırasında grafik örneği	108
Görüntü 63: Yayın sırasında grafik örneği.....	109
Görüntü 64: Maç istatistikleri grafik örneği.....	109
Görüntü 65: Naklen yayın arabası.....	110
Görüntü 66: Naklen yayın arabası içi.....	111
Görüntü 67: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	125
Görüntü 68: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	126
Görüntü 69: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	126
Görüntü 70: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	127
Görüntü 71: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	127
Görüntü 72: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	128
Görüntü 73: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	128
Görüntü 74: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	129
Görüntü 75: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	129
Görüntü 76: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	130
Görüntü 77: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	131
Görüntü 78: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	132
Görüntü 79: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	133
Görüntü 80: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	133
Görüntü 81: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	134
Görüntü 82: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	134
Görüntü 83: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	135
Görüntü 84: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	136
Görüntü 85: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından	137
Görüntü 86: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	139
Görüntü 87: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	139
Görüntü 88: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	140
Görüntü 89: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	141
Görüntü 90: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	142

Görüntü 91: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	142
Görüntü 92: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	143
Görüntü 93: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	144
Görüntü 94: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	145
Görüntü 95: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	145
Görüntü 96: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	146
Görüntü 97: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	147
Görüntü 98: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	148
Görüntü 99: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	148
Görüntü 100: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından	149
Görüntü 101: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	151
Görüntü 102: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	152
Görüntü 103: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	152
Görüntü 104: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	153
Görüntü 105: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	154
Görüntü 106: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	155
Görüntü 107: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	155
Görüntü 108: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	156
Görüntü 109: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	157
Görüntü 110: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	157
Görüntü 111: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	158
Görüntü 112: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	159
Görüntü 113: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	159
Görüntü 114: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	160
Görüntü 115: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	161
Görüntü 116: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	161
Görüntü 117: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	162
Görüntü 118: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	163
Görüntü 119: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	164
Görüntü 120: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	164
Görüntü 121: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.....	165

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Kamera Kullanım Oranlarının Karşılaştırılması.....	187
Tablo 2: Detay Kamera Kullanımı	193



KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.Ş.	: Anonim Şirket
BBC	: British Broadcasting Corporation
ESPN	: Entertainment and Sports Programming Network
FB	: Galatasaray
FIFA	: Federation of International Football Associations
GS	: Galatasaray
HD	: High Definition
HDTV	: High Definition Television
İ.Ö.	: İsa'dan Önce
M.Ö.	: Milattan Önce
M.S.	: Milattan Sonra
NBC	: National Broadcasting Company
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TV	: Televizyon
UCL	: Union of Champions League
UEFA	: Union of European Associations
UEL	: Union of European League
VIP	: Very Important Person
VTR	: Video Tape Recorder
y.y.	: Yüzyıl

GİRİŞ

İzleyici görüş alanına giren her şeyi bir bütün olarak algılamaktadır. Bunlar arasında önem bakımından bir seçme yapması da oldukça güç görünmektedir. Oysa televizyonda izlenen tüm görüntüler bir seçime tabi tutulmuştur. Yönetmen görüntü çerçevesi içine alacağı her şeyi belirli bir önem sırasına göre düzenlemektedir. Görüntü çerçevesi içinde yer alan nesne ve kişilerin, konunun özüne uygun ve göze hoş görünür biçimde düzenlenmesine “kompozisyon” denilmektedir.

Doğaldır ki, televizyonda görüntülerin bir anlam üretebilmesi için peş peşe bağlanması gerekmektedir. Bunun için kameranın durduğu yer ve çekim ölçekleri önem taşımaktadır. Aynı ölçekte çekilen, aynı kişiye veya objeye ait parçalar birbirine bağlanamadığı gibi, aynı mekânın herhangi bir köşesinden alınan görüntüler de birbirinin arkasına eklenememektedir, çünkü görüntüler arasında sıçrama meydana gelmektedir. Eğer bağlanırsa; izleyen kişinin kafasında manasız bir tablo oluşur. Oysa istenen kısa sürede, anlamlı görüntüler oluşturmaktır.

Gelişen teknolojiyle cihazlar ve kullanım alanları hızla artsa da, görüntülerin çekiminde ve ekran tasarımlarında çok fazla bir değişikliğe rastlanmamaktadır. Neredeyse bir asırdır uygulanan çekim teknikleri aynen kullanılmaktadır. Bir futbol karşılaşması; televizyon için ayrı, bilgisayar için ayrı, cep telefonu için ayrı ölçekte çekilmemektedir. Çekim teknikleri değil, izlendiği cihaz teknolojik olarak değişim göstermektedir. Bu değişim de her geçen gün artarak devam etmektedir.

Günümüzde tüketim aşamasının henüz sona ermediği modern toplumlarda bilim ve teknoloji bu yeni sürece boyun eğmiş görünmektedir.¹ Spor da bu sürecin bir parçasıdır. Bireyler, spor aracılığıyla rekabetçi ve başarı yanlısı bir toplumun değerlerini ve hareket tarzını öğrenmektedir.²

Bu anlamda; popüler kültür ürünü televizyon alanındaki teknolojik değişmelerle, diğer bir popüler kültür ürünü futbol karşılaşmalarının naklen yayınlarındaki teknolojik gelişmeler birlikte ilerlemektedir. Bu birliktelik tüketim toplumunda kültür endüstrisi ürünlerinin ortaklıkları konusunda ipuçları vermektedir.

¹ Oğuz Adanır, **Sinema Televizyon Kültürü**, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2012, s.33.

² Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 135.

“Top oyunları salt oyun olsun diye oynanan bağımsız birer etkinlik değil, dini bir işlevi yerine getiren ve insan toplumuna hizmet eden oyunlardır.” Marcuse’un ‘Tek Boyutlu İnsan’da vurguladığı gibi ‘kapitalist devlet, bireylerin sadece belli şekillerde davranması değil, belli tipte insan’ olması için futbolu kutsamaktadır. “Futbol, toplumbilim diliyle söylersek, örgütlenmiş dine işlevsel bir seçenek olarak tanımlanır.”³

Bu çalışmada; futbol, ortaya çıktığı tarihsel süreçle birlikte ele alınmakta ve boş zaman aktivitesi olan futbolun günümüzde hiç boş zamanı olmayan insanla nasıl buluştuğu incelenmektedir.

Sanayi devrimi ve makineleşme, işçiler için boş zaman kavramını yaratmıştır. Futbol ise, boş zamanı değerlendirmede -işverenin de desteklediği- stresten arınma yeri, eğlencelik olarak işlev görmüş, zamanla bu eğlence büyük bir endüstri haline dönüşmüştür.

Çocukluğumdan hatırladığım bir bilmece var: “Bir yuvarlak, 22 çıplak, 3 bak bak, 5000 aylak, bir hafta lak lak.” Kuşku yok ki; modernite sonrası dönemde “futbol” artık basit bir oyun olmaktan çıkmıştır.

“Futbol, "iş dışı eğlence ve dinlenme" zamanının kapitalist sermaye tarafından kolonileştirilmesine somut bir örnektir. Bu kolonileştirme hem ekonomik çıkar, hem de bilinç yönetimi ve ideolojik egemenlik bakımlarından kapitalist sınıfa büyük faydalar sağlamaktadır. Futbol toplumda hem sınıf farkını hem de sınıf içindeki cinsiyet farkını üretirken; hem ekonomik hem de ideolojik bir görev üstlenmektedir. İzleyen kitleler için sirkteki deşarj işlevi gören futbol, “ekmek ve sirk politikalarını” ve “böl, düşmanlık ve ırkçılık işle, birbirine düşür ve yönet politikalarını” işlemekte ve popülerleştirmektedir.”⁴

Ülkemizde de 1970’lerden itibaren teknolojik gelişmelere paralel olarak, halkın sevdiği ve seçtiği popüler kültür ürünü futbol, kitlelerin iletişim aracı televizyon ile aynı çatı altında buluşmuştur.

Bu buluşmada üstünlük televizyona doğru kayarken, Andreas Klose’un da belirttiği gibi, “televizyon futbolu aktarıırken onun varolan gerçekliğini ‘televizyon

³ Arthur Asa Berger, **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1993, s. 120.

⁴ İrfan Erdoğan, “Futbol ve Futbolu İnceleme Üzerine”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2008, S:26, s. 3-4.

futbolu' haline dönüştürmüştür. Hedef, televizyonun ayrılmaz ilkeleri olan eğlence, gerilim ve dramatikliğin mükemmel uyumlanmasıdır.”⁵ İzleyiciyi ikna etme sürecinde yapının tüm unsurları (gerilim, cinsellik, güldürü, enformasyon, önem, değer, kişiselilik, merak, gerçekçilik, yenilik) kullanılmaktadır.

Televizyon futbolu, sahada oynanan futboldan farklıdır. İzleyici oyunu gerçeğinden farklı kesintisiz bir akışla takip eder. Futbol artık tam anlamıyla bir çaba sarf etmeden yapılan eğlence haline gelmiştir. Televizyon karşısında “şımartılan” seyirci, artık gerçek maçlara tahammülsüz hale gelmekte ve statlarda dahi televizyonun konforunu aramaktadır.⁶ İzleyici, kendisi için hazırlanan gösteriyi evdeki rahat koltuğunda, farklı kamera açılarından değişik çekim teknikleri ve sunucuların renkli anlatımıyla izlemek istemektedir.

Stattaki izleyici, pozisyonları bir kez ve doğal hızında izleyebiliyorken, televizyon ekranında aynı pozisyon pek çok kez tekrarlanmakta, yavaşlatılarak izlenmesi mümkün olmaktadır. Statta oyunun durduğu pek çok ölü zaman yaşanırken, televizyon bu anları başka görüntülerle, tekrarlarla, istatistiksel bilgilerle doldurmakta ve tempo düşürülmemektedir. Bilgisayar destekli teknolojiden yararlanılarak maçtaki pozisyonlara ilişkin statta görülemeyecek pek çok ayrıntı ekrana getirilmektedir. Bütün bu süreç, futbol maçının sahadaki gerçekliğinden koparılması, bir televizyon ürününe dönüştürülmesi anlamına gelmektedir.⁷ Canlı yayınlanan futbol karşılaşmalarında tüm prodüksiyonun düzenleyicisi yönetmendir. Yapının unsurlarını teknoloji ile birleştirip servis eden yönetmen, futbol karşılaşmalarında gerçeğin dolaylıdır.

Futbol karşılaşmaları televizyonda en çok izlenen yapımlar arasında yer almaktadır. “Uluslararası spor karşılaşmalarındaki farklı spor dallarının görece ağırlığı, giderek, bunların televizyondaki başarılarına ve buna bağlı ekonomik kazancına bağımlı olma eğilimindedir.”⁸ Özellikle de futbol karşılaşmalarının naklen

⁵ Andreas Klose, “Televizyon Futbolu” **Futbol ve Kültürü** içinde:, Der.: R.Horak, W. Reiter, T. Bora, İstanbul, İletişim Yayınları, 2001, s.215.

⁶ Bilal Arık, “Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2008, Sayı:26, s.119.

⁷ Mustafa Şeker, Abdülkadir Gölcü, “Futbolun Televizyonda Yeniden Üretimi”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2008, Sayı:26, s.125.

⁸ Pierre,Bourdieu, **Televizyon Üzerine**, çeviren: Turhan Ilgaz, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2000, s.92.

yayınlarından elde edilen gelir, spor kanallarının açılma sürecini de beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda; 1978’de dünyada ilk spor kanalı olarak kurulan (Eğlence Spor Programı Kanalı) ESPN, bugün 54 milyon abonesine yılda 7000 saat yayın hizmeti vermektedir.⁹

Ülkemizde de, süreç dünyadaki benzerleriyle birlikte ilerlemektedir. 1971’de İzmir’den naklen yayınlanan ilk futbol karşılaşmasından (Karşıyaka Spor Kulübü-İstanbulspor maçı), günümüze uzanan teknolojik değişimin öyküsü bu çerçevede ele alınacaktır.

Tezin birinci bölümünde; popüler kültür ve kitle kültürüne kavramsal olarak bakılacak, kültürel çalışmalar Eleştirel Kuram perspektifinden incelenecektir. Kültür Endüstrisi Kuramı temsilcilerinin görüşlerinden faydalanarak bir çerçeve çizilmeye çalışılacaktır. Frankfurt Okulu temsilcilerine göre spor, sürdürülen ideolojinin çalışmasına katkıda bulunmaktadır. Okulun kurucularından olan Adorno ve Horkheimer’a göre; “spor, sanayi toplumu için tipik bir uyum sağlatma (ayak uydurtma) işlevini yüklenmiştir.”¹⁰

İngiliz Kültür Okulu 1980’den sonra “kitle kültürü”ne karşı koyduğu olumsuz tavrını “popüler kültür”ün yanında yer alarak olumluya çevirmiştir. Stuart Hall yeni kültür olarak adlandırdığı popüler kültür, sistemden ayrı ve hakim ideolojiye eklemlenmeyen bir kültür olarak tanımlamıştır. Hall’a göre, bağımlı sınıflar kültürel aptallar değildir. Popüler kültür bağlamında; kendi yaşamlarını devam ettirebilecek bir alan açabilmektedirler.

John Fiske, popüler kültürü daima iktidar ilişkilerinin bir parçası olarak görmüştür. Bağımlı sınıflara bir açılım sağlıyor fakat tamamen iktidardan bağımsız oluşturulmuş bir kültür değil, çünkü hiçbir zaman düzene karşı gelip onu değiştirme yönünde radikal bir yapısı yok¹¹ diyerek orta yolcu bir tavır sergilenmiştir.

R. Williams’ın, kültüre bakışında “teknolojik belirlenimcilik” ön plandadır. O’na kültür teknolojik gelişmelerle belirlenmektedir. Kültür sadece örf, adet, sanat, tarih gibi soyut değerlerle belirlenmemekte; icatlar da kültüre etki etmektedir.

⁹ Ayşe Atalay, **Spor, Medya ve Serbest Zaman**, Beta Yayınevi, İstanbul, 2004, s.112.

¹⁰ Ahmet Talimciler, “Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2008, Sayı: 26, s. 96.

¹¹ John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, çeviren: Prof. Dr. Süleyman İrvan, İstanbul, Parşömen Yayıncılık, 2012, s. 32.

Williams determinasyonu sosyal bir süreç olarak değil, denetleyici ve tanımlayıcı nedenler topluluğu olarak ele almaktadır.

Tezde; halkın sevdiği ve seçtiği popüler kültür ürünü futbolun, kitle iletişim aracı televizyon ile aynı çatı altında nasıl buluştuğu incelenecektir. Televizyonda futbolun mekanik biçimde yeniden üretimi televizyonun gerçekliğine dönüşmektedir. Çevresindeki sıkıntılardan uzaklaşmak isteyen izleyici, görsel bir şölen olarak sunulan futbol naklen yayınlarıyla, hem eğlenmekte, hem de katarsis yaşamaktadır. Araştırmanın amacı; futbolla ne yapıldığı değil, nasıl yapıldığını incelemektir.

Tezin ikinci bölümünde; televizyonda yayınlanan futbol karşılaşmalarında hangi yapım unsurlarından yararlandığına bakılacaktır. Televizyon programlarında kullanılan yapım unsurlarının, futbol karşılaşmalarındaki anlatım yapısına uygun olduğu görülmektedir. Bu bağlamda; futbol karşılaşmalarının naklen yayınlarının, içerik ve biçim olarak temel yapım unsurlarının “gerilim, cinsellik, güldürü, enformasyon, önem, değer, kişisellik, merak, gerçekçilik, yenilik”¹² hemen hepsini içerdiği düşünülmektedir.

Televizyonda yer bulan futbol karşılaşmalarının yapımında yönetmen tercihlerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda; futbol karşılaşmalarının yayını sırasında teknik gelişmelerden faydalanılarak, görüntü düzenlemesi yapılmaktadır.

Hızla ilerleyen teknoloji ve uydu yayıncılığı sayesinde futbol, daha çok kamerayla, daha gösterişli grafik efektlerle, daha dikkat çekici yayınlarla kitaları aşarak milyarca izleyiciyle buluşturulmaktadır. Futbol karşılaşmalarının izleyiciye sunulmasında kullanılan teknikler gerçekte popüler kültürün yayılım alanını genişletmektedir. Ülkemizde ve dünyada tematik spor kanallarının yayınlarının çoğunu futbol karşılaşmalarına ayırmaları, konunun önemini vurgulamaktadır.

Tezin üçüncü bölümünde; futbol karşılaşmalarının naklen yayınlarında görüntü düzenlemesinin nasıl yapıldığına bakılacaktır. Yaklaşık on beş yıldır TRT’de futbol maçı yöneten birisi olarak kişisel edinimlerimi de katarak oluşturduğum bu çalışmada, üç farklı kanalda yayınlanan futbol karşılaşması; görüntü çözümlemesi ve yapım unsurları açısından incelenecektir. Görüntü düzenlemesinde farklılık var

¹² Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapılım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s. 36.

mıdır, bakmak için; TRT, BeINspor, Tivibuspor'da yayınlanan birer adet futbol karşılaşması rastgele seçilmiştir. Görüntü düzenlemesindeki kriterleri ön plana çıkarmak için, UEFA'nın organizasyonunda yapılan ve TRT1'de yayınlanan Avrupa Futbol Şampiyonası'ndan bir karşılaşma, ülkemizde Türkiye Futbol Federasyonunun gözetiminde yapılan ve BeINspor'da yayınlanan bir derbi karşılaşması ve UEFA'nın en büyük organizasyonu Şampiyonlar Ligi'nde oynanan ve Tivibuspor'da yayınlanan bir karşılaşma örnek alınarak, görsel söylem çözümlemesi yapılacaktır.



BİRİNCİ BÖLÜM

POPÜLER KÜLTÜR ÜRÜNÜ OLARAK FUTBOL

1.1. Popüler Kültür ve Kitle Kültürüne Kavramsal Bakış

Popüler kültür ve kitle kültürü terimleri kültürün üzerinde biçimlenir.

Kültür; “halkın paylaştığı bütün değerler, kaideler, adetler ve alışkanlıklar”¹³ olarak tanımlanır. Bugünkü anlamında kullanılmaya 18. yüzyılın sonlarında başlanmıştır. İlk önce “özellikle Almanya ve İngiltere’de, belirli bir halkın genel hayat tarzını oluşturan ruh durumu olarak”¹⁴ kullanılmıştır.

Kültür, toplum olarak hem kabullenme hem de karşı koymanın bulunduğu yerde şekillenmektedir. Bu bağlamda; “kısmen de olsa egemenliğin (hegemonya) ortaya çıktığı ve güvence altına alındığı yerdir.”¹⁵ Kültür sadece mekansal boyutla sınırlı değildir, zamansal anlamda da gelişmekte ve değişmektedir. Sanayi toplumuna geçilince kültür; “tarihsel ve olgusal seyrini terk ederek işlevsel ve pragmatik bir görünüm kazanmıştır.”¹⁶

Sanayi öncesinde toplumlar feodalite ile yönetilmekteydi. Bu toplumların halkları da ancak kendine kendilerine yetebiliyordu. Yaşamlarını sürdürebilecek kadar üretiyorlar, üretim fazlalarını da yine kendileri için gerekli mallarla değiştiriyorlardı. “Ancak feodalizmin yıkılıp yerine kapitalizmin geçmesiyle birlikte tüketim, basit bir ihtiyaç olmaktan çıkartılıp insan faaliyetlerinin önemli bir parçası haline getirilmiştir.”¹⁷

19. yüzyıldan itibaren tüketim hız kazanmış, en alt sınıftan en üst sınıfa kadar bütün kesimlerde tüketerek daha mutlu ve özgür olunacağı bilinci yerleşmiştir. Tüketim kültürünün yeşerdiği bu ortamda; içinde bulunduğu durumun farkında

¹³ İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara, Erk Yayınları, 2005, s. 22.

¹⁴ Raymond Williams, **Kültür**, çeviren: Ertuğrul Başer, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993, s.9.

¹⁵ John Storey, **Popüler Kültür Çalışmaları**, çeviren: Koray Karasahin, İstanbul, Babil Yayınları, 2000, s.10.

¹⁶ Ansiklopedi.biz, “Kitle kültürü-kitle kültürü nedir”, (çevrimiçi),

<http://www.ansiklopedi.biz/antropoloji/kitle-kulturu-kitle-kulturu-nedir>, 04.10.2017.

¹⁷ Onur Bekiroğlu, Tezcan Özcan Kutlu, “Popüler Kültür ve Popülerleşen Genç Kız İmgesi”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s.136.

olmayan, daha bağımlı ve mutluluğu tüketimde arayan bireyler oluşmuştur. Popüler kültür bu ortamda doğmuştur.

“XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren kapitalizmin kendisini yeniden örgütlenmesine (özellikle de fordist üretim/ taylorist yönetim yaklaşımı çerçevesinde günlük yaşamdaki iş dışı mekanların ve zamanların da standartlaştırılmasına) karşı direniş olarak açığa çıkan popüler kültür (iş yapış biçimi), kapitalist toplumdaki üretim araç ve süreçlerini kullanarak, gerek iş gerekse iş dışında kalan sosyalleşme dinamiklerinin kapitalist ekonominin çıkarlarından arındırılması ve kişisel istekler doğrultusunda yeniden kurgulanmasını yönelik bir çaba olmuştur.”¹⁸

Popüler kültür halk tarafından oluşturulmasına rağmen dönem itibariyle popüler kültürü oluşturanlara halk demek mümkün değildir.

Popüler kültürü oluşturan kitlelerdir. Kitle, 19. Yüzyıldan itibaren bir arada tutulan kalabalıklar için kullanılan sözcüktür. ‘Güruh’ anlamında da karşılık bulmaktadır. “Bunun altında sanayi devriminin ürünleri ve kent yaşamının insanları kitleleştirmesi gerçeği yatmaktadır.”¹⁹ Kitle kültürü için kitlelerin oluşturduğu kültürden daha çok kitleler için oluşturulan kültürden söz edilmektedir. Kitle kültürünü oluşturan sanayi toplumunun bireyleri Eagleton’ın deyimiyle, “üretimi kar için örgütleyen özel bir sanayicilik biçiminin meyveleridir.”²⁰ Raymond Williams kitlelerin edilgenliğini; “kitle kültürü, kitle kültürünün ürünleri, bu ürünlerin tüketicisi olan bizlerin dışında uzağında, bizim denetimimizin dışındaki kuruluşlarda, karar odalarında, işletmelerde tasarlanır, dizayn edilir, yazılır, görüntülenir, basılır, yayımlanır.”²¹ diyerek vurgulamıştır.

Ancak kitlelerin bunu kabul edip, rıza göstermesi de önemlidir. Bu süreç; kitleler tarafından genel kabul gören, beğendikleri, arzuladıkları şeylerle yönetilir. “Zengin ve üstün olma, olmayacak şeyleri başarma, güç, kuvvet duygusu, iktidar hırsı, zevk, cinsellik, eğlence vb. hep kitlelerin beklediği, arzuladığı şeylerdir.”²²

¹⁸ Derya Tellan, “Bir Tüketim Eylemi Olarak Popüler Kültür”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s. 61.

¹⁹ Raymond Williams, **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, çeviren: Ahmet Ulvi Türkbağ, Ankara, Dost Kitapevi, 2003, s. 20.

²⁰ Armand Mattelart, **Kültürel İncelemelere Giriş**, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2007, s. 20.

²¹ Herbert J. Gans, **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, Çeviren: Emine Onaran İncirlioğlu, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005, s.152.

²² Ansiklopedi.biz, “Kitle kültürü-kitle kültürü nedir”, (çevrimiçi), <http://www.ansiklopedi.biz/antropoloji/kitle-kulturu-kitle-kulturu-nedir>, 04.10.2017.

1.1.1. Popüler Kültür Kavramı

Popüler; günümüzdeki kullanımıyla ‘halkın sevdiği’ anlamındadır. Kongar popüler kültürü; “geniş halk kitlelerinin benimsediği kültür” diye tanımlar.²³

Popüler kültür içerisindeki popüler sözcüğünün köküne bakıldığında, başlangıçta bir hukuk ve politika terimi olan bu sözcüğün Latince’de “halka ait olan” anlamındaki “Popularis”ten geldiği görülmektedir.²⁴ Popülarite (popülerlik) bugünkü kullanımına yakın olarak ilk kez 1697’de Collier tarafından ‘sırtlarını sıvazlayarak halkın desteğini almak’ anlamında karşılığını bulmuştur. 18. yüzyılda ‘çok tutulan’, 19. yüzyılda ‘çok beğenilen’, 20. yüzyılda yaygınca kullanımı ‘istenir olan’, bazen de ‘basit’, günümüzde de ‘tanıdık olan, hoş giden’ anlamlarında kullanılmıştır.²⁵

Raymond Williams popüler kültürün dört farklı tanımından söz eder: “Çok sayıda insan tarafından kabul görmesi; bayağı, sıradan nitelikte olması; bilinçli bir şekilde insanların favorisi konumuna gelmesi için tasarlanması ve insanlar tarafından kendileri için yapılmakta olmasıdır.”²⁶

Popüler kültür onu kullananlar tarafından üretilip, kullanılmaktadır. Bir anlamda günlük yaşananların, günlük yaşayanların kültürüdür. Ancak fantazyadan yoksun bu durum kullanıcılarının yaşamlarını kısır döngüye çevirebilmektedir. “Popüler kültür, reel yaşamı fantazyada da aynı ile tekrarlayarak, reel yaşamın sürdürülmesini kolaylaştırmakta; yerine başka türlü bir yaşam olabileceğini düşünmenin yollarını tıkamakta; bu kırgınlıkları, var olanı benimsemenin acısını, utancını hafifletmektedir.”²⁷ Popüler kültür, bir kaçış değil, ütöpik olarak kaçış imkanı sağlamaktadır.²⁸ Sisteme entegre olan bireyler, onun bir parçasıymış gibi çalışmaktadırlar. Bu anlamda popüler kültür, “dinin yaptığına benzer bir uyuşturucu görevi yapmaktadır.”²⁹

²³ Emre Kongar, “Popüler Kültür ve Pop Star Yarışması”, (Çevrimiçi)

http://www.kongar.org/medyanotu/300_Pop_Kultur_ve_Pop_Star_Yarismasi.php, 08.12.2015.

²⁴ Onur Bekiroğlu, Tezcan Özcan Kutlu, “Popüler Kültür ve Popülerleşen Genç Kız İmgesi”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s.224.

²⁵ Mukadder Çakır, **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara, Ütopya Yayınevi, s. 253,254.

²⁶ John Storey, aktaran: Derya Tellan, “Mekan, Eğlence ve Popüler Kültür İlişkisini

Değerlendirmek”, **TRT Akademi Hakemli Dergi**, Cilt:1, Sayı:1, Ocak, 2016, s. 146.

²⁷ Ünsal Oskay, **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1998, s.262.

²⁸ John Storey, **Cultural Theory and Popular Culture**, United Kingdom, Pearson Education, Fifth Edition, 2009, s.9.

²⁹ Ünsal Oskay, **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, İstanbul, Der Yayınları, 2010, s. 188.

Popüler kültür fazlaca karıştırılan bir kavramdır. Tartışmalar popüler kültürün anlamından çok kullanımı etrafında dönmüştür. “Popüler; resmi ve popüler olan arasında ya da Hall’un ifadesiyle ‘halk’ ve ‘iktidar bloğu’ arasında doğrudan bir ayırım önererek ‘halka ait şeylere’, aktörlere ve kurumlara gönderme yapar.”³⁰ Ancak halk ve iktidar bloğu birbirine eklemlenmiş ve iç içe olduğu için bu ifade de tartışmaya açıktır.

Bu durumda popüler kültürün toplumda gördüğü işlev önem kazanmaktadır. “Popüler kültür insanların maddi ve ideolojik baskıyı askıda tutabilecekleri bir araç olarak mı işlev görmektedir, yoksa bu baskıyı harekete geçirip perçinlemede midir?”³¹

1.1.2. Popüler Kültürün İşlevi

Popüler kültürü popüler yapan güç, ekonomik ve ideolojiktir. Geniş halk kitleleri olmadan popülerite sağlanması düşünülemez. Bunun için popüler kültürün kentleşmeyle beraber başladığından ve kapitalizmle birlikte yol aldığından söz edilmektedir.

“Kapitalist toplumlarda hayatın her alanı mücadeleler alanıdır. Bunlardan birisi de kültür alanıdır. Ancak bu mücadele atomize kitle bireyinin tüketiminden geçerek değil, örgütlü toplumsal güçlerin ekonomik siyasi ve kültürel alandaki sürekli çabalarıyla gerçekleşir. Kültür endüstrileri aracılığıyla egemen yapı kendi egemenliğini sürdürecektür ürünleri geniş kitlelere satmaktadır. Aslında üründen ziyade, o ürün üzerinden dolayımlanan dünya görüşü satılmaktadır.”³²

Popüler kültürün yayılma süreci, ‘tüketim ideolojisi’ olarak adlandırılan ve hayatımızın anlamını, tükettiğimiz şeylerde bulacağımızı ileri süren “kapitalist” ideoloji tarafından desteklenmektedir. Böylece, kapitalizmin kar elde etme anlayışına yönelik işlevi meşru hale getirilmiş olmaktadır. Herbert Marcus tüketim ideolojisi ile gerçek olmayan ihtiyaçlar yaratıldığını, böylece insanların kontrol edildiğini ileri sürmektedir.

³⁰ Stuart Hall, aktaran: David Rowe, **Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası**, çeviren: Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996, s.21.

³¹ David Rowe, **Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası**, çeviren: Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996, s. 22.

³² Levent Yaylagül, “Popüler Kültür ve İkonları: İbrahim Tatlıses Örneği”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s. 211.

“İnsanlar sahip oldukları mallarla kendi değerlerini anlarlar; yani, sahip oldukları otomobil, müzik seti, ev tipi, mutfak eşyaları aracılığıyla ruhlarını, benliklerini keşfederler. Bireyi topluma bağlayan mekanizma değişmiştir. Ve sosyal kontrol, yarattığı yeni ihtiyaçlara demir atmıştır. Reklamlar sahte ihtiyaçlar yaratmaktadır: örneğin belirli tip giysiler giyen, yiyecekler yiyip içen ve aksesuarlar kullanan bir insan olma arzusu yaratmak.”³³

Popüler kültürü besleyen bir başka alan eğlence içerikleridir. Popüler kültür; dar pencereden baktığımızda, eğlenceyi içerikleridir. Geniş pencereden baktığımızda ise, sahip olunan yaşam tarzının ideolojik olarak onaylandığı koşulları sağlamaktadır. “Yaşadığımız ortamda ideolojinin yaygınlaşma ve onaylanma ortamını yaratır.”³⁴ Bireyler yönlendirilmiş biçimde yaşayıp, sahte ihtiyaçlara bağlanırken; baskı altında olduğunu hissetmemekte, hatta özgürleştiğini düşünmektedir.

Herbert J. Gans, popüler kültürün, topluma olumsuz iki etkisinden söz etmektedir. “İlki popüler kültürün toplumun bütünündeki beğeni düzeyini düşürdüğü, dolayısıyla bir uygarlık olarak niteliğini bozduğu, ikincisi de, kitle medyasının insanları uyuşturup, atomize ederek, kitle ikna tekniklerine duyarlı kıldığı, bunun da becerikli demagogların elinde demokrasiyi yürürlükten kaldırdığı”³⁵ düşüncesidir.

Ancak popüler kültürü olumlayan düşünürler de vardır. John Fiske; popüler kültürün -yırtık kot pantolonun neden giyildiğini anlatmaya çalıştığı örneğinde olduğu gibi- muhalif durumları bile kendi lehine çevirip moda yaparak, içine almayı başardığını ileri sürmektedir. Buna göre popüler kültür, iktidarın oluşturduğu sistemden faydalanmakta ama sisteme karşı konumda yer alarak, kendi çıkarlarını koruyabilmektedir.

Popüler kültür, halk tarafından meydana getirilen yaşam kültürüdür. “Kültür endüstrisinin elinden gelen tek şey, çeşitli halk oluşumlarının kendi popüler

³³ Herbert Marcuse, aktaran: John Storey, **Popüler Kültür Çalışmaları**, çeviren: Koray Kardeşin, İstanbul, Babil Yayınları, 2000, s.137-138.

³⁴ Onur Bekiroğlu, Tezcan Özcan Kutlu, “Popüler Kültür ve Popülerleşen Genç Kız İmgesi”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s.221.

³⁵ Herbert J. Gans, **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, çeviren: Emine Onaran İncirlioğlu, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005, s.67.

kültürlerini yaratma sürecinde kullanabilecekleri ya da reddedebilecekleri bir metinler ya da kültürel kaynaklar dağarcığı üretmektir.”³⁶

Popüler kültür, seçkin kültürle halk kültürü arasında yer almaktadır. Bu durumda olumlu ve olumsuz iki ayrı okuma yapılabilir :

Olumsuz : Kitleleri uyuşturan, aptallaştıran kültür,

Olumlu : Mevcut düzene meydan okuyan, orta sınıf kültürü.³⁷

Üzerinde durulması gereken bir nokta da gelişmiş toplumların bireylerinin halk olarak nitelendirilemeyeceği gerçeğidir. Bu bağlamda; popüler kültür, halkın kültürü olmasına karşın halk kültürü değildir. “Halk kültürü, popüler kültürün aksine, toplumsal farklılıkların çatışmacı olmadığı, yani toplumsal çatışma yerine toplumsal oydışmayla betimlenmiş görece istikrarlı geleneksel toplumsal düzenin bir ürünüdür.”³⁸ Modernizm getirisi olarak geçilen kapitalist ekonomik düzen ile birlikte halk kültürünün uzlaşmacı yapısını değiştirmiştir.

1.1.3. Popüler Kültür- Kitle Kültürü- Halk Kültürü Ayırımı

David Rowe, popüler kültürün halk ya da kitle kültürü ile karıştırılmaması gerektiğini; halk kültürünün daha az metalaştırılmış, rasyonelleştirilememiş ve kapitalizm öncesini niteliklerini koruduğunu söylemiştir.³⁹ Halk kültürünün toplumla birlikte ilerleyen tarihsel bir çizgisi bulunmaktadır.

“Halk kültürü ve sanatı, bir uzam, mevsim ve bir cemaate konumlanma imkanı sağlar.

Popüler kültür ise, eğlenme ve oyalanma deneyimi sağlar, bunu idealleştirir. Gündelik hayatta rutinleşmiş hazlar ve coşkusal doyum sağlar.”⁴⁰

Popüler kültür, seçkin kültürün altında ve halk kültürünün üstünde konumlandırılırken, “en genel yaşama alışkanlıklarının görsel ve sözel olarak yeniden üretildiği bir kitle kültürü alanıyla da buluşmaktadır.”⁴¹

³⁶ John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, çeviren: Prof. Dr. Süleyman İrvan, İstanbul, Parşömen Yayıncılık, 2012, s. 36, 38.

³⁷ Levent Yaylagül, Nilüfer Korkmaz, **Medya Popüler Kültür ve İdeoloji**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2008, s.129-130.

³⁸ John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, çeviren: Prof. Dr. Süleyman İrvan, İstanbul, Parşömen Yayıncılık, 2012, s. 207.

³⁹ David Rowe, **Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası**, çeviren: Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996, s. 21.

⁴⁰ Mukadder Çakır, **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara, Ütopya Yayınevi, s. 264.

⁴¹ Onur Bekiroğlu, Tezcan Özcan Kutlu, “Popüler Kültür ve Popülerleşen Genç Kız İmgesi”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s. 221.

Bu iç içe geçmişliği kolayca ayırabilmek için kitle kültürü, halk kültürü ve popüler kültürün 'kim için' üretildiğine bakmamız bize yardımcı olacaktır. "Kitle kültürü; iş bölümü altında, bant üretim sistemi içinde, endüstriyel olarak üretilen ürünleri, halk kültürü; halkın kendi kullanımını için kendisi tarafından üretilen ürünleri, popüler kültür ise; herkes tarafından sevilen ve kullanılan ürünleri anlatmak için kullanılmaktadır."⁴² Aslında popüler kültür, kitle kültürünün en popülerleri, geniş kitlelerce en çok tüketilenidir.

"Günümüzde popüler kültür, kitle üretimi yapan pazarın ekonomik, siyasal ve bilişselliklerinin ifadesi olan kitle kültürünün somut şekillerinden biridir. Bilişsel bağlamda, popüler kültürde anlamlar ve zevkler aktif bir şekilde toplumda üretilir ve dağıtılır. Bu üretim ve dağıtımın en planlı yanı endüstriyel faaliyetlerin kendisidir ve güdümlenmiş yanı ise çeşitli örgütlü yapılardaki kişiler arası ilişki ve iletişimidir."⁴³

Bu ilişki de kitle iletişim araçları aracılığıyla yapılır. Kitle iletişim araçlarının çeşidi artsa da içerikleri aynıdır. Egemen güçlerin ürettiği bu içeriği tüketenler de ortak düşünce ve pratikler setine sahip olurlar.⁴⁴ Böylece yaşam ve ideolojiyi yeniden üretilmiş olur. Bir başka deyişle: "popüler kültür, kitle iletişim araçlarıyla yönetilen kitle kültürü içine çöktürülmüştür."⁴⁵

Kitle kültürü ve popüler kültür kavramlarını eşanlamlı kullanmak Ünsal Oskay'a göre, ileride düzeltmeyeceğimiz olumsuz gelişmelerin önünü açacaktır. Çünkü kitle kültürü tüketicisi olduğumuz anlar, gerçeklerle başa çıkamayacağımızı anladığımız, kaçtığımız anlardır. Oysa popüler kültürü tükettiğimiz anlar, toplumdaki başat kültürün henüz bütünüyle denetiminde olmayan hayat alanlarında yaşadığımız rahatlama anlarıdır.

"Kitle kültüründeki yanılsama; reel toplumun içinde somut olarak yer alan yabancılaşmanın hissedilmesini, bu yabancılaşmanın gözlerden saklanmasını; insanların somut olarak toplumsal hayatta var olan yabancılaşma olgusunu göremeyecek kadar "eblehleştirilmesini" amaçlar. Popüler kültürün neden olduğu yanılsama ise, kitle kültürünün yanılsamasından çok daha rafinedir...Popüler kültürün yanılsaması bir boyutu ile sisteme bağlıken, bir diğer boyutu bizim sisteme karşı başkaldırışımızı dile

⁴² Nurçay Türkoğlu, **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim**, İstanbul, Kalemus Yayınları, 2007, s.94.

⁴³ İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara, Erk Yayınları, 2005, s. 34.

⁴⁴ Levent Yaylagül, Nilüfer Korkmaz, **Medya Popüler Kültür ve İdeoloji**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2008, s.128.

⁴⁵ İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara, Erk Yayınları, 2005, s. 39.

getirmek ister gibidir...Gerçek hayata uyumlanmamızı kolaylaştıran bir yanılısamadır.”⁴⁶

Gerçek yaşamın sıkıntı ve dertlerinden kurtulmayı sağlayan bireysel bir kaçış, psikolojik rahatlama ve arınmayı sağlama⁴⁷ kitle kültürü ve popüler kültürün ortak paydasıdır. Farklı olan yüksek kültürdür. Çünkü “yüksek kültür” adında anlaşılacağı üzere eğitilmiş olmayı gerekli kılmaktadır. “Yüksek kültür, hangi sınıftan olursa olsun bireylerin soluk aldığı umut alanıdır.”⁴⁸ Yüksek kültür; modernizme ait bir tanımlamadır, erişmek çaba ve para gerektirmektedir. Tam tersi popüler kültür; postmodernizmi çağrıştırmaktadır, kolay ulaşılır ve ucuzdur.

Adorno ve Horkheimer gibi düşünürlere göre; “artık yüksek kültür, alt kültür diye bir şey kalmamış, bu farklılık kitle kültürünün ‘stilize barbarlığı’ içinde yok olmuştur.”⁴⁹

1.1.4. Kültür Endüstrisi Kuramı ve Kültürel Çalışmalar

Etki araştırmalarının temelinde, 19.yüzyılda Freud’la başlayan ve sosyal psikoloji ile değerlendirilen araştırmalar yatmaktadır. 20. Yüzyılın başından itibaren de kültürel çalışmalar ortaya çıkmıştır. “Kültürel Çalışmalar, kültür ve kültürel ürünlere yaklaşımları açısından genellikle Frankfurt Okulu Yaklaşımı, İngiliz Kültürel Çalışmaları ve Postmodern/postyapısalcı yaklaşımlar olarak sınıflanır.”⁵⁰

Teodor Adorno kültürün endüstri olarak hayata geçmesinin ilk vurgusunu yapmışlardır.

“Kültür endüstrisi terimi yanılmıyorsam ilk defa 1947’de, Amsterdam’da Horkheimer’la birlikte yayımladığımız ‘Aydınlanmanın Diyalektiği’nde kullanıldı. Müsveddelerde “kitle kültürü” terimini kullanmıştık. Fakat daha sonra, yandaşlarının işine gelecek yorumları dışarıda bırakmak amacıyla kitle kültürü yerine “kültür endüstrisi” terimini kullanmayı uygun bulduk; ne de olsa onun, kitlelerden kendiliğinden çıkan bir kültür

⁴⁶ Ünsal Oskay, **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, İstanbul, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık Ticaret ve Sanayi A.Ş., 1998, s.156.

⁴⁷ Levent Yaylagül, Nilüfer Korkmaz, **Medya Popüler Kültür ve İdeoloji**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2008, s.137.

⁴⁸ Mukadder Çakır, **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara, Ütopya Yayınevi, s. 239.

⁴⁹ Ufuk Küçükcan, “Frankfurt Okulu ve Kitle Kültürü Çalışmaları”, **Kurgu Dergisi**, 2002, Sayı: 19, s. 266.

⁵⁰ Banu Dağtaş, “İngiliz Kültürel Çalışmaları’nda İdeoloji”, **Kurgu Dergisi**, 1999, Sayı:16, s.336.

sorunu olduğunu ortaya atabilirler, onu popüler sanatın çağdaş formu sayabilirlerdi ki bu ikincisinin kültür endüstrisinden kesin olarak ayırt edilmesi gerekir.”⁵¹

Kültür Endüstrisi kuramının ilk temsilcileri Adorno ve Horkheimer’a göre, kitle toplumu 19. yüzyılda sanayi devrimiyle ortaya çıkmıştır. Fabrikalarda, üretim hattının bir yerlerinde çalışan vasıfsız insanlar kitleleri oluşturmuştur. Sermaye sahipleri ve iktidardaki çıkar grupları da bu kitleleri istedikleri gibi örgütlemişlerdir. Kitle kültürünün bireyleri genelde pasif, bazen de kurban olarak görülmektedir.

Swingewood’a göre; “Frankfurt Okulu'nun kitle toplumu kuramında iki tema hakimdir:

1-Yoğun ekonomik ve teknolojik gelişme karşısında geleneksel toplumsallaşma kurumlarının zayıflaması;

2- insanın emek ve etkinliği sonucu ortaya çıkan nesnelere insan kontrolünün dışında gözüken bağımsız, özerk güçlere dönüştüğü kültürün artan somutlaştırması. Böylece, kitle toplumunun parçalanmış insanı 'anlaşılmaz bir zorunluluk' tarafından yönetilmektedir.”⁵²

Gözleri kör edilen kitleler daha iyi yaşayabilme arzusuyla sürekli tüketmedirler. ”Bu kültürde yaşayan her birey, ‘yaşama zenginlik getirdiği’ söylenen ürünler karşılığında sadece emeğini değil, bütün imkanlarını, boş zamanlarını da satmaktadır.”⁵³ Bu yapılanların hepsi iktidarı ve çıkar sahiplerini desteklemektedir. “Kültür ve iletişim ağları ve sanayileri, ilkesel olarak, hegemonyayı kurmanın yeni biçimleridir.”⁵⁴

Bu bağlamda; kitle iletişim aracının görevi karşı çıkışı minimize edip, bireye özgürce seçim yaptığı duygusunu yaşatmaktır. Radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının üretimi kitleyi denetim altında tutmak amaçlıdır. “İnsanlar bu evreye uzun ve süreli koşullandırılmış alıcılar olarak girmektedirler.”⁵⁵ Tüm bireylerin sistemle

⁵¹ Besim F. Dellaloğlu, **Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2003, s. 1.

⁵² Ufuk Küçükcan, “Frankfurt Okulu ve Kitle Kültürü Çalışmaları”, **Kurgu Dergisi**, 2002, Sayı:19, s.265.

⁵³ Mustafa Kemal Şan, İsmail Hira, “Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi”, (Çevrimiçi), http://politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/frankfurt_okulu_ve_kultur_endustrisi_elestirisi.pdf, 19.07.2017.

⁵⁴ Armand Mattelart, **Kültürel İncelemelere Giriş**, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2007, s. 128.

⁵⁵ Nurçay Türkoğlu, **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim**, İstanbul, Kalemus Yayınları, 2007, s.7-8.

uyumlu olmaları gerekmektedir. Adorno'ya göre; "kültür endüstrisinin ideolojisi o kadar güçlüdür ki bilmenin yerini uygitsincilik almıştır."⁵⁶ Azınlıkta kalanlar tek başına sistemi dönüştüremezler. "Mevcut sistem içerisinde krizin tetiklenmesine ve işçi sınıfının radikalleşmesine katkıda bulunabilirler ancak."⁵⁷

1.1.4.1. Frankfurt Okulu

Frankfurt Okulu, kültürel çalışmaların başlangıç noktası ve eleştirel bakış açısının temeli sayılmaktadır ve hala önemini korumaktadır. "Günümüzde popüler kültür konusu analiz edilmeye çalışıldığında; 1930'ların kitle kültürü eleştirileri ve 1940'ların Marksist popüler kültür eleştirileri etkisini hala sürdürmektedir."⁵⁸

Bu bağlamda Frankfurt Okulu'nun tarihsel olarak dört döneme ayrıldığını söyleyebiliriz.

1. Dönem (1923-1933) Marksist kuram çalışmalarının yapıldığı ilk yıllar,
2. Dönem (1933-1950) Marx Horkheimer'in idaresindeki enstitü yılları. Aynı zamanda Hitler'in iktidarda olduğu döneme rastladığı için Adorno ve Marcus gibi dikkat çekici üyelerinden çoğu Amerika'ya kaçmışlardır.
3. Dönem (1950-1970) Okulun 1960'lardaki öğrenci hareketlerini de içine alan en verimli yılları. Uzun bir sessizliğin ardından 1950'li yıllarda kültürel çalışmalar; Herbert Marcus, Walter Benjamin, Jürgen Habermas gibi felsefecilerle Amerika'da yeniden canlanmıştır.
4. Dönem (1970 Sonrası) Adorno ve Horkheimer'in öldüğü, okulunda Marksizmden uzaklaşmış kan kaybettiği yıllar. Bu dönemde Jürgen Habermas'ın okula yeni bir boyut kazandırma çabalarını ve toplumsal eleştirinin yeniden biçimlendirilişi gözlemlenmektedir.

Popüler kültürden söz açıldığında, Frankfurt Okulu diğer adıyla Eleştirel Teori'nin bakış açısından söz etmemek olanaksızdır. "Eleştirel çalışmaların ortak

⁵⁶ Besim F. Dellaloğlu, **Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2003, s. 4.

⁵⁷ Levent Yaylagül,, Nilüfer Korkmaz, **Medya Popüler Kültür ve İdeoloji**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2008, s.148.

⁵⁸ Erol Mutlu, **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005, s. 293.

paydası kapitalist ekonomik düzene ve liberal siyasal sisteme yönelttikleri eleştirilerdir ve bu nedenle eleştirel olarak adlandırılır.”⁵⁹

Frankfurt Okulu'nun ilk temsilcileri Adorno ve Horkheimer, “popüler kültürü, kapitalizmin toplumu şekillendirmek için dayattığı bir bayağılaşma olarak görmektedir.”⁶⁰ Frankfurt Okulu temsilcileri daha o yıllarda, iktidardakilerin, kitle iletişim araçları aracılığıyla, insanları sessiz kalabalıklara dönüştürdüğü ‘kültür endüstrisi’ kavramından bahsetmişlerdir. Max Horkheimer için “kültür ve teknoloji, modern dünyada, küresel kapitalizmin ve günlük hayatın giderek önem kazanan parçalarıdır.”⁶¹

Marcus, kültür endüstrisinden bahsederken, “toplumun baskıcı yönetimi ne denli ussal, üretken, uygulamısal ve bütünsel oluyorsa, yönetilen bireylerin köleliklerini kırabilmelerini ve kendi öz kurtuluşlarını kavrayabilmelerini sağlayacak araç ve yollar da o denli tasarlanamaz olmaktadır. Özgür seçim için ölçüt hiçbir zaman saltık bir ölçüt olamaz, ama ne de bütünüyle görelidir. Efendileri özgürce seçme efendileri ya da köleleri ortadan kaldırmamaktadır”⁶² derken, “bireye tanınan özgürlük alanı, yalnızca kendisine verilen seçenekler arasında bir seçim yapma özgürlüğüne indirgenmemesi”⁶³ gereğine vurgu yapmaktadır. Kültür endüstrisinin ürünleriyle kuşatılan birey, sonuçta bu endüstrinin öğrettiği biçimde yaşayıp, tüketerek istenen ‘tek boyutlu’ düşünce ve davranış biçimlerine sahip ‘insan’ haline gelmektedir. Günümüzde teknolojinin tarafsızlığı diye bir şeyden söz edilemez. “Teknolojik toplum, teknikler kavramında ve tekniklerin inşası yoluyla zaten işleyen bir tahakküm sistemidir.”⁶⁴

Jurgen Habermas, 18.yüzyıl’da kamusal alan haline gelen kafelerde başlayan aydınlanmanın, 19.yüzyılda kitle iletişim araçları marifetiyle kapitalizme teslim oluşundan bahsetmiştir. Frankfurt Okulu temsilcileri yaşadıkları dönem itibarıyla

⁵⁹ Banu Dağtaş, “İngiliz Kültürel Çalışmaları’nda İdeoloji”, **Kurgu Dergisi**, 1999, Sayı:16, s.336.

⁶⁰ Hüseyin Köse, “Popüler Kültür Bağlamında Frankfurt Okulu ve Kültürel Manipülasyon Tezi”, **İ.Ü. İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2001, Sayı:11, s.334.

⁶¹ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s.39.

⁶² Herbert, Marcuse, **Tek Boyutlu İnsan**, çeviren: Aziz Yardımlı, İstanbul, İdea Yayınları, 1990, s.6.

⁶³ Nurçay Türkoğlu, **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim**, İstanbul, Kalemus Yayınları, 2007, s.145.

⁶⁴ Göran Therborn, **Frankfurt Okulu**, editör: Emre Bağce, Ankara, Doğu Batı Yayınları, 2006, s. 46.

kitle iletişim araçlarının öncülerini görseller de, çalışmalarında teknolojinin yaşamı şekillendirme noktasına geleceğini öngörmüşlerdir.

Benjamin kültür endüstrisinde teknolojik gelişmeleri onaylayan tek düşünürdür. 1935 yılında kaleme aldığı çok ses getiren makalesi “Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı” adlı makalesinde popüler kültürü bir çeşit demokratikleşme alanı olarak görmektedir. Benjamin’e göre; “kitle kültürü hem yanlış bilinç fantazmagoryasının kaynağıdır, hem de bunun üstesinden gelecek kolektif enerji kaynağıdır.”⁶⁵

1.1.4.2. İngiliz Kültürel Çalışmaları

Frankfurt Okulu, Marksist düşünürlerce Marksizmin ekonomi dışındaki kültürel ve sanatsal tarafına dikkat çekmek için kurulmuş bir okuldur. 1960’lardan sonra Frankfurt Okulu’na yaklaşan çizgide İngiliz Kültür Okulu’nu görmekteyiz. Çalışmalarını İngiltere Birmingham’da sürdürdükleri için bu isimle de anılmışlardır. Temsilcilerinden, Richard Hoggart, Stuart Hall, Raymond Willams, John Fiske sayılabilir.

Okulun kitle kültürü alanında yaptığı çalışmalarda, önceleri popüler kültür ile kitle kültürü arasında fark görülmemiştir. İngiliz Kültürel Çalışmalar Merkezi yaptıkları kültürel incelemeler sonucu, kitle kültürü kavramı ve kuramını doğru bulmayarak yerine popüler kültür kavramını kullanmışlardır. Bu bağlamda; okulun kültürel çalışmalara ve popüler kültüre bakış açısı; insanların sanıldığı gibi aptal olmadıkları, çıkarlarını savundukları yönünde olmuştur. “1980’leden sonra birçok ülkede uygulanan neoliberal politikalar sonucu küresel kitle kültürü kavramı yaygınlaşmış, Kültürel İncelemeler’in önemli düşünürleri Raymond Willams, Stuart Hall tarafından da kullanılmıştır.”⁶⁶

Eleştirel Okul düşünürleri kitleleri değil, kültür endüstrilerini suçlamışlardır. Onlara göre; “kitleler aşağılık değil, aşağılarda tutulmak istenenlerdir.”⁶⁷ Stuart Hall, üretilen bir medya metninin, izleyici tarafından farklı okunabileceğini ileri sürmüş ve popüler kültürden yana tavır almıştır. “Hall’a göre bağımlı sınıflar kültürel aptallar

⁶⁵ Mukadder Çakır, **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara, Ütopya Yayınevi, s. 245.

⁶⁶ A.e., s. 238.

⁶⁷ A.e., s. 15.

değildirler.”⁶⁸ Yaşadıkları durumun farkında olup, kendilerine yeni bir yaşam alanı açmak uğraş vermektedir.

John Fiske eleştirel görüşün pasif izleyici kavramına karşı çıkararak,⁶⁹ popüler kültürü, halkın iktidara direniş alanı olarak kabul etmektedir. Ama halkın iktidarın karşısında yer almadığını da söylemektedir. Fiske’ye göre, birbiriyle bağlantılı ve etkileşimli olan ve popüler kültürü yaratan kültürel ürünler, Finansal ve Kültürel Ekonomi üzerinden işlemektedir.⁷⁰

Raymond Williams, kültür yaklaşımı olarak ‘teknolojik belirlenimcilik’ten yana tavrını koymuştur. Williams’a göre; önce biçimsel yapı belirlenmiştir. “Yalnızca yayıncılık araçları arzı talepten önce gelmekle kalmamış, aynı zamanda iletişim yolu da içerikten önce gelmiştir.”⁷¹ Raymond Williams televizyon yayınlarını analiz ederek, kitle iletişim araçlarıyla bağımlı izler-kitle yaratılmaya çalışıldığını, böylelikle iktidarın kitle üzerinde hegemonya sağladığını savunmuştur. Bakıldığında “bugün şaşırtıcı olan televizyon programlarının içeriği değil, biçimidir.”⁷²

Jacques Ellul, teknolojiyi sorumlu tutmaktadır. Amaç demokratikleşmekse, vatandaşların siyasete içinde olmaları gerektiğini savunmaktadır. Ellul’e göre; demokratik olmayan toplumun nedeni, propaganda ve kültürdür. “Sıradan insanlar tıpkı Pavlov’un köpekleri gibi propagandaya karşı koyamayan robotlar”⁷³ durumundadır. İnsanlar ne olduğunu anlamadan propagandacıların kurbanı olmaktadırlar, demokrasi de böylece budanmaktadır. Benzer biçimde, David Rowe’da kitle kültüründen bahsedildiğinde; “kültür üretim ve içeriğindeki

⁶⁸ Taner Özcan, “İngiliz Kültür Okulu”, (Çevrimiçi),

http://www.teias.gov.tr/eBulten/makaleler/2009/ing_kult_okulu.htm, 16.12.2016.

⁶⁹ Levent Yaylagül, Nilüfer Korkmaz, **Medya Popüler Kültür ve İdeoloji**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2008, s.136.

⁷⁰ Özlem Güllüoğlu, “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme”, **Yeditepe Üniversitesi Küresel İletişim Dergisi**, Cilt 2, Sayı 4, Bahar 2012, s. 67.

⁷¹ Raymond Williams, **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, çeviren: Ahmet Ulvi Türkbağ, Ankara, Dost Kitapevi, 2003, s.22.

⁷² **Taarruz: Eğlendirerek Hükmetmek Halklara karşı Kitle Kültürü**, çeviren: Yavuz Polat, Ankara, Heretik Yayıncılık, 2013, s. 48.

⁷³ Herbert J. Gans, **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, çeviren: Emine Onaran İncirlioğlu, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005, s.67- 68,74.

endüstrileşmenin, iletişim terimleriyle, kaynak ile hedef arasında, ‘Pavlovgil’ bir ilişkinin hayalinin hep dolaştığından söz etmektedir.”⁷⁴

Teknolojiye ne kadar bağımlı olunursa, işin içinden çıkmak da o kadar zor görünmektedir. İnsan ümitsizliğe kapılıp, öz güvenini yitirebilir. Teknolojinin çoğalması, insanlığı angaryadan kurtarıp gerçekten özgürleştirmek yerine zihinsel, ahlaki ve duygusal hayatlarını işgal edip, toplumsal değişimi arzulayamaz hale getirebilmektedir.⁷⁵ “Üstelik bu geri çevrilme olanağı bulunmayan bir süreçtir, çünkü bu sürecin kaynağında durdurulamaz olan teknolojik gelişmeler yatmaktadır.”⁷⁶ Böylece teknoloji insan yaşamının yönlendiricisi konumuna erişmiş olmaktadır. Teknoloji mutlaka bir dünya görüşü dayatmaktadır. “Yeni teknolojiler, bir kültürün dünyayı algılayış biçimini belirleyen, ta içimize işlemiş bulunan düşünce alışkanlıklarını değiştirirler.”⁷⁷

Kültürel çalışmalar 1970’lerden itibaren Postmodern/Postyapısalcı bir çizgide ilerlemeye başlamıştır. “Kültürel çalışmaların 1980’li yıllardan itibaren izlediği gelişim siyaset dışı kalma sürecidir.”⁷⁸ Frankfurt Okulu’nun son temsilcilerinden Douglas Kellner’e göre; popüler kültür, postmodern kimliklerin inşasında yapı taşıdır. Bu bağlamda tüketim ve boş zaman da inşacıdır.

1.2. Eğlence Endüstrisi

“Gilles Liposky, kültür endüstrilerinin öncelikle amacının şimdikiyi yaşatmak, kitleleri anlık tatmin etmek olduğunu söylemektedir.”⁷⁹ Bu bağlamda; kültür endüstrisi bir eğlence işletmesidir. “Sözlü kültürün yazılı kültüre ve yazılı kültürün de görsel kültüre dönüşmesiyle birlikte eğlence, zaman ve mekan sınırlılıklarını kıran, bireye özgürlükten bağımsızlaşıp yığımsal etkinliğe dönüşen bir sosyalleşme

⁷⁴ Erol Mutlu, **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005, s. 312.

⁷⁵ Tania Modleski, **Eğlence İncelemeleri**, çeviren: Nurdan Gürbilek, İstanbul, Metis Yayınları, 1998, s.197-198.

⁷⁶ Erol Mutlu, **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005, s. 309-310.

⁷⁷ Neil Postman, **Teknopoli**, çeviren: Mustafa Emre Yılmaz, İstanbul, Paradigma Yayınları, 2006, s. 23.

⁷⁸ Armand Mattelart, **Kültürel İncelemelere Giriş**, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2007, s. 98.

⁷⁹ Mukadder Çakır, **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara, Ütopya Yayınevi, s. 403.

unsuru halini almıştır.”⁸⁰ Bu yolla sosyalleştiğini düşünen birey için eğlence bir kaçış alanıdır.

“Eğlenmek her zaman bir şey düşünmemek, gösterildiği yerde bile acıyı unutmak demektir. Bunun temelinde yatan şey, güçsüzlüktür. Gerçekten de bu bir kaçıştır, ama eğlencenin iddia ettiği gibi bayağı gerçeklikten değil, gerçekliğin insana bıraktığı direnişe ilişkin son düşünceden kaçıştır. Eğlencenin vaat ettiği özgürleşme, yadsıma gibi, düşünceden de kurtulmaktır.”⁸¹

Eleştirel kuramda kitleler, düşünmeden hayatlarını kültür endüstrisinin eğlence içerikli ürünleri ile doldurdukları için suçlanmaz ve aşağılanmazlar. Bunun yerine onlar için kaygılanılır ve endişe duyulur.⁸²

“Bir halk saçma sapan şeylerle eğlendiği zaman, kültürel yaşam aralıksız eğlence turları şeklinde yeniden tanımlandığı zaman, ciddi kamusal konuşmalar bebeklerin çıkardıkları seslere benzedikleri zaman ve kısacası halkın kendisi bir izleyici kitlesi, halkın kamusal işleri de bir vodvil temsiline döndüğü zaman, artık ulus riskle yüz yüze gelmiş ve kültürün ölümü açık bir olasılık halini almış demektir.”⁸³

Eğlence kapitalizmle birlikte ortaya çıkmıştır. Jacques Ellul’un de tespit ettiği gibi, şehir hayatının dayanılmazlığı eğlence teknikleriyle katlanılır kılınmıştır. Fabrikalarda veya üretim hattının bir yerlerinde mekanik bir şekilde sürekli çalışan kitlelere “içinde buldukları umutsuz boşluğu algılamamaları için sahte hazlar sunulmaktadır.”⁸⁴ Gustave Le Bon’un şu ifadesi bu durumu net bir şekilde betimler: “Kim ki kalabalığa yanılısamalar sunar, kolayca onun efendisi olur; kim ki bu yanılısamaları bozmaya kalkışır, her zaman onun kurbanı olur.”⁸⁵ Kitleler bu hazlarla kolay ve ucuz yoldan buluşturulmaktadır. “Televizyon, sinema, video, bilgisayar oyunları, gazete, dergi, popüler roman, müzik, futbol, at yarışları, talih oyunları vb. araçlarla vaktin geçirilmesinin bir endüstriye dönüştürülmesi ve büyük paraların

⁸⁰ Derya Tellan, “Mekan, Eğlence ve Popüler Kültür İlişisini Değerlendirmek”, **TRT Akademi Hakemli Dergi**, Cilt:1, Sayı:1, Ocak, 2016, s. 148.

⁸¹ Theodor W. Adorno, **Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi**, çevirenler: Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İstanbul, İletişim Yayınları, 2007, s.78-79.

⁸² Mukadder Çakır, **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara, Ütopya Yayınevi, s. 234, 235.

⁸³ Neil Postman, **Televizyon: Öldüren Eğlence**, çeviren: Osman Akınhay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1994, s. 169.

⁸⁴ Tania Modleski, **Eğlence İncelemeleri**, çeviren: Nurdan Gürbilek, İstanbul, Metis Yayınları, 1998, s. 198.

⁸⁵ Enderhan Karakoç, **Medya ve Popüler Kültür**, içinde: Kazım Tolga Gürel, “Yeni Öte Dünya: Medya”, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s. 151.

döndüğü bir sektör haline gelmesi, söz konusu alanların kitlesel bir av sahası haline geldiğini göstermektedir.”⁸⁶

“Çağımızda eğlence ile popüler kültürün tek bir olgunun iki farklı yüzü olduğu yorumu yaygın kabul görmektedir.”⁸⁷Bu iki olgu birbirini sürekli beslemektedir. Eğlence içeriklerinin yer aldığı kitle iletişim aracı televizyon, popüler kültür ürünü futbol ile aynı çatı altında buluşmaktadır.

İrfan Erdoğan, bugün popüleri üreten ve tanımlayan gücün eğlence endüstrileri olduğunu, “kapitalizmin; örgütlü spor, özellikle de futbolu, iş dışı eğlence ve dinlenme zamanını kolonileştirmede en açık örnek olarak gördüğünü”⁸⁸ söylemektedir.

1.3. Futbol Endüstrisi

“Tüm dünyada kitleleri bir araya getirip, ateşleyen en güçlü popüler kültür ürünü futboldur.”⁸⁹ Günümüzde futbol oyununu bilmeyen topluluk yok denecek kadar azdır. Simon Kuper, futbolun bazı kültürlerde yaşamsal önem arz ettiğini şöyle anlatmaktadır:

“Napoli’de bir adamın parası olduğunda ilk olarak kendisi için yiyecek bir şeyler alır, ardından da futbol maçına gider ve yaptığının en iyisi olduğunu düşünür. Söz konusu Brezilya olduğunda ise; en küçük köyde bile bir kilise ve bir futbol sahası bulunur. Öyle ki, bazen kilisenin olmadığı yerler olmasına karşın, futbol sahasının olmadığı bir yer yoktur.”⁹⁰

Futbol, kitleleri harekete geçirmek için biçilmiş kaftandır. Çünkü “futbolun en önemli üstünlüğü basitliğidir.”⁹¹ Futbol yaşlı, genç, çocuk, yetişkin herkesin kolayca anlayabileceği ve yapabileceği bir spordur. Sadece bir topa ihtiyaç vardır ve oyunun

⁸⁶ Theodor W. Adorno, **Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi**, çevirenler: Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İstanbul, İletişim Yayınları, 2007, s. 248.

⁸⁷ Derya Tellan, “Mekan, Eğlence ve Popüler Kültür İlişkisini Değerlendirmek”, **TRT Akademi Hakemli Dergi**, Cilt:1, Sayı:1, Ocak, 2016, s. 149.

⁸⁸ İrfan Erdoğan, “Kültürün Ne Olduğu Üzerine”, **Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi**, Popüler Kasım 2004, Sayı: 57, s. 5,13.

⁸⁹ Selçuk Özdağ, Savaş Duman, İ. Bülent Fişekçioğlu, “Popüler Kültür: Futbol mu, “Putbol” mu?”, **Türkiye Kickboks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt: 4, Sayı:1, Ocak, 2011, s. 14.

⁹⁰ Simon Kuper, **Football Against The Enemy**, London, Orion Books, 1996, s. 1.

⁹¹ Pascal Boniface, **Futbol ve Küreselleşme**, çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul, NTV Yayınları, 2007, s.11.

kuralları oldukça basittir. Açık ya da kapalı her alanda ve her iklimde oynanabilir. Amaç eğlenmek ve keyif almaktır.

Futbolun diğer eğlencelerden en büyük farkı, geniş izleyici katılımıyla gerçekleşiyor olmasıdır. Bu bakımdan “futbolun geniş kitleleri ilgilendiriyor olması, futbolu popüler kültürün nesnesi haline getirmiştir.”⁹² Eğer “bir işadamı kıyafetinden sıyrılarak kendi yerel takımının forma renklerini kuşanıp takımını en ucuz tribünden izleyerek alkışlıyorsa işte o vakit popüler kültüre katılıyordur.”⁹³

Popüler olan “medyatikleşen futbol kitlesel bir eğlence biçimi olarak, toplumun tümü için bireysel ve kolektif bir kimlik mekanına dönüşmüştür.”⁹⁴ Sohbetlerin ya da aktivitelerin ortak paydasını oluşturan, yaşamda önemli bir yer edinen futbol, artık sadece bir eğlence değil, bir hafta sonu etkinliğidir ve tüm günü doldurmaktadır. “Futbol izlemenin ve üzerinde muhabbet etmenin ekstra bir bilgi ve maharet gerektirmemesi, onun kitlelere yönelik olmasını açıklayacak farklı bir yönüdür.”⁹⁵

J.B.Priestley, “futbolun 22 adamın topun peşinden koşması olduğunu düşünmenin, kemanın telden ve yaydan, Hamlet'in kağıt ve mürekkepten ibaret olduğunu söylemekten bir farkı yoktur.” demiştir.

“Birçoğumuz için 22 kişinin bir topun peşinden koştuğu ve anlamsız çekişmelere sahne olan bir oyun, kimimiz için ise zamanının büyük bölümü ona adanmış, onunla yatılıp onunla kalkılan, bir spordan çok bir yaşam biçimidir futbol. Bazılarımız için ise insanlarla ilişki kurmada etkin bir araç veya dost sohbetlerinde konuşulacak konu kalmadığında imdadımıza yetişen bir arkadaştır. Hemen herkesin bir fikir sahibi olduğu ve herkes için farklı anlamlar taşıyan futbol bugün milyarlarca insanı ekran başına kilitlemektedir. Binlerce insanı stadyum denilen kafeslere hapseden bir oyunun bu kadar kitleselleşmesinin ardındaki sosyolojik nedenler ve insanlar üzerinde yarattığı etki ile bütün bunların kimlerin çıkarlarına denk düştüğü konusunda kafa yormamak, futbola

⁹² Ahmet Talimciler, “Türkiye’de Erkek Kimliğinin Oluşumunda Göz Ardı Edilen Alan: Spor/Futbol”, **Erkek Kimliği’nin Değiş(meye)n Halleri**, İstanbul, Beta Basım Yayım, 2009, s.220.

⁹³ John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, çeviren: Prof. Dr. Süleyman İrvan, İstanbul, Parşömen Yayıncılık, 2012, s. 60.

⁹⁴ Erol Mutlu, **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005, s. 339.

⁹⁵ Ünal Şentürk, “Popüler Kültür Örneği Olarak Futbol”, **C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi**, 2007, Cilt:31, No: 1, s.25-41.

hak ettiği önemi vermemek anlamına gelir. Bu da çevremizde olup bitenlere sırtımızı çevirmenin, olanlara kulak asmamanın bir çeşididir.”⁹⁶

Çünkü futbol getirisi olan her işin arkasındadır. Bu çıkarım; futbolun popüler ve endüstriyel bir ürün oluşunun kabulüdür.

“Modern Dönemin başlarında Makyavel, prensine, iyi yönetmek ve toplumu yönlendirmek için gösterilerin çok iyi kullanılması gerektiğini tavsiye etmişti. Modern devletlerin yöneticileri ve kralları da gösterileri, yönetim ve iktidarlarının ayrılmaz bir parçası haline getirmişlerdir. Popüler eğlence geçmişinin kökleri gösteriye uzanır. Savaş, din, spor ve kamu hayatının diğer alanları, yüzyıllar boyunca, gösterinin yayılması için verimli araziler olmuştur.”⁹⁷

1.3.1. Futbolun Zamansal Açıdan Gelişimi

Futbol oyununun ilk defa nerede ve ne zaman oynandığı kesin olarak bilinmemektedir “15 Temmuz 2004'te, Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği Başkanı Joseph S. Blatter, 3. Çin Uluslararası Futbol Şampiyonası'nda tüm dünyaya “futbolun ilk olarak Çin'de çıktığını”⁹⁸ ilan etmiştir. “Çin kaynaklarına göre, futbol İ.Ö. 2697 yıllarında oynanmaya başlamıştır.”⁹⁹ Çin'deki tarih kitaplarında yer alan bilgilere göre;

“Ayakla itilen top anlamına gelen ‘cuju’ dünyada oynanan ilk ‘futbol’dur. M.Ö. 16. ve 11. yüzyıllar arasındaki Shang dönemine ait kaplumbağa kabukları üzerinde ‘cuju dansından’ söz ediliyor. ‘Ayak topu’ M.Ö. 206 ve M.S. 220 yılları arasındaki Han Hanedanı döneminde saraya girmiş. Bu dönemde deriden yapılan ve içi tüyle doldurulan topun peşinde koşanlar arasında imparatorlar ve vezirler de varmış. Bu yıllarda ayak topu askeri eğitimlerde de kullanılmıştır.”¹⁰⁰

Yine “Çinlilerin kayıtlarında; kuzeyli barbarlarca ayaktopu oyunu ‘soğuk yemek’ anlamına geliyordu. Çing-ming bayramı günü oynatılıyordu.”¹⁰¹ Değişik kaynaklarda da eski devirlerde futbola benzer oyunların Türkler tarafından

⁹⁶ Endüstriyel Futbol ve Futbol Kültürü, (çevrimiçi)

<http://yoldaspancuni.blogspot.com.tr/2009/09/endustriyel-futbol-ve-futbol-kulturu.html>, 03.04.15.

⁹⁷ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 20.

⁹⁸ CRI Online Türkçe, “Çin'in eski çağlarındaki futbol---Cuju”, (çevrimiçi), <http://turkish.cri.cn/281/2008/12/19/1s106712.htm>, 7.12.2017.

⁹⁹ Habibe Öngören, Ece Karadoğan, “Küresel Tutku: Futbol”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2002, Sayı:14, s.211.

¹⁰⁰ Ekonomi Dünya Dergisi, “Futbol İlk Kez Çin'de Oynandı”, (çevrimiçi), <http://www.ekonomidunya.com/futbol-ilk-kez-cin-de-oynandi/4090/>, 7.12.2017.

¹⁰¹ H. Basri Öngel, **Türk Kültür Tarihinde Spor**, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, 2001, s.223.

oynandığını söylenmektedir. Bunlardan birisi de Divanı Lugat-i Türk'tür. Kaşgarlı Mahmut kitabında, “toparlık biçiminde dökülen kurşun küreyi keçi kılına sararak, top yaptıklarını ve çocukların teperek oynadıkları bu oyuna ‘Tepük’ dendiğini yazmıştır.”¹⁰²

Futbolda topa el ile dokunulması kural gereği yasaktır. Topa el ile dokunulmamasının temelinde Eski Türkler’de bulunan Göktanrı inancı yer aldığı düşünülmektedir.¹⁰³ Eski Türklerde, Göktanrı inancından dolayı, onu sembolize eden güneş tabu idi. Bu nedenle; “güneşi sembolize eden her nesne de tabu olarak değerlendirilmekteydi ve ayak topu yani futbol oyununda, güneşin simgesi olan topun elle tutulması yasaktı.”¹⁰⁴

Top oyunları ilk çağlardan itibaren oynanmaktaydı. Bu oyunlar, insanların bir araya geldikleri, eğlendikleri, vakit geçirirken tanışıp kaynaştıkları oyunlardı. Ortaçağda edebiyat, çağın romantik insanın hayal gücünü doyurmaya yeterli gelmediği için spor karşılaşmaları ve turnuvalar daima güçlü, dramatik ve erotik boyut taşımaktaydı.¹⁰⁵

“Orta çağda birçok şehirlerde genç kızlar ve delikanlılar yeşil çimenler üzerinde şarkılar söyleyerek danslar ederek birbirlerine top atıp eğlenirdi. Bugün şarkı halindeki hikayelere verdiğimiz (Ballade) ve danslı eğlencelere verdiğimiz (Bal) yani balo isimleri o eski danslı şarkılı top oyunu eğlencelerinden gelmektedir.”¹⁰⁶

Günümüzde modern futbolunun beşiği sayılan İngiltere’ye ‘harpastum’ adıyla bilinen oyunu Romalı Lejyonerler getirmiştir.¹⁰⁷ Oyundaki mücadele arzusu, insanların yeteneklerini gösterme çabalarıyla birleşince, futbolun kısa sürede bilinir ve sevilir hale gelmesini sağlamıştır. “1350 yılında Kral III. Edward, halkı daha faydalı savaş idmanlarından alıkoyacağı düşüncesiyle Britanya’da top oyunlarını yasaklamış olsa da futbol gelişimini sürdürmüştür.”¹⁰⁸

¹⁰² Ömer Serim, **Futbol Sanatı**, Ankara, Bencekitap, 2014, s.187.

¹⁰³ Ayhan Dever, **Spor Sosyolojisi**, İstanbul, Başlık Yayınları, 2010, s.71.

¹⁰⁴ H. Basri Öngel, **Türk Kültür Tarihinde Spor**, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, 2001, s.238.

¹⁰⁵ Ünsal Oskay, **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1998, s.321-322.

¹⁰⁶ Gündüz Kılıç, Eşfak Aykaç, Coşkun Özari, **Futbol Bizim Dünyamız**, İstanbul, Doğan Kardeş Yayınları A.Ş. Basımevi, 1962, s. 9.

¹⁰⁷ Ömer Serim, **Futbol Sanatı**, Ankara, Bencekitap, 2014, s.189.

¹⁰⁸ Gündüz, Kılıç, Eşfak Aykaç, Coşkun Özari, **Futbol Bizim Dünyamız**, İstanbul, Doğan Kardeş Yayınları A.Ş. Basımevi, 1962, s. 9.

Futbolun Avrupa'daki yayılımı İngiltere'den başlamıştır. "Fransızlar, İngilizler ve İtalyanlar, futbolun kendi topraklarından yayıldığını iddia etseler de, bugünkü haline en yakın şeklini 17. Yüzyıl'da İngiltere'de almıştır."¹⁰⁹

19. yüzyılda başlayan sanayi devrimiyle birlikte, "önceleri sokaklarda ve açık alanlarda oynanan bu oyun zamanla özel ve denetim altında tutulan alanlara kapatılmış, orta sınıfın, popüler hazları bastırma stratejisinden çok bu hazları kendine mal etme ve yeniden biçimlendirme stratejisinin bir parçası olmuştur."¹¹⁰

"Sporun yeniden geniş kitleleri peşinden sürüklemesi sanayi devriminin yarattığı ekonomik, toplumsal ve siyasal sonuçlarla yakından bağlantılı olmuştur. Bu dönemde boş zaman sürecinde yaşanan artış, daha çok sayıda insanın sportif etkinliklerle uğraşmasına yol açmakla kalmamış, daha önce 'spor yapma' tekeli elinde bulunduran egemen sınıfa mensup insanlar yerlerini terk etmişler, onların bıraktıkları alanları sporu meslek edinen kişiler almıştır. Spor yapma tekeli elinden çıkaran egemen sınıf, sportif organizasyonların düzenlenmesi, spor sahalarının, stadyumların inşası kısaca sporun paraya döndürülmesi sürecinde ön planda yer almıştır."¹¹¹

Böylece futbolda işçi ve işveren sınıfının görev bölüşümü yapılmış, işçiler izleyici konumuna, işveren de destekçi konumuna geçmiş, futbolun endüstrileşme süreci de başlamıştır. "Seyircisi de oyuncusu da başlangıçta işçilerden oluşan futbol günümüzde oyuncular için bir iş kolu halini almıştır."¹¹²

"26 Ekim 1863'te Londra'daki Freemans Lokali'nde 11 takımın temsilcisi bir araya gelerek, futbol tarihinin 13 kuralı içeren ilk tüzüğünü hazırlamışlardı. Böylece modern futbolun temelleri atılmış oluyordu. Ancak bu kurallar içerisinde maçın süresi ve takımların kaç oyuncu ile sahaya çıkacağı yer almıyordu. 1866'da, Sheffield FC, İngiltere Futbol Federasyonu'na, tüm kuralların uygulandığı örnek bir maç yapmayı etmişti. Bu dönemde, Sheffield FC maçlarını genellikle 11 kişi oynamaktaydı. Bu nedenle, Federasyon da üyelerinin en iyi futbolcularından oluşturduğu karma takımı 11 kişi olarak belirlemişti. 31 Mart 1866 günü maç başlamadan bir süre önce, bir son dakika önerisiyle maçın 90 dakika oynanmasına karar verildi. 1877'de de 'bir futbol maçının süresi 90 dakikadır' maddesi kural kitapçığına eklendi. Bundan yirmi yıl sonra

¹⁰⁹ Ömer Serim, **Futbol Sanatı**, Ankara, Bencekitap, 2014, s.189.

¹¹⁰ John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, çeviren: Prof. Dr. Süleyman İrvan, İstanbul, Parşömen Yayıncılık, 2012, s. 93.

¹¹¹ Ahmet Talimciler, "Türkiye'de Erkek Kimliğinin Oluşumunda Göz Ardi Edilen Alan: Spor/Futbol", **Erkek Kimliği'nin Değiş(meye)n Halleri**, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2009, s.50.

¹¹² A.e., s.216.

da 14 Haziran 1897'de de takımların 1 kaleci ve 10 futbolcu olacak şekilde 11 oyuncu ile sahaya çıkabileceği kural kitapçığına madde olarak eklendi.”¹¹³

Daha sonra futbolun olimpiyat oyunlarına da dahil edilmiştir. “1908 yılında, yine İngiltere Londra’da, futbol ilk kez olimpiyat oyunlarında yer almıştır.”¹¹⁴

Profesyonel sporlar, ilk çağlardan beri popüler eğlencelerin ve gösterilerin en önemlilerinden biridir. “Eski Yunan’daki ilk olimpiyatlar ve Eski Roma’daki iki tekerlekli araba yarışları ve gladyatör dövüşlerinden beri spor, eğlence ve gösterinin belli başlı sahalarından biri olmuştur.”¹¹⁵ Yerleşik hayata geçilip, çalışma hayatının başlamasıyla birlikte, içeriği olmayan özgürlük alanlarına sınırlama gelmiş, dünya çapındaki gösteriler başlamıştır.

1.3.1.1. Boş Zaman

Boş zaman; “işten arta kalan, serbest zaman olarak” tanımlanmaktadır.¹¹⁶

Boş zaman antik Yunan’da bir statü, aynı anda düşünmenin kutsandığı yaşam tarzını ifade ediyordu. Oysa Roma’da durum tam tersiydi.

“İşi tamamlayıcı olarak görülen boş zaman oyun, spor ve gladyatör dövüşleriyle eğlenceli hale getirilmeye çalışılmıştı. Orta dönemde, işten boşalma ve bir etkinliğe katılma özgürlüğünü temsil ediyordu. Bu durum geç orta çağda gösteriş sembolüne dönüştü ve modern çağa kadar taşındı.”¹¹⁷

Modern çağda kapitalizmle birlikte tüketimin de önemi artmıştır. Tüketmek için çalışmak gereklidir, çalışmak için de tüketmek. Bu kısır döngü içerisinde toplumsallaşmaya uğraşan, modern dönem insanı çalışma saatleri boyunca bulamadığı mutluluğu ve insanca yaşama olanağını, çalışma-dışı zaman ve mekanlarda bulabileceğine inanmak istemektedir. Bu nedenle, “çalışma hayatını,

¹¹³ Didem Dilmen, , “Neden 11 Kişi, Neden 90 Dakika”, **Fitbol Dergisi**, Aralık 2015, sayı:4, s.15.

¹¹⁴ Ömer Serim, **Futbol Sanatı**, Ankara, Bencekitap, 2014, s.191.

¹¹⁵ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 134-135.

¹¹⁶ Umud Osmanlı, Sevde Kaya, “Püritanizm’den Hedonizm’e Değişen Boş Zaman Kavramı”, (çevrimiçi),<http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/PrutanizmdenHedonizmeDegisenBosZamanKavrami.pdf> ,17.11.2017.

¹¹⁷ Ömer Aykaç, “Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2002, Cilt: 12, Sayı: 1, Sayfa: 231-260.

çalışma-dışı “özgürleşimler” için “çekilmesi gereken” araçsallaştırılmış etkinlik gözüyle görmektedir.”¹¹⁸

“Kapitalizmin temel dinamikleri göz önünde bulundurulduğunda ekonomik açıdan boş zaman, kapitalizmin kesinlikle vazgeçemeyeceği bir zaman dilimi haline gelmiştir. Siyasal açıdan ise boş zaman süreci, kitleleri her türlü toplumsal sorun karşısında kayıtsızlaştırma, apolitikleştirme ve iktidar süreçlerinin yaşandığı bir siyasal davranış modeli üretme yönünde en etkili araçlardan biri olarak görülmektedir.”¹¹⁹

“Gelişkin Batı toplumlarındaki işçi ve emekçi kesimlerin ücretlerinde bir azalmaya yol açmaksızın uygulanan çalışma saatlerinin azaltılması uygulamaları ile elde ettikleri leisure olanaklarını, kendilerini insan olarak yüceltecek amaçlar için nasıl kullanabileceklerini bilememekte, öğrenememekte, buna yarayacak bir kültürel birikime sahip bulunmadıklarını göstermektedirler. (Svados, “Less Work, Less Leisure”, Larrabee, 1957)”¹²⁰ Bu durumda devreye uzmanlaşmış boş zaman endüstrileri girmektedir. Bu bağlamda; fiziksel boşalım oluşturacak kentli aktivitelerden biri de popüler kültür ürünü futboldur. Popüler kültür; “iş dışı yaşamda tecrübe ettiğimiz gündelik yaşam pratikleridir dolayısıyla serbest zamanla ve onu kullanma biçimleri ile doğrudan ilgilidir.”¹²¹

Popüler kültür düzeyinde yaşayan günümüz insanı için spor sadece bir izlenec konumundadır. “Spor yapan insan spor izleyen insana dönüşmektedir; çünkü yedek işçi “işsizler” ordusu vardır ve işçinin bedenini yeniden üretim için sağlıklı kılmasına, dolayısıyla sağlıklı bir işçi sınıfına gereksinim duyulmamaktadır.”¹²² Tüketim toplumunun çalışanları artan ihtiyaçlarını gidermek için boş vakitlerinde spor yapmak yerine ek işte çalışmayı yeğlemektedirler.

“Svados’un ABD’li otomotiv yan sanayi kuruluşlarının desteği ile yaptığı çalışma; ücretleri artıp çalışma saatleri kısalan işçilerin nasıl bir kültür oluşturacaklarına dair bir araştırmadır. İşçiler birkaç ay sonra ekonomik olarak daha rahat yaşamak için ikinci bir işte çalışmaya başlamışlar; yeni bir araba, buzdolabı derken sistemin hegemonik

¹¹⁸ Ünsal Oskay, **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1998, s. 399-400.

¹¹⁹ Şükrü Argın, “Boş Zamanın Anlamı Üzerine Notlar”, **Birikim Dergisi**, 1992, Sayı: 43.

¹²⁰ Ünsal Oskay, **Çağdaş Fantazy**, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2014, s. 196.

¹²¹ M. Bilal Arık, “İnsan ve Toplum Birarada Düşünmedikçe Popüler Kültürü Tartışamayız”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s. 3.

¹²² Rahşan İnal, **Küreselleşme ve Spor**, İstanbul, Evrensel Basım Yayın, 2008, s.22-23.

kültürüne daha da batmışlardır. Altı ay sonra özgürleşmeci yeni bir kültürü arayan insanlar yerine, tüketim kapasitesini attırmak için her yolu mübah sayan, yabancılaşmış, yalnızlaşmış ve inançsızlaşmış insanlar ortaya çıkmıştır. İşçiler kendilerinden duydukları utanç ve iç kırıklıklarıyla başa çıkabilmek için maço kültürünü daha yoğun yaşamaya ihtiyaç duymuşlardır. Bunun sonucu da sert ve öldürücü sporlara merak salmışlar, kaba saba konuşulan erkek birahanelerinin ortaya çıkmasına neden olmuşlardır.”¹²³

Çok sayıda maden işçisinin olduğu İngiltere’de ‘pub’ların da fazla sayıda olması tesadüfi görünmemektedir. Televizyonun gelişimiyle, birahanelerde futbol maçları da popüler kültürün tamamlayıcı bir unsuru olarak izlenmeye başlamıştır. “Boş zaman, çağdaş kapitalizmin işleyişinde önemi giderek artan bir bileşene dönüşmektedir; daha açık olarak, izleyiciler araçsal bir biçimde tek amaç olan (artı) değer çekilip alınacağı biricik hedef olarak görülürken, izlenme edimi de sermaye içine dahil edilerek değerlendirilmeye bırakılmakta ve kazanca dönüştürülmektedir.”¹²⁴

1.3.2. Futbolun Mekansal Açından Gelişimi

“Futbol, İngiltere’de icat edilip geniş halk kitlelerince oynanmasından sonra tüm Avrupa’ya yayılır. Fakat bu yükseliş 18. yy.’da bir duraklama dönemine girer. Kenar mahallelerde ve kasabalarda futbol eskisi gibi oynanamaz hale gelmeye başlamıştır. Bu gerilemenin ardındaki nedenleri araştıran sosyologlar "zaman ve mekan kıtlığının" önemli nedenler olduğunun farkına varmışlardır. Halkın futbol oynadığı sahalardan genellikle kamuya aitti ve herkesin kullanımına açıktı. Fakat 17.yy.’da başlayan özelleştirmelerden bu tür araziler de nasibini alır. Çitlerle çevrilerek özelleştirilen araziler halkın kullanımına kapatılır. Artık meclis kararıyla yapılan "çitle çevirme" 18. yy.’da doruğa ulaşmıştır. Böylece halk futbol oynayacak arazilerden yoksun bırakılmıştır.”¹²⁵

19. yüzyıldan itibaren ulus devletlerin ortaya çıkmasıyla futbol iktidarın yani devletin etkisi altında gelişimini sürdürmüştür. Futbolun ulus-devletin oluşumuna paralel gelişme kaydetmesi İngiltere’de mülkün sınırlarının çizilmesiyle alakalıydı. Futbol böylece devlet eliyle statlara taşınmış, bir anlamda halkın elinden alınarak

¹²³ Ünsal Oskay, **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, İstanbul, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık Ticaret ve Sanayi A.Ş., 1998, s.190-192.

¹²⁴ Funda Başaran, **Marks Geri Döndü (Derleme)**, Notabene Yayıncılık, Ankara, 2014, s. 339.

¹²⁵ Endüstriyel Futbol ve Futbol Kültürü, (çevrimiçi) <http://yoldaspancuni.blogspot.com.tr/2009/09/endustriyel-futbol-ve-futbol-kulturu.html>, 03.04.15

erkin eline bırakılmıştır. Sanayi toplumunda işçiler çalışmadıkları süreleri sistemin denetiminde olan bir şeylerle dolduruyorlardı.

Gramsci sporun üretim evresinin, ideolojik olarak, sivil toplum tarafından yaşama geçirildiğini savunmaktadır. Sivil toplum; “moral, kültürel ve entelektüel açıdan kontrolü ele alarak iktidara hizmet etmektedir.”¹²⁶

Futbol 19. ve 20. yüzyıl Avrupa’sında iktidarla birlikte yol almıştır. “Faşist rejimler tarafından yönetilen Hitler dönemi Almanya’sında, Sovyetler birliği döneminde ve eski doğu bloku ülkeleri genel olarak spor ve özel olarak futbol ideolojisinin taşıyıcılığını yapmışlardır.”¹²⁷

Uzun yıllar (1933-1974) Portekiz’i yöneten diktatör general Salazar’ın üç F’sinden biri futboldur.

“Futbol afyonunun kitleleri uyutmasına, onların düzen sınırları içerisinde deşarj olmalarına en iyi örnek Franco faşizmi ve İspanya’dır. Bu konuda herkesin aklına Franco’ nun İspanya ’yı 30 yıl boyunca 3F olan; Fiesta (şölen), Fuhuş ve Futbol ile yönettiği akla gelir. Ancak bu sözler diktatör Antonia Salazar’ın "Portekiz’i 40 yıl süreyle 3 F- Fiesta, Fadima (örgütlü din) ve Futbol ile yönettim" sözlerinden esinlenerek Franco’ya uyarlanmıştır. Tabii Franco’nun Barnebau Stadı için "Bana 150 bin kişilik uyku tulumu yapın" sözünün de, futbolun afyon olarak kullanılması konusunda Salazar’ın sözünden aşağı kalır yanı yoktur.”¹²⁸

İnsanların katarsis mekanı olarak inşa edilen statlar, Franko gibi diktatörlerin politik iktidarlarını kullanmaları nedeniyle futbolu kalbinden vurduğuna tarih tanıklık etmiştir.

“Ellili yıllar yer Madrid’in Barnebau stadı. Katalonya’nın gururu Barcelona, diktatör Franko’nun desteklediği Real Madrid ile İspanya kupa finali oynuyordur. Maçın ilk yarısını Barcelona 3-0 önde tamamlar. Devre arasında Barcelona soyunma odasına haber gelir. Diktatör Franko öfkесinden kudurmuştur. Gelen kişi: “Ya ikinci devrede maçı Real Madrid’e vereceksiniz ya da maçı kazanırsanız hiçbir Barcelonalı futbolcu bu stattan sağ çıkamayacaktır.” der. Bunun üzerine ikinci yarı başlar ve maçın sonunda Real Madrid Barcelona’yı 5-3 yener ve kupayı kaldırır.”¹²⁹

¹²⁶ Antoni Gramsci, **Hapishane Defterleri -Seçmeler**, çeviren: Kenan Somer, İstanbul, Onur Yayınları, 1986, s.101.

¹²⁷ Hasan Şen, “Futbolun Değişen Yapısı Üzerine Sosyolojik Bir Analiz”, **YDÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt VI, No. 1, Nisan 2013, s.95.

¹²⁸ Endüstriyel Futbol ve Futbol Kültürü, (çevrimiçi) <http://yoldaspancuni.blogspot.com.tr/2009/09/endustriyel-futbol-ve-futbol-kulturu.html>, 03.04.15

¹²⁹ Emin Yaşa, Spor ve Siyaset İlişkisi, (çevrimiçi), <http://www.tigrishaber.com/spor-ve-siyaset-iliskisi-754yy.htm> Mehmet Emin YAŞA / , 03.04.15.

Yüzyılın son çeyreğine doğru Şubat 1974’te, yine aynı statta, Katalonların Barcelona takımı Real Madrid’i 5-0 yenerek ülkelerinde demokratikleşme sürecini başlatmışlardır.¹³⁰

“Geçmişten bugüne kadar futbola baktığımızda, görülen şey hiçbir iktidarın bu alanı terk etmek istemediğidir. Çünkü spor, iktidara sivil alana doğrudan müdahale şansı vermektedir. Yerel yönetimler, belediye başkanları, valiler ve nice iktidar temsilcileri futbol takımlarına sahip çıkarak sempati kazanmaya çalışmaktadırlar. Yerel seçimlerde oy talebinde bulunan siyasiler, gittikleri yörenin takımının atkısını takarlar. Başta, futbol olmak üzere, her spor karşılaşmasında en önemli köşede, özel koltukları ve halk-yönetici hiyerarşisiyle iktidar vardır. Her büyük spor organizasyonu, yarışmalardan önce ilk olarak, birbirlerine teşekkürlerini, methiyelerini sunan siyasilere ve siyasi söylemlere ev sahipliği yaparlar. İktidar madalya törenlerinde de tam takım yerini alır ve başından sonuna kadar kendini sahnede tutar.”¹³¹

Ufacık takımdaşlıktan milli duygulara kadar her şey iktidarın kullanımına yönelik çalışmaktadır. Fransızların 2006 Dünya Kupası’ndaki ilk maçı için “tüm işlerimizi bırakıyoruz” diye başlık atmıştı gazetenin biri. Bu sırada hükümet ortalıkta kol gezen öfkeyi yatıştırmak üzere maçlara bel bağlamıştı. Söz konusu olan ise; siyaset ve itirazın spor aracılığıyla etkisizleştirilmesi idi.¹³²

Şu anda dünyanın dört bir tarafında futbol için özel mekanlar, arenalar inşa ediliyor. Habertürk’ün internet haber sitesinde 2 Aralık 2015 tarihinde yer alan habere göre, ülkemizde 2015 yılı içerisinde 25 tane arena inşaatına başlanmış.¹³³ Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın 26 Mayıs 2017 tarihli ‘Arenalara karşıyım. Arenalarda geçmişte neler yaptıklarını biliyorsunuz değil mi?’ demecinin ertesi günü 27 Mayıs 2017 tarihinde “Türkiye Futbol Federasyonu içinde “Arena” ifadesi yer alan statların adını ‘Stadyum’ olarak değiştirmiştir.”¹³⁴

¹³⁰ Tuğrul Akşar, **Endüstriyel Futbol**, İstanbul, Literatür Yayınları, 2005, s.15.

¹³¹ Mustafa Şahin Karaçam, **İktidarların Futbol Sevgisi**, (çevrimiçi) http://www.radikal.com.tr/radikal2/iktidarlarin_futbol_sevgisi-1147000, Erişim: 03.04.15.

¹³² **Taarruz: Eğlendirerek Hükmetmek Halklara karşı Kitle Kültürü**, çeviren: Yavuz Polat, Ankara, Heretik Yayıncılık, 2013, s. 134.

¹³³ Habertürk, “İşte Türkiye’de Yapılacak Olan Statlar”, (çevrimiçi), <http://www.haberturk.com/spor/futbol/haber/796859-iste-turkiyede-yapilacak-olan-o-statlar>, 02.12.2015.

¹³⁴ Fanatik, “Tff “Arena”ları “Stadyum” olarak değiştirdi” , (çevrimiçi), <http://www.fanatik.com.tr/2017/05/27/tff-arena-lari-stadyum-olarak-degistirdi-1297049>, 28.09.2017.

İktidar bloğunun; adı “arena”, “stadyum” ya da “park” her ne olursa olsun yapımını desteklemesi, işverenin de -oyun ve alışveriş merkezlerini içerisinde barındıran- bu devasa yapılara büyük kaynak aktarmasının ardında büyük beklentileri olduğu gözlenmektedir.

“Yeni futbol ekonomisi, küreselleşmenin de verdiği ivmeyle, sahadaki oyun anlayışına, takım ruhuna ve spor ahlakına doğrudan etki etmektedir. Artık ideal seyircinin yerini, şarkılar söyleyip çırpınan alt gelir grubuna mensup avam takımı değil, stadyum localarına kurulan VIP’ler almaktadır.”¹³⁵

Futbol küresel anlamda yayılmacılığın sembollerinden biri olmuştur. Ulus-devletlerin kurulmasından sonra kaynaştırma fonksiyonunu yerine getirmiştir. Futbol, dış dünyayı fethini denizler ve okyanuslar aracılığıyla başlatmıştır. İngiltere’nin en eski ve köklü kulüplerinin sanayileşmenin başladığı şehirler olduğu gibi, Avrupa’nın en eski ve köklü kulüpleri de bugün hala liman kentlerinin adlarını taşımaktadır. “İngiliz denizciler ve tacirler limanlarda mola verdiklerinde bu sporu icra etmişler, yerli halk da hiç zorlama olmaksızın kısa sürede onları taklit etmeye başlamıştır.”¹³⁶

Günümüzde futbol globalleşmenin göstergelerinden biri olmuş, takımlar dünyaya açılmışlardır. Uluslararası futbolcular ve teknik adamlar yetişmiştir. Bunun sonucunda kapitalist modernite uluslararası ağlar yaratmış,¹³⁷ devasa bir organizasyondur. “Bugün dünyanın en fazla üyeye sahip uluslar arası kuruluşu Birleşmiş Milletler 193 üyeye sahipken, Uluslar arası Futbol Federasyonu FIFA’nın 209 üyesi bulunmaktadır.”¹³⁸

1.3.3. Türkiye’de Futbolun Tarihçesi

Futbolun Türkiye’deki tarihçesi İngiltere kadar eskiye dayanmamaktadır. 1877 yılında İzmir bölgesinde oynandığı söylense de, topraklarımızda futbol ilk defa,

¹³⁵ Tuğrul Akşar, **Endüstriyel Futbol**, İstanbul, Literatür Yayınları, 2005, s.339.

¹³⁶ Pascal Boniface, **Futbol ve Küreselleşme**, çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul, NTV Yayınları, 2007, s.16.

¹³⁷ Ahmet Talimciler, “Türkiye’de Erkek Kimliğinin Oluşumunda Göz Ardı Edilen Alan: Spor/Futbol”, **Erkek Kimliği’nin Değiş(meye)n Halleri** içinde İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2009, s.221.

¹³⁸ Sabah.com.tr, Birleşmiş Milletler’in 193. Üyesi, (çevrimiçi) <http://www.sabah.com.tr/dunya/2011/07/15/birlesmis-milletlerin-193-uyesi>, 10.12 2015.

1890'da, İzmir'de sayfiye semti Bornova'da, yerleşik İngiliz gençleri arasında oynanmaya başlanmıştır. O tarihlerde "Ecnebi"ler kapitülasyonlar nedeniyle cemiyet ve kulüp kurma yasağına tabi olmadıkları için 1894 yılında da 'Football and Rugby Clup' adı altında topraklarımızdaki ilk kulübü kurmuşlardır. Bu takımın oyuncuları, her yıl eylül ayında İstanbul'a gelip oradaki İngiliz ailelerin oluşturduğu takımla futbol ve rugby maçları yapmaya başlamışlardır.¹³⁹ Böylece, futbol İstanbul'a ancak 1895'de gelebilmiştir. "Kadıköy'deki "Papazın Çayırı" adı verilen yeşil alanda İzmir'den İstanbul'a göçen bazı İngiliz ailelerin gençleri kurdukları takımlarda meşin topun peşinden koşmaya başlamışlardır."¹⁴⁰ Fakat "padişah Abdülhamit tebaasının bu Britanya sporuyla ilgilenmesini pek hoş karşılamamış, Türklerin işlerine tuhaf ve gizli bir müdahaleden kuşkulananarak futbolun gelişmesini engellemiştir."¹⁴¹

Futbol ancak Osmanlı'nın son dönemlerinde tekrar oynanmaya başlamış, bu dönemden Cumhuriyet'in kurulduğu ilk yıllara kadar dönemin şartları gereği Türk kimliğinin inşasında kullanılmıştır.

"Osmanlı'daki sportif örgütlenmeler, tıpkı Avrupa'daki benzerlerinde olduğu gibi önce okulların içerisinde gerçekleşmiştir. Mektebi Sultaniyi(Galatasaray Lisesini) Türk sporunun Batıya açılan penceresi olarak da niteleyebiliriz. İlk kez sportif faaliyetlerin başladığı okulun içinden İstanbul futbol liginde mücadele etmek için kurulacak olan Galatasaray Spor Kulübü çıkmakla kalmayacak, birkaç yıl sonra bu lig içerisinde şampiyonluğa ulaşan ilk Türk takımı unvanına da sahip olacaktır."¹⁴²

İlk resmi spor teşkilatı, 1922 yılında, Türkiye İdman Cemiyetleri adı altında kurulmuş ve FİFA'ya üye olunmuştur. 1904 yılında Paris'te kurulan Uluslar arası Futbol Federasyonu FIFA, İngiliz futbol kurallarını geliştirmek ve canlı tutabilmek için çalışan bir kuruluştur. Dünya kupası maçlarını düzenleyen bu kuruluş, yapılan bütün milli maçları da tescil etmektedir. Yani FİFA'nın onaylamadığı hiçbir maç resmi sayılmamaktadır. Bir de futbolun gelişimine paralel olarak, 1955'de Viyana'da

¹³⁹ Serhat Hürkan, **Yıkılmayan İmparatorluk: Futbol**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000, s. 21.

¹⁴⁰ Ömer Serim, **Futbol Sanatı**, Ankara, Bencekitap, 2014, s.191.

¹⁴¹ Pascal Boniface, **Futbol ve Küreselleşme**, çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul, NTV Yayınları, 2007, s.18.

¹⁴² Ahmet Talimciler, "Türkiye'de Erkek Kimliğinin Oluşumunda Göz Ardı Edilen Alan: Spor/Futbol", **Erkek Kimliği'nin Değiş(meye)n Halleri**, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2009, s.56-57.

kurulan UEFA (Avrupa Futbol Birliği) bulunmaktadır. Bu kuruluşun amacı da, Avrupa'daki ülkelerin kendi aralarındaki futbol karşılaşmalarını organize etmektir.¹⁴³

Türkiye'de 1950'li yıllardan itibaren televizyonun da etkisiyle futbol çokça konuşulan bir spor dalı haline gelmiştir. Bu durum iktidarların da ilgisini çekmiş, siyasiler önce stadyumlarda, daha sonra da televizyon ekranlarında boy göstermişlerdir.

1.4. Popüler Kültür Ürünü Televizyon

Raymond Williams, popüler kültürün kitle iletişim araçlarıyla yeniden üretildiğine vurgu yaparak, “artık kültürel üretim araçlarındaki niteliksel değişmelerle doğrudan ilintili üçüncü bir asimetri alanına bakma zorunluluğumuzu, teknik icatla teknoloji, sonra da teknoloji ve onun fiili ya da toplumsal ilişkileri arasındaki ayrıma gitmemiz gerektiğini” vurgulamıştır.¹⁴⁴ Teknoloji toplumsal ilişkilerin düzenleyicisi durumuna gelmiştir. Her geçen gün yenilenen ve erişimi kolay kitle iletişim araçları teknolojinin taşıyıcısı durumundadır.

Bu bağlamda; “televizyon kültürle ilgili günlük yaşamda popüler olanı, popüler yapıları ve popüler yapılmak isteneni taşıyan, gösteren, sunan değerlendiren, yücelten, özlüce popülerlik kimliği veren en popüler bir yönetsel iletişim aracıdır.”¹⁴⁵ Dolayısıyla televizyon bir kültür üretim aracıdır.

“Televizyon asıl olarak kültür üretir, görme biçimi ve bakış açıları üretir. Hayatı algılama ya da algılamama perspektiflerini üretir. Yani yaşama biçimlerini üretir; gündelik hayatı üretir.”¹⁴⁶

1.4.4. Katarsisin Yeni Mekanı: Televizyon

Katarsisin sözlük anlamı; arınmadır.¹⁴⁷ Ruhun özgürlüğüne ve tarafsızlığına kavuşturulması anlamında kullanılmaktadır. Bu kelime “psikanaliz öğretisinde

¹⁴³ Gündüz Kılıç, Eşfak Aykaç, Coşkun Özari, **Futbol Bizim Dünyamız**, İstanbul, Doğan Kardeş Yayınları A.Ş. Basımevi, 1962, s. 11.

¹⁴⁴ Raymond Williams, **Kültür**, çeviren: Ertuğrul Başer, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993, s. 114.

¹⁴⁵ İrfan Erdoğan, “Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine”, **Bilim ve Akıl Aydınlığında Eğitim Dergisi**, Kasım 2004, Sayı: 57, s. 8.

¹⁴⁶ Mukadder Çakır, **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2014, s.78.

rahatsızlığa neden olacak duygu yüklerinin uygun bir boşaltım alanına akarak kişinin arınmasını öngören bir yöntem için kullanılmaktadır.”¹⁴⁸

“Antik Yunan ve Roma’da izleyicilerin tiyatro oyununda sergilenen kötü ve çirkin olayları seyredip, kendi içlerindeki kötülüklerden arındıkları, temizlendikleri varsayılır ve bu arınma olgusu katarsis olarak adlandırılırdı.”¹⁴⁹

Örgütlü toplum düzenine geçildikten sonra kişinin arınması, yine kendisiyle özdeşlik kurduğu gösteriler aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda kişi kendini toplumun bir parçası, kendisi gibi özdeşlik kurduğu topluluğun bireyi olarak konumlandırmaktadır. “Gösteri genel anlamda; yaşamın somut tersyüz edilişi olarak, canlı olmayanın özerk devinimidir.”¹⁵⁰

Modernleşme sonrası döneme geçildiğinde boş zaman artık çalışmasının karşılığı olarak kişiye verilen ve serbestçe faaliyetlerini yürüttüğü bir zaman dilimi olmaktan çıkmıştır. Henri Lefebvre’nin söylemiyle; “genelleştirilmiş gösteridir: Televizyondur, sinemadır, turizmdir.”¹⁵¹

“Modern toplumdaki bütün toplumsal yapılar medya yoluyla üretilen kültürünün içine küresel iletişim araçlarıyla çekilirler.”¹⁵² “Enformasyon Çağı”nda iletişim araçları bizim düşüncelerimize yön verir olmuşlar ve bu sürecin sonunda da kişi özünden koparılmıştır. Hannah Arent’in söylediği gibi kitle iletişimi “kapatılmış, engellenmiş bir iletişimdir; sınırlıdır, kısıtlayıcıdır, gerçekliği gizleyicidir.”¹⁵³ Bu anlamda televizyon iyi bir ajandır. 20. Yüzyılının ortalarından bu yana düşüncelerimize yön vermekte, bağlayıcılığını arttırmakta, araçsallaşmış biçimde katarsisi gerçekleştirmektedir.

Kitlesel olarak arınma terapisini geliştiren televizyon yaşamın vazgeçilmezleri arasında yerini almaktadır. Sürekli olarak televizyon izleme edimi nedeniyle; “kendi

¹⁴⁷ Türk Dil Kurumu Sözlüğü, (çevrimiçi), http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5672cf98b26188.24112469, 16.12.2015.

¹⁴⁸ Psiko Sözlük, (çevrimiçi), <http://www.turkpdn.com/sozluk/katarsis-arinma-54.htm>, 16.12.2015.

¹⁴⁹ Murat Özgen, “Futbolda Sanayileşme Olgusu ve Toplumsal Etkisi”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2004, Sayı:19, s. 27.

¹⁵⁰ Guy Debord, **Gösteri Toplumu**, çevirenler: Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010, s.36.

¹⁵¹ Henri Lefebvre, **Modern Dünyada Gündelik Hayat**, çeviren: Işın Gürbüz, İstanbul, Metis Yayınları, 1998, s. 59.

¹⁵² Enderhan Karakoç, **Medya ve Popüler Kültür**, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s. 96.

¹⁵³ Ünsal Oskay, **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1998, s.16.

yaşamının sürgün edildiği gösteri ekranıyla sınırlı yalınkat bir evrenin tutsağı olan seyirci bilinci, artık metaları ve meta politikaları ile tek yanlı olarak kuşatan kurgusal muhataplardan başka bir şey tanımaz.”¹⁵⁴ Artık ekranda ağlayan kadınla üzülmekte, gol atan futbolcuyla sevinmektedir. Çünkü televizyon, izleyicilerini kendi yarattığı dünyanın içine çekmekte ve artık dış dünyaya o pencereden bakılmaktadır. Sanayileşmiş ülkelerde günde ortalama üç saat, yani boş zamanın yarısı televizyona ayrılmakta, bu rakam yetmiş beş yıl yaşayan bir kişinin ömrünün dokuz yılını ekran karşısında tüketmesine karşılık gelmektedir.¹⁵⁵

Televizyon izleyerek arınma (catharsis) çeşitli biçimlerde gerçekleşir. “Bazı durumlarda şiddetin fantazya kurgusu içinde izlenmesi eğlence (entertainment) sağlar, ruhsal gerginliği azaltır. Arınmanın özü, gerginliğin ya da hiddetin (anger) ifade edilebilir bir biçim içinde deşarj olunmasıdır.”¹⁵⁶ Bu anlamda futbol maçları toplumsal olarak deşarj alanıdır.

Katalanlar, Barcelona'nın Real Madrid ile oynadığı maç sonrası evlerine dönerken en az oyuncular kadar yorgun olurlarmış. Katalan sosyolog Lluís Flaquer bu durumun psikolojik bir olay olduğunu, tıpkı babasına bağırmanın birinin başkasına bağırması gibi sokaklarda yürürken “katil Franko!” diye bağırmanın insanların Real Madrid'li futbolculara bağırarak deşarj olmasını örnek göstermiştir.¹⁵⁷

1.4.2. Duygusal Süreç (Aidiyet)

“Albert Camus, ‘Ben yaşamı futboldan öğrendim’ diyor. Gerçekten de futbol yaşamın bir aynası. Yaşamdaki dramlar, üzüntüler, sevinçler futbolda da var. Futbolu heyecanlı yapan şey öngörülebilir olmaması. Sahada ne olacağı belli değil. Önceden tasarladığınız taktiklerin uygulanmasını güçleştiren sayısız etken var. Bunların hepsini kontrol etmek olanaksız. Top yere çarptığı zaman hangi yöne zıplayacağı bile belirsiz. Sonuçta şansın her zaman payı var. Yaşam da böyle değil mi? Koyduğunuz hedefleri her zaman

¹⁵⁴ Guy Debord, **Gösteri Toplumu**, çevirenler: Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010, s. 164.

¹⁵⁵ **Taarruz: Eğlendirerek Hükmetmek Halklara karşı Kitle Kültürü**, çeviren: Yavuz Polat, Ankara, Heretik Yayıncılık, 2013, s. 46.

¹⁵⁶ Ünsal Oskay, **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, İstanbul, Der Yayınları, 2010, s. 371-372.

¹⁵⁷ Simon Kuper, **Futbol Asla Sadece Futbol Değildir**, çeviren: Sinan Gürtunca, İstanbul, İthaki Yayınları, 2014, s. 172.

gerçekleştirebiliyor musunuz? Amacınıza ulaşmak için çalışıyor, çabalyorsunuz, ama bazen o andaki koşullar, bazen şans amacınıza ulaşmanızı engelliyor.”¹⁵⁸

Albert Camus gibi pek çok insan futbolu yaşamın yansıması olarak algılamaktadır. Duygusal olarak yaşamda olanların hepsi futbol oyununda bulunmaktadır. Bu yönüyle de bir gösteri olarak televizyonda yer almaktadır. NBA yetkilisi David Stern, bir konferansta, sporun; özgün, heyecan verici, coşkulu, eğlenceli ve fazlasıyla ilgi çekici olduğu için “televizyondaki en önemli program” olduğunu söylemiştir.¹⁵⁹ “Spor ile kitleler arasındaki sosyal ve duygusal bağ, sporu; özellikle de futbolu (kitleyi elinde tutmayı amaçlayan televizyon için)”¹⁶⁰ üst sıraya yerleştirmiştir.

Genellikle televizyonda en fazla reytingi sinema filmleri ve televizyon dizileri almaktadır. Futbol karşılaşmaları televizyonda filmle eşdeğer tutulmaktadır. Çünkü ülkemizde pazar akşamları prime-time’da futbol karşılaşmasının mı, yoksa popüler bir filmin mi daha fazla reyting aldığı ortada kalmış bir konudur.

Futbol, herkes tarafından anlaşılabilir basit ve heyecanı fazla bir oyun olduğu için televizyona uygun bir yapıdır. Tüm unsurlarıyla birlikte bir televizyon prodüksiyonu dönüştürülen futbol karşılaşmaları seyirciye çeşitleri hazları yaşatan bir eğlenceyi benimsetmek istemektedir. “Bunu yapmak için de, ‘yaşanan an’ın ‘canlı’ yayınlara aktarılması kullanılır, bu şekilde bireyler yaşanan olaya katılırlar ya da katılmaya zorlanırlar.”¹⁶¹ “Bu da tüm ülkenin futbol stadyumuna dönüşmesi demektir.”¹⁶²

Televizyonda yayınlanan futbol karşılaşmalarının amacı, sadece maça gidemeyen seyirciye evinde maçı izletmek değildir. İzleyiciye yan ürünlerle birlikte bir yaşam tarzı sunulur beyaz camdan. “Yakın çekim görüntüler, pozisyon tekrarları, en değerli oyuncu, maçtan hemen sonra canlı yayın röportajları, yorumlar, farklı açılardan görüntü tekrarları ile adrenalin salgısını en üste tutarak, televizyon

¹⁵⁸ Ömer Serim, **Futbol Sanatı**, Ankara, Bencekitap, 2014, s.11,12.

¹⁵⁹ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 138.

¹⁶⁰ Yalçın A. Kaya, Mete Kazaz, **Zorunlu İzdivaç Televizyon ve Spor**, Konya, Ekopi Yayınevi, 2011, s. 136.

¹⁶¹ Ahmet Talimciler, “Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2008, Sayı: 26.

¹⁶² Arthur Asa Berger, **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1993, s. 121.

başından kaldırmadan o gecenin ürünlerini izleyiciye sunmaktır”¹⁶³ Futbol, desteklenme amacı olan sosyalizasyonu sağlama amacından uzaklaşmış, televizyon söylemine uyarlanarak yaşamımızın içinde yer bulmuştur. Popüler kültür ürünü olarak televizyondan yayılmakta ve onunla biçimlenmektedir. “Halkın oyunu olan futbol, halkın elinden alınmış; kitle iletişimi yoluyla paketlenmiş eğlence olarak halka geri sunulmuş ve sunulmaktadır.”¹⁶⁴

“Futbol, 1980’li yılların ortasına kadar “gösteri” olmayı sürdürse de, 1990’ların başından itibaren bu kavrama “iş” kısmı eklenmiş, milyonların ilgiyle izlediği bu “show” artık “show-business” olmuştur. Futbol dışı unsurlar türetmeye başlayan bu spor giderek kirlenmiş ve spor olmanın ötesinde farklı anlamlar yüklenmeye başlamış, Futbol A.Ş.’ye evrilmiştir.”¹⁶⁵

Futbol yayınlarında, ilerleyen dönemlerde, tıpkı oynanma saatlerinde yapılan değişiklikler gibi izleyicinin ilgisini dağıtmayacak, reklam verenleri de hoş tutacak kısaltmaları gidilebileceği düşünülmüştür. Tuğrul Akşar’ın da üzerini çizdiği gibi, futbol, sportiflikten endüstriyelliğe doğru yol almaktadır.¹⁶⁶

İslam Çupi gidişatı yıllar öncesinde fark etmiş, 1 Ağustos 1995 tarihli yazısında, televizyon ve futbolun “koparılmaz bir bütün” olarak kilitlenmesinin bu oyunun geleceği için ciddi bir tehlike oluşturduğunu, bu oyunla uğraşan teşekküllerin tüccar, seyircilerin de sermaye durumuna geldiğini vurgulamıştır. Kendine özgü ifadesiyle, “garibanların maçı gündüz ve TV’siz, milyonerlerin maçı gece ve TV’li”¹⁶⁷ yorumunu yapmıştır.

Televizyon, spor için en uygun saati akşam veya gece olarak düşünmektedir. O saatte, insanların büyük bir çoğunluğu evdedir ve izleyecek bir şey aramaktadır. İnsanların sıkıntılarını ortadan kaldırma görevini televizyon üstlenmiştir. Ve televizyon, bu ‘kutsal görevi’ni canla başla yerine getirmeye çalışmaktadır. Ayrıca izleyicileri kendisine daha da bağlamak amacıyla, onlarca farklı açıdan çekim yapabilen kameralar, sahanın dört bir yanını çevirmiş durumdadır. Statların ışıklandırılması durumu ise tamamen televizyon gösterimi için yapılan bir

¹⁶³ Ayhan Dever, **Spor Sosyolojisi**, İstanbul, Başlık Yayınları, 2010, s.260.

¹⁶⁴ Korkmaz Alemdar, İrfan Erdoğan, **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1994, s.107-108.

¹⁶⁵ Tuğrul Akşar, **Endüstriyel Futbol**, İstanbul, Literatür Yayınları, 2005, s. 2,8.

¹⁶⁶ A.e., s. 2.

¹⁶⁷ İslam Çupi, **Futbolun Ölümü**, Derleyenler: Barış Karacasu, Kıvanç Koçak, İstanbul, İletişim Yayınları, 2002, s. 283-284.

çalışmadır. Ayrıca yapılan “ayrıntılı yakın çekimler ve bakış açılarının çeşitliliği, bize fiziksel hareketleri izlemede yeni bir heyecan ve yakınlık, hatta farklı bir türün yeni görsel deneyimini vermektedir.”¹⁶⁸ Artık o çok sevdiğimiz futbolcular da yakın plan ekrandadır ve yapımın bir parçasıdır. Yakın plan televizyon ekranına çıkan her futbolcu artık ünlüdür ve göz önündedir. Bu nedenle; giyimleri ve yaşam tarzlarıyla sinema sanatçılarıyla yarışır durumdadırlar.

1.4.3. Tarihsel Süreç

Futbola endüstriyel gücünü 1950’li yıllardan itibaren televizyon vermiştir. Daha öncesinde futbol televizyonun yayılmasını sağlamış, ancak 1950’lerden sonra durum tersine dönmüş, televizyon futbolun yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bu kapitalist birliktelik ulus-devletin yerini ulus-ötesi birlikteliklerin aldığı dönemde de var olmaya devam etmiştir.

“Futbol küreselleşmenin son evresidir. Sınır ve engel tanımaz futbol imparatorluğu, popüler ve halka mal olmuştur. Hatta halk en sadık kulluk için mücadele halindedir.”¹⁶⁹

1990’larda başlayan uydu yayıncılığı futbolun önündeki sınırları kaldırmış, sınır-ötesi yayıncılık, sınır-ötesi futbol yayıncılığını kolay hale getirmiştir. Pascal Boniface’ye göre, futbolun televizyondan naklen yayını statları seyircisiz bırakacağı gerekçesiyle kolay kabul görmemiş, ancak uluslararası maçlarda buna izin verilmiştir.¹⁷⁰

Televizyondan yayınlanan ilk futbol karşılaşması; 1938’de BBC’nin yayınladığı İngiltere Federasyon Kupası maçlarıdır. İlk kez 1954 yılında dünya şampiyonası İsviçre’den canlı olarak nakledilmiştir. 1970 yılında Meksika’da oynanan ve uydu aracılığıyla Avrupa’dan da izlenebilen Dünya Kupası karşılaşmaları televizyonun teknolojik yenilikleri yaygınlaştırılmasındaki rolünü perçinlemiş ve renkli televizyon için kapıyı aralamıştır.¹⁷¹

¹⁶⁸ Raymond Williams, **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, çeviren: Ahmet Ulvi Türkbağ, Ankara, Dost Kitapevi, 2003, s.55.

¹⁶⁹ Pascal Boniface, **Futbol ve Küreselleşme**, çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul, NTV Yayınları, 2007, s.9.

¹⁷⁰ A.e., s.19.

¹⁷¹ Andreas Klose, “Televizyon Futbolu” **Futbol ve Kültürü**, , der: R.Horak, W. Reiter, T. Bora, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993, s.374-375.

Türkiye’de yapılan ilk canlı spor yayını, 1971’de İzmir’den naklen gerçekleştirilen Karşıyaka Spor Kulübü- İstanbulspor karşılaşmasıdır.

Teknolojik gelişmelere paralel olarak, 1980’lerde kablolu kanallar ve uydu yayınları sayesinde futbol, medya pazarında iyi bir ürün olma işlevini sürdürmüştür. 1990’lardan itibaren televizyon yayıncılığında uydu kullanımı, mesafeleri yok etme adına çığır açmıştır.

Televizyon alanında bir sonraki hamle dijital yayıncılık da yine futbol maçlarının yayın hakları alınarak geliştirilmiştir. Bugün dijital platformlar futbol sayesinde ayakta durmaktadır.

“Futbolun profesyonelleşme süreci televizyonla birlikte hızlandı. Futbol maçları rağbet gördüğü için televizyon kanalları maçların naklen yayın hakkını alabilmek için birbirleriyle kıyasıya çekişiyorlar. Öyle ki, büyük futbol organizasyonlarının yayın hakları yıllar öncesinden satın alınır oldu. Mesela, 2002 Dünya Kupası ve 2004 Avrupa Şampiyonası’nın yayın hakları iki sene önce İsviçreli Pay- tv sahibi Leo Kirch tarafından 3.4 milyar dolara satın alındı. Şampiyonlar Ligi, en fazla seyredilen dizi UEFA, televizyon gelirlerini görünce, futbolu daha cazip hale getirmenin planlarını yaptı ve Şampiyonlar Ligi’ni kurdu. Plana göre Avrupa’nın en güçlü takımları bu ligde oynayacak ve birçok ülke insanı bu maçları izlemek üzere ekran başına toplanacaktı. Şu anda bütün Avrupa’da, her on beş günde bir, saat ECT 20.45’te başlayan Şampiyonlar Ligi’ni en çok izlenen dizi olarak nitelemek mümkün.”¹⁷²

Türkiye’de gelinen son nokta, dünyadaki duruma paralel olarak futbol naklen yayınları digital platformlardan izlenebilmektedir. Kazan-kazan düşüncesinin var olduğu bu sistemde; “ futbolcu bol miktarda para ve şöhrete kavuşmuştur, seyirci ise yüksek ücretle lüks ve konforlu tribünlerde takımını desteklemekte ya da izle-öde sistemi ile naklen yayınları evlerinde takip etmektedir.”¹⁷³ Futbolun destekleyicisi fakir taraftarlar ise; tribünlerden kahvehanelere geçiş yapmak durumunda kalmışlardır.

Futbol artık profesyonel bir iş olmuştur. Futbol endüstrisi, tribünleri dolduramayan daha az para sahibi futbolseverler için de bir formül bulmuş, ücret karşılığı televizyon ekranından maçları izleme olanağı sunmuştur. Böylelikle hem

¹⁷² Futbol Endüstrisinde TV-Reklam Etkileri, (çevrimiçi), <http://arsiv.ntv.com.tr/news/296626.asp>, 02.06.2015.

¹⁷³ Ahmet Talimciler, “Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi** 2008, Sayı: 26.

seyirci futboldan koparılmamış, hem de yayıncı kuruluş olan televizyonlar pastadan payını alabilmişlerdir.

1.4.4. Teknolojik Süreç

McLuhan'a göre Batılılaşma, Doğu toplumlarının 'kulakları yerine gözlerini kullanmaya başlaması' sürecidir ve 'belki de herhangi bir toplumsal yapıda siyasi ve toplumsal olarak olabilecek en radikal parçalanma'¹⁷⁴kabul edilmektedir. Bu anlamda;

“16. Yüzyıl milat kabul edilebilir. Bu dönemde burjuvazinin yükselmesi ve kapitalizmin kendini kanıtlanmasıyla Doğu'nun yok oluşu başlamıştır. Doğu'dan gelen din reformla batılılaşmış, Doğu'nun sanat ve edebiyat anlayışının devamı olan antik sanat ve edebiyat Rönesans'la aşılmış, Doğu'dan ilk kopuşu simgeleyen feodalite kapitalizmle başka bir yöne evrilmiş ve asıl önemlisi Batı insanı yerellikten kurtularak dünyaya açılmış, bilimi keşfederek, kurmuş ve oluşturmuştur.”¹⁷⁵

Raymond Williams, McLuhan'ın araç teorisinin merkezindeki teknolojik belirlenimciliğe itiraz etmektedir. Williams'a göre, icat edilen teknolojilerin keşfi özel bir amaca hizmet içindir. Yani teknolojiler yalıtılmış bir laboratuvar ortamına çıkarılıp, halkın hizmetine sunulmazlar, tersine beşeri ihtiyaçlar sonucu geliştirilirler. Ekonomik taleplere bağlı olarak önce ulaştırma teknolojileri, ardından da sosyal ve kültürel taleplere bağlı olarak bilgi ve eğlence amaçlı medya teknolojileri gelişmiştir. Televizyonun temel taşları 19. yüzyılın başlarında atılmasına rağmen kullanımı 1950 ve 60'lardan sonradır. Soğuk Savaş yaşandığı bu dönemde korkular ve toplu etkinliklerin azalması, sosyal hayatı eve yönlendirmiştir.¹⁷⁶

Adorno ve Horkheimer 1944 yılında, 'Aydınlanmanın Diyalektiği' makalelerinde, teknolojinin ekonomik gelişmişlikten beslendiğini belirtmişlerdir. “Popüler kültür, iletişim teknolojisinin ve bu teknolojiye sahip sermaye tarafından

¹⁷⁴ Haluk Geray, **Yeni İletişim Teknolojileri**, Ankara, Kılıçaslan Matbaacılık, 1994, s.77.

¹⁷⁵ Lucien Febvre, **Rönesans İnsanı**, çeviren: Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara, İmge Kitabevi, 1995, s.8.

¹⁷⁶ Dan Laughey, **Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar**, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010, s. 35-36.

bilinç ve kültür endüstrisinin çarklarına sokulup, uygun görülen tarzda ‘enformatik bilgi’ haline getirilmektedir.”¹⁷⁷

“Elektrik çağında bilincin teknolojik olarak simülasyonu sonucu bilme süreci kolektif olarak tüm insanlığa ulaşacak ve insanlığın bütün işi, refahı yaratacak olan enformasyon hareketliliği sonucu, öğrenmek ve bilmek olacaktır.”¹⁷⁸ Ancak ‘yeni teknolojiler’ bundan daha fazlasını ifade etmektedir. “Hem çalışma hayatını hem de boş zaman uğraşlarını kuşatan ve yeniden yapılandıran eğlence, iletişim, multimedya, bilgi ve eğitimin önemli unsurlarını içermektedir.”¹⁷⁹

Medya kültürü, seyirci çekmek ve medyanın gücünü ve karını arttırmak için, teknolojik açıdan (hiç olmadığı kadar) gelişmiş gösteriler üretmektedir.¹⁸⁰ Futbol bunların en önemlilerinden biridir ve teknolojik gelişmelerin paralelinde hayat bulmuştur. Başta tek kamera ile çekilip yayınlanan bir etkinlikken, günümüzde teknoloji sayesinde, drone kamera, örümcek kamera gibi ürünlerin kullanıldığı gösterilere dönüşmüştür. “Bu gelişmeyi mümkün kılan, futbolu reklam için ilginç hale getiren televizyon ve TV teknolojilerinde yaşanan olağanüstü gelişmelerdi.”¹⁸¹ Teknolojik gelişmeler sürdükçe, yakın bir gelecekte evindeki rahat koltuğunda maçını izleyen kişi, “koluna bağlanabilecek mini ekran ile önemli pozisyonların tekrarını görebilecek ve saha içindeki konuşmaları duyabilecektir.”¹⁸²

¹⁷⁷ Özlem Güllüoğlu, “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme”, **Yeditepe Üniversitesi Küresel İletişim Dergisi**, Cilt 2, Sayı 4, Bahar 2012, s. 84.

¹⁷⁸ Lucien Febvre, **Rönesans İnsanı**, çeviren: Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara, İmge Kitabevi, 1995, s.78.

¹⁷⁹ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s.41.

¹⁸⁰ A.e., s.19.

¹⁸¹ “Futbol Endüstrisinde TV-Reklam Etkileri”, (çevrimiçi), <http://arsiv.ntv.com.tr/news/296626.asp>, Erişim:02.06.2015.

¹⁸² Ahmet Talimciler, “Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2008, Sayı: 26.

İKİNCİ BÖLÜM

GÖRÜNTÜ DÜZENLEMESİ

Görüntü düzenlemenin iki amacı vardır: “İzleyicinin dikkatini merkeze yöneltmek ve duygularını etkilemek.”¹⁸³ Televizyon yapımlarının amacı; izleyiciyi olabildiğince ekran karşısında tutarak, duygu ve düşüncelerini yönlendirmektir. Yapımın biçim ve içeriği de bu noktalar dikkate alınarak oluşturulmaktadır. Kuşkusuz yapıyı oluşturmada genel geçer kurallar vardır ama özel dokunuşlar da yapıyı ilgi çekici hale getirmektedir.

2.1. Yapım Unsurları Açısından Görüntü Düzenlemesi

Televizyonda izlerken keyif veren, haz alınan, eğlendiren, duygulandıran her yapıyı “yemeğin ana malzemenin tadını destekleyen o yemek olarak ortaya konmasını sağlayan tuzu, baharatı, yağı, gibi”¹⁸⁴ bir takım unsurlarla beslenmektedir.

Professor Jay G. Blumler’in yaptığı çalışmalar sonucu; izleyicilerin, programlardan haz almalarını sağlayabilecek on bir kategori tespit etmiştir. Bu kategoriler;

1. Gerilim: Çözülmemiş konulardaki doruk noktasına ulaşan gelişmeler; zihinsel ve fiziksel çatışmanın çeşitli biçimleri,
2. Aksiyon: Şiddet de dahil olmak üzere fiziksel eylem ve hareketin varlığı,
3. Cinsellik: Fiziksel çekicilik; özellikle cinsel içerik barındıran durumlar ve diyaloglar; aşk teması; özellikle de aşk içerikli sözleri olan müzikler,
4. Güldürü: Mizah, çok geniş bir yelpazedir. Sofistike bir yapıdadır,
5. Enformasyon: Bilme ya da kullanma ihtiyacı,
6. Önem: Bilindik, otorite veya tanınmış isimler taşıyan önemli kişiler; büyüklük,
7. Değer: Yararlılık; etik ya da ahlaki değerler bakımından,

¹⁸³ Gürol Gökçe, *Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği*, İstanbul, Der Yayınları, 1997, s. 145.

¹⁸⁴ Neşe Kars, *Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin*, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s. 36.

8. Kişisellik: İzleyicilerin karakter, olay ve durumlarla özdeşleşebileceği kapsamda; empati, sempati ve nostalji,

9. Merak: Özellikle diğer insanlara olan ilgimiz, bunun yanında yerler, olaylar ve benzeri merak ettiğimiz şeyler,

10. Gerçekçilik: Olabilirlik, inandırıcılık ve karakterlerin veya durumların gerçekliği,

11. Yenilik: Sıra dışı karakterler, durumlar, sunumlar, tazeliği içermektedir.

Blumler, izleyici memnuniyetinin oluşturulmasında, on bir öğenin -bir arada olmasa da- olmasının önemine dikkat çekmektedir. İlk dördüne programlarda sıklıkla rastlandığını, bunların izleyiciyi ayırttığını; bilgi, önem ve değer izleyicileri birleştirdiğini; kişisellik, merak ve gerçekçiliğin kişisel kimliğin yönlendirmesi ile ilişkili olduğunu; yeniliğin de tümüyle olan güçlü ilişkisinin altını çizmektedir.¹⁸⁵

“Yapım unsurları beklentileri karşılama açısından değerlendirildiğinde; günlük yaşamın sıkıntılarından uzaklaşma olanağı sağlayan programlarda, daha çok güldürü, gerilim, aksiyon ve cinsellik; bilgi gereksinimi sağlayan programlarda, enformasyon, değer, önem; kişisel kimlik gereksinimi ve özdeşlik sağlayan programlarda ise, kişisellik, merak ve gerçekçilik unsurları yer alır.”¹⁸⁶ Bu ayırım; bir yapımda tanımlananların dışındakilerin olmayacağı anlamında değildir. Bazen çoğunu içeren yapımlara da rastlanmaktadır.

Bu bağlamda incelenen futbol karşılaşmaları; televizyon için tıpkı dizi film ya da eğlence programları gibi bir yapımdır. Akışın kesintisiz devam etmesi, izleyicinin televizyon izlemeyi bırakmaması amaçlanmaktadır. Bunun için de yapımın cazip tüm unsurlarından yararlanılmaktadır. Dramatiklik bunun başında gelmektedir. Blumler’in ilk dört maddede sıraladığı gerilim, aksiyon, cinsellik ve güldürü dramada rastlanan önemli özelliklerdendir.

Martin Esslin’e göre, spor gerçek ile dramatik olanın kaynaştığı en başarılı alandır. Yarışmaya dönük bütün seyircili sporlar içinde drama barındırmaktadır. Bunun ötesinde bütün spor karşılaşmaları içeriğinde yapay savaşlar ve kurmaca

¹⁸⁵ Roger L. Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994, s.279-280.

¹⁸⁶ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s. 36.

çatışmalar barındırmaktadır. Azami miktarda merak ve heyecan üretmek için hesaplanarak yapılandırılmaktadır. Televizyon oyuna daha fazla dramatiklik kazandırmaktadır. “Yakın çekimlerle, tekrarlarla, sporcularla yapılan röportajlarla olay örgüsü yerinde izleyenlere göre daha yakına getirilmiştir.”¹⁸⁷

Aslında futbol karşılaşmalarında gerçek dramla yakınlaştırılarak ilgi çekici kılınmaktadır. Bu bağlamda da futbolun yaşam pratiği olduğu olgusu sürekli vurgulanmaktadır. “Futbol yaşam değildir, ama arada paralellikler vardır.”¹⁸⁸ Oyunun canlı olması onu gerçekliğe yaklaştırmaktadır. Diğer taraftan doksan dakikalık bir zaman diliminde dramatik unsurları bu kadar yoğun ve birlikte yaşamamız mümkün olmadığı için bu durum kurguyu arttırmaktadır.

Broomberger’e göre; maç, 90 dakikalık zaman diliminde, bir ömür boyu hissedilecek bütün heyecan hissettirilmektedir: neşe, acı, nefret, sıkıntı, hayranlık, adaletsizlik duygusu gibi.¹⁸⁹ Bu nedenle futbola sadece bir oyun gözüyle bakamayız. Futbol oyun içinde oyun gibidir. “O kadar ki, bir anda insanlık tarihinin bütün birikimleri, edebiyat, ayin, bilim, savaş, politika ve daha aklınızdan ne geliyorsa, bu 90 dakikalık oyuna dâhil olur ve oyunlaşır.”¹⁹⁰ Bu oyun televizyon yapımı ile izleyiciye aktarılır.

“Yapımın teknolojik gelişmelerden yararlanılarak sahnelenişinde başka bir gerçeklik biçimi ortaya çıkmaktadır. Örneğin, belirli aktörlere veya sahada olan bitenin can alıcı noktasına yönelik ‘zoom’lar, ana kamerayla kale arkası kamera arasında hızlı gidiş-gelişler, tekrarlar, ağır gösterimler veya bir maçın en ilginç sahnelerinin kurgulanması dikkat çekmektedir. Televizyon futbolu, seyircinin dikkatini her türlü ayrıntıdan arındırılmış futbol maçına odaklayıp, yönlendirmektedir. Hedefi ise televizyonun ayrılmaz ilkeleri olan eğlence, gerilim ve dramatikliğin mükemmel bir uyarlaması elde etmektir. Böylelikle medyatik işlem futbolun algılanışını değiştirmektedir.”¹⁹¹

¹⁸⁷ Martin Esslin, **TV Beyaz Camın Arkası**, çeviren: Murat Çiftkaya, İstanbul, Pınar Yayınları, 2001, s. 76-68.

¹⁸⁸ Simon Kuper, **Futbol Asla Sadece Futbol Değildir**, çeviren: Sinan Gürtunca, İstanbul, İthaki Yayınları, 2014, s. 29.

¹⁸⁹ Pascal Boniface, **Futbol ve Küreselleşme**, çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul, NTV Yayınları, 2007, s.13.

¹⁹⁰ Selçuk Özdağ, Savaş Duman, İ. Bülent Fişekçioğlu, “Popüler Kültür: Futbol mu, “Putbol” mu?”, **Türkiye Kickboks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt: 4, Sayı:1, Ocak, 2011.

¹⁹¹ Tuğrul Akşar, **Endüstriyel Futbol**, İstanbul, Literatür Yayınları, 2005, s.25.

2.1.1. Gerilim

“Gerilim, çözüm bekleyen konuların bir doruk noktaya kadar ilerlemesi ve fiziksel, duygusal ya da zihinsel çatışma biçimleriyle verilir.”¹⁹²

Gerilimin güçlü şekli fiziksel tehlikelerde ortaya çıktığı anlardır. Birçok yayında, takım yarışmaları ve kazanma hırsı öne çıkarılır. “Bir futbol maçının canlı yayını, sonal amacı gol (ya da bölümü bozan ve seyircilerin yuhalamalarına yol açan, kaçırılan gol) olan bütün bu gerilimleri ve kararları, kendi aralarında birbirine bağlamaktan vazgeçemez.”¹⁹³ Futbol oyununda gerilimden çokça beslenildiği gözlemlenmektedir. Oyunun hazırlık aşamasından, galibiyet sevincinin gösterilişine kadar savaşla eşdeğer bir strateji güdülmektedir. Kahramanlık ögesi gerilim içeren yayınlarda fazlaca bulunur. Gerilim, gerçekçilik ve enformasyonla ilişkilendirilerek yer alır.¹⁹⁴

“Karşı takıma uygun stratejiler geliştirilmesi seyircide bir meydan muharebesi seyrediyor hissi uyandırır. Eski zamanlardaki savaş meydanlarının yeri artık futbol sahalarıdır. Gladyatörlerin yerini futbolcular almıştır ve kan yerine kontrollü bir şiddet izlenmektedir. 11’er kişilik birer mini ordu gibi hareket eden takımların zafere ulaşabilmeleri için mekanın kontrolünü ellerinde tutmaları gerekmektedir.”¹⁹⁵

Sahadan zaferle ayrılmak isteyen oyuncular kıyasıya bir rekabet yaşamaktadırlar. Bu rekabet televizyon yapımının dramatik öğeleriyle örtüşmektedir. Bir savaş sahnesi kurgulanırmış gibi yaratılan gerilim dolu ortam, ikinci dünya savaşı sonrası dönemden itibaren televizyon futboluyla ekranlardan izleyici ile buluşmaktadır. Ekranda sıkça rastladığımız bu görüntüler, ezeli rekabetleri körüklemektedir.

¹⁹² Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s. 36.

¹⁹³ Umberto Eco, **Açık Yapıt**, çeviren: Nilüfer Uğur Dalay, İstanbul, Can Yayınları, 2000, s.153.

¹⁹⁴ Roger L.Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994, s.281-283.

¹⁹⁵ Habibe Öngören, Ece Karadoğan, “Küresel Tutku: Futbol”, **İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2002, Sayı:14, s.52.

Görüntü 1: Futbolda Gerilim 1¹⁹⁶



Görüntü 2: Futbolda Gerilim 2¹⁹⁷



Her geçen gün gerilimin dozu arttırılarak, izleyicinin daha çok haz alması sağlanmaya çalışılmaktadır. Oyunun ve oyuncuların temposu sürekli artmaktadır. Bu nedenle, oyun ve oyuncular daha dinamik ve hızlı bir yapıya bürünmüştür. Boşa zaman harcanan uygulamaların çoğu zaman içerisinde iptal edilmektedir. Hatta oyunun süresinin doksan dakika yerine bir saatle sınırlandırılması konuşulmaktadır.

¹⁹⁶ “Futbolda Gerilim”, Görseller, (çevrimiçi),
<https://www.google.com.tr/search?q=futbolda+gerilim&rlz=1C1AOHY trTR710TR710&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=bpfuggJru1s4JM%253A%252CeFpbmPji8acrM%2 ,26.11.2017.>

¹⁹⁷ “Futbolda Gerilim”, Görseller, (çevrimiçi),
<https://www.google.com.tr/search?q=futbolda+gerilim&rlz=1C1AOHY trTR710TR710&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=bpfuggJru1s4JM%253A%252CeFpbmPji8acrM%2 ,26.11.2017.>

2.1.2. Aksiyon (Hareket)

Ekran başına izleyiciyi çekebilmek için aksiyon önemli bir yapım unsurudur. Televizyonun amacı tüm akışı kesintisiz izletmektir. Ancak evde, ışıklı bir ortamda, –ebatları büyütülse de- küçük bir ekrana bakmak, o sırada olabilecek herhangi bir girdi nedeniyle dikkati dağıtabilir. Bu nedenle, aksiyonu bol yapımlar dikkati çekmede daha başarılıdır. “Spor karşılaşması, yarış ya da çatışmanın konu edildiği programlarda, etkinliğin doğası gereği hareketlidir.”¹⁹⁸

Spor yayımlarında yüksek dozda fiziksel kontak vardır. Çeşitli spor dallarındaki kontak sadece katılımcıları değil, izleyicileri de etkilemektedir. Örneğin futbol oyunundaki itirazlara oyuncular gibi seyircinin de katılımı vardır. Birçok spor yayınında aksiyon gerilimle iç içedir. Bu tür spor aktiviteleri ile düşük gelir ve eğitim grupları arasında yüksek bağ vardır.¹⁹⁹

Futbolda aksiyon kavgayla özdeş görülmektedir. “Modern çağda, futbolun varoluşundan günümüze kadar insanoğlunun kalıtsal biçimde genlerinde taşıyarak getirdiği mücadele duygusunu tatmin ettiği açıktır.”²⁰⁰Bu mücadele örgütlü toplumlarda belli kurallara bağlanarak stadyumların içine sığdırılmaya çalışılmıştır.

“Savaş alanlarında olduğu gibi kendi alanlarında korumayı sağlayıp, nihai sonuca ulaşmak içinde karşı ataklarının başarıyla sonuçlanması gerekir. Futbolun bütün terminolojisi savaş taktikleri için geliştirilmiş kavramları kullanır (ofans, defans, seyirci, kale).”²⁰¹

Futbolda karşımızda sonucu oldukça belirsiz bir mücadele vardır. Belirsizlik kat sayısının yüksek oluşu oyunun son ana kadar heyecanla izlenmesini sağlar.²⁰² Bunun için adeta bir televizyon stüdyosuna çevrilen futbol stadyumu seyirciye bu görsel şöleni sunmak için hazırlanır. “Gol atıldıktan sonra, yönetmen, seçim yoluyla, ya çılgın durumdaki halk kalabalığının görünümüne bağlanacaktır.”²⁰³

“Seyirciler, sportif mücadelenin atmosferi açısından vazgeçilmez refakatçilerdir. Heyecan dolu katılımın kısa gösterimlerle verilmesi izleyici de sentetik alımlamanın

¹⁹⁸ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s. 37.

¹⁹⁹ Roger L.Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994, s. 283,284.

²⁰⁰ Murat Özgen, “Futbolda Sanayileşme Olgusu ve Toplumsal Etkisi”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2004, Sayı:19, s. 27.

²⁰¹ Tanıl Bora, “Gelenek, Camia ve Mitos”, **Toplumsal Tarih Dergisi**, 2002, sayı:102, s.217.

²⁰² A.e., s.219-220.

²⁰³ Umberto Eco, **Açık Yapıt**, çeviren: Nilüfer Uğur Dalay, İstanbul, Can Yayınları, 2000, s.153.

yerini otantikliğe bırakır. Stadyumu seyircisiz tasavvur etmek televizyon futbolu için mümkün değildir. Televizyon kendi ürettiği yapaylığı, gösterdiği gerçeklikle aşmaya çalışmaktadır. Bunun için de; stadyumdaki kitlenin kamerayla taranarak gösterilmesi, mikrofonlarla yakalanan atmosfer sesi önemlidir.”²⁰⁴

Ayrıca, “dekorun genişliği, insanların varlığı ve birden fazla kameranın kullanımı da hareket ögesini güçlendirmektedir.”²⁰⁵ Böylece sahanın her köşesinden görüntü toplanabilmektedir.

Görüntü 3: Futbol Sahasında Kamera Dizilişi.²⁰⁶



²⁰⁴ Andreas Klose, “Televizyon Futbolu”, **Futbol ve Kültürü** içinde, Der: R.Horak, W. Reiter, T. Bora, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993, s.378-379.

²⁰⁵ Neşe Kars, “Yapım Unsurları Açısından “Karar Anı” ve “Reha Muhtar’a İtiraf” Programları”, **İ.Ü. İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2003, Sayı: 17, s.490.

²⁰⁶ Futbol Sahasında Kamera Dizilişi, (çevrimiçi), <https://www.google.com.tr/search?q=futbol+sahasında+kamera+dizilişi&tbs=isch&tbs=rimg>, 9.12.2017

2.1.3. Cinsellik

Fiziksel çekicilik pek çok yayında öne çıkarılan özelliktir, çünkü dikkat çekicidir. Cinsellik, kişilikle ilişkilendirilir. İzleyicilerin izdüşümlerini buldukları, kendilerini ve karakterlerini tanımladıkları bir alandır.²⁰⁷

“Sporun güzel bedeni kutsayışı kapitalizmde fiziksel emeğin depolitize edilmiş ideolojik kutsanışı haline gelmektedir. Spor yapan erkek bedeni, sonuçta, etkin bir hegemonyacı aktördür.”²⁰⁸ İnsanlar erkek bedenini kendileriyle özdeşleştirmek için izlemektedir. Sonuçta herkes güçlü bir bedene sahip olmak ister. “Seyirciler kendilerini sporcunun yerine koyarak ya da onları taklit ederek üstünlük gereksinimi giderme yolunu seçer.”²⁰⁹

Görüntü 4: Futbolcu Cristiano Ronaldo.²¹⁰



Örneğin, medyanın sürekli göz önünde tuttuğu futbolcu Cristiano Ronaldo ekranda sık sık gösterdiği kaslarıyla önemli bir televizyon figürüdür.

Futbolcuların gladyatörlerinkine benzeyen zırhları²¹¹ güç ve erkekliklerinin simgesidir. Günümüzde “sağlam kafa, sağlam vücutta bulunur” söyleminden

²⁰⁷ Roger L.Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994, s.286.

²⁰⁸ John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, çev.: Prof. Dr. Süleyman İrvan, İstanbul, Parşömen Yayıncılık, 2012, s. 122.

²⁰⁹ Dieter Voigt, **Spor Sosyolojisi**, çev.: Ayşe Atalay, İstanbul, Alkım Yayınları, 1998, s. 208.

²¹⁰ Ronaldo vücudunu nasıl yaptı (çevrimiçi), https://www.google.com.tr/search?q=ronaldo+vucudunu+nasil+yapti&sa=X&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&biw=1280&bih=709&tbn=isch&source=iu&ictx=1&fir=vF86j7 ,26.11.2017.

vazgeçilmiştir. Çünkü, artık sağlam kafaya ihtiyaç kalmamıştır. Bireysel düşünmenin kutsandığı dönem yerini, her türlü hazza aç bedene bırakmıştır. Beden güçlendiği ölçüde içi boşalıp, anlamsız bir metaya dönüşmekte, görünümün merkezde olduğu bir beden fetişizmine doğru yol alınmaktadır.²¹² Teknolojinin de yardımıyla bedenler cyborg'a²¹³ dönüştürülmektedir.

Televizyon bedeni ön plana çıkarmanın aracı olmuştur. Futbol karşılaşması oynanırken, bir taraftan oyuncuların kuvvetli ve çevik vücutlarına odaklanan TV yakın çekimleri ile bir tür kaslı erkek fotoğrafı sunulmakta,²¹⁴ diğer taraftan da tribündeki alımlı güzel kadın görüntüleriyle karşı cinsin konumlandığı tablo tamamlanmaktadır. Tüm bunlar televizyonun temelinde yatan erotik yönelime vurgu yapmaktadır.²¹⁵

Görüntü 5/a: 2010 Dünya Kupası'nda Paraguay Maçını İzleyen Seyirci.²¹⁶



²¹¹ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 140.

²¹² Erol Mutlu, **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005, s. 339-340.

²¹³ **Taarruz: Eğlendirerek Hükmetmek Halklara karşı Kitle Kültürü**, çeviren: Yavuz Polat, Ankara, Heretik Yayıncılık, 2013, s.181.

²¹⁴ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 140.

²¹⁵ Martin Esslin, **TV Beyaz Camın Arkası**, çeviren: Murat Çiftkaya, İstanbul, Pınar Yayınları, 2001, s. 67.

²¹⁶ Milliyet.com.tr, "Güney Amerika Tribünlerini Ateş Bastı", (çevrimiçi), <http://www.milliyet.com.tr/guney-amerika-tribunlerini-ates-basti-/dunya/dunyadetay/15.10.2011/1451100/default.htm>, 30.11.2016.

“2010 Dünya Kupası’nda Paraguay’ın maçlarını tribünden takip eden ve bu sayede büyük bir hayran kitlesi edinen Larissa Riquelme, Güney Amerikalı mankenlere rol model olmuştur.”²¹⁷ “En seksi taraftar” kimliğiyle cinselliği tribünlere taşıyan Riquelme, sonrasında da Paraguaylı futbolcu Jonathan Fabbro ile evlenmiştir.

Görüntü 5/b: Türkiye- İspanya Futbol Karşılaşmasında Kadın Seyirciler.²¹⁸



Futbol karşılaşmalarında verilen yakın plan görüntüler içerisinde ellerinde bayraklarıyla takımını desteklemeye gelen güzel genç kız görüntülerine sıkça rastlanmaktadır. Bu görüntüde; ön planda gülen, orada olduğu için mutlu genç kızlar ve arkalarında da ebeveynleriyle çocuklar yer almaktadır. Bu karede kadınların ve çocukların güç gerektiren fiziksel bir oyun futbol oyununda tribünde konumlandıkları gösterilmek istenmiştir. Kadınlar kıyafet ve makyajlarıyla ön plana çıkarılmıştır.

Ayrıca stadyumlarda yaşanan şiddet, eril kimliğin inşası için gizlice desteklenmektedir. “Şiddet ve erotizm arasında unutulmaması gereken bir bağ vardır.

²¹⁷ Milliyet.com.tr, “Güney Amerika Tribünlerini Ateş Bastı”, (çevrimiçi), <http://www.milliyet.com.tr/guney-amerika-tribunlerini-ates-basti-/dunya/dunyadetay/15.10.2011/1451100/default.htm>, 30.11.2016.

²¹⁸ “İspanya- Türkiye maçı”, (çevrimiçi), https://www.google.com.tr/search?q=t%C3%BCrkiye+ispanya+ma%C3%A7%C4%B1&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiz_4nVuI_YAhXIHpoKHbB5Be4Q_AUIDCgD&biw=1280&bih=709, 16.12.2017.

Cinselliğin saldırgan ve zorba bir boyutu olduğu kadar şiddetin de cinsel bir boyutu vardır.”²¹⁹

2.1.4. Güldürü

“Kültür Endüstrisi, eğlenceyi güldürü ve erotik aracılığıyla üretir.”²²⁰ Eğlendirmek televizyon yapımlarının birincil amacıdır. Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek için gidilen futbol maçlarının, televizyondan izlenmesinde de amaç; eğlenmektir. Yaşamın rutininden ve sıkıntılılarından kurtulmak ve doksan dakika gülmek, eğlenmek televizyondaki futbol yapımlarının ana söylemini oluşturmaktadır. Douglas Kellner, futbol ile “oluşturulan manevi hava, günlük hayatın vasat gidişatına verilen bir moladır”²²¹ vurgusunu yapmıştır.

Görüntü 6: Kuzey Batı İtalya'nın Carugo Takımı.²²²



Bazen bu molalarda eğlenceli gösterilere de rastlamaktayız. Yukarıdaki fotoğraf kuzey batı İtalya takımı Carugo'dan eğlenceli bir görseldir.

²¹⁹ Arthur Asa Berger, **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1993, s. 130.

²²⁰ Mustafa Kemal Şan, İsmail Hira, “Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi”, (çevrimiçi), http://politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/frankfurt_okulu_ve_kultur_endustrisi_elestirisi.pdf, 19.07.2017.

²²¹ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 143.

²²² “Futbolda Güldüren Anlar”, (çevrimiçi), www.google.com.tr/search?q=futbolda+guldüren+anlar&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&tbn=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiRg5Hmlt3XAhWDDpo_26.11.2017.

Görüntü 7: Shakhtar Donetsk Takımı'nın Teknik Direktörü Paulo Fonseca.²²³



UEFA Şampiyonlar Ligi'nde gruptan çıkarsak, Zorro kostümü giyeceğim diyen Shakhtar Donetsk'in teknik direktörü Paulo Fonseca, maç sonu röportaj verirken yüzleri gülümseten bir görüntü vermiştir.

2.1.5. Enformasyon

Bilgilendirme televizyon yapımlarında doğrudan ya da dolaylı yapılan uygulamalardır. İzleyiciler bilgilenmeyi toplumdan uzak kalmamak için istemektedir. “Ne yapmalıyım, “neler oluyor” soruları izleyicilerin televizyon program tercihlerinde önemlidir.²²⁴

Spor karşılaşmaları gibi kültürel adetler, toplumun en derin değerlerini (rekabet, zafer, başarı ve para) temsil eder. Şirketler bunlarla ilişkilendirilmiş her şeyi değerlendirmek için en yüksek ücretleri ödemeye hazırdır.²²⁵ Stadyumlarda kurulan dev ekranlar bu iş için biçilmiş kaftandır. Stattaki büyük ekranlardan

²²³ Habertürk, “Sözünü tuttu, Zorro kıyafeti giydi!”, (çevrimiçi), <http://www.haberturk.com/shakhtar-donetsk-teknik-direktoru-paulo-fonseca-zorro-kiyafeti-giydi-1745115-spor>, 8.12.2017.

²²⁴ Roger L.Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994, s.288.

²²⁵ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s.27.

tekrarlar, maç ve oyuncularla ilgili bilgiler verilmektedir.²²⁶Aynı zamanda oyunla ilişkilendirilen her şeyin buradan reklamı yapılmaktadır. Böylece seyirci futbol gösterisini değişmez ögesi olarak yerini almaktadır.

Futbol karşılaşmaları sırasında spiker enformasyon kaynağıdır. Önemli maçlarda spikerin yanında yorumcu da bulunmakta ve konuyla alakalı olarak izleyicileri daha geniş biçimde bilgilendirmektedir.

Ses ve görüntü birbirini sürekli desteklemektedir. Yavaşlatılarak gösterilen tekrarlar bilgiyi yinelemekte kullanılmaktadır. Önemli bir pozisyon neredeyse kare kare okunarak, bilgi tekrarlanmaktadır. “Başarılı bir hareketin nasıl yapıldığını gösteren TV, onun öğrenilmesinde kolaylık getirmiş olur.”²²⁷

Ayrı bir bilgi kaynağı da grafikler aracılığı ile verilen bilgilendirmelerdir. Oyuncuların görselleriyle sahaya dizilişi, skor, pozisyon yüzdeleri, topla oynama oranları, giren ve çıkan oyuncu gibi enformasyonlar ekranda yer almaktadır.

2.1.6. Önem

Kişiden kişiye ve konunun önemine göre değişen bir konudur. Bazen bir isim ya da yıldız olmak önem verilmek için yeterlidir.²²⁸

Frankfurt Okulu üyelerinden Leo Lowental’ın yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre; 20. yüzyılın ilk on beş yılında biyografi kahramanları daha çok politika ve iş hayatından seçilen kişiler olurken, 1941 yılına gelindiğinde bu popüler dergilerdeki biyografi sayılarının arttığı, daha çok spor, film, iletişim alanları içerisindeki eğlence dünyasından kişilerin seçildiği görülmüştür. Bu bağlamda, Lowental, geçmişin kahramanları olarak sunulan “üretim idollerinden” 1940’lı yıllardan itibaren “tüketim idollerine” geçirdiği saptamasını yapmaktadır.(aktaran Kejanlıoğlu, 2005:215). Futbolun tarihsel arka planında mitolojik kahramanlara öykünen, onları yücelten bir kültürel yapıda ilerlediği gözlenmektedir. “Takım kimlikleri ve onlara bağlanan aidiyetlerinin şekillenmesinde mitosların payı büyüktür: Kahraman/yıldız futbolcu figürleri, efsanevi başarılar bunların göstergesidir.”²²⁹

²²⁶ Andreas Klose, **Futbol ve Kültürü**, içinde: Televizyon Futbolu, Derleyenler: R.Horak, W. Reiter, T. Bora, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993, s.380-381.

²²⁷ Selçuk Özdağ, Savaş Duman, İ. Bülent Fişekçioğlu, “Popüler Kültür: Futbol mu, “Putbol” mu?”, **Türkiye Kickboks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt: 4, Sayı:1, Ocak, 2011, s. 16.

²²⁸ Roger L.Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994, s.290.

²²⁹ Habibe Öngören, Ece Karadoğan, “Küresel Tutku: Futbol”, **İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2002, Sayı:14, s.52.

Günümüzdeki kahramanlar, popüler kültürün yıldızlarıdır. “Bir nevi ‘yıldız sistemi’ olarak nitelendirilebilecek bir kategoriye doğru gerçekleşen bu kayış, aynı zamanda popüler kültürün imgeselliğinde derin bir değişikliği göstermektedir ki, bu durum, kapitalizmin üretken evresinden tüketici evresine geçildiğine işaret etmektedir (Inglis, 2005: 223-224).”²³⁰ Toplumsal hayatta rol model olan bu kişiler, tüketim kültürünün de yıldızlarıdır. “Ünlü kişiler, çeşitli yaşam tarzlarını ve toplumun kavrayış tarzlarını canlandırmak için vardılar ve kendilerini global olarak ifade etme özgürlüğüne sahiptirler.”²³¹ Onun için fazlaca göz önünde bulunurlar ve bu durum popülerliklerini daha da arttırmaktadır.

Bu bağlamda; spor gösterilerinde öne çıkan kişiler yıldızlaşmaktadır. Bugün politik liderlerden daha çok tanınan isimler kuşkusuz futbol yıldızlarıdır. Zidane, Beckham, ve Ronaldinho şöhret ve popülerlik açısından bir çok ünlü ismi geride bırakmaktadır.²³² Bu isimler saçlarıyla, kıyafetleriyle, yaşam tarzlarıyla popüler kültürün birer ikonu konumundadır. Bu nedenle, benzerlerine oranla tercih edilmekte ve yüksek transfer ücretleriyle takım değiştirmektedir.

Bu kahramanlar, aynı zamanda, tüketici toplumun en yüksek ücretli ve en varlıklı sakinlerindedir ve bu yüzden iyi bir hayata dair kurulan hayallerin simgesi sayılmaktadırlar. Buna karşın, gösteriyi pasif biçimde tüketen izleyici, oyuncuların ve takımın tanrılaştırılması yönündeki değerleri harekete geçirme²³³ görevini üstlenmektedir.

²³⁰ Onur Bekiroğlu, Tezcan Özcan Kutlu, “Popüler Kültür ve Popülerleşen Genç Kız İmgesi”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009, s. 235.

²³¹ Guy Debord, **Gösteri Toplumu**, çevirenler: Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010, s.62.

²³² Pascal Boniface, **Futbol ve Küreselleşme**, çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul, NTV Yayınları, 2007, s.10.

²³³ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 135.

2.1.7. Değer

Kesinliği net olmayan bir yapım unsurudur, bakış açısı kişiden kişiye değişmektedir. Bir kişi için önemli olan değerler, diğerleri için önemli olmayabilir. Televizyon yapımlarında; ahlaki, morali ve dini değerleri içermektedir. Konuya verilen önemle sıkı ilişkilidir ancak duygusal bağları da kapsamaktadır.²³⁴ “Oyuncuları laik kutsallığın “azizleri” olan futbol, bunlardan en dikkat çeken ve popüler olanıdır.”

Spor yıldızları, azizlerini ve tanrılarını oluştururken, spor olayları da genel olarak dini bir ritüel havasına sahiptir. Gösterinin cemaatini oluşturan taraftarlar, zaferle sevinirken, sıkıntıda birlikte kederlenerek yüksek bir toplumsal kişilik oluştururlar.²³⁵ Tribünlerde ve sahada yaşanan bu haller sonrasında yaşamın her alanında uygulanmaktadır. Tribünde üretilen bir slogan, ertesi gün siyasi bir gazetenin başlığı olabilmekte yada futbolcunun golden sonraki sevinci, sorulan soruyu bilen öğrenci tarafından yinelenmektedir.

Maç oynandıktan sonraki gün akılda kalan ve sohbetlere konu olan futbolcular ve onların yaptıkları hareketlerdir. “Futbol, dünya erkek kültürünün en temsili unsurlarından biri, hatta tek unsurudur; herkesin anladığı bölgesel, ulusal farklılıkları ve kuşak farklılıklarını aşan bir spordur.”²³⁶

Fransız yazar, düşünür ve büyük ahlakçı Alber Camus, gençliğinde kalecilik yapmış ve “ahlak ve insanın yükümlülükleri hakkında güvenebileceğim ne biliyorsam onu futbola borçluyum” demiştir.²³⁷

Türkiye’de futbol televizyonda yüksek rating alan film ve dizilerle eşdeğerde tutulmaktadır. Ekranda görünüm futbolcular yıldız sistemi gereği artık ünlüdür. Film yıldızlarının benzeri övgülerle karşılanıp yıldızlaştırılmakta ya da politikacılar gibi söylediklerine dikkat çekilip kanaat önderi olabilmektedirler.

²³⁴ Roger L.Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994, s.291.

²³⁵ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 143.

²³⁶ Pascal Boniface, **Futbol ve Küreselleşme**, çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul, NTV Yayınları, 2007, s.47.

²³⁷ Ömer Serim, **Futbol Sanatı**, Ankara, Bencekitap, 2014, s.18,19.

2.1.8. Kişisellik

Televizyonun kişiselliği, kaygıyı ve konsantrasyonu, kızgınlık ve sevinci, fiziksel ve duygusal yoğunluğu yakalayıp²³⁸ gözler önüne sermektedir. Camus'nun dediği gibi yaşamın aynası gibi, insanı insan yapan her şey (sevinç, üzüntü, dram, heyecan) öngörülemez biçimde futbolun içinde yer almaktadır. İzleyici de beyaz camın önünde buradan kendine bir pay çıkarıp, özdeşlik kurmaktadır. İnsanlar birisi ile veya bir yerle özdeşlik kurabilirler. “İnsanlar, özdeşleşme yoluyla diğer insanlarla olan benzerliklerini görmek için ya da ‘benden daha kötüsü de varmış’ diyerek duygusal doyum sağlayabilmektedirler.”²³⁹

Televizyonun futbolu ön plana çıkarmasının nedeni, kolayca kopyalanan rol modeller sunmasıdır. “Futbolun açık işlevi bizi eğlendirmek ise, gizli işlevi de bizi toplumsallaştırmak taklit etmemiz için bize modeller sunmak ve çağdaş dünyaya uyum sağlamamıza yardımcı olmaktır.”²⁴⁰

Erkekler spor konusunda daha kolay özdeşlik kurup, psikolojik tatmin sağlamaktadırlar. Kadınlarda, konu spor olunca bu durum pek söz konusu olamamaktadır. Amerika’da bir dönem kadınlara, eşlerinin seyrettikleri maçlar ‘sempatik gelsin’ diye televizyoncular büyük çaba harcamışlar, profesyonel futbol kurallarını ve tekniklerini anlatan yarım saatlik şovlar yapmışlardır.²⁴¹

2.1.9. Merak

Bir yapımın ilgi çekmesi çeşitli yollarla sağlanır. Bunlardan birisi de meraktır. “Her şeyi merak etmeye yatkın bir psikolojik yapılanma içinde bulunduğumuz için, merak unsuru hemen hemen her tür televizyon programlarında yer alır.”²⁴²

Yapımı izlenir kılmak için merak unsurundan çeşitli şekillerde faydalanılmaktadır. Örneğin, NBC’deki yapımcılar, 1992 Barcelona’daki Olimpiyat

²³⁸ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 139.

²³⁹ Neşe Kars, “Yapım Unsurları Açısından ‘Karar Anı’ ve ‘Reha Muhtar’a İtiraf’ Programları”, **İ.Ü. İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2003, Sayı: 17, s.488.

²⁴⁰ Arthur Asa Berger, **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1993, s. 126.

²⁴¹ Roger L.Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994, s.292.

²⁴² Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s. 41.

Oyunları yayınlarının izlenme oranlarını arttırmak için, yayın içeriğini ilginç sporcu öyküleriyle süslenmişler, bu özellikle kadınlar üzerinde etkili olmuştur.

Merak unsurunun kişisellik ve gerçekçilikle güçlü bir bağı bulunmaktadır.²⁴³ Televizyonda yayınlanan spor karşılaşmalarında merakın giderilmesi için pozisyonlar tekrar gösterilmektedir. Bu gösterimlerin daha net ve anlaşılır olabilmesi için yeni nesil kameralar ve tekrar gösterim cihazlarından faydalanılmaktadır. Futbol karşılaşmalarında merakın giderilmesi için süper slov motion yani görüntü kalitesi yüksek kameralar tekrarlarda kullanılmaktadır. Böylece pozisyonlar daha net görülmektedir.

Görüntü 8: Futbolda Süper Slow Motion görüntüsü.²⁴⁴



²⁴³ Roger L.Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994, s.294-295.

²⁴⁴ “Futbolda Süper Slow Motion”, (çevrimiçi), https://www.google.com.tr/search?q=futbolda+s%C3%BCper+slow+motion+g%C3%B6r%C3%BCnt%C3%BC&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiqosDJw_rXAhWJF5oKHV8SAuUQ7AkIQO&biw=1280&bih=709#imgrc=imzI1H52qI WVSM,9.12.2017.

2.1.10. Gerçekçilik

“Hedef kitleyi, izler kitleye dönüştüren en önemli unsurlardan biri de televizyon ekranında yaşanan olayların tüm doğallığıyla, gerçekçiliğiyle gerçekleşmesidir.”²⁴⁵ Televizyonda canlı yayınlanan görüntülerin bile düzenlenerek ekrana getirilmesine rağmen, “televizyon aygıtının doğasından kaynaklanan kimi özellikler ve dolayısıyla kameranın retoriki dolayısıyla anımsalılık/ oradalık –ve hatta canlılık- etkisi yaratmaktadır.”²⁴⁶ Böylelikle televizyon kendi gerçekliğini üretmektedir. Baudrillard’ın söylediği gibi, gerçek olan medya tarafından bambaşka bir gerçekliğe dönüşmüştür. “Hiper-gerçeklik çoğu kez normal hayattan daha ilginç ve zengin olan medya tarafından yönetilen, teknolojinin marifetiyle heyecanlı bir deneyim dünyası yaratmak için günlük hayatı sıradanlığından arındıran, “gerçekten daha gerçek”, suni olarak yapılandırılmış bir tecrübe dünyasıdır.”²⁴⁷

Televizyonda futbol karşılaşmalarının canlı yayınlanması, futbolun televizyon için yeniden üretimidir. Futbol maçlarının doğal akışı gerçekliği arttırıcıdır. “Tıpkı gerçek hayatta olduğu gibi seyirciler maçta zafer umudunu ve bozgun korkusunu bir arada yaşayabilirler.”²⁴⁸

Stadyumlar yapım için kendiliğinden doğal bir ortam oluşturmaktadır. Futbol maçlarında görsellikleri ve coşkulu seslenişleriyle seyirciler de, ortamın vazgeçilmez unsurlarıdır. “Stadyumdaki topluluğu doğrudan işin içine katması -örneğin kitleyi kamerayla tarayarak veya tribüne dönük özel mikrofonlarla atmosferi yakalayarak- sayesinde ki televizyon, gösterdiği gerçekliğin, kendi ürettiği yapaylığını aşmayı başarabiliyor”²⁴⁹ olması nedeniyle yakalamaktadır.

²⁴⁵ Neşe Kars, “Yapım Unsurları Açısından “Karar Anı” ve “Reha Muhtar’a İtiraf” Programları”, **İ.Ü. İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2003, Sayı: 17,, s.491.

²⁴⁶ Yusuf Kaplan, **Televizyon**, İstanbul, Ağaç Yayıncılık, 1992, s. 42.

²⁴⁷ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 202.

²⁴⁸ Pascal Boniface, **Futbol ve Küreselleşme**, çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul, NTV Yayınları, 2007, s.110.

²⁴⁹ Futbol Endüstrisinde TV-Reklam Etkileri, (çevrimiçi), <http://arsiv.ntv.com.tr/news/296626.asp>, 02.06.2015.

2.1.11. Yenilik

Televizyon yapımlarında gerilim, aksiyon ve enformasyon en güçlü unsurlardır. Televizyon yapısı gereği yeniliklere açık bir ortamdır. Güçlü unsurlarla yapılandırılan televizyon yapımları yeniliklerle sunulduğunda daha ilgi çekici ve seyredilir hale gelmektedir.

Televizyondan yayınlanan futbol karşılaşmaları, yaklaşık iki saat boyunca sürmesine rağmen, belgesel ya da dizi film gibi yapımlara göre maliyeti düşüktür. Bunun yanı sıra prodüksiyonu diğer yapımlara göre daha basittir. “Futbol oyunu arkaik dönemlerden kalma mücadele geleneği ve sürecinin modern zamanda somutlaşmış şeklidir.”²⁵⁰ Futbol hem oynanış biçimi, hem de kuralları açısından herkesin kolayca kavrayacağı biçimde yüzyıllardır oynanan bir oyundur. Son zamanlarda yapılan süslemelerin hiçbiri içeriğine dair bir gelişime neden olmamıştır. Kurgusal yenilikler de sadece görsel zevki arttırmak için yapılan düzenlemelerdir.

Örneğin, hakemin frikik atılırken futbolcunun duracağı noktayı biraz sonra kaybolacak köpükle çizmesi, sadece görselliği arttırıcı bir unsurdur.

Görüntü 9: Hakem Köpüğü.²⁵¹



²⁵⁰ Murat Özgen, “Futbolda Sanayileşme Olgusu ve Toplumsal Etkisi”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2004, Sayı:19, s. 27.

²⁵¹ Hakem köpüğü, (çevrimiçi), https://www.google.com.tr/search?q=hakem+köpüğü&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwj25ufts7XAhXJCJoKHWP9CY_27.11.2017.

Aynı şekilde, farklı ve gelişmiş teknolojik kameralarla çekmek de oyunun doğasına bir katkı sağlamamakta, sadece görselliği çeşitlendirmektedir.

Günümüzde stadyumlar oturma odasındaki konfora uygun dizayn edilmektedir. Seyirciler, futbolculara ve oyun alanına daha yakın oturmaktadır (Bu nedenle, ülkemizdeki ‘Olimpiyat Stadi’ gibi atletizm pisti olan statlar maç için tercih edilmemektedir). Yağmurdan korunmak için, statlardaki tribünlerin üzeri kapatılmakta, hatta soğuk havalar için tavana ısıtıcılar monte edilmektedir. Artık ayakta maç izlenmemektedir. Herkesin numaralı bir koltuğu bulunmaktadır. Ayrıca yeni yapılan statlarda her türlü konfora sahip localar inşa edilmektedir. Ev konforunun yaratılmaya çalışıldığı localarda maçın naklen yayını gösteren televizyonlar, seyircilere pozisyonların ağır gösterim imkanını da sunmaktadır. Bu ekranlardan maç öncesi, sonrası teknik direktör ve sevilen futbolcuların görüşleri de aktarılmaktadır.

2.2. Görsel Açıdan Ekran Düzenlemesi

Saatın kullanılmasıyla birlikte yaşadığımız dünyada her şey buna paralel bir döngüsellikte gerçekleşmektedir. Günler, aylar, yıllar nesnel olarak belirlenmektedir. Bir de hissiyatımıza göre belirlenen, nesnel zamana göre kısa yada uzun diye nitelediğimiz öznel zaman vardır. Örneğin; televizyon yayın akışı içinde var olan filmler, diziler, stüdyo programları hatta canlı yayınlar öznel zamanda yapılandırılmaktadır. Öznel zamanın yapılandırıcısı yönetmendir.

Yönetmenin bir takım yardımcıları vardır. Kamera yönetmenin başyardımcısıdır. Görüntü sinemanın ve televizyonun ana unsurudur. Ekranda görülen her karenin bir anlamı vardır, hiçbir şey boşuna konulmaz. Çerçevenin içine ne konulacağı kadar nasıl konulacağı da önemlidir. Bu konuda kompozisyon ve ışık bilgisi yardımcıdır.

Bir yapımda görüntüyü bütünleyen sestir. İkisinin uyumlu olması görsel açıdan yapımı izlenir kılmaktadır. Ses ve görüntünün uyumu bazen kurgu ile sağlanmaktadır. Kurgu öznel zaman yaratımında önemli bir unsur ve yapımın değişmez parçasıdır. Yapımlar canlı ve bant olarak iki şekilde hazırlanmaktadır. Kurgu bant yayınlarda olduğu gibi canlı yayınlar sırasında da kullanılmaktadır. Işık

teknik düzenlemeye sanatsal bir bakış açısı kazandırmaktadır. Görsel açıdan ekran düzenlemesine yardımcı bir unsur da son zamanlarda artan bir şekilde kullanılan grafik ve animasyon uygulamalarıdır.

2.2.1. Yönetmen

Yönetmen televizyonda görüntü düzenlemesinin baş aktörüdür. Görüntü ve sesi teknik olarak düzenlerken, yapım unsurlarını da kullanarak, sanatsal bir kurguyla ekrana yansıtır. “TV yönetmenliği, sanatsal yetenekle teknik kıvraklığı birleştiren, kendine özgü bir sanattır.”²⁵² Yönetmen görsel metin yazarıdır. Metni yazarken; tecrübelerini, reflekslerini, duygusallığını, tercihlerini, evrensel değerlerini harmanlayarak yapıma imzasını atar. Yönetmen aynı zamanda yapımlarını gerçekleştirdiği toplumun bir bireyidir. Bu nedenle; bakış açısını oluştururken, toplumsal ve kurumsal yaptırımları da süzgecinden geçirmek durumundadır.

Yönetmen, aynı zamanda yaratıcı ve geniş bir hayal gücüne sahip olmalıdır. Çünkü evinde sıkılan televizyon izleyicisinin gördüğü, yönetmenin gösterdikleridir. Yönetmen;

1. İzleyiciye görmek istediği şeyi göstermek,
2. Neyi görmeye ihtiyacı varsa onu göstermek,
3. Ne zaman görmeye ihtiyacı varsa o zaman göstermek ²⁵³ durumundadır.

Yönetmen yapıma izleyicinin gözünden de bakabilmelidir. İzleyicinin ne görmek istediğini, onun için ilginç olanı önceden tahmin etmek durumundadır. Bunun için de detayları hızlıca görme ve olayları herkesten önce kavrama yeteneğine sahip olmalıdır.²⁵⁴ Görüntünün tamamını zihninde oluşturup, eksik kalan ayrıntıları tamamlayabilmelidir. “Görselleştirme zihinsel bir süreçtir. Ama iki boyutlu ekranda yanılısma olarak, gerektiğinde üç boyutlu görsel yapı oluşturmaktır. Sanatçı bunu zihnindeki gözüyle yapar.”²⁵⁵

²⁵² Gürol Gökçe, **Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği**, İstanbul, Der Yayınları, 1997, s. 135.

²⁵³ A.e., s. 161.

²⁵⁴ Evgenia Molchina, “Television Production Managing The Tecnology” Bachelor’s Thesis, **Hamk University of Applied Sciences**, 2012.

²⁵⁵ Levent Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkilap Kitapevi, 2003 , s. 51.

Yönetmen canlı yayınlarda gerçeği yeniden kurgularken, izleyicilerin ortak beklentilerini de gerçekleştirmek durumundadır. “Canlı çekim, kendi akışı içinde, seyircilerin gereklikleri ve beklentileriyle belirlenmektedir; ve seyirciler yalnız dünyada olup bitenleri bilmek istemez, yanı sıra iyi kurulmuş bir roman şeklinde onu görmeyi ve işitmeyi de bekler; çünkü onun gerçek yaşamı algılamak için seçtiği yol da budur- tüm rastlantı öğelerinden sıyrılmış ve dolantı olarak yeniden kurulmuş yaşam.”²⁵⁶

“Yönetmen canlı yayında nesnel zamanı yeniden yapılandırarak öznel bir zaman yaratmakta, böylelikle izlenebilirliği arttırmaktadır. Bunu yaparken izleyicinin psikolojik olarak istekleri göz önünde bulundurulmaktadır. Zamanın öznelleştirilmesi için görüntü estetiğinin teknik ve sembolik elemanları kullanılmaktadır. Farklı çekim ölçekleri kullanımı ile de yeni bakış açıları getirerek dünyayı ve zamanı algılayışa farklı bir boyut kazandırılmaktadır. Canlı yayınlanan programlarda dinamiğin artırılması adına çekim ölçeklerinin ve optik hareketlerin kullanımıyla izleyicinin öznel zamanın oluşturulmasına, nesnel zamanın yeniden yapılandırılmasına gayret sarf edilmektedir. Hatta izleyiciye yeni bakış açıları ve aynı düzlemde birden fazla şimdiki yaşama olanağı sunulabilmektedir. Böylelikle her izleyicinin farklı şimdisi oluşmaktadır.”²⁵⁷

Yönetmen öznel zamanı yapılandırırken kendi fikirleri doğrultusunda hareket etmektedir. Konuya hangi açıdan yaklaşacağı ve çerçevesine neleri yerleştireceği kendi inisiyatifindedir. Ancak iyi bir kompozisyon yaratmak için dikkat edilmesi gereken hususlar vardır. Kompozisyon çerçeve içinde göze hoş görünen bir düzen yaratma sanatıdır. Düzen sağlayabilmek için çerçevedeğimiz konunun etrafında boşluklar bırakılmalıdır. Ana obje çerçevenin çok yakınında olmamalıdır. Örneğin; futbol karşılaşmalarında, top çerçevenin ortasında bulunmalıdır.

Her plan kendi içinde bir anlam taşır ve bu planların birleştirilmesi bu anlamı daha da derinlikli hale getirir. Örneğin, bel plandan yakın plana kesmek özneye vurgu yapar ve dikkati artırır. Bu iki planın yerini değiştirmekse tam tersi bir etki yaratacaktır. Geniş, orta ve yakın planlar bir sahneyi görselleştirmek için gerekli olan

²⁵⁶ Umberto Eco, **Açık Yapıt**, çeviren: Nilüfer Uğur Dalay, İstanbul, Can Yayınları, 2000, s.154.

²⁵⁷ Hakan Uğurlu, “Televizyondaki Canlı Yayınlarında Zaman Kavramının Yapılandırılması”, **Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi**, 9 Aralık 2008, s. 43-44.

temel çekimlerdir.²⁵⁸ “Film parçalarını anlamlı, anlaşılabilir, mantıklı bir sıraya soktuğumuz her anda, bir “şeyi” ifade etmektedir”²⁵⁹ bir şey anlatmaktadır.

Görüntü 10: Naklen Yayın Masası²⁶⁰



Yönetmenin gözü, bakış açısı yapıma yön vericidir. Kuşkusuz; farklı planlar sayısız farklı şekilde birleştirilebilir. Yönetmenin planları seçme, sıralama, birleştirme için izlediği yöntem farklı etkiler yaratabilir. Ancak yine de; bağlanan kadrajlar insanın düşünme yetisiyle paralellik göstermelidir.

İnsan çekerken çerçeve içindeki kişi eklem yerlerinden kesmemelidir. Bir portrede gözler her zaman ortanın üstünde olmalı, çerçevenin ortasına ya da daha aşağıya rastlamamalıdır. Bir kompozisyonda hakim objelerin yerleştirilmesinde üçte iki kuralı yol gösterici olabilir. Bir önemli nokta da; insan olan çekimlerde ve hareketli objelerde bakış ve hareket yönünde boşluk olması gerekliliğidir.²⁶¹

Yönetmenin kompozisyonu doğru ve etkili kullanması tercih edilme sebebidir. “İzlenebilirliğini arttırabilmek ve öznel zamanın olumlu yönde gelişebilmesi için görüntü estetiğinin öğelerinden yararlanılmaktadır.”²⁶² Başka bir ifadeyle belirtmek gerekirse yönetmen anlatmak veya iletmek istediğini, aydınlatma, renk kullanımı,

²⁵⁸ Jane Barnwell, **Film Yapımının Temelleri**, çeviren: Güleğül Altıntaş, İstanbul, Literatür Yayınları, 2011.

²⁵⁹ Bob Foss, **Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji**, çeviren: Mustafa K. Gerçeker, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2012, s.49.

²⁶⁰ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 23.

²⁶¹ TRT Haber Yönetmenliği Kurs Notları, Mart 2003.

²⁶² Hakan Uğurlu, “Görüntüde Zaman Boyutu”, **Kurgu Dergisi**, 2003, Sayı: 20, s. 171.

çerçeveleme, çekim ölçekleri, kamera konumları, kamera açıları ve son aşama olan kurgu yoluyla izleyiciye ulaştırır.”²⁶³

Yönetmen yayına hazırlanırken mutlaka ön çalışma yapmak durumundadır. Zihninde yapıma dair önceden çizdiği bir şablon vardır ve tüm ekibi yayından önce bilgilendirerek bu çerçevede yönlendirir. Üretim sürecinin bütün aşamalarında bulunur ve direktifleriyle yapıma yön verir. Kameralar için uygun pozisyonları ve ayrıntıları önceden tasarlar. Çekim anında da kamera geçişlerinin zamanlamasını ayarlar, grafik ve isim kullanımlarını, ses giriş çıkışlarını ve teknik ekibin çalışmalarını kontrol eder. Komutlarıyla bir adım sonrasına yön verir.

Teknolojinin yenilenme sürecinde yönetmen de kendini yenileyebilmeli, yeni teknolojileri yayınlarında kullanabilmelidir. Bu bağlamda, farklı konularda uzmanlaşmış kişiler yayının bir parçası durumuna gelmiştir. “Yönetmenin koordinasyon rolü en basit teknik düzeyde bile neredeyse kaçınılmaz bir ihtiyaç haline gelmiştir.”²⁶⁴

Yönetmenin yaptığı iş sıkı bir takım çalışması gerektirmektedir. “İyi bir yönetmenin, insanlarla iyi ilişkiler kurabilen ve bunalımlı anlarda hızlı kararlar alabilen ve çevresindekileri yönetebilen bir kişilikte olması zorunludur.”²⁶⁵ Birlikte çalıştığı ekip arkadaşlarını iyi tanımalı, onlarla empati kurma yeteneğine sahip olmalıdır. Böylece yayın sırasında verimli bir çalışma ortamı oluşturulur. Yönetmen kimin ne iş yaptığı ya da hangi işi iyi yaptığı konusunda önceden bilgi sahibi olmak durumundadır. Örneğin, bir futbol karşılaşmasında güzel detaylar yakalayacağına inandığı bir kameramanı, off side kamerasından detay kamerasına geçmesi konusunda yönlendirebilir.

UEFA kriterlerine göre; maç yönetmeni seçimlerinde karşılaşmayı oynayan her iki takıma da eşit yer vermelidir. Gol atanı verdiği gibi golü yiyeni de seçmelidir. Top oyundayken asla kaybetmemeli, maçı tekrara boğmamalıdır. Maç temposu izin verdiği ölçüde tekrar verilmelidir, tekrara geçerken wipe(geçiş efekti) kullanılmalıdır. Tekrarlar en fazla sekiz frame ölçüsünde ağır gösterilmeli, pozisyon sürekli ileri geri oynatılmamalıdır. Önemli bir pozisyon sırasında tekrar gösterim

²⁶³ Levent Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkilap Kitapevi, 2003, s. 82.

²⁶⁴ Raymond Williams, **Kültür**, çeviren: Ertuğrul Başer, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993, s.121.

²⁶⁵ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s. 56.

varsa hemen kesip canlıya dönülmelidir. Ayrıca tekrar gösterimlerde zaman uyumsuzluğu yaratıp seyircinin algısı bozulmamalıdır.

Uluslararası yayında VIP kişiler kullanılmaz. Maç sırasında gerçekleşen olaylar ahlaki ve vicdani sorumluluğumuz unutulmadan geniş açıdan verilmelidir. Taraftar arasındaki kavgalar yine genel çekimle yansıtılır. Çok ciddi sakatlanmalar ve kanlı görüntüler olimpiyat kuralları çerçevesinde sadece bir kez ekrana getirilir. Oyuncunun yere yığılması gibi dramatik olaylarda yönetmenin inisiyatifi önemlidir. Bazen olayı ekrana getirmemek de şık olabilir. Üzerinde ne yazdığı bilinmeyen pankartlar ve meşaleler uluslararası yayınlarda kullanılmaz. Spikerin yorumu bu durumlarda dikkate alınmaz. Yayın akışında kesinti olursa mevcut acil durum grafiği kullanılmaktadır.

2.2.2. Kamera

Kameranın kendisi hem bir görsel kaydedici, hem de yönetmenin bize sunmak istediklerini gösteren bir anlatıcıdır.²⁶⁶ Kamera yönetmenin en önemli enstrümanıdır. Yönetmenin gözü gibi çalışır. Onun için konumlandırılışı ve hareketleri çok önemlidir. Çünkü her çekim, televizyonun atası sinemadan beri, bir şey ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu nedenle kamera konumlandırılırken, üç görsel dayanaktan yararlanır:

1. Çekim ölçeği ve içeriği,
2. Kamera açısı,
3. Kameranın ya da çekimdeki konunun hareketi.²⁶⁷

2.2.2.1. Çekim Ölçekleri ve İçeriği

Televizyon görüntüsü iki boyutludur. Yönetmen iki elinin baş ve işaret parmaklarını birleştirerek yaptığı çerçevenin içine dünyayı sığdırmak durumundadır. İki boyutlu ekrandan üç boyutlu dünyayı yansıtmak için görsel ve sanatsal düzenlemeler yapılır. Bunun için çerçevede bazı objeler öne bazıları arkaya

²⁶⁶ Özlem Güllüoğlu, **İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri Görsel Metin Çözümleme**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2012, s. 16.

²⁶⁷ Gürol Gökçe, **Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği**, İstanbul, Der Yayınları, 1997, s. 162.

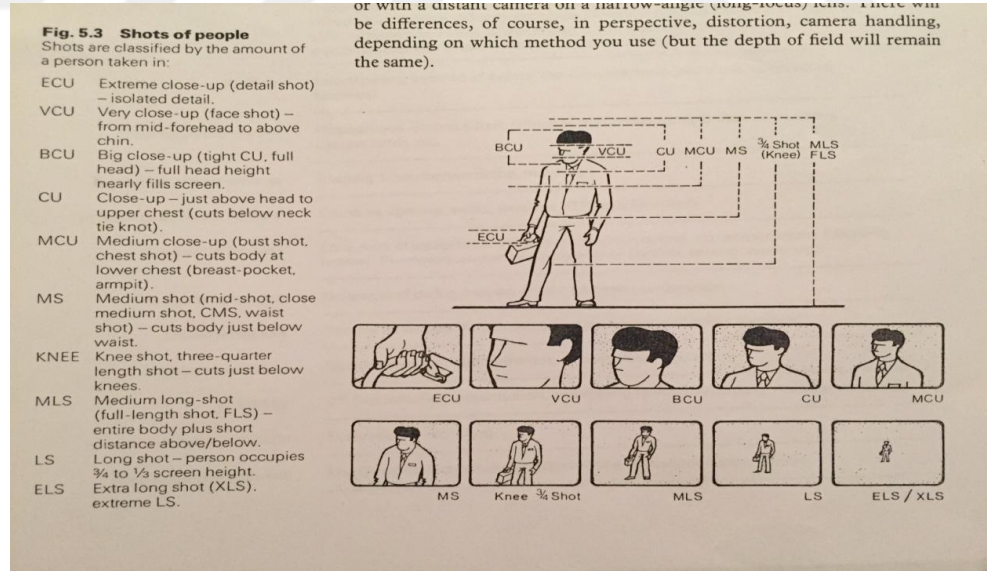
yerleştirilir, ekranın denge noktalarına dikkat edilir ve çekim ölçeklerinden faydalanılır. “Çekim ölçeği; çerçeve içindeki konunun çekim içinde ne büyüklükte görüneceğini belirten ölçüye denir.”²⁶⁸

Televizyon yapısı nedeniyle nesnelerin küçültülmüş boyutlarını ekranından gösterir. Doğal olarak bu boyutluluğu ölçeklendirmek gerekir. Bunun için de sinemanın doğuşundan bu yana insan bedeni ölçü alınmıştır.

“L.V. Kuleşov’a göre planların yakınlık derecesi:

- 1) İnsan gözü: Yakınlık derecesi itibarıyla detay veya ayrıntı diye adlandırılır.
- 2) Yakın plan: Omuzların neredeyse kadrajın dışında kaldığı bir insan yüzü.
- 3) Birinci orta plan: İnsan figürünün beline kadar olan kısmı.
- 4) İkinci orta plan: İnsan figürünün dizlerine kadar olan kısmı.
- 5) Genel plan: İnsanın tam boy figürü kadraja öyle yerleştirilir ki, başının üstünde ve ayaklarının altında bırakılan mesafe önemsenmeyecek kadar küçük kalır.
- 6) Uzak plan: Kadrajın alan ölçüsüne göre insan figürünün işgal ettiği yer önemsenmeyecek kadar küçüktür.”²⁶⁹

Görüntü 11: Çekim ölçekleri²⁷⁰



Çekim ölçeklerinin ne şekilde kullanılacağına, vermek istediği duyguya göre yönetmen karar verir.

²⁶⁸ TRT Haber Yönetmenliği Kurs Notları, Mart 2003.

²⁶⁹ Aleksey G. Sokolov, **Sinema ve Televizyonda Görüntü Kurgusu**, çeviren: Semir Aslanyürek, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2006, s. 52-53.

²⁷⁰ Roger L. Walters, **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994.

“Çekim ölçeği, yakın plandan geniş plana, kameranın özneye/nesneye uzaklığını tanımlar. Bu fiziksel tanım aynı zamanda izleyiciye psikolojik mesajlar da verir. Ölçek ne kadar yakınsa, kamera o kadar fazla detay yakalar ve duygusal yakınlık da artmış olur...Ölçek genişledikçe, bağlamsal bilgiler de artar ancak yüz ifadeleri, duygusal tepkiler ve bunun gibi bazı incelikli detaylar da kaybolur.”²⁷¹

Tüm ölçekler bağlandığı görüntü ile bir anlam ifade eder. Uzak ve yakın çekimlerin ardı ardına bağlanmasının mutlaka bir amacı vardır. Ya bir duygu verilmek isteniyordur ya da hız. Böylelikle nesnel zamanı daha farklı algılamış oluruz. “Genel çekimlerin daha fazla detay içermesi, ekran zamanını daha fazla işgal etmekte, yakın çekimlerin daha az bilgi içermesi ve daha kolay kavranabilmesi sayesinde ekran zamanını daha az işgal etmektedirler.”²⁷²

Futbol maçlarında oyunun gidişatını takip edip, izleyiciyi oyundan koparmamak için genel planda topun takip edildiği gözlenmektedir. Yakın plan görüntülerde ise, oyunun bağlamından koparılmadan pozisyon tekrarları ve oyuncu tepkileri gösterilmektedir.

2.2.2.2. Kamera Açılı ve Anlamları

Bir yapımda izleyicinin ilgisini sürekli uyanık tutabilmek için kamera açılarını değiştirmek gereklidir. Böylelikle olaya daha yakından veya uzaktan, daha alçaktan veya yüksekte bakabilme olanağı sunulmuş olur. “En iyi açı, izleyici yönünden bir kişinin ya da hareketin en açık seçik ve belirgin biçimde görünmesini sağlayan açıdır.”²⁷³

Kamera açıları; nesnel, öznel ve kameranın bakış açısıdır.

Nesnel kamera açısında; kameranın objektif davranmasıdır. Olaylar görünmeyen izleyicinin gözünden çekmesidir. Bu tür çekimlere seyirci bakış açısı da denilmektedir.

²⁷¹ Jane Barnwell, **Film Yapımının Temelleri**, çeviren: Güleğül Altıntaş, İstanbul, Literatür Yayınları, 2011.

²⁷² Hakan Uğurlu, “Görüntüde Zaman Boyutu”, **Kurgu Dergisi**, 2003, Sayı: 20, s. 161.

²⁷³ Bob Foss, **Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji**, çeviren: Mustafa K. Gerçekler, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2012, s.37.

Öznel kamera açısında; kameranın sübjektif, yanlı davranmasıdır. Olaylar belli bir kişi ya da oyuncunun gözünden çekilir. Bu tür çekimler; izleyiciyi olaya ortak edip, görüntünün içine sokulmak istendiğinde kullanılmaktadır.

Bakış açısında ise, olaylar kameranın gözünden değil, oyuncunun yanından, bakış açısından çekilir. Kamera gözlemci konumundadır.

“Kamera açısı; objektifin kaydettiği alan ve bakış noktası olarak tanımlanabilir. Çekimin kapsayacağı alanı –bu objektifin odak uzunluğuna da bağlıdır- ve izleyicinin bakış noktasını kameranın konumu belirler. Kamera açısıyla izleyici arasındaki ilişki hiçbir zaman unutulmamalıdır. Kameranın yeri değiştiğinde, izleyicinin yeri ve olguyu izlediği bakış açısı da değişmiş olur.

Kamera açısını belirleyen üç öge vardır :

- 1.Konunun büyüklüğü,
- 2.Konu açısı,
- 3.Kamera yüksekliği.”²⁷⁴

Kameranın konumlandığı yere göre bakış açısı; anlatılan konunun anlamını değiştirmektedir. Kamera genellikle göz hizasında çekimler yapar. Ancak alt açı ve üst açı çekimlerde yapılarak farklı anlamlar oluşturulur. Çekimi yapılan nesneyi olduğundan büyük ve ulu gösterilmek istendiğinde alt açı, bir nesneyi küçültmek yada küçük görmek istendiğinde ise, üst açı kullanılır.

Futbol karşılaşmalarında kullanılan üst açı kameralar; tüm sahayı özellikle ve oyuncuların yerleşim alanlarını göstermek ve topu takip etmek için kullanılmaktadır.

Kamerada kullanılan objektifler(mercekler) de algılamayı değiştirmektedir. Geniş açılı, normal ve dar açılı olmak üzere üç çeşit objektif bulunur. Normal açılı objektifler, insan gözünün görme açısına en çok benzeyen merceklerdir. Geniş açılı ya da odak uzaklığı kısa objektifler, çekim yapılan alanı geniş göstermek için kullanılırlar.

Futbol karşılaşmalarında pilot yani ana kamerada geniş açılı objektif kullanılması tercih edilmektedir. Alan derinliği fazla olduğu için geniş alandaki objeler daha nettir ancak biçimlerinde bozulmalar olabilir. Dar açılı objektifler odak uzaklıkları uzun olduğu için görüş açısı dar olan objektiflerdir. Dar açılı objektifler, uzaktaki objeleri daha yakından göstermek veya büyütmek için tercih edilmektedir.

“Odak uzaklığı arttıkça merceğin görüntüyü büyütme oranı da artmaktadır. Bir

²⁷⁴ TRT Haber Yönetmenliği Kurs Notları, Mart 2003.

merceğin odak uzaklığı onun bakış açısını belirlemektedir. Bakış açısı ise merceklerin odak uzaklığına bağlı olarak değişmektedir. Odak uzaklığı arttıkça bakış açısı küçülmekte, odak uzaklığı azaldıkça bakış açısı büyümektedir. Kullanılabilecek olan merceklerin seçimi yönetmene bağlı olmakla birlikte, mekan, dış çekim ve stüdyo donanımı, sahne düzenlemesi, sahnede oluşturulmak istenen atmosfer ve bu gibi şeylerin kullanımı mercek seçiminde belirleyici olmaktadır.”²⁷⁵

2.2.2.3. Kamera Yerleşim Planı

Yönetmenin başarılı yayın yapabilmesi için önceden yaptığı kompozisyon ve kamera planlaması çok önemlidir. Kameraları yerleştirmeye başlamadan önce neyi nasıl çekeceği kafasında kurgulanmış olmalıdır. “Televizyon kameralarının duruşları teknik olanaklar tarafından koşullandırılmış olmakla birlikte, daha bu başlangıç aşamasında belli bir ‘seçim’e izin vermektedirler.”²⁷⁶ Yönetmen gözlemleri ve daha önceki tecrübelerinden de faydalanarak kameraları yerleştirmektedir.

Yönetmenin kamera yerleşim planını yapabilmesi için mekanı önceden görmesi çok faydalıdır.

“İyi görüntü verebilmek için güneş kameraların arkasında olmalıdır. Naklen yayın alanındaki keşif ve planlama toplantısı önceden yapılmalı ve yönetmen olay zamanında güneşin ne yönde olacağını araştırarak kameraları buna göre yerleştirmelidir. Kameralar geniş çekim alabilmenin yanı sıra iyi yakın çekimler de alabilmelidir. Hareketin tümünü kapsayabilmeleri amacıyla birbirlerine çok yakın yerleştirilmemelidir.”²⁷⁷

Bazı çekimlerde kameralar birbirine oldukça yakındır. Bu durumda olaya seyircinin gözünden bakılmalı, birbirlerinden çok farklı açı kullanılmamalıdır. Görüntüyü sıçratmamak için araya farklı açılardan farklı kadrajda görüntüler kullanılmalıdır.

Yönetmenin önünde kameralardan gelen görüntülerin yer aldığı monitörler bulunmaktadır. “Bu görüntülere dayanarak, operatörlere görüş alanları içinde şu ya da bu çerçevelemeyi (cadrage), seçmeyi emreder, çünkü her operatörün elinde alanı daraltma ya da genişletme, ya da ayrıca kimi derinlik etkilerini vurgulama olanağını

²⁷⁵ Hakan Uğurlu, “Görüntüde Zaman Boyutu”, **Kurgu Dergisi**, 2003, Sayı: 20, s. 161.

²⁷⁶ Umberto Eco, **Açık Yapıt**, çeviren: Nilüfer Uğur Dalay, İstanbul, Can Yayınları, 2000, s. 158.

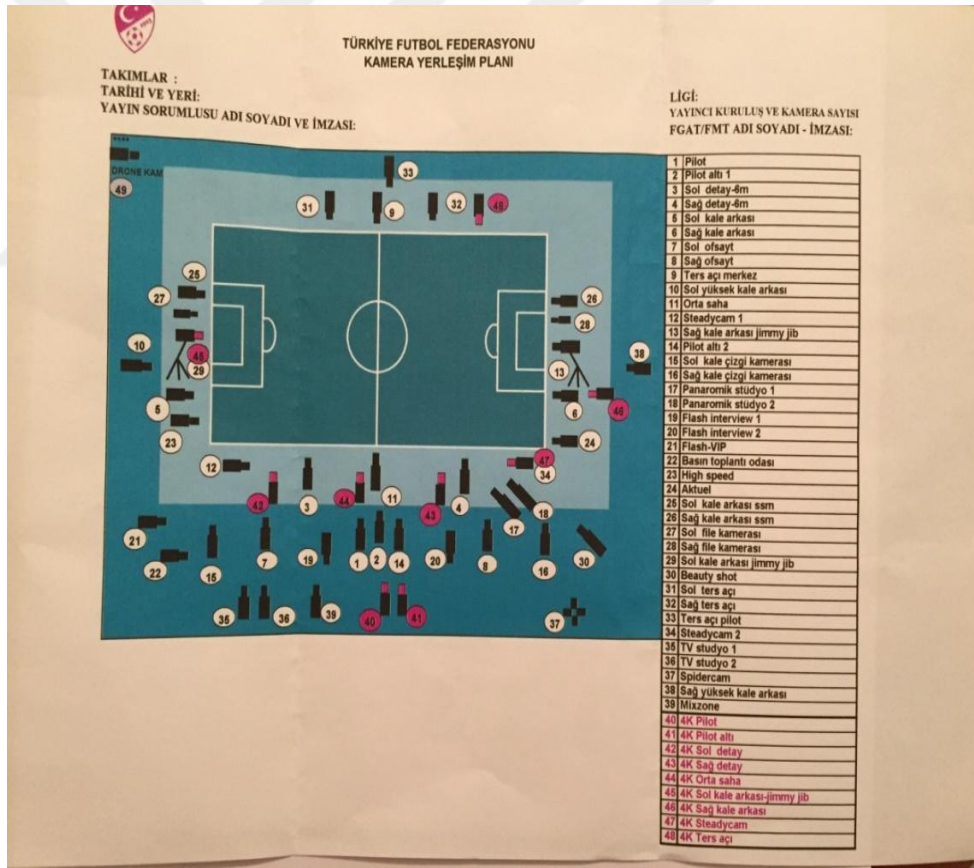
²⁷⁷ Gökçe, Gürol, **Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği**, İstanbul, Der Yayınları, 1997, s.260.

veren objektif vardır.”²⁷⁸ Görüntüler anlam bütünlüğü oluşturacak şekilde seçime tabi tutulurlar. “Gerçekte, birden fazla kameranın bu görüntüleri saptıyor olması bu tür bir yanılısamayı yaratmaktadır.”²⁷⁹

Bazı büyük organizasyonlarda ve spor karşılaşmalarında izleyicide ortak bir alışkanlık oluşturmak ve güvenlik gerekçesiyle örnek kamera yerleşim planları oluşturulmuştur. Ancak hangi kameraları kullanacağı yönetmenin tekelindedir. Bu nedenle, hiçbir yayın birbirinin aynısı değildir.

Aşağıda Türkiye Futbol Federasyonu’nun belirlediği kamera yerleşim planı verilmiştir:

Görüntü 12: Türkiye Futbol Federasyonu Kamera Yerleşim Planı²⁸⁰



²⁷⁸ Umberto Eco, **Açık Yapıt**, çeviren: Nilüfer Uğur Dalay, İstanbul, Can Yayınları, 2000, s.142.

²⁷⁹ Yusuf Kaplan, **Televizyon**, İstanbul, Ağaç Yayıncılık, 1992, s. 46.

²⁸⁰ Türkiye Futbol Federasyonu’ndan temin edilmiştir.

Şampiyonlar Ligi, UEFA Ligi, Avrupa ve Dünya şampiyonası gibi büyük futbol organizasyonlarında kamera planlamasının yanı sıra zaman çizelgesine de uyulmaktadır.

Aşağıda örnek bir UEFA karşılaşmasının zaman çizelgesi verilmiştir:

Görüntü 13: UEFA Naklen Yayın Düzeni Çizelgesi²⁸¹

UEFA Europa League 2015/16
MD2-MD6 - Kick-off 21:05 CET
Multilateral Running Order

Home Team vs. Away Team						
PRE-MATCH						
Item	Start (CET)	End (CET)	Duration	On Screen	Description	Graphics
1	19:30:00	20:00:00	30:00	Pre-Multi Unilaterals		Broadcaster ID ahead of each unilateral
2	20:00:00	20:02:00	02:00	Stadium Beauty-Shot		
3	20:02:00	20:04:00	02:00	Stadium Beauty-Shot		Countdown to Transmission (2 minutes)
4	20:04:00	20:04:40	00:40	OPENING SEQUENCE		
5	20:04:40	20:05:00	00:20	Stadium Beauty-Shot		Match ID (15 secs)
6	20:05:00	20:10:00	05:00	Pre-Match Feed (Play-out)	Footage includes: Team arrivals / Dressing rooms / Pitch inspection by teams / Stadium specific footage / Exterior scenes of fan arrivals	
7	20:10:00	20:20:00	10:00	Pre-Multi Unilateral		Broadcaster ID ahead of each unilateral
8	20:20:00	20:30:00	10:00	Pre-Multi Unilateral		Broadcaster ID ahead of each unilateral
9	20:30:00	20:30:30	00:30	Stadium Beauty-Shot	Clean Beauty-shot (30 seconds)	
10	20:30:30	20:31:00	00:30	Main Camera Shot	or relevant weather shot	Weather (15 secs)
11	20:31:00	20:31:45	00:45	Neutral Background	Static shot for all graphics	Home Team Line-Up (15 secs) / Tactical (20 secs)
12	20:31:45	20:32:30	00:45			Away Team Line-Up (15 secs) / Tactical (20 secs)
13	20:32:30	20:33:00	00:30			Substitutes - Double Bench (15 secs)
14	20:33:00	20:40:00	07:00	Warm-Up Shots and Stadium Ambience	Multi-camera coverage of Player warm-ups (80%) and Multi-camera coverage of Stadium ambience (20%)	
15	20:40:00	20:50:00	10:00	Pre-Multi Unilateral	When no unilateral booking: 1. Clean Beauty-shot (30 secs) to start item 2. Continued Multi-camera coverage of Player warm-ups If presentation ends early: Multi-camera coverage of warm-ups to begin immediately	Broadcaster ID ahead of each unilateral

Page 1 of 3

²⁸¹ UEFA Yetkililerinden temin edilmiştir.

Görüntü 14: UEFA Naklen Yayın Düzeni Çizelgesi²⁸²

UEFA Europa League 2015/16
MD2-MD6 - Kick-off 21:05 CET
Multilateral Running Order

Home Team vs. Away Team						
Item	Start (CET)	End (CET)	Duration	On Screen	Description	Graphics
16	20:50:00	20:50:30	00:30	Stadium Beauty-Shot	Clean Beauty-shot (30 secs)	
17	20:50:30	20:52:00	01:30	Warm-Up Shots and Stadium Ambience	Multi-camera coverage of Player warm-ups (80%) and Multi-camera coverage of Stadium ambience (20%)	
18	20:52:00	20:54:30	02:30	Key Player Warm-Ups (Play-out)	Close-ups of Multiple players in Slow/Super Slow-motion: Home Team (75 secs) - Away Team (75 secs) (LIVE stadium sound will accompany this footage)	
19	20:54:30	20:57:00	02:30	Stadium Ambience	Multiple Live 'Atmospheric' Crowd shots (Home & Away fans)	
20	20:57:00	20:57:30	00:30	Stadium Beauty-Shot	Clean Beauty-shot (30 seconds)	
21	20:57:30	20:58:00	00:30	Stadium Beauty-Shot		Match ID (20 secs)
22	20:58:00	20:58:30	00:30	Stadium Beauty-Shot	If no Group Standing - Stadium Ambience	Group Standings (20 secs)
23	20:58:30	21:00:00	01:30	Stadium Ambience	Multiple Live 'Atmospheric' Crowd shots (Home & Away fans)	
24	21:00:00	21:01:00	01:00	Coverage of Players in Tunnel	If Players in Tunnel not available, Stadium Ambience	
25	21:01:00	21:02:00	01:00	Players Walking on Pitch		
26	21:02:00	21:03:10	01:10	Teams Line-Up/JEL Anthem & Handshakes		
27	21:03:10	21:03:40	00:30	Stadium Beauty-Shot		Home Team Line-Up (10 secs) / Tactical (15 secs)
28	21:03:40	21:03:55	00:15	Coin Toss		Match Officials ID (10 secs)
29	21:03:55	21:04:25	00:30	Stadium Beauty-Shot		Away Team Line-Up (10 secs) / Tactical (15 secs)
30	21:04:25	21:04:40	00:15	Stadium Beauty-Shot		Substitutes - Double Bench (10 secs)
31	21:04:40	21:04:55	00:15	Key players close-ups	One player per team	
32	21:04:55	21:05:00	00:05	Main Camera Shot		
33	21:05:00			KICK-OFF		1. Kick off Clock - Lower 3rd (6 secs) 2. Permanent Clock & Score
34				Coaches Close-Ups	To be shown as soon as possible after kick-off	Coaches IDs (overlapping permanent clock and score)

Page 2 of 3

Görüntü 15: UEFA Naklen Yayın Düzeni Çizelgesi²⁸³

UEFA Europa League 2015/16
MD2-MD6 - Kick-off 21:05 CET
Multilateral Running Order

Home Team vs. Away Team						
Item	Start	End	Duration	On Screen	Description	Graphics
35	HT	HT+01:30	01:30	Players Walking off Pitch / Crowd Shots		Half Time Score & Scorers Lower 3rd (10 secs) (inserted 20 secs approx. after Half-Time whistle)
36	HT+01:30	HT+02:00	00:30	Stadium Beauty-Shot		Half Time Statistics Summary (25 secs)
37	HT+02:00	HT+02:30	00:30	Stadium Beauty-Shot	Clean Beauty-shot (30 secs)	
38	HT+02:30	HT+10:30	04:00 (min) - 08:00 (max)	Isolated Camera Angle Footage (1st Half Action)	Multiple Angles of all Goals & Major Incidents Full Speed Super Slow-Mo footage included (Duration will be between 4 - 8 minutes) Associated Sound Only	No Graphics
39	HT+10:30	HT+11:00	00:30	Stadium Beauty-Shot	Clean Beauty-shot (30 secs)	
40	HT+11:00	HT+14:00	03:00	Substitutes Warming-Up / Stadium Ambience		
41	HT+14:00	HT+15:00	01:00	Referees & Players Back on Pitch		
42	HT+15:00			2ND HALF KICK-OFF		1. Kick off Clock - Lower 3rd (6 secs) 2. Permanent Clock & Score
FULL TIME						
Item	Start	End	Duration	On Screen	Description	Graphics
43	FT	FT+02:00	02:00	Players on Pitch / Crowd Shots / Players Walking off Pitch		Full Time Score & Scorers Lower 3rd (10 secs) (inserted 40 secs approx. after Full-Time whistle)
44	FT+02:00	FT+02:30	00:30	Stadium Beauty-Shot		Full Time Statistics Summary (25 secs)
45	FT+02:30	FT+04:30	02:00	Isolated Camera Angle Footage (2nd Half Action)	Multiple Angles of all Goals & Major Incidents Full Speed Super Slow-Mo footage included Associated Sound Only	No Graphics
46	FT+04:30	FT+04:40	00:10	Stadium Beauty-Shot		
47	FT+04:40	FT+05:00	00:20	CLOSING SEQUENCE		
48	FT+05:00	FT+35:00 / FT+1:35:00	30:00 / 80:00	Post-Multi Flash Interviews Window		End of Post-Multi Flash Interviews Window

Page 3 of 3

²⁸² UEFA Yetkililerinden temin edilmiştir.

²⁸³ UEFA Yetkililerinden temin edilmiştir

Aşağıda 20 Ekim 2016 tarihinde gerçekleştirilen UEFA Avrupa Ligi Manchester United-Fenerbahçe kulübü futbol karşılaşmasına ait zaman çizelgesi ve kamera yerleşim planı görülmektedir:

Bu plana göre bütün sistem bir gün öncesinden hazırlanıp kontrol edilmektedir.

Görüntü 16: UEFA Manchester United FC ve Fenerbahçe futbol maçı naklen yayın zaman çizelgesi²⁸⁴

Countdown to Kick-off

2016/17 UEFA Europa League

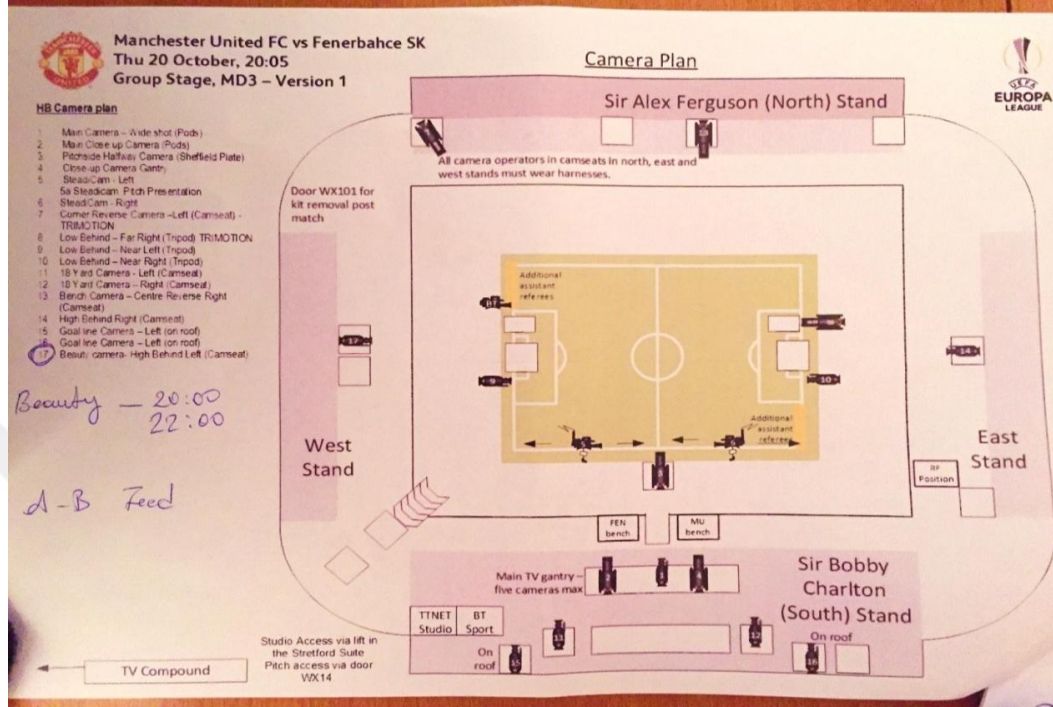
Manchester United FC vs Fenerbahçe SK
20th October 2016

TIME (CET)	ON-FIELD
18:50 (latest)	Arrival of UEFA match delegate and referees Arrival of home and visiting team Match sheet to be submitted online via TIME
19:05	4 th official first equipment check in dressing rooms
19:20	Start of warm-up on pitch
by 19:55 latest	End of warm-up on pitch / Teams return to dressing room
19:58:30	Teams leave dressing room for studs check
20:01:00	Teams exit to the pitch
20:02:00	UEFA Europa League walk-on music starts Teams line-up facing honorary tribune UEFA Europa League anthem starts
20:02:40	Teams shake hands and break for team photos
20:03:20	Team photos followed by mixed photo of teams & referees
20:03:40	Coin toss (referees and captains)
20:05:00	Kick-off
Half-time	Approx. 20:50 depending on additional time
+13:00 min	Teams leave dressing rooms for 2 nd half
+14:30 min latest	Teams to be back on pitch
+15:00 min	Kick-off (2nd half) after exactly 15 minutes break
Full time	Approx. 21:50 depending on additional time

All timings according to UEFA Venue Director official watch

²⁸⁴ UEFA Yetkililerinden temin edilmiştir

Görüntü 17: UEFA Manchester United FC ve Fenerbahçe futbol maçı naklen yayın kamera yerleşim çizelgesi²⁸⁵



Kuşkusuz bir futbol karşılaşması yönetmeninin bilmesi gerekli uluslararası standartta kurallar bulunmaktadır. UEFA'nın zorunluluk olarak sıraladığı uygulamalar çerçevesinde yönetilen maçlarda yaratıcılık olanaklı görünmemekle birlikte, yönetmen maçın hikayesini anlatan kişidir.

“Bir futbol maçında ilgi merkezi, topun yer-değiştirmeleridir ve bunun dışına asla çıkılmaz. Ne var ki, burada bile, amaçların kullanımına, kişisel girişimlere ve ekip hareketlerine, küçük bir seçme payı karışır: Tek tek oyuncuların özel katkıları üzerinde durmak isteyen bir kamera, takım çalışmasını yeğleyenden çok farklı şeyler söyler.”²⁸⁶

Futbol naklen yayımlarında izleyiciyi çekmek ve sahanın dört bir köşesinden görüntü verebilmek için kameralar sahanın önceden belirlenmiş bölgelerine ve belirli açılarla yerleştirilmektedir.

“Yer düzeyine kurulmuş kameralar olaya katılma duygusunu da daha fazla yaratır. Benzeri biçimde, çok yükseğe yerleştirilen kameralar izleyiciyi oyundan koparır. Bir genelleme yapmak güç ise de kameraların olayın merkezine 20-25 derecelik bir açıyla yerleştirilmeleri daha olumlu sonuçlar verecektir...Açıyla veya görüntü kapsamıyla ilgili ani değişiklikler izleyiciyi rahatsız edicidir. Örneğin gol pozisyonunda olan bir

²⁸⁵ UEFA Yetkililerinden temin edilmiştir

²⁸⁶ Umberto Eco, **Açık Yapıt**, çeviren: Nilüfer Uğur Dalay, İstanbul, Can Yayınları, 2000, s. 142.

futbolcu tam topa vuracakken çekim değiştirilmemelidir. Aksi halde izleyici hareketin başlangıcını kaçıracak ve hele golü göremezse çok kızacaktır. Açıda büyük bir değişiklik yapmak söz konusuysa bu, hareket durgunken yapılmalıdır.”²⁸⁷

Görüntü 18: Naklen Yayın Stüdyosu görüntüsü²⁸⁸



Futbol karşılaşmalarını farklı açılarla televizyon ekranından yansıtmak yönetmen tarafından önem verilen konular arasındadır. Günümüzde en küçük maç prodüksiyonunda bile en az altı kamera yer almakta, karşılaşmalar izleyiciye farklı açılardan görsel çeşitlilikte sunulmaktadır. Prodüksiyonun büyüklüğü ile orantılı olarak kamera sayısı ve çeşitliliği de artmaktadır. Futbol karşılaşmalarını yer aldığı en büyük prodüksiyonlar; milyonlarca kişinin izlediği Dünya ve Avrupa Şampiyonaları, Şampiyonlar Ligi ve UEFA Ligi karşılaşmalarıdır.

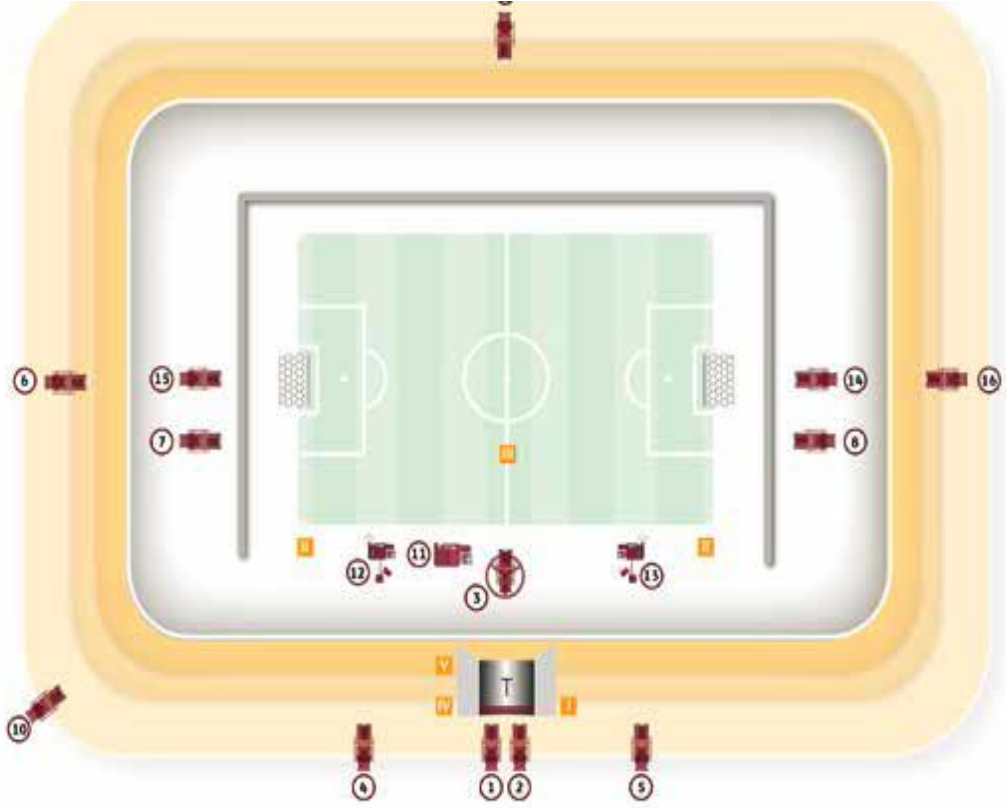
Şampiyonlar Ligi maç yayınlarında çeyrek finale kadar HD standardında ve 16/9 ölçeğinde ikisi süper slow motion, sekizi slow motion, bir tanesi 75X üç tanesi 55X en az on dört kamera, çeyrek final sonrası maç yayınlarında dördü süper slow motion, sekizi slow motion, iki tanesi 75X üç tanesi 55X on altı kamera kullanılmaktadır. Yakın çekimler için avantaj sağlayan lensi büyük kameralar tercih

²⁸⁷ Gökçe, Gürol, **Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği**, İstanbul, Der Yayınları, 1997, s. 261.

²⁸⁸ UEL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 19.

edilmektedir. Maç sırasında teknik ekibin yanına beş metreden fazla yaklaşamadığı için, kale arkasındaki kameralar 5. ve 6. hakemin durumuna göre yerleştirilmektedir.

Görüntü 19: Şampiyonlar Ligi ve UEFA Ligi Kamera Yerleşim Planı²⁸⁹



Pilot Kamera: Ana kamera iki yarı sahanın tam ortasına ve yüksekçe bir noktaya konmalıdır. Böylelikle topu iki yarı sahada da oyunun hücum yönü doğrultusunda takip edebilir. Sahaya 20-25 derece açıyla yerleştirilen pilot kameranın güneş almayacak şekilde yerleştirilmesi topu takip etmesi açısından önemlidir.

²⁸⁹ UEL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 36.

Görüntü 20: Pilot kamera yerleşimi²⁹⁰



Pilot altı Kamera: Pilot kamera ile aynı seviyede ve minimum 75X merceği olmalıdır. Maç sırasında pozisyonları ve oyuncuları yakın plan veren kameradır.

Görüntü 21: Pilot altı kamera yerleşimi²⁹¹



Orta Kamera: En az 55X merceği olan bu kamera pilot kamerayla aynı hizada zemine yerleştirilir. Taç çizgisinden dört metre uzağa, yedek kulübelerinin ve dördüncü hakem ve yetkililerin görüş açılarını kapatmayacak şekilde yerleştirilmelidir. İstenirse bu kameranın yerine iki tarafa 20m. Kamerası konulabilir.

²⁹⁰ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 34.

²⁹¹ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 34.

Görüntü 22: Orta Kamera Yerleşimi²⁹²



Off-side kameraları: Off-side da denilen 16m. kameraları pilot kamerayla aynı hizada sahanın iki ucuna doğru 16 metre çizgilerini görecek şekilde yerleştirilmektedir.

Görüntü 23: Off-side kamera yerleşimi²⁹³



Yüksek Kale Arkası Kamerası: Kale arkasında penaltı atışına engelsiz görecek yükseklikte yerleştirilmektedir.

²⁹² UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 35.

²⁹³ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 35.

Görüntü 24: Yüksek kale arkası kamera görüntüsü²⁹⁴



Kale Arkası Kameraları: İki kamerada kale arkasında ana kameranın bulunduğu aksa yerleştirilir. Bu kameralar kale arkasında görev yapan 5 ve 6. hakemlerin çalışma alanını kapatmamalıdır.

Görüntü 25: Kale arkası kamera görüntüsü²⁹⁵



Ters Açı Kamerası: Pilot kameranın karşısındaki tribüne yerleştirilen kameradır. Yayıncı kuruluş isterse off-side kameralarının tersine iki tane ters açı kamerası da yerleştirebilir.

²⁹⁴ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 35.

²⁹⁵ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 35.

Görüntü 26: Ters açı kamera görüntüsü²⁹⁶



Beauty Kamera: Sahanın tümünü görebilecek (panoramik) yüksek bir yere yerleştirilen sabit kameradır. Bu kameralarda genellikle geniş açılı objektif kullanılmaktadır.

Görüntü 27: Beauty Kamera görüntüsü²⁹⁷



Bench Kameraları: Takım kulübelerinden en az beş metre uzakta yer alan elde ya da omuzda taşınan kameralardır. Oyuncuları, antrenörü ya da yetkilileri yakın plan çekmek için kullanılmaktadır.

²⁹⁶ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 36.

²⁹⁷ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 36.

Görüntü 28: Bench Kameraları görüntüsü²⁹⁸



Görüntü 29: Soyunma odalarını çeken omuz kamera.²⁹⁹



Görüntü 30: Takımların otobüsten inişleri çeken omuz kamera.³⁰⁰



²⁹⁸ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 36.

²⁹⁹ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 37.

³⁰⁰ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 37.

Röportaj Kamerası: Korner bayrağı ve teknik ekip arasında kalan alanda maç önu röportaj için kullanılan kameradır.

Görüntü 31: Röportaj Kamerası³⁰¹



Flash Röportaj Kamerası: Maç sonu kullanılan kameradır. Oyun içerisinde kullanılmışsa, beş dakika içinde yerine taşınmalıdır.

Görüntü 32: Flash Röportaj Kamerası³⁰²



Tünel kameraları: Maç önu oyuncuların sahaya çıkışlarını çeken kameradır. Oyuncu, teknik ekip ve yetkilileri rahatsız etmeden işini yapması önemlidir. Bunun için çoğu kez arkasında kabloları yönlendirmek için yardımcı eleman çalışır.

³⁰¹ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 37.

³⁰² UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 37.

Görüntü 33: Tünel Kameraları çekim görüntüsü³⁰³



İkinci Yüksek Kale Arkası Kamerası: Yüksek kale arkasının tam karşısına ve aynı yükseklikte yerleştirilmelidir.

Görüntü 34: İkinci Yüksek Kale Arkası Kamerası³⁰⁴



20 Metre Kameraları: Ana kameranın sağında ve solunda kalacak şekilde hayali 20 metre çizgisinde saha kenarında yer alırlar. Pozisyonları ve oyuncularını yakın plan çeken kameralardır.

Görüntü 35: 20 metre kamerası görüntüsü³⁰⁵



³⁰³ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 38.

³⁰⁴ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 40.

³⁰⁵ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 41.

6 Metre Kameraları: Ana kameranın olduğu tarafta, zeminden beş metre yüksekte ve köşe çizgisinden altı metre içeride konumlandırılmaktadır.

Görüntü 36: 6 metre kamera görüntüsü³⁰⁶



İlave Ters Açı Kameraları: Bu kameralar zeminde, korner bayrağı ile yarı sahanın ortasında ters açıda yer alırlar. Pozisyonları ve oyuncuları ters açıdan görüntülerler.

Görüntü 37: İlave ters açı kamera³⁰⁷



³⁰⁶ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 41.

³⁰⁷ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 41.

2.2.2.4. Kamera Hareketleri ve Anlamları

“Ben sine-gözüm, mekanik bir gözüm. Bir makine olan ben, size dünyayı ancak benim görebileceğim şekilde gösteriyorum.

Şimdi ve sonsuza dek, kendimi insan hareketsizliğinden azat ediyorum. Daima hareket halindeyim, nesnelere yaklaşıyor, sonra uzaklaşıyorum, sürünerek altlarına giriyor, üzerlerine tırmanıyorum. Dört nala giden bir atın ağızıyla aynı hızda hareket ediyorum, son hız kalabalığın içine dalıyorum, koşan askerleri geride bırakıyorum, sırt üstü düşüyorum, bir uçakla birlikte göğe yükseliyorum, suya dalan ve gökyüzünde süzülen insanlarla birlikte suya dalıyor gökyüzünde süzülüyorum. Şimdi, bir kamera olan ben, onların vektörü üzerinde savuruyorum, hareket kaosunda manevralar yapıyor, en karmaşık kombinasyonlardan oluşan hareketlerle başlayarak, hareketleri kaydediyorum.”³⁰⁸

1923 yılında, yönetmen Dziga Vertov’un sözünü ettiği biçimde, dünyayı kameranın gözünden görmeye başlamamızın üzerinden yaklaşık bir yüzyıl geçti. Artık gözümüzün gördüğünün dışında kameranın bize anlattığı bir dünya bulunmaktadır.

Yönetmen kamera hareketleriyle izleyiciyi olayın içine çeker, akış doğal seyrimdeymiş gibi görünür. “Hareketli görüntüler hareketsiz olanlardan daha ilgi çekicidir ve akıcılık yaratırlar.”³⁰⁹Bunu sağlamak için kameranın belli bazı hareketleri vardır.

Kameranın ilk kullanıldığı günlerden bugüne kadar kullanılan farklı kamera hareketleri geliştirilememiştir. Kamera, sinema ile başladığı macerasına televizyon ve bilgisayar ekranıyla devam ederken, yine aynı hareketleri yapmıştır. Sadece bu hareketleri kaydeden kameralar teknolojik olarak yenilenmiş ve çeşitlenmiştir.

Kameranın hareketleri; kameranın gövdesi ile yaptığı hareketler; sağa sola çevrinme (pan), yukarı aşağı çevrinme (tilt), kameranın optiği ile yapılan hareketler; ileri optik kayma (zoom in), geri optik kayma (zoom out), kamera sehпасıyla birlikte yapılan hareketler; yükselme, alçalma, jimmy jip, steadicam ve şaryo ile yapılan kayma hareketleridir.

³⁰⁸ Dziga Vertov, **Sine-Göz**, çeviren: Ahmet Ergenç, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2007, s.18.

³⁰⁹ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s.109.

Kameranın gövdesi ile yaptığı hareketler;

Pan (sağa-sola çevrinme) : Kamera sabitken kafasının yatay ekseninde sağa yada sola doğru hareket etmesidir. Hareket halindeki nesne veya kişileri takip etmek için kullanılır.

Futbol yayınlarında; topu ya da oyuncuları takip etmek için sıkça kullanılan bir kamera hareketidir.

Tilt (yukarı-aşağı çevrinme) : Kamera sabitken kafasının dikey ekseninde yukarı yada aşağı hareket etmesidir.

Kadraja sığmayan bir nesne ya da objeyi göstermek için kullanılmaktadır. Futbol karşılaşmalarında ani gelişen bir durumu ya da hareketi göstermek için tilt yapılmaktadır.

Kameranın optiği ile yapılan hareketler;

Zoom in/ Zoom out : Kameranın objektifi ileriye ve geriye hareketidir. Zoom in görüntüyü yaklaştırmak, zoom out daha geniş görmek için yapılmaktadır.

“Kameranın fizik olarak hareket içinde izlemesi ile optik kaydırma arasındaki ana farklılık, fizik hareketin izleyiciyi fizik olarak görüntünün içine çeken etkisidir.”³¹⁰Oysa optik kaydırmada böyle bir etkiden söz edilemez.

Çekimlerde bir olaya dikkat çekip ayrıntılarına bakmak için zoom in, detay bir görüntüden bağlam kurup, daha geniş bir alanı göstermek için zoom out yapılmaktadır.

Futbol yayınlarında, oyuncu, seyirci ya da yapılan hareketin bağlamını göstermek için zoom in ya da zoom out yapılabilmektedir.

Kamera sehпасıyla birlikte yapılan hareketler;

Kameranın gövdesinin yer değiştirmesiyle yaptığı hareketler kayma olarak adlandırılır. Kameranın kendisi konuya yaklaşır ya da uzaklaşır. Hareketi olayları daha yakından hissetmemizi sağlayan bu devinimler düzenekler yardımıyla gerçekleşir. Bu düzeneklere dolly ve crane denilmektedir.

³¹⁰ Bob Foss, **Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji**, çeviren: Mustafa K. Gerçekler, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2012, s.39.

Dolly: Vince sabitlenen kameranın vektörel olarak her yöne yaptığı hareketlerdir. Aksiyonun içindeymişiz hissi yaratmak için kullanılmaktadır.

Crane: Ülkemizde daha çok jimmy jip adıyla bilinen ve kaldıraç sistemiyle hareket eden kameralardır. Kamera kaldıraçın ön tarafındadır, kolun ucundaki kumanda ile her yöne hareket ettirilebilmektedir.

“Crane kameranın yerden aşağı veya yukarı, sağa ve sola hareket etmesini sağlayan bir kaldıraç sistemidir. Bu kaldıraç sistemi bir ray yardımıyla hareket ettirilebilir. Bu sayede hem ileri veya geri hareket sırasında yukarı aşağı hareket de sağlanabilir. Crane sayesinde kombine hareketler yapılabilir. Yani ileri hareket eden kamera aynı zamanda sağa dönerken aşağı hareket de edebilir. Bu nedenle çekimlerde crane cihazından sıkça yararlanılmaktadır. Crane kameranın zemin düzleminden çok yüksek veya alçaktan görüntü almasını sağlayan mekanik bir vinç sistemidir. Birbiri içine geçen hafif metalden yapılan teloskobik boru sistemi açılarak boyu uzatılabilir. Arka bölümde bulunan denge ağırlıkları ile dengelenerek terazi sistemi kurulmaktadır.”³¹¹

Görüntü 38: Jimmy Jip kamera³¹²



Stadyumlarda Jimmy jip olarak tanımlanan kameramanın kola bağlı kumanda ile yönlendirdiği crane kameralar kullanılmaktadır.

Bu kamera maçlarda kale arkasında reklam panolarının gerisine yerleştirilmektedir. Buradan pozisyonları farklı açıdan ve yükseklikten çekebilmektedir. Ancak top kameranın olduğu yarı sahadayken ileri geri hareket etmemeli, penaltı vuruşlarında sabit kalmalıdır.

³¹¹ “Kamera Hareketleri”, (çevrimiçi),

<http://www.kameraarkasi.org/kamera/hareket/araclar/crane/crane.html>, 12.10.2017.

³¹² UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 40.

Şaryo: Tren rayına benzeyen düzenek üzerine yerleştirilen kamera sistemidir.

“Amaç bozuk ve eğri zeminde raylar yardımı ile bir düzlem hazırlayarak kameranın sarsılmadan ve düzgün hareket etmesini sağlamaktır. Raylar altına konulan tahta takozlar ile denge sağlanır. Şaryo ağırlığının 150 kg civarında olduğunu ve üzerine kameraman ve kamera asistanının çıktığını düşünürsek şaryoyu tecrübeli bir operatörün kurması gerektiğini söyleyebiliriz.”³¹³

Üzerinde kameraman olacak ya da olmayacak biçimde tasarlanmaktadır. Futbol karşılaşmaları, yüzme yarışları gibi organizasyonlarda kullanılan robot kameralı şaryoların ağırlığı az olduğu için, daha kolay ve hızlı hareket edebilmektedir.

Görüntü 39: Şaryo görüntüsü³¹⁴



Görüntü 40: Şaryo ile çekim görüntüsü³¹⁵



Şaryo futbol karşılaşmalarında da kullanım alanı bulmuştur. Oyuncu ile birlikte topun hareketini vermek için zaman zaman verilebilir. Raylar pilot kamera tarafına taç çizgisinden en az dört metre geriye yerleştirilmelidir. Ters açığa kurulacaksa, 16

³¹³ “Kamera Hareketleri”, (çevrimiçi),

<http://www.kameraarkasi.org/kamera/hareket/araclar/saryo/saryo.html>, 16.10.2017.

³¹⁴ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 42.

³¹⁵ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 42.

metre çizgileri arasına ve reklam panolarının gerisine yerleştirilmelidir. Isınan oyuncular rahatsız etmemeli, penaltı vuruşları sırasında sabit kalmalıdır.

Yenilikçi Kameralar;

Futbol karşılaşmalarında özellikle son yıllarda farklı özelliklerde kamera kullanımlarına rastlamaktayız. Bu kameralarla televizyon izleyicisinin ilgisi çekilmeye uğraşmakta, futbol oyununun televizyondaki görüntüsü zenginleştirilmeye çalışılmaktadır. Aşağıda Şampiyonlar Ligi yayınlarında kullanılan yenilikçi kameraların konumlandırılışını gösteren grafik verilmiştir.³¹⁶

Görüntü 41: Stadyum kamera yerleşim planı



³¹⁶ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 40.

Steadicam: Kameramanın teçhizatıyla birlikte üzerine giydiği kameradır. “Kameramanın üzerine takmış olduğu bir aparatla, darbeler emilerek, sarsılmadan, akışkan ve doğal hareket imkanı sağlamaktadır.”³¹⁷ Maç sırasında teknik ekipten beş metre uzakta yer alan steadicam kameralar taç çizgisi boyunca hareket ettirilmektedir. Vücuda giyilen kamera eğer telsiz değilse, kablosu kamera asistanı tarafından taşınmaktadır.

Görüntü 42: Steadicam görüntüsü³¹⁸



Görüntü 43: Steadicam ile çekim görüntüsü³¹⁹



Drone:

Futbol maçlarında takımların sahaya çıkışları ve seramoni sırasındaki sahanın içerisinde dolaşılır. Seremonide oyuncuları sıradan tarar, top ve kale seçimi için madeni para atışını çeken kameradır. Oyun sırasında da saha kenarındaki görüntüleri çeker. Özellikle köşe vuruşlarında tercih edildiği gözlenmektedir

³¹⁷ Jane Bornwell, **Film Yapımının Temelleri**, çeviren: Gülelgül Altıntaş, İstanbul, Literatür Yayınları, 2011, s. 75.

³¹⁸ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 37.

³¹⁹ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 38.

Görüntü 44: Drone kamera çekimi görüntüsü³²⁰



Görüntü 45: Drone kamera çekimi görüntüsü³²¹



Mini Kameralar: Kalenin arkasında kaleye temas etmeyecek şekilde çubuğun üzerine monte edilen kameralardır. Bu kameralar koşarak kale ağlarına takılan oyunculara temas etmeyecek şekilde yerleştirilmelidir.

³²⁰ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 43.

³²¹ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 43.

Görüntü 46: Kale arkası mini kamera³²²



Hothead Kameralar: Kale arkasında reklam panolarının önünde yerde, oyunculara zarar vermeyecek şekilde yerleştirilmelidir. Alternatif olarak reklam panolarının köşelerine de yerleştirilebilir.

Görüntü 47: Hothead kamera görüntüsü³²³



File Kamerası: File kameraları kalenin içini görecekt biçimde filenin köşelerine sadece objektifi filenin içinde olacak şekilde yerleştirilmektedir. Bu kameraların yerleştirilmesinde de oyunculara zarar vermemesi esastır.

³²² UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 41.

³²³ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 42.

Görüntü 48: File kamerası görüntüsü³²⁴



Görüntü 49: File kamerası görüntüsü³²⁵



Örümcek Kamera: Sahanın dört bir köşesi boyunca hareket eden yeni bir kamera sistemidir.

“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 kamera'yı, remote head'ı ve kameranın sinyallerini kontrol masasına gönderen fiber optik kablo vardır. Kamerayı üzerinde bulunduran Remote head, sağa-sola yukarı-aşağı

³²⁴ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 45.

³²⁵ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 45.

hareketleri sağlar ve odaklamayı, yakınlaştırmayı ve irisi kontrol eden lens kumandasını içerir.”³²⁶

Görüntü 50: Örümcek Kamera(Spidercam) çekim açısı³²⁷



Maç yayınlarına üç boyut kazandıran örümcek kamera, maç sırasında belli bir yükseklikte kullanılmak durumundadır. Teknolojik olarak çalışması için bazı gereklilikler olduğu için her statta kullanılamamaktadır. Ülkemizde bunun için elverişli birkaç stadyum bulunmaktadır. İlk kez 24 Ekim 2010 tarihinde Kadıköy Şükrü Saraçoğlu Stadyumu'nda oynanan Fenerbahçe-Galatasaray derbisinde kullanılmıştır. Dünyada ise; ülkemizdeki kullanımından beş yıl önce, 18 Aralık 2005 tarihinde Liverpool - Sao Paulo karşılaşması sırasında denenmiştir.³²⁸

³²⁶ “Örümcek Kamera Spidercam Nedir”, (çevrimiçi), <https://www.topragizbiz.com/showthread.php/2527-orumcek-kamera-spidercam-nedir>, 15.12.2017.

³²⁷ “Örümcek Kamera Spidercam Nedir”, (çevrimiçi), <https://www.topragizbiz.com/showthread.php/2527-orumcek-kamera-spidercam-nedir>, 15.12.2017.

³²⁸ Halit Kartal, “Spor Yayınlarında Görüntü Dilinin Kullanımı”, (Yüksek Lisans Tezi), Konya, 2011, s. 43.

Görüntü 51: Örümcek kamera görüntüsü³²⁹



Görüntü 52: Örümcek Kamera UEFA maçlarında³³⁰



Şahin Gözü (Hawk-Eye) : Bilgisayar teknolojisinin futbol karşılaşmalarındaki kullanımınıdır.

“8 kameradan alınan bilgilere göre topun hızı ve düştüğü yer hakkında hesaplamalar yapılmaktadır. Daha sonra bu hesaplamalardan oluşturulan görüntüler ekrana yansıtılarak verilmektedir.”³³¹

Teknolojiden destek alınarak futbolda tartışmaları pozisyonlara son verileceği düşünülmektedir. “Gol çizgisinden elde edilen görüntülerin anında maç yetkililerine

³²⁹ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 42.

³³⁰ “Örümcek Kamera”, (çevrimiçi),

https://www.google.com.tr/search?q=%C3%B6r%C3%BCmcek+kamera&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwivrsXYnlzYAhXI16QKHZu7BkYQsAQIPw&biw=1280&bih=709, 15.12.2017.

³³¹ “Şahin Gözü (Hawk-Eye) Teknolojisi Nedir?”, (çevrimiçi),

<http://www.bilgicim.net/2015/08/13/sahin-gozu-hawk-eye-teknolojisi-nedir-sahin-gozu-hawk-eye-teknolojisi-ile-ilgili-bilgi.html>, 26.04.2016.

ulaştırılacağını ve hakeme itiraz gelmeden bu teknoloji sayesinde tartışmalı pozisyonların çözüleceğini belirtiyor.”³³²

Görüntü 53: Şahin Gözü Kamera le çekim görüntüsü³³³



Görüntü 54: Şahin Gözü Kamera³³⁴



Drone: Farklı amaçlar için kullanılan drone kameralar “yerden yaklaşık 6 metre yüksekliğe kadar yükselip, kuş bakışı görüntüleri kaydedilebilir.”³³⁵

Normalde maç sırasında dikkat dağıtmamak için kullanılmayan drone, maç önu, devre arası, maç sonu yayınlarında kullanılmaktadır. Ancak UEFA yayınlarında kullanımı yasaktır.

³³² “Şahin Gözü Futbol İçin Deneniyor”, (çevrimiçi), <http://www.ligtv.com.tr/haber/sahin-go-zu-futbol-icin-deniyor> , 26.04.2016.

³³³ “Şahin Gözü Kamera”, (çevrimiçi), https://www.google.com.tr/search?q=%C5%9Fahin+g%C3%B6z%C3%BC+kamera&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiV_MDZnozYAhXC3KQKHTzmd7oQ_AUICigB&biw=1280&bih=709, 15.12.2017.

³³⁴ “Şahin Gözü Kamera”, (çevrimiçi), https://www.google.com.tr/search?q=%C5%9Fahin+g%C3%B6z%C3%BC+kamera&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiV_MDZnozYAhXC3KQKHTzmd7oQ_AUICigB&biw=1280&bih=709, 15.12.2017.

³³⁵ Levent Aşkan, “Drone Nedir, Hangi Alanlarda Kullanılabilir” (çevrimiçi), <http://www.teknolo.com/drone-nedir-hangi-alanlarda-kullanilabilir/>, 21.12.2016.

Görüntü 55: Stadyum üzerinde uçan drone görüntüsü.³³⁶



2.2.3. Ses

Ses, görüntünün psikolojik tamamlayıcısıdır.³³⁷ Sessiz bir görüntü çok fazla anlam taşımamaktadır. Çünkü “görüntü ve ses boyutunu oluşturan iki temel ögenin birlikteliğinin hem fiziki hem de psikolojik olarak algılanabilen hareket ve zaman öğelerini ortaya çıkardığı”³³⁸ bilinmektedir. Ses görüntü ile eş zamanlı olmalı, birbirini desteklemelidir.

Televizyon yapımlarında; görüntü ögesi gibi ses ögesinin de doğru kullanılması televizyon yapımlarında dramatik yapının oluşturulmasında çok önemlidir. Yönetmen, “işitme duyusunun özelliklerinden, dramatik etkiler sağlamakta yararlanmaktadır.”³³⁹

“Televizyon programlarında ses üç şekilde kullanılmaktadır. İzleyiciye doğrudan bilgi aktaran sözler, olayın geçtiği mekana ait, o mekandaki nesnelere gelen efekt olarak

³³⁶ “Stadyum Üzerinde Uçan Drone”, (çevrimiçi), [³³⁷ Levent Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkilap Kitapevi, 2003, s.66.](https://www.google.com.tr/search?rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&biw=1280&bih=709&tbm=isch&sa=1&ei=2TU1WqyACIuX6ATC77qADg&q=stadyum+%C3%BCzerinde+u%C3%A7an+drone+g%C3%B6r%C3%BCnt%C3%BCs%C3%BC&oq=stadyum+%C3%BCzerinde+u%C3%A7an+drone+g%C3%B6r%C3%BCnt%C3%BCs%C3%BC&gs_l=psy-ab.3...20851.24568.0.26130.9.9.0.0.0.0.146.1111.0j9.9.0...0...1c.1.64.psy-ab..0.0.0...0.8HZJG9vvGxA, 16.12.2017.</p></div><div data-bbox=)

³³⁸ Hakan Uğurlu, “Televizyondaki Canlı Yayınlarda Zaman Kavramının Yapılandırılması”, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**, 9 Aralık 2008, s. 36.

³³⁹ Hakan Uğurlu, “Görüntüde Zaman Boyutu”, **Kurgu Dergisi**, 2003, Sayı: 20, s. 167.

adlandırılan doğal sesler, olayı yorumlayan duygu ve düşünceleri hedefleyen müzik sesi olarak görüntüyü desteklemektedir.”³⁴⁰

Televizyondan naklen yayınlanan futbol karşılaşmalarında spiker sesinin yanı sıra ortamdaki efekt sesler de önemlidir. “Kalabalığın gürültüsü, topa vurulduğunda çıkan ses izleyiciyi etkileyen unsurlardır.”³⁴¹ Ortamdaki doğal sesler; özellikle futbol karşılaşmalarında duyguları izleyiciye geçirmek için kullanılmaktadır. Bazen duygu yoğunluğunu arttırmak için doğal seslerin spikerin sesini bastırıldığı görülmektedir.

Futbol karşılaşmalarında izleyiciye ortamın sesini aktarmak üzere çok sayıda ve çeşitlilikte mikrofon yerleştirilmektedir. Bu efekt mikrofonlar sayesinde; topa vurma sesinden, oyuncuların, teknik direktörlerin, seyircilerin hatta rüzgarın sesine kadar pek çok efekt ses kaydedilebilmektedir.

Televizyondan naklen verilen futbol maçlarının yapımında en önemli özelliklerden biri izleyicinin kendisini sahadaymış gibi hissetmesini sağlamaktır. Bu nedenle, yönetmen kamera için yaptığı düzenlemeleri ses için de yapmak durumundadır. Aşağıda UEFA'nın saha içindeki standart mikrofon yerleşim planı görülmektedir.

Görüntü 56: UEFA Stadyumda Mikrofon Yerleşim Planı³⁴²



³⁴⁰ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapılım, Herkes İzlesin**, Derin Yayınları, İstanbul, 2003, s.131.

³⁴¹ Gökçe, Gürol, **Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği**, İstanbul, Der Yayınları, 1997, s. 259.

³⁴² UEL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 48.

Stadyumlarda müzik kullanımı genellikle maç başlamadan önce seyirciyi kesintisiz eğlenceye hazırlamak için kullanılmaktadır. Ulusal maçlarda yerli yapım müzik çalınırken, uluslararası maçlarda daha değişik uygulamalara gidilmektedir. Şampiyonlar Ligi karşılaşmalarından önce 40 saniye Şampiyonlar Ligi'nin özel müziği çalınmaktadır. Uluslararası karşılaşmalardan önce her iki takımın marşları çalınmaktadır. Ulusal karşılaşmalara başlamadan önce de mutlaka İstiklal Marşı çalınmaktadır.

2.2.3.1. Naklen Yayınlarında Anlatıcı (Spiker)

Futbol karşılaşmalarında spiker yapımın önemli bir parçasıdır. İzleyiciler maçları beğendikleri, dinlemeye alıştıkları spikerin sesinden duymak isterler. Güçlü, zaman zaman da otoriter bir erkek sesi futbol maçlarının vazgeçilmez unsurlarındandır. Maçın spikeri, anlattığı maç konusunda bilgili olmalı, derin olmayan analizler yapabilmelidir. Maç anlatımlarında sesiyle ölçülü bir coşku verebilmeli, karşılaşma esnasında duygu geçişlerini iyi vurgulamalı, bazen nüktedan, bazen de hüzünlü olabilmeli, ama sıkıcı olmamalıdır. Önemli karşılaşmalarda spikerin yanında danışacağı bir yorumcu bulunur. Yorumcu yoğun maç anlatımı sırasında spikere nefes alma olanağı sağlarken, karşılaşmaya bilgisi ile katkı sağlamaktadır.

Maç naklen yayını sırasında spiker ve yönetmenin uyumu kuşkusuz naklen yayına olumlu yansıyacaktır. Spikerin anlattığı ile yönetmenin seçtiği resim örtüştüğü ölçüde izleyicinin beğenisini kazanacaktır. Böylelikle yapımda konu bütünlüğü sağlanır ve aktarılan dramatik yapı bütünlenmiş olur. Spiker ve yönetmenin birbiriyle iletişim kurması için 'intercom' denilen dahili kulaklık sistemi kullanılmaktadır. Karşılaşma öncesi bu cihaz aracılığıyla mutlaka prova yapılmalıdır. Böylece yönetmen, maç sırasında göstereceği önemli bir pozisyonu anlatması için spikeri önceden uyarabilir ya da spiker, saha içerisinde yönetmenin hakim olamadığı bir gelişmeyi kameralardan gösterebilmesi için yönetmeni bilgilendirebilir. "Yayın sırasında yönetmen anlatıcısının unuttuğu şeyleri hatırlatabilir; fakat bunu yapır yapmamasını onun inisiyatifine bırakmalıdır."³⁴³

³⁴³ Gökçe, Gürol, **Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği**, İstanbul, Der Yayınları, 1997,

Yönetmen spikerle konuşacağı zaman onu iyi dinlemeli, konuşmasını bölmemeli, mümkünse durakladığı bir noktada kulağına seslenmelidir. Yönetmen yayın sırasında iletişimin kesilebileceğini göz önünde bulundurup, spikere ulaşmak için kamera intercomunu kullanabilir. Bunun için anlatım pozisyonu kameralardan birine yakın olmalıdır. Futbol sahalarında anlatım yeri; pilot kameranın hizasında, sahanın tümüne hakim, pozisyonları takip edebilecek konumda olmalıdır. Ayrıca spikerin önünde anlatım yaptığı pozisyonları eş zamanlı gördüğü bir tane naklen yayın arabasının çıkış monitörü, bir tane de reklam dönüşlerinde yayına girildiğini takip etmesi için kanalın logolu yayın monitörü bulunmalıdır.

Görüntü 57: Spiker anlatım masası³⁴⁴



Görüntü 58: Maç yayını sırasında spiker masası görüntüsü³⁴⁵



s. 261.

³⁴⁴ UEL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 94.

³⁴⁵ UEL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s. 94.

Yönetmenin yayın sırasında intercom aracılığı ile verdiği komutlar öz ve anlaşılır olmalıdır. İntercom yalnızca haberleşme için kullanılmalı, gereksiz konuşma yapılmamalıdır.

2.2.4. Işık

Elektronik görüntünün kendisi ışıktan oluşmaktadır. Bu bağlamda iki ışıktan söz edilebilir: Kameranın önündeki dış ışık ve ekranda görüntünün oluşmasını sağlayan ışıklı elektronik noktacıların oluşturduğu iç ışık.³⁴⁶ Televizyon görüntüsünün en önemli özelliği iç ışığıyla oynanıp, görsel zenginlik elde edebilme olanağıdır. Bu kameramanın kendisinin resmin ayarlarıyla oynamasının yanı sıra stüdyolarda ve naklen yayın araçlarında daha profesyonelce yapılmaktadır. Kameradan kablo vasıtasıyla taşınan resim bilgisi kamera kontrol ünitesinde işlenerek, yayına uygun hale getirilmektedir. Yayın sırasında resim bilgisindeki değişiklikler kamera kontrol teknisyeni tarafından sürekli takip edilmektedir.

Futbol karşılaşmalarında ışığın değiştiği durumlarda veya topun daha az ışık alan bir bölgeye taşındığı durumlarda kamera kontrolden resmin iç ışığı ile oynanmaktadır.

Kameranın önündeki ışık (aydınlatma) : Televizyon görüntüsünün iki boyutluluğunu üçüncü boyuta taşımak için aydınlatmadan faydalanılmaktadır. Obje çerçevenin içindeki diğer objelerle ilintilendirilerek aydınlatılmaktadır. Bunun için ışık değişik noktalardan verilerek (anahtar, dolgu, arka ışığı gibi) aydınlatma yapılmaktadır.

Futbol karşılaşmalarında dış ışık futbol sahasının dört bir köşesinden ve yukarıdan yapılan aydınlatma ile sağlanmaktadır. Çok fazla enerji çeken bu aydınlatma maç boyunca jeneratörlerle desteklenmektedir. Futbol karşılaşmalarının özellikle gece oynandığını düşündüğümüzde, “yayına uygun aydınlatma, yüksek renk doğruluğuna sahip görüntüler sunma ve yüksek çözünürlüklü televizyon (HDTV) standartlarına uyma, izleyicilerin evlerinden sporun duygu, heyecan ve

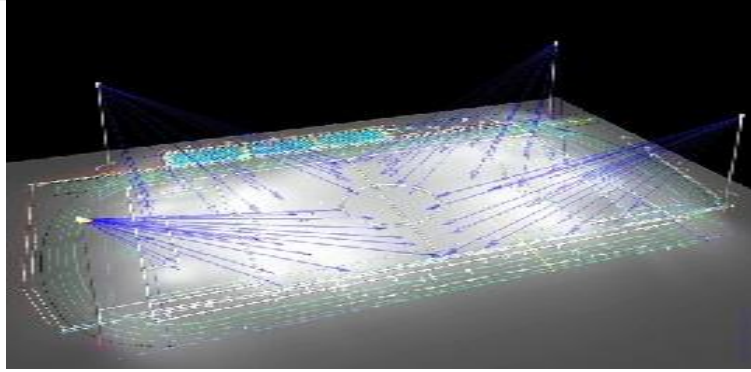
³⁴⁶ Levent Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkilap Kitapevi, 2003 s. 14.

atmosferini tatmalarına imkan tanır ve marka kimliğinin reklamı, desteklenmesi ve tanıtımı için gereklidir.”³⁴⁷

Görüntü 59: Stadyum Aydınlatması³⁴⁸



Görüntü 60: Stadyum Aydınlatması³⁴⁹



Günümüzde stadyumlarda profesyonel olarak yapılan bu uygulamaların geçmişi 1950'lere kadar gitmektedir. Şu anda kullanımı ise;

“FIFA gerekli aydınlatma için oldukça detaylı bir teknik kitapçığa sahiptir. 2011 yılında son revizyonu yayınlanan bu kitapçık bir aydınlatma tasarımcısı için gerekli olan bütün bilgileri içermektedir. Temelde en büyük tartışma renk değerleri dediğimiz Renk

³⁴⁷ “Stadyumda doğru aydınlatma”, (çevrimiçi), <https://www.voltimum.com.tr/haberler/stadyumda-dogru-aydinlatma>, 30.11.2017.

³⁴⁸ “Stadyum Aydınlatması”, (çevrimiçi), https://www.google.com.tr/search?rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&biw=1280&bih=709&tbm=isch&sa=1&ei=yMzWprOMleagAamg7j4DA&q=stadyum+ayd%C4%B1nlatmas%C4%B1&oq=stadyum+ayd%C4%B1nlatmas%C4%B1&gs_l=psyab.1.0.0i7i30k1.92485.92485.0.96788.1.1.0.0.0.164.164.0j1.1.0....0...1c.1.64.psy-ab..0.1.163....0.PTZVeWhA3vw, 15.12.2017.

³⁴⁹ “Stadyum Aydınlatması”, (çevrimiçi), https://www.google.com.tr/search?rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&biw=1280&bih=709&tbm=isch&sa=1&ei=yMzWprOMleagAamg7j4DA&q=stadyum+ayd%C4%B1nlatmas%C4%B1&oq=stadyum+ayd%C4%B1nlatmas%C4%B1&gs_l=psyab.1.0.0i7i30k1.92485.92485.0.96788.1.1.0.0.0.164.164.0j1.1.0....0...1c.1.64.psy-ab..0.1.163....0.PTZVeWhA3vw, 15.12.2017.

Sıcaklığı (Tk) ve Renk Geriverimi (Ra) değerlerinde yaşanmaktadır. Yayıncı kuruluşlar daha yüksek renk sıcaklığı (5600K) renk geri verimi (90) değeri talep etmektedirler. FIFA bu kitapçığı halen yürürlükte tutmakla beraber özellikle dünya kupalarına ait özel spesifikasyonlar belirlemekte ve bunları uygulamaktadır. Ülkemizde ise daha çok Gençlik ve Spor genel müdürlüğü ile Futbol federasyonumuzun belirlediği değerler kullanılmaktadır. Ama yayıncı kuruluşların beklentisi öncelikle yüksek renk özellikleri ve aydınlatmanın düzgünlüğü, daha sonra yüksek aydınlık düzeyleridir.”³⁵⁰

Futbol maçlarında yönetmenin unutmaması gereken bir nokta da, saha aydınlatmasının verimli çalışıp, çalışmadığı yayından en az iki saat öncesinde kontrol edilmesi gerektiğidir. Ayrıca yayının kesintisiz devam edebilmesi için, saha aydınlatması kesintiye uğradığında jeneratörlerin ne zaman devreye gireceğini de bilmek durumundadır.

2.2.5. Kurgu

Televizyonun önünde kilitlenip kalmak, gözlerimizi ayırmadan seyretmek, kendi istemimiz dışı yönlendirilişimizin dışı vurumudur. Yaratılan gerçeklik bizi kendine doğru çekmektedir. Bu işlemi gerçekleştirme yollarından biri kurgudur. Kurgu, “ekran karşısındaki dikkatimizi koruyarak, yönelim tepkimizi etkinleştirmektedir, yani bir çeşit hipnotize etkisi yaratmaktadır.”³⁵¹ Televizyon bizi büyülerken, kurgu sayesinde o yöne çekiliriz.

Walter Benjamin’in “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction” adlı makalesinde, büyücü ile cerrah arasındaki ilişki, ressam ile kameraman arasındaki ilişkiye benzetilmektedir. Kurgu gerçekliğin yaratımı, yönetmen de gerçekliği kurgulayandır.

Ayrı ayrı çekilen parçalar birleştirilerek, anlamlı bir bütün yaratılması hedeflenmektedir. Slovaj Zizek kurguyu, gerçek parçalarından –film parçalarından, birbiriyle alakasız tek çekimlerden- bir “sinemasal mekan” efekti yani özgül bir sinemasal gerçeklik yaratma yollarından biri olarak görür.³⁵²

³⁵⁰ “Spor Sahalarının Aydınlatılması”, (çevrimiçi), <http://www.aydinlatma.gen.tr/spor-sahalarinin-aydinlatilmasi.html>, 30.11.2017.

³⁵¹ **Taarruz: Eğlendirerek Hükmetmek Halklara karşı Kitle Kültürü**, çeviren: Yavuz Polat, Ankara, Heretik Yayıncılık, 2013, s. 48.

³⁵² Slovaj Zizek, **Yamuk Bakmak**, çeviren: Tuncay Birkan, İstanbul, Metis Yayınları, 2012, s.158.

Kurgulama kuralları sinemayla birlikte doğmuş ve gelişmiştir. Kurgu bazı önemli noktaları dikkate almamız gerekmektedir.

1) Planın ölçeğine göre kurgu:

Yıllar boyunca sinematografi pratiğinden elde edilen deneyimler sonucu; bir kadrajdan diğerine geçişte aynı ölçek kullanılmamaktadır. Ölçek değiştirmek gözü rahatsız etmez, sıçramayı önler, izlenmeyi kolaylaştırır.

2) Mekanda bulunan objelerin bakış yönüne göre kurgu:

Eğer kamera iki kahramanı birbirinin bakış çizgisinin sadece bir tarafında bulunan noktalara yerleştirirse, izleyici olayın akışını sanki gerçek yaşamda kendi gözleriyle görüyormuş gibi, ekranda öyle tasavvur edecektir.

Buna aks çizgisi de denilmektedir. Yapımlarda çok dikkat edilmesi gereken bir başlıktır. İnceleme konumuz olan maç naklen yayınlarında bu konuya özellikle önem verilmektedir.

“Her sahnede karakterlerin tam ortasından geçtiği varsayılan hayali bir çizgi (aks) vardır. Ancak bu çizginin aynı tarafından çekilen planlar birbirlerine bağlanabilir, ama eğer kamera bu çizgiyi aşarsa, o zaman mekan ilişkisindeki devamlılık kesintiye uğrar ve aks atlaması/ sıçraması (jump cut) denilen kopukluk etkisi ortaya çıkar. Bu gözü rahatsız eder ve seyirciye izlediği hareketin devamlılığı olmadığını hatırlatır.”³⁵³

Futbol maçlarında sahanın kaleden kaleye uzayan imgesel (hayali) bir çizgi ile ikiye bölündüğü düşünülür. Kameralar bu çizginin bir tarafına yerleştirilir.

3) Kadrajdaki objelerin hareket yönüne doğru kurgu

4) Kadrajdaki objelerin hareket evrelerine göre kurgu

5) Hareketli objelerin temposuna göre kurgu

6) Kadrajın kompozisyonuna göre kurgu /Dikkat merkezinin yer değiştirmesine göre kurgu:

Sinema kurgusu alanında yapılan uygulamalar, bir kadrajdan diğerine geçişin yumuşaklığı açısından, ekranın yatay çizgisinde böyle bir atlamanın, kadraj en eninin üçte birinden daha fazla olmamasını öngörmektedir.

7) Aydınlatmaya göre kurgu

8) Renge göre kurgu

³⁵³ Jane Barnwell, **Film Yapımının Temelleri**, çeviren: Güleğül Altıntaş, İstanbul, Literatür Yayınları, 2011.

9) Çekim eksenlerinin yer değiştirmesine göre kurgu

10) Kadrajda hareket eden asıl kitlenin hareket yönüne doğru kurgu:

İzleyicileri fırtınaya yakalanmış bir gemi gibi bir taraftan öbür tarafa savurmamak için, sinematografi pratiğinde uzun yıllara mal olmuş bir çalışma sonucunda, çok basit bir çekim yöntemi geliştirilmiştir. Her türlü pan çekiminde, başlangıçtı bir veya iki saniye hareketsiz bir görüntü çekilmeli, daha sonra kamera pan yapmaya başlamalıdır. Pan çekiminin sonunda da, aynı şekilde durgun bir parça çekilmelidir. Herhangi bir pan çekimi, daha sonraki veya önceki kurgusal çözümleye aldırış etmeden statik başlamalı ve yine o şekilde bitirmelidir.³⁵⁴

Kesme, zincirleme geçiş, bindirme, kararma ve açılma video kurgunun noktalama işaretleridir.

Futbol maçı yayınlarında kurgu; maç sırasında gerçekleşen bir durumun, onu tespit eden farklı açıya yerleştirilmiş kameralar tarafından tekrar gösteriminde kullanılır. Maç yayını sırasında anında kurgu yapıldığı için işinin ehli kişiler tarafından yapılmalıdır. Çünkü izleyici biraz önce kaçırdığı pozisyonu veya bir tepkiyi en güzel açıdan görmek isteyecektir.

2.2.6. Grafik- Animasyon

Neredeyse bütün televizyon yapımlarında kullanılan grafikler; yapıma ilişkin bilgilerin, notların görüntüyü kapatmadan sunumudur. Animasyonlu grafikler izleyicinin daha çok ilgisini çekip, verilerin kolay algılanmasını sağlamaktadır.

Grafik imajlar; başlıklar, isimler ve görsel imajlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Başlıklar ve isimler; el ile, mekanik olarak, fotografik olarak ya da elektronik olarak üretilip karakter jeneratörü aracılığıyla ekrana verilmektedir. Görsel imajlar (çizelge, grafik ve resimler) ise, fotoğraf ya da bilgisayarda hazırlanan grafikler olarak ekrana yansıtılmaktadır.³⁵⁵

³⁵⁴ Aleksey G. Sokolov, **Sinema ve Televizyonda Görüntü Kurgusu**, çeviren: Semir Aslanyürek, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2006, s. 60-128.

³⁵⁵ Gorham Kindem, Robert B. Musburger, **Media Production From Analog to Digital**, USA, Focal Press, 1997, s.297.

Ayrıca tasarımcı tarafından hazırlanan grafikler, ekran çizgisinden itibaren %10-15 pay bırakılarak tasarlanmalıdır.³⁵⁶Böylelikle grafiklerin ekrandan taşması önlenmiş olur. Buna safe area (güvenli alan) denilmektedir.

Futbol karşılaşmalarında bilgi içeren çeşitli grafik tasarımların kullanıldığı görülmektedir. Bu grafiklerin kullanılmasının amacı; spikerin paylaştığı bilgilerin daha kalıcı şekilde ve bir düzen dahilinde verilerek görsel zenginliğin artırılmasıdır.

Görüntü 61: Grafik örneği³⁵⁷



Görüntü 62: Maç yayını sırasında grafik örneği³⁵⁸



³⁵⁶ A.e., s.288.

³⁵⁷ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s.76.

³⁵⁸ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s.76.

Görüntü 63: Yayın sırasında grafik örneği³⁵⁹



Görüntü 64: Maç istatistikleri grafik örneği³⁶⁰

FC BARCELONA	2-0	PARIS ST-GERMAIN
64%	BALL POSSESSION	36%
41	ATTEMPTS	8
6	ATTEMPTS ON TARGET	2
3	BLOCKS AND TACKLES	3
3	CORNERS	3
3	OFFSIDES	6
113.92 KM	DISTANCE COVERED	114.00 KM
479.00 IN	PASSES COMPLETED	306.00 IN
11	FOLLS COMMITTED	10
0 / 0	YELLOW-RED CARDS	1 / 0

Ayrıca futbol maçlarında tekrar görüntüye geçerken kullanılan geçiş efektleri vardır. Bu efektler maç sırasında verilen grafiklerle aynı görsellikte hazırlanmaktadır. İçeriği organizasyonu veya yayıncı kuruluşu simgeleyen görsellerle onların reklamını yapmak, izleyicinin zihnine bu mesajı yerleştirmektir.

2.3. Canlı Yayınlar

Televizyonun en temel özelliklerinden birisi zaman algısını değiştirebilmesidir. Evimizde rahat koltuğumuzda otururken bir anda savaş alanına gidebilir ya da uzaya çıkabiliriz. “Zaman faktörünün sağladığı teknolojik avantajlar sayesinde televizyon,

³⁵⁹ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s.78.

³⁶⁰ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s.79.

canlı yayına olanak sağlayan bir araç olma özelliğini gösterir.”³⁶¹

Canlı yayın televizyonun en temel özelliklerindedir. İzleyiciye anımsal ve orada olma duygusunu yaşatır. Ancak bu duygu, televizyon ideolojisinden bağımsız olarak düşünülemez. Kurguda baştan beri seçme işlemi yapılmaktadır. Kameraların konumlandırılışından, kadraja giren objelerin belirlenmesine kadar her şey bir seçime tabi tutulmaktadır. Olaylar rastlantısal görünüyorsa eğer, kesinlikle böyle olmadıklarındandır.

Canlı yayınlarda hataya yer yoktur. “Ne teknik sorunlar ne de yapım hatalarının kurguyla düzeltilebilmesi olanağı yoktur ve bu yapımlar, yapımcının üzerlerinde en az kontrolü olanlardır.”³⁶²

2.3.1. Naklen Yayınlar

Televizyon stüdyolarında gerçekleştirilen ve anında seyirciye ulaştırılan programlara CANLI YAYIN adı verilir, şayet bu tür yayın stüdyo içinden değil de, stüdyo dışından olayın geçtiği yerlerden yapılıyorsa NAKLEN YAYIN adını alır.³⁶³

Televizyonun en zevkli ve heyecanlı fakat en güç yayın türlerinden biri naklen yayınlardır. Çünkü olayın akışı sırasında neler olacağını önceden kesinlikle bilinmemektedir. Oysa stüdyo çekimlerinde ne olacağı önceden planlanır, sürprize yer yoktur.

Görüntü 65: Naklen yayın arabası³⁶⁴



³⁶¹ Gülfem Gürses, “Televizyon Haber Bültenlerinde Gerçekliğin Sunumu ve Gündemle İlişkisi”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, 2003, s.118.

³⁶² Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapılım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s. 71.

³⁶³ TRT Haber Yönetmenliği Kurs Notları, Mart 2003.

³⁶⁴ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s.89.

Görüntü 66: Naklen yayın arabası içi³⁶⁵



Naklen yayın yapabilmek için hareket edebilen bir araca ihtiyaç vardır. Yapılacak prodüksiyona göre çeşitli büyüklükte naklen yayın araçları dizayn edilmektedir. Aracın içinde temel olarak; görüntü ve ses masası, kamera kontrol ünitesi, yayın monitörleri, kayıt cihazları ve kaydedilen görüntüyü uyduya gönderecek cihazlar bulunmaktadır.

Güvenlik, enerji temini ve kameraya uzaklık nedenleriyle, öncelikle naklen yayın aracını iyi bir yere konumlandırmak gereklidir. Araç görüntü alınacak mekana yakın olmalıdır. Kameralardan alınan görüntü ve ses kablolar aracılığı ile taşınmaktadır. Taşınan sinyalin belli bir mesafenin üzerinde zayıflayacağı düşünüldüğünden, kameraların araca yakınlığı önemlidir. “Kamera düzenlemesi, ortamdaki havayı verebilecek geniş çekimlere olanak sağlayacak biçimde tasarlanmalı, yeri geldiğinde kalabalığı gösterebilmelidir.”³⁶⁶

“Aktarılan olayın hızlı ve yavaş gösterimi, aynı hareketin tekrar anında gösterimi, bir sahneden diğerine anında kesim, hareketli kameralar, birçok kamera aracılığı ile bakış noktalarını değiştirme gibi teknolojik özellikleri sayesinde televizyon zaman faktörü konusundaki özelliklerini naklen yayında da kullanır. Böylece sürekli hareket halinde olan şimdiki zamanla gelecek zamandan geçmiş zamana gidilir.”³⁶⁷

³⁶⁵ UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/16, s.83.

³⁶⁶ Gökçe, Gürol, **Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği**, İstanbul, Der Yayınları, 1997, s. 259.

³⁶⁷ G. Ray Funkhauser, F. Shaw, “How Synthetic Experience Shapes Social Reality”, aktaran: Gülfem Gürses, “Televizyon Haber Bültenlerinde Gerçekliğin Sunumu ve Gündemle İlişkisi”,

Naklen yayınların amacı; izleyiciyi olayın içine almaktır. Anında ve orada olma duygusunu yaşatan naklen yayınlar, başladığı günden bugüne en fazla izlenen yayınlardır. “Ay’a iniş TV’de ilk seyirci rekorunu yaratmıştır. Fakat çok geçmeden bir olimpiyattaki naklen yayın Ay rekorunu geride bırakmıştır.”³⁶⁸

Teknolojik bir gelişmenin duyurulduğu naklen yayınlar yada bir çatışmanın yaşandığı yerden yapılan naklen yayınlar izleyicileri çekebilmektedir. Ancak spor naklen yayınları sürekli izleyici kitlesi vaad etmektedir. “Spor, doğrudan hareketi ve heyecanı, olayın bir parçası olarak kurmasıyla, canlı televizyon yayınının asıl şeklini yansıtmaktadır.”³⁶⁹

2.3.1.1. Futbol Naklen Yayınları

Futbol naklen yayını televizyon için önemli bir yapıdır. Futbolun bilinirliğini arttıran, günümüzdeki popülerliğine kavuşturan televizyondan yayınlanıyor olmasıdır. “Televizyonun endüstriyel futbolun emrine verdiği naklen yayınlar ve dijital olanaklar, aynı zamanda futbol endüstrisinin en üst noktada kendisini yeniden üretmesine olanak sağlayacak yeni futbol ekonomisinin de doğumuna neden olmuştur.”³⁷⁰ İlk yapılan naklen yayınlar tek kamera ve kısıtlı teknik olanaklarla çekilirken, günümüzde onlarca kamera ve gelişmiş tekniklerle çekilmektedir. Futbol ve televizyon ekonomik anlamda birbirini çoğaltmışlardır.

Futbola maç yayınları 1950’lerden itibaren başlamıştır. 1990’larda başlayan uydu yayıncılığı sayesinde, futbolun sınır ötesi yayınındaki engelleri de kaldırılmış, uluslararası karşılaşmaların önünü açılmıştır.

“1954 yılında Türkiye’nin ilk kez katıldığı FIFA Dünya Futbol Şampiyonası Finali İsviçre’den canlı olarak nakledildi. Bu yayın, televizyondan naklen yayınlanan ilk dünya kupası finali olması nedeniyle ayrı bir yere sahiptir. Dünya Futbol Şampiyonası maçlarının tamamı uydu aracılığıyla ilk defa 1966 yılında naklen yayınlandı ama; ne futbol televizyondan para, ne de televizyon futboldan reyting bekliyordu o zamanlarda. Aradan çok zaman geçmedi. Dünya futbolunu yirmi dört sene yöneten FIFA’nın eski

İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, 2003, s.119.

³⁶⁸ Selçuk Özdağ, Savaş Duman, İ. Bülent Fişekçioğlu, “Popüler Kültür: Futbol mu, “Putbol” mu?”, **Türkiye Kickboks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt: 4, Sayı:1, Ocak, 2011, s. 16.

³⁶⁹ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 139.

³⁷⁰ Tuğrul Akşar, **Endüstriyel Futbol**, İstanbul, Literatür Yayınları, 2005, s.28.

Başkanı Joao Havelange, ilk başkan seçildiği 1974 yılında ‘Ben buraya futbol adı verilen bir ürünü pazarlamaya geldim’ dedi. Bu sözlerin, “futbolun en çok seyredilen televizyon programı olacağı” anlamına geldiğine o zamanlar pek dikkat edilmedi.”³⁷¹

1989 yılına gelindiğinde, futbol ağırlıklı spor ve eğlence ilk kanal ESPN’in kuruluşunu görmekteyiz. ESPN kablodan, tam gün spor programları yayınlamaya başlamıştır ve bir müddet sonra da etkin bir güç haline gelmiştir.³⁷²

“Ülkemizdeki duruma baktığımızda; 4 Mart 1973’de Türkiye-İtalya Milli maçı ilk kez Eurovision aracılığı ile televizyondan naklen verilmiştir. 7 Nisan 1976 yılında televizyondan yapılan ilk renkli naklen yayın da yine bir futbol karşılaşması İngiltere Kral Kupası’dır.”³⁷³

Türkiye’de yasal olarak geline son noktada; 20.04.2004 tarih ve 4563/11 sayılı değişiklikle,” futbol müsabakalarının televizyon ve radyodan yayınlanmasının düzenlenmesine ve programlanmasına münhasıran Türkiye Futbol Federasyonu Yönetim Kurulu yetkili kılınmıştır.”³⁷⁴

³⁷¹ Futbol Endüstrisinde TV-Reklam Etkileri, (çevrimiçi), <http://arsiv.ntv.com.tr/news/296626.asp>, Erişim:02.06.2015.

³⁷² Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 139.

³⁷³ 2010 TRT Ajandası, **TRT Yayınları**, Ankara, 2010.

³⁷⁴ Tuğrul Akşar, **Endüstriyel Futbol**, İstanbul, Literatür Yayınları, 2005, s.56.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FUTBOL NAKLEN YAYINLARINDA GÖRÜNTÜ DÜZENLEMESİ

3.1. Futbol Karşılaşmalarında Görüntü Çözümlemesi

Televizyonda yayınlanan her görüntü prodüksiyonun bir parçasıdır. Parçacıkları birleştirip, anlamlı bir bütün oluşturan yönetmendir. Yönetmen tercihleri yapıma yön verir. Yönetmen, teknik imkanları kullanarak görüntü düzenlemesi yapmaktadır. Görüntü düzenlemesinin en önemli unsuru kameradır. Kullanılan kamera sayısı, cinsi, kameraların nerede konumlandırıldığı, kamera hareketleri ve bakış açısı yapımın oluşturulmasında büyük önem taşır. Ses, görüntünün tamamlayıcısıdır. Konuşan insanların sesleri, çevredeki doğal sesler ve efektler, bazı yapımlarda da müzik prodüksiyonun önemli bileşenleridir. Yönetmenin diğer yardımcıları; ışık, kurgu, grafik ve animasyonlardır.

Yapılan tercihleri belirlemek ve görüntü düzenlemesindeki kriterleri ön plana çıkarmak için; UEFA'nın organizasyonunda yapılan ve TRT1'de yayınlanan Avrupa Futbol Şampiyonası'ndan bir karşılaşma, ülkemizde Türkiye Futbol Federasyonunun gözetiminde yapılan ve BeINspor'da yayınlanan bir derbi karşılaşması ve UEFA'nın en büyük organizasyonu Şampiyonlar Ligi'nde oynanan ve Tivibuspor'da yayınlanan bir karşılaşma seçilmiştir.

Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi futbol karşılaşmaları milyonlarca kişi tarafından takip edilen maçlardır. Görsel bir şölen havasında geçen karşılaşma boyunca statta ambiyans, kilometrelerce ötedeki izleyicilerle buluşmaktadır. Milyarlarca dolarlık bu endüstride yanılma payına yer bırakılmamaktadır. Her şey kurallar çerçevesinde yerine getirilmektedir, dolayısıyla izleyici de ne göreceğini az çok bilmektedir. Simon Kuper, kült kitabı "Futbol Asla Sadece Futbol Değildir" de Türk futbolunun UEFA'da oynaması sayesinde Avrupalı olduğunu yazmaktadır.

Şampiyonlar ligi ve UEFA karşılaşmalarında yapılacaklar listesi önceden belirlendiği ve sürekli olarak geriye dönük kontrol edildiği için teknik açıdan hataya yer bırakılmamaktadır. Yayıncı kuruluş, teknik olarak bir hafta öncesinden yayın planını belirlemek durumundadır. Kaç tane kamera kullanılacağı, kamera yerleşim planı, kameraların yapacağı hareketleri belirleyen çalışma prensipleri, spiker anlatım

pozisyonları, efekt mikrofonların yerleşim planı, stadın ışıklandırma ve enerji sistemi, maçı çekecek naklen yayın aracı ve araçta çalışacak görevliler, kullanılacak cihazlar ve grafikler önceden belirlenen unsurlardır. Bunun için günler öncesinden hazırlıklara başlanır. Çekim için gerekli görüntü, ses ve ışık düzenlemesi yapılır. Maç günü geldiğinde, yönetmenin kafasında her şey hayata geçirilmek üzere kurgulanmıştır. Yapılacak ayrıntı çekimlere maçtan en az üç dört saat önce yapılan son yayın toplantısında karar verilir. Maça iki saat kala artık tüm hazırlıklar tamamlanmak durumundadır.

Maç günü uluslararası yayın karşılaşmadan bir saat önce başlamaktadır. Her takım maçın başlamasından yarım saat öncesine kadar sahada otuz dakika kadar ısınmaktadır. Bu görüntülerin kullanımı yayıncı kuruluşlar için serbesttir. Ancak soyunma odası çekimi için izin alınmak zorundadır. Talep edildiği takdirde maçın başlamasına on dakika kalana dek saha kenarından yayın yapılabilir. Sahada ses yoksa önceden kayıt edilen görüntü ve sesler yayına verilebilir. Grafikler boş stat görüntüsü üzerine verilmelidir. Çoğu yayında grafikler yayıncı kuruluş tarafından sadece bunun için kullanılan ve stadı değişik bir cepheden gören beauty kamera üzerine bindirilerek verilmektedir. Grafik cihazında olabilecek arızalara karşı grafikler önceden kayıt cihazına kaydedilmektedir.

Çalışma; her üç maçta; spikerin anlatıma başladığı andan -UEFA yayınlarında bu süre maçın başlama düdüğünden on dakika öncedir- spikerin anlatımını sonlandırdığı zaman arasında kalan süre ile sınırlandırılmıştır. Bu süre yaklaşık iki saatlik bir zaman dilimine karşılık gelmektedir.

Görüntü düzenlemesinin en önemli aracının kamera olduğu düşünülerek, her üç maçta da kullanılan kamera görüntüleri incelenmiştir. Karşılaşmaların oynandığı sırada kullanılan kamera görüntüleri; pilot yani stadı geniş açı ile çeken ana kamera, oyuncu, teknik direktör ve seyircilerin gösterildiği detay çalışan kameralar, tekrar gösterimlerde kullanılan slow motion kameralar, Jimmy jip ve örümcek kamera olarak ayrılmış ve çözümlenmiştir.

Maçlarda pilot kamera yani genel çekimlerin yoğunluklu kullanımı izleyicileri futbol topundan ve oyundan koparmamak için önemlidir. “Genel çekimlerin daha fazla detay içermesi, ekran zamanını daha fazla işgal etmekte, yakın çekimlerin daha az bilgi içermesi ve daha kolay kavranabilmesi sayesinde ekran zamanını daha az

işgal etmektedirler.³⁷⁵ İzleyici stattaiki seyirci konumundadır. Bunun için pilot yani ana kameranın yeri stadyumdaki atmosferi yakalayan ve oyunu en iyi seyredebileceği yerde yerleştirilmektedir.

Futbol maçlarında detay kameralar, ayrıntı çekimden genel plana kadar olan çekim ölçeklerini kapsamaktadır. Detay kamera çekimleri, bir harekete yada olaya dikkat çekmek için tempoyu arttırıcı görüntülerdir. “Bir hareketin yakın çekimi, olayın detayını daha iyi vermektedir. Böylece yüksek enerjili renkler ve sesler ekranda hareketin devamlı uzun çekimlerine göre daha enerjik olmasını sağlamaktadır.”³⁷⁶

Futbol maçlarında normal yayınlarda kullanılan bir saniyede 25 kare sayısı bir kaç katına çıkarılarak, detayları net görebildiğimiz slow motion görüntüler elde edilmektedir. Bunun için kullanılan kameranın da uygun olması gerekmektedir. Saniyede gösterilen kare sayısı beş binlere kadar çıkmıştır. Bu görüntülere de süper slow motion denilmektedir. Bu görüntüler tekrar gösterimlerde kullanılmaktadır.

Futbol maçlarında kullanılan örümcek kamera; sahanın dört bir köşesine bağlanmış kablolar boyunca saha üzerinde hareket eden kameradır.

Karşılaşma sırasında oyuncuların çıkış tüneline girişinden itibaren her iki takımada eşit yer verilecek şekilde gösterildiği gözlenmiştir. Tünelde ve seremonide steadicam kamera kullanıldığı tespit edilmiştir. Tünelden başlama vuruşuna dek geçen üç dakikalık süre içerisinde maçla ilgili grafikler verildiği görülmüştür. Ayrıca maç sırasında teknik direktörleri takip eden bir kamera olduğu saptanmıştır.

UEFA'nın organizasyonundaki maçlarda 40 saniye tanıtım müziği ve şampiyonanın özel marşı çalınmış, Galatasaray- Fenerbahçe derbisinde İstiklal marşı çalınmıştır. Bu sırada steadicam ile deplasman takımından başlayıp ev sahibi takımın son oyuncusuna dek yakın plan çekim yapılmıştır.

Futbol karşılaşmalarında yönetmenin canlı yayın sırasında veremediği görüntüler farklı kamera açılarından yavaşlatılarak tekrar gösterilmektedir. Böylelikle maç sırasında duraklanarak geçirilen boşluk televizyon izleyicisine

³⁷⁵ Hakan Uğurlu, “Görüntüde Zaman Boyutu”, **Kurgu Dergisi**, 2003, Sayı: 20, s. 161.

³⁷⁶ Hakan Uğurlu, “Televizyondaki Canlı Yayınlarında Zaman Kavramının Yapılandırılması”, **Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi**, 9 Aralık 2008, s. 40.

hissettirilmez, seyircinin dikkatinin dağıtıp, ekrandan kopmasına izin verilmemiş olur.

“Ağır çekim ve hızlı çekimin televizyon teknolojinin olanakları ile kullanıldığında, örneğin bir canlı yayında kullanımı ile yaratacağı zaman duygusu, öznel zamanı pozitif etkileme yönünde olacaktır.”³⁷⁷

Yayına yavaşlatılmış gösterimde görüntü okuyan operatörler daha önceden bölüştükleri kameralardan gelen görüntüleri toplayıp işlemektedir. Üç karşılaşmada da verilen tekrar görüntülerinden, en az dört kayıt cihazı ve operatörü kullanıldığı tespit edilmiştir. Goller, oyuncuların gördükleri kartlar ve pozisyonlar oyun durduğunda tekrar gösterilmiştir.

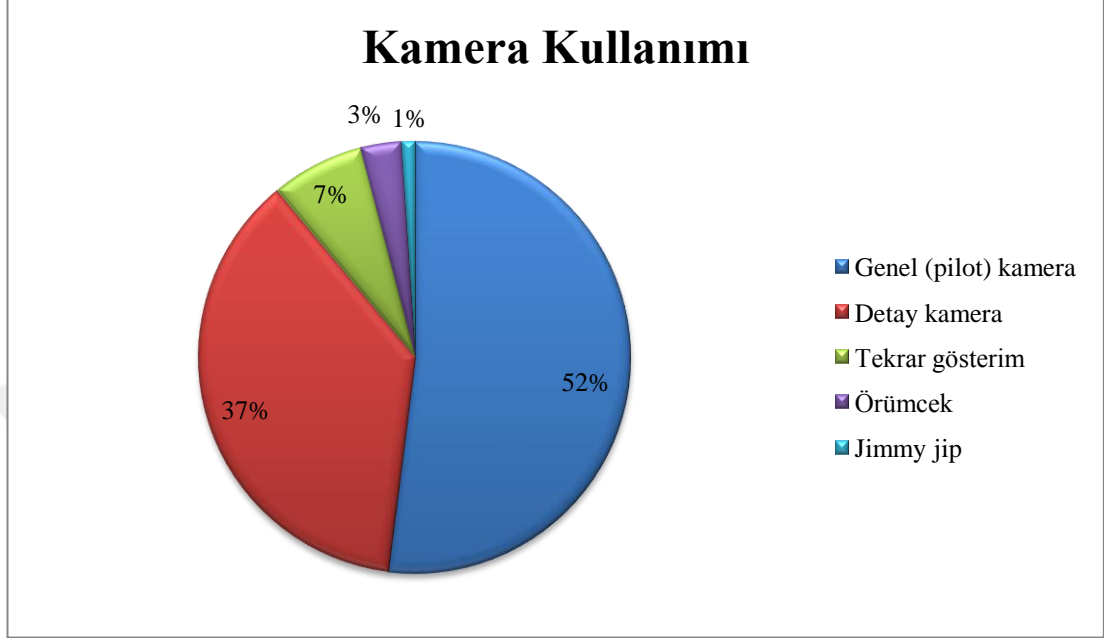
Günümüzde maç yayını sırasında görüntülerin toplanıp işlendiği çok çeşitli cihazlar olmasına rağmen, ‘video teyp recorder’ kelimelerinin baş harfleri olan VTR sözcüğü ile adlandırılmaktadır. Ayrıca, son dönemde, canlı yayından ayırmak için VTR geçişlerinde grafikler kullanıldığı gözlemlenmektedir.

3.1.1. TRT Kanalında Yayınlanan İspanya-Türkiye Futbol Karşılaşmasının Görüntü Çözümlemesi

Tez kapsamında incelenen ve rastgele seçtiğimiz futbol karşılaşmalarından ilki Avrupa Futbol Şampiyonası’nda kapsamında 17 Haziran 2016 Cuma akşamı Fransa’nın Nice Şehri’nde Allianz Riviera Stadı’nda oynanan, saat 22:00’de TRT 1’den canlı olarak yayınlanan ve ‘3-0’ İspanya’nın galibiyeti ile biten İspanya-Türkiye futbol karşılaşmasıdır. Maçtaki görüntü çözümlemesini gerçekleştirmek için görüntüleri çeken kameraların kullanım oranlarına bakılmıştır. Yapılan analiz sonucu bulgular şöyledir:

³⁷⁷ Hakan Uğurlu, “Görüntüde Zaman Boyutu”, **Kurgu Dergisi**, 2003, Sayı: 20, s. 166.

Grafik 1: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları.



İncelenen İspanya- Türkiye futbol karşılaşmasının toplam süresi; 2 saat 9 saniye yani 7209 saniyedir.

İncelemede genel (pilot) kamera kullanımı; ilk yarı 1710 saniye, toplam 3741 saniye yani 1 saat 2 dakika 35 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 52'sine yani yaklaşık olarak yarısına karşılık gelmektedir. Maç süresince; en uzun görüntü 1 dakika 11 saniyelik pilot kamera görüntüsüydü. Yapılan çözümlerde; pilot kamera görüntülerinin, diğer kamera görüntüleriyle ortalama 20 saniyede bir bölündüğü tespit edilmiştir.

İncelemede detay kamera kullanımı; pilot altı, yakın yer kamerası, steadicam (vücuda giyilen kamera), parmak kamera kullanımlarını da içermektedir. Detay kamera kullanımı; ilk yarı 1236 saniye, toplam 2644 saniye yani 44 dakika 6 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 37'si gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir.

İncelemede örümcek kamera kullanımı; ilk yarı 135 saniye, toplam 244 saniye, yani; 4 dakika 6 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 3'üne karşılık gelmektedir.

Beauty kamera, sahanın bir köşesinden geniş açı güzel görüntü veren ve üzerine grafik bindirmede kullanılan kameradır. İncelemede; ilk yarı 44 saniye, toplam 46 saniye görüntü verilmiştir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayında kayda değer bir yüzdeye karşılık gelmemektedir. Buradan da bu yayın için çok fazla ön plana çıkarılmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Drone; yukarıdan kuşbakışı çekim yapabilen kumandalı kameralardır. Statların kuşbakışı görüntüsünü verdiği için son dönem maçlarda sıkça kullanılır olmuştur. Yine de drone kullanımı konusunda UEFA'nın katı kuralları bulunmaktadır. Futbol karşılaşması sırasında drone kullanımı yasaktır. Bu nedenle maç yayını sırasında verilen drone görüntüleri önceden çekilmiş, vtr'den okunan görüntüler olmaktadır. İncelemede; toplam 18 saniyelik drone görüntüsüne rastlanmıştır. Bu görüntü yayının başında stadın dış görünümünü yansıtmak için kullanılmıştır.

İncelemede tekrar görüntü kullanımı; ilk yarı 316 saniye, toplam 469 saniye, yani; 7 dakika 49 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 7'sine karşılık gelmektedir. Karşılaşma boyunca toplam 42 kez VTR'ye gidilmiştir. VTR görüntüleri maç içerisinde kullanılan detay kameralardan seçildiği için kamera kullanımı içerisinde yer almıştır. Bu görüntülerin içeriğinde de genellikle bir kez yavaşlatılmış görüntü, peşine bir de yakın plan oyuncu görüntüsü eklenmiştir. Bu oyuncular da inceleme boyunca forvet oyuncularından seçilmiştir.

Maçın anlatımını TRT adına Ersin Düzen yapmış, maç anlatımı sırasında yorumcu kullanılmamıştır. Efekt seslerin dışında stadyumda maç öncesi Türkiye ve İspanya'nın milli marşları çalınmıştır.

Grafik; maçlarda oyuncu isimlerini, teknik direktör isimlerini, hakemlerin isimlerini, oyuncu değişimlerinde isimlerini, oyuncu dizilişini, maçın istatistiklerini ve dakika skor vermek için kullanılmaktadır. İncelemede; toplamda 26 kez grafik verilmiştir. Bunlar; takımın ilk on biri, sahaya dizilişi, hakem isimleri, teknik direktör isimleri, oyuncu değişiklikleri ve topun oynanma süresi ve oyuncuların koşu mesafesi gibi istatistikleri içermekteydi. İlk yarı içerisinde 148 saniye, toplam 214 saniye yani, 3 dakika 57 saniye grafik ekrana bindirilmiştir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yaklaşık yüzde 2'sine karşılık gelmektedir.

Uluslararası futbol turnuvalarına futbolcular gibi medya da aylarca hazırlanmaktadır. Bu anlamda; şampiyonalara bazen bir kamera kullanımı, bazen de bir grafik tasarımı damga vurmaktadır.

En son Fransa ve İtalya'nın ev sahipliğinde yapılan Avrupa Futbol Şampiyonası, terörün gölgesinde geçtiği için çok fazla aksiyon yaratamamış, ancak rengarenk kurdelelerle süslediği ekran ile izleyicilere güzel bir görsellik sunmuştur.

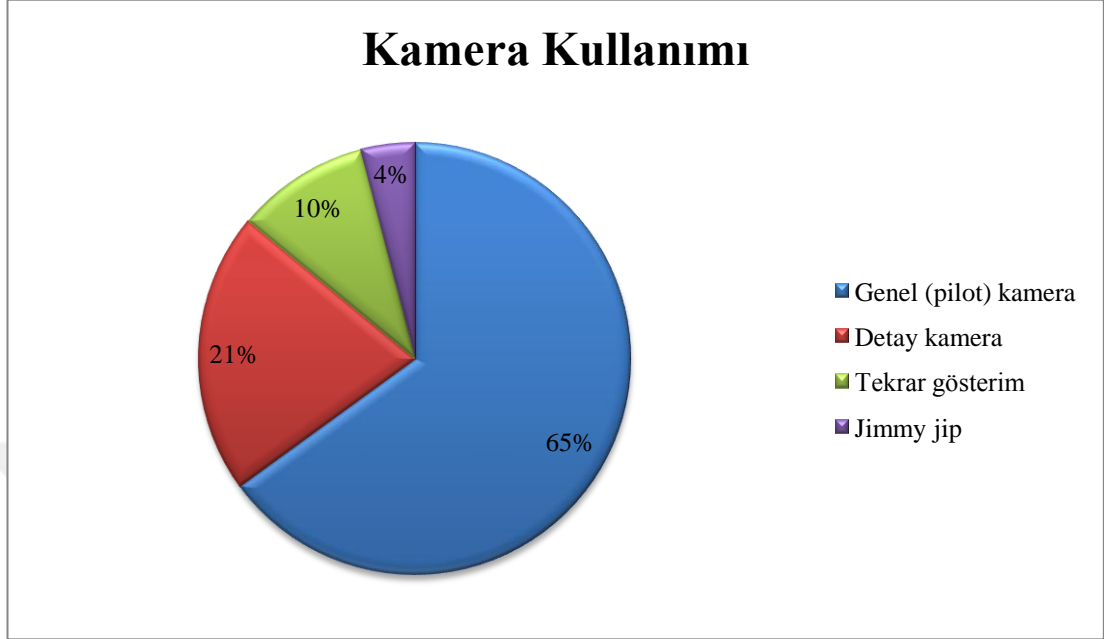
İncelemede; maç içerisinde bir kez parmak kamera kullanımına rastlanmıştır. İnceleme boyunca yaklaşık 50 saniyelik seyirci görüntüsü kullanılmıştır. Süper slow motion görüntüye çok az yer verildiğini gözlenmiştir.

3.1.2. BeIN Spor Kanalında Yayınlanan Galatasaray-

Fenerbahçe Futbol Karşılaşmasının Görüntü Çözümlemesi

Tez kapsamında incelenen ve rastgele seçtiğimiz futbol karşılaşmalarından ikincisi Türkiye Süper Ligi'nde 22 Ekim 2017 Pazar akşamı İstanbul Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'nda oynanan, saat 19:30'da BeIN Sports'dan canlı olarak yayınlanan ve '0-0' sonuçla biten Galatasaray- Fenerbahçe futbol karşılaşmasıdır. Maçtaki görüntü çözümlemesini gerçekleştirmek için görüntüleri çeken kameraların kullanım oranlarına bakılmıştır. Yapılan analiz sonucu bulgular şöyledir:

Grafik 2: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları.



İncelenen Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması toplam süresi; 2 saat 7 saniye yani 7207 saniyedir.

İncelemede genel (pilot) kamera kullanımı; ilk yarı 2510 saniye, toplam 2275 saniye yani 1 saat 16 dakika 9 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 65'i gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir. Ayrıca maç boyunca pek çok kez genel planların kesilmeden oldukça uzun süre verildiğini gözlemlenmiştir.

Detay kamera kullanımı; ilk yarı 847 saniye, toplam 1593 saniye, yani 21 dakika 6 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 21'ine karşılık gelmektedir.

Tekrar gösterim; ilk yarı 444 saniye, toplam 727 saniye, yani 12 dakika 15 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 10'una karşılık gelmektedir.

Jimmy Jip kullanımı; ilk yarı 187 saniye, toplam 270 saniye, yani 4 dakika 49 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 4'üne karşılık gelmektedir. Bu oranın pilot kamera haricinde bir kamera için oldukça fazla sayılmaktadır.

Ülkemizde iki büyük takımın mücadele ettiği bir karşılaşma olmasına rağmen, farklı kameraların kullanımının diğer iki maça oranla daha az tercih edildiğini

söyleyebiliriz. Ayrıca grafik kullanımı da yüzdelik dilimle ifade edilmeyecek oranda az kullanılmıştır.

Maçın anlatımını Lig TV'nin spikeri Yalçın Çetin yapmış, teknik direktör Reha Kapsal yorumlarıyla maça katkıda bulunmuştur. Bu oran maç süresince çok fazla bir zamanı kapsamamıştır.

Maç öncesi stadyumda ünlü aktör Sylvester Stallone'nin canlandığı yenilmez boksör Rocky kareografisi yapılmış ve bu filmin müziği çalınmıştır. Maçın spikeri bu filmde ve müziğinden izleyiciye söz etmiş, fonda çalan müziğin sesinin yayına verilmesini istemiş, bir süre susarak ekran başındaki izleyiciye de dinletmiştir.

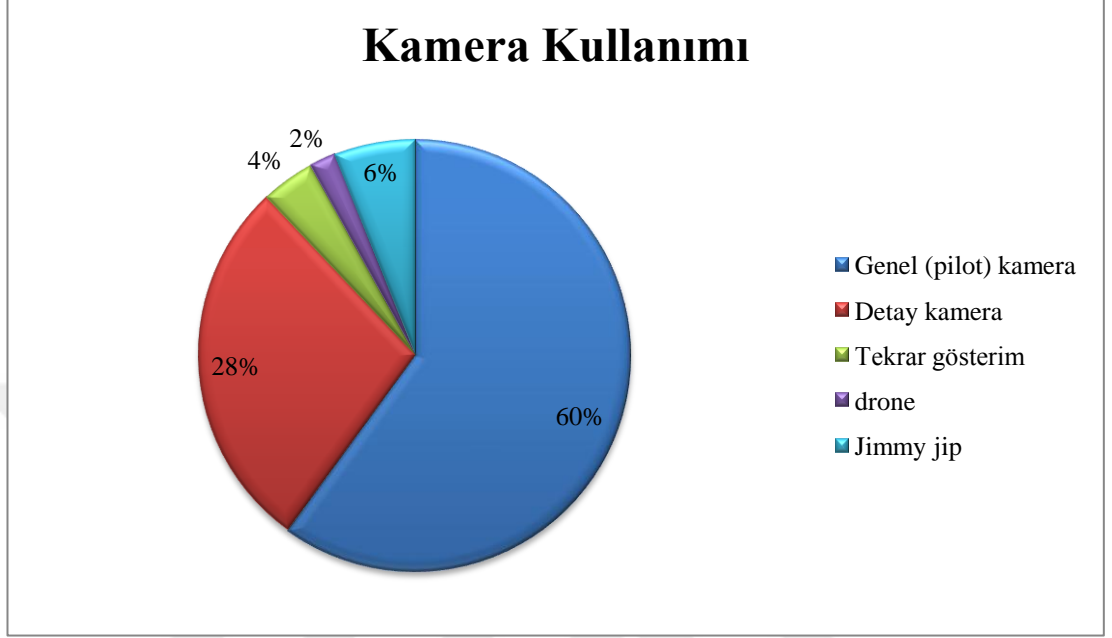
Maç başlamadan önce İstiklal Marşımız çalınmış, bu sırada sahadaki duygu dolu atmosfer yönetmen tarafından çeşitli görüntülerle süslenmiştir.

3.1.3. Tivibu Spor Kanalında Yayınlanan Beşiktaş-Monako

Futbol Karşılaşmasının Görüntü Çözümlemesi

Tez kapsamında incelenen ve rastgele seçtiğimiz futbol karşılaşmalarından üçüncüsü UEFA Şampiyonlar Ligi'nde 1 Kasım 2017 Çarşamba akşamı İstanbul Vodafone Park Stadyumu'nda oynanan, saat 20:00'da Tivibu Spor'dan canlı olarak yayınlanan ve '1-1' berabere biten Beşiktaş- Monako futbol karşılaşmasıdır. Maçtaki görüntü çözümlemesini gerçekleştirmek için görüntüleri çeken kameraların kullanım oranlarına bakılmıştır. Yapılan analiz sonucu bulgular şöyledir:

Grafik 3: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları.



İncelenen Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması toplam süresi; 2 saat 3 saniye yani 7203 saniyedir.

İncelemede genel (pilot) kamera kullanımı; ilk yarı 2101 saniye, toplam 4436 saniye yani 1 saat 23 dakika 22 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 3 saniyelik yayının yüzde 60'ına karşılık gelmektedir.

Detay kamera kullanımı; ilk yarı 1115 saniye, toplam 2047 saniye yani 34 dakika 11 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 28'ine karşılık gelmektedir. Oldukça yüksek olan detay kullanımının büyük bölümünü futbolcuların oluşturduğu gözlenmiştir.

Tekrar gösterim; ilk yarı 194 saniye, toplam 293 saniye, yani 5 dakika 28 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 4'üne karşılık gelmektedir. Bu maçta diğer iki karşılaşmaya göre oyunun daha durduğunu, yani yüksek tempoda geçtiğini, boş zamanları doldurmak ve pozisyonların tekrarlarını göstermek için kullanılan VTR'lere yönetmenin az yer verildiğini söylenebilir.

Jimmy Jip kullanımı; ilk yarı 340 saniye, toplam 400 saniye, yani 7 dakika 6 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 6'sına karşılık gelmektedir.

Drone kullanımı; ilk yarı 90 saniye, toplam 162 saniye, yani 3 dakika 10 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 2'sine karşılık gelmektedir.

Maçın anlatımını TRT spikeri Hünkar Mutlu yapmış, maç anlatımı sırasında yorumcu kullanılmamıştır. Efekt seslerin dışında stadyumda maç öncesi Şampiyonlar Ligi özel müziği çalınmıştır.

Grafik kullanımı; ilk yarı 94 saniye, toplam 120 saniye, yani 2 dakikadır. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 1.6'sına karşılık gelmektedir.

3.2. Futbol Karşılaşmalarının Yapım Unsurları Açısından

Çözümlemesi

Futbol maçları televizyon ekranından izlendiğinde kendi gerçekliğinden kopan bir gösteridir, bir televizyon ürünüdür. Bu bağlamda; futbolcular birer aktör, seyirciler de seyirlik ortamın oluşturulmasında gösterinin birer parçası konumundadır. Gösterinin tüketicisi ise, oturdukları rahat koltuklarında arzu ettikleri hazzı ulaşan izleyicilerdir.

Futbol yapımlarında gösteriyi hazırlayan ve sunan yönetmendir. Yapımın televizyon ekranından aktarılmasında, stadyum bir sahnedir ve yönetmen gösterinin duygusal boyutunu arttırmak için teknolojinin olanaklarından faydalanmaktadır. Hazırladığı görsel şölenin amacı; her zaman daha fazla izleyiciye ulaşmaktır.

Yönetmen tercihleri bağlamında düşünürsek; her maçın bir hikayesi vardır. Teknik adamlar, yıldız oyuncular ve daha önce yaşananlar yapımın vurgulanacak önemli unsurlarıdır. Yönetmen yapımını izlettirebilmek için gerekli yapım unsurlarından faydalanmaktadır. Bu unsurlar; “gerilim, aksiyon, cinsellik, güldürü, enformasyon, önem, değer, kişisellik, merak, gerçekçilik ve yeniliktir.”³⁷⁸ Yönetmen yapım unsurlarını eldeki teknik olanaklarla birleştirerek sunma gayretindedir.

Çalışma kapsamında ele alınan maçlarda; yapımın hangi unsurlarına yer verildiğine ve bu unsurlarla ne yapıldığına bakılmış, yapım unsurları görüntüsel göstergelerle açıklanmaya çalışılmıştır.

³⁷⁸ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapılım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003, s. 56.

Professor Jay G. Blumler'in belirlediği ve izleyicilerin programlardan haz almalarını sağlayabilecek on bir kategorinin de futbol maçlarında kullanıldığı düşünülmektedir. Gerilim ve aksiyon oyunun doğası gereği, futbol maçlarında oldukça fazla gözlemlendiğimiz yapım unsurlarıdır. Cinsellik ve güldürü gibi izleyicileri ayarıştıran unsurlar dramalarda çok kullanılan unsurlar maçlarda da yer almaktadır. Yapımlarda enformasyon, önem ve değer izleyicileri birleştiren, herkesi ortak paydada toplamak için kullanılan unsurlardır. Bu bağlamda seçilen karşılaşmalar izlenme oranı yüksek karşılaşmalar içerisinde tercih edilmiştir. Seçilen karşılaşmalardan ilki; UEFA'nın organizasyonunda yapılan ve TRT1'de yayınlanan Avrupa Futbol Şampiyonası'ndan bir karşılaşmadır. FIFA (Uluslar arası Futbol Federasyonları Birliği) dört yılda bir Dünya Futbol Şampiyonası, UEFA da dört yılda bir Avrupa Futbol Şampiyonası düzenleyerek, futbol sezonunun sona erdiği yaz aylarında izleyicilerini gösteriden mahrum bırakmamaktadır. Yani sonu çift sayı ile biten her yıl büyük bir futbol turnuvası düzenlenmektedir. İkincisi; ülkemizde Türkiye Futbol Federasyonunun gözetiminde yapılan ve BeINspor'da yayınlanan bir derbi karşılaşmasıdır. Derbiler aynı şehrin iki takımı arasındaki ezeli rekabete sahne oldukları için izleyici sayısı oldukça yüksek karşılaşmalardır. Seçilen üçüncü maç ise; UEFA'nın en büyük organizasyonu Şampiyonlar Ligi'nde oynanan ve Tivibuspor'da yayınlanan bir karşılaşmadır. Şampiyonlar Ligi yayınları her yıl milyonlarca izleyici tarafından takip edilmektedir. Bu tür fazla kişinin izlediği karşılaşmalar; özdeşlik kurmak ve kimlik oluşturmak gibi gereksinimleri sağlayan kişisellik, merak ve gerçekçilik unsurlarını barındırmaktadır. Yapımlarda devinim ve yeniliğin yer alması çok önemlidir. Futbol maçlarında ertesi gün konuşulacak sıra dışı karakterler, durumlar, sunumlar mutlaka yer almaktadır. Seçilen karşılaşmaların gerilim, dramatiklik ve eğlence gibi öğeleri barındıran televizyon yapımlarının iyi bir göstergesi olduğu düşünülmektedir.

Her biri yaklaşık 7200 saniye yani 180.000 kareden oluşan üç maç tarafımdan izlenmiş ve maçtaki yapım unsurlarını yansıttığı düşünülen kareler rastgele belirlenmiştir.

3.2.1. TRT Kanalında Yayınlanan İspanya-Türkiye Futbol

Karşılaşmasının Yapım Unsurları Açısından Çözümlemesi

Tez kapsamında incelenen ve rastgele seçilen futbol karşılaşmalarından ilki; Avrupa Futbol Şampiyonası'nda kapsamında 17 Haziran 2016 Cuma akşamı Fransa'nın Nice Şehri'nde Allianz Riviera Stadı'nda oynanan ve saat 22:00'de TRT 1'den canlı olarak yayınlanan İspanya- Türkiye futbol karşılaşmasıdır. Maçın yapım unsurları analizi sonucu bulgular şöyledir:

Gerilim :

Avrupa Futbol Şampiyonası kapsamında oynanan İspanya- Türkiye futbol karşılaşması Türkiye ve İspanya gibi Avrupa'da seyircisi fazla iki ülkenin temsil edildiği bir maç olması nedeniyle gerilimi yüksek bir karşılaşma olmuştur.

Uluslararası turnuvalarda ilginin fazla olması gerilimin dozajını da arttırmaktadır. İzleyici basın aracılığıyla arttırılan gerilimi izlemek üzere ekran karşısına geçmektedir.

Bu karşılaşmada da oyuncular savaştaymışçasına rakipleriyle göğüs göğse çarpışmaktadır. Özellikle yakın plan verilen ikili mücadelelerde bu durum gözlemlenmektedir. Karşılaşma boyunca detaylar içerisinde pozisyonlara yüzde altmış dört oranında yer verilmiştir. Buna tekrar gösterimdeki pozisyonlar da eklendiğinde, yani yüzde on sekiz daha eklendiğinde, yüzde seksen iki gibi bir oranda ikili mücadelelerin olduğu görülmektedir.

Görüntü 67: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Yukarıda seçilen ilk karede; oyuncular fiziksel olarak çatışma halindedir, hakem gerilimin dozunu azaltmak için sarı karta başvurduğu ve oyuncuları sakinleştirmeye çalıştığı görülmektedir.

Görüntü 68: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Seçilen ikinci karede ise; köşe vuruşu öncesi kale arkasındaki Jimmy jip kameradan ve biraz yukarıdan çekilerek, oyuncuların ve seyircilerin gerilimli bekleyişleri görüntülenmiştir. Bu anlardaki gerilim izleyiciye geçirilmeye çalışılmıştır. Oyuncuların ve seyircilerin gerilimli bekleyişleri genel olarak görüntülenmiştir.

Aksiyon :

Görüntü 69: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Fiziksel eylem ve hareketlilik futbol oyununun doğası gereği oldukça fazladır.

Futbol karşılaşmalarında seyircinin katılımı ve oyundaki düzenlemelere verdiği tepki çok önemlidir ve bu durum televizyon ekranından yansıtılmaya çalışılır. Yukarıdaki karede; yönetmen izleyicinin ilgisini canlı tutmak için yakın plan hava topu mücadelesini ekrana taşımıştır. . Arka planda gösterilen seyirciler de görüntüye güzel bir fon oluşturmaktadır.

Görüntü 70: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Futbol karşılaşmaları fiziksel temasın oldukça yüksek olduğu oyunlardır. Nihai amaç kurallar çerçevesinde topu kaleye atmak ya da kaleden içeri sokmamaktır. Bu görüntüde de kaleden içeriye topu sokmamak için yapılan defansif bir mücadeleye yer verilmektedir. Yukarıda seçilen karede; defans yapan Türk oyuncuların konumlanışı ve ofansif konumdaki İspanyol oyuncuların hareketleri görülmektedir.

Görüntü 71: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Cinsellik :

Futbol karşılaşmalarında erkek bedeni ve bu bedenle sağladığı güç sürekli ön plana çıkarılmaktadır. Erkek bedeninin çeşitli uzuvları eller, kollar, bacaklar ve karın kasları zaman zaman ekranda gösterilmektedir. Bu karede de yönetmen tarafından, bir ayak topu mücadelesi sırasında bacak kasları yakın planda gösterilmektedir.

Görüntü72: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.**Güldürü :**

Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek için gidilen futbol maçlarında eğlenen insan görüntülerinin gösterilmesi, empati kurulması yoluyla eğlenceye ekran başındakileri de dahil etmektedir. Çünkü; futbol maçlarının televizyondan izlenmesinde nihai amaç; eğlenmektir. Gülmek ve eğlenmek televizyondaki futbol yapımlarının ana söylemini oluşturmaktadır.

Görüntü 73: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Görüntü 74: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Futbol oyununda nihai amaç eğlenmektir. Futbol maçlarında eğlenen insanların televizyon ekranından yansıtılması televizyonun eğlendirme unsuruyla örtüşmektedir.

İki resimde de takımlarının renklerine bürünüp, onları desteklemeye gelen seyircilerin oldukça mutlu olduklarını ve eğlendiklerini görüyoruz. İspanyol seyircilerin milli takımlarının renklerinden oluşan çeşitli aksesuarları takarak, tribünde onlarla özdeşleştikleri gözlemlenmektedir.

Enformasyon :

Görüntü 75: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Görüntüyle sunulan enformasyon televizyonun en önemli özelliklerindedir. Maçın başında verilen bu kareyle seyirci bilgilendirilmektedir. Drone ile çekilen bu k görüntüde maçın oynandığı Fransa'nın Nice Şehri'nde Allianz Riviera Stadı'nın görüntüsü, stadi dolduran seyirciler, maçı oynayacak iki takım Türkiye ve İspanya'nın formalarının renkli görselleri, üzerinde takım logoları ile aidiyetleri ve bu karşılaşmayı düzenleyen kuruluş UEFA'nın logosu ev sahibi Fransa'nın turnuvaya özel dizayn ettirdiği görselleriyle sunulmaktadır.

Önem :

Futbolda iki ülke takımının yer aldığı karşılaşmalar ayrı bir önem taşımakta, takımların yıldız futbolcuları sıkça ekrana getirilmektedir.

”Bulunduğu toplumda gördüğü veya kitle iletişim araçlarından görüp etkilendiği yıldız futbolcular, bireyi ister sosyal yönden olsun, ister duygusal yönden olsun etkiler. Kitle iletişim araçları özdeşleşme objeleri ortaya çıkarır. Bu bağlamda elit sporcular özdeşleşilen veya özdeşleşmek istenilen objeler olabilirler.”³⁷⁹

³⁷⁹ Ünal Şentürk, “Popüler Kültür Örneği Olarak Futbol”, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 2007, Cilt: 31, No: 1, s.25-41.

Yapılan incelemede detay kullanımını yüzde on yedilik bölümünü futbolcuların oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca her pozisyonun bitiminde pozisyonla ilişkilendirilen futbolcu görüntüsü ekranda yer almıştır.

Görüntü 76: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Arda Turan, Türk futbolunu yurtdışında temsil etmiş yıldız isimlerindedir. Aldığı yüksek transfer ücretleri ve renkli yaşamıyla sürekli gündemde olan popüler bir yıldızdır. İncelenen maç özelinde; İspanya'nın süperlig takımı Barcelona'da oynamış olması Arda'yı diğer futbolculardan öne çıkarmaktadır. Bu nedenle maç sırasında bol miktarda yakın plan görüntüsüne yer verilmiştir.

Değer :

Milli maçlar milli duyguları öne çıkardığı için değerlidir. Toplum olarak birlik ve beraberlik duygularıyla kenetlenmeyi sağlar. Gurbetçi vatandaşlar için anavatanın temsili sayılan milli maçlar ayrıca değerlidir.

“Futbolun seyirci açısından kimlik oluşturma özelliğine dikkat çeken George Orwell, futbolun milliyetçiliğe ve ulus devletlerin propagandasına araç olarak kullanıldığını düşünerek milli maçlar için “silahsız savaş” benzetmesini yapar.”³⁸⁰

³⁸⁰ Yiğiter ULUĞ, “Futbol, Sadece Futbol mudur?”, **Eğitim, Özel Sayısı**, Yıl: 5, Sayı: 57, Milli Eğitim Bakanlığı Yayını, Ankara, 2004.

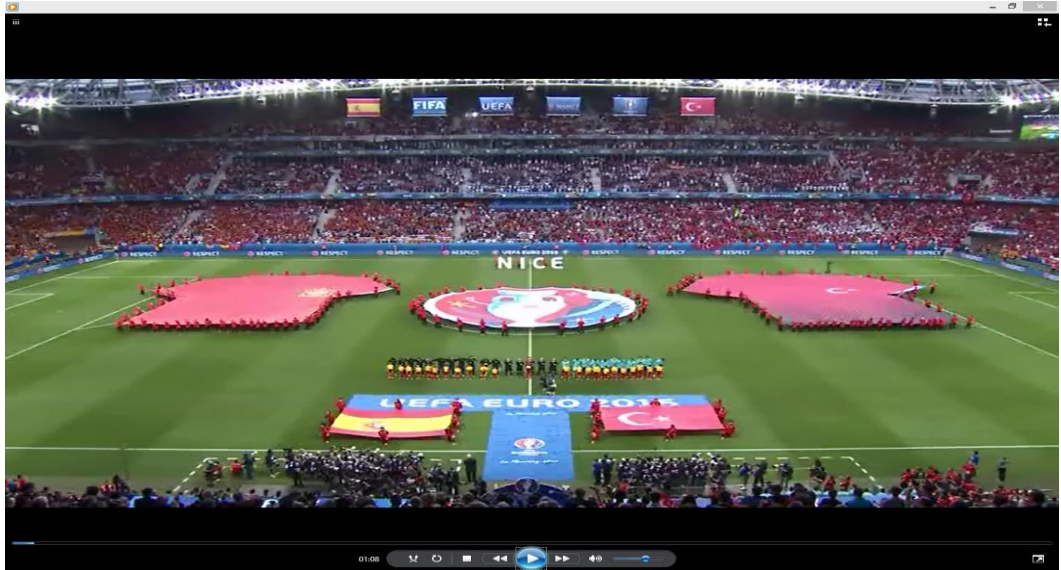
Görüntü 77: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Yukarıdaki karede de, Fransa'nın Nice kentinde oynanan İspanya- Türkiye karşılaşmasında tribünler ellerinde bayraklarıyla Türkiye'yi destekleyen Avrupa'daki gurbetçi vatandaşlarımızla dolu olarak gösterilmiştir.

Milli takımların karşılaşmaları ayrı bir değer taşımakta, günlerce gündem oluşturmaktadır. Bu tür maçlarda yönetmenler iki takımın taraftarlarını ekrana sıkça getirirler. Bu maçta; detay görüntülerin yüzde birini seyirci görüntüsü oluşturmuştur. Karşılaşmada Türk bayrakları ve seyircinin daha çok genel plan, İspanyol seyircinin yakın plan gösterildiği gözlemlenmiştir.

Görüntü 78: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Ülkelerin milli takımlarına ayrı bir değer atfedilir. Milli takımda oynamak ve milli takım formasını giymek ayrı bir gurur kaynağıdır.

Bu karede gösterilen ise; uluslararası bir turnuvada Türk bayrağı ve ay yıldızlı formanın temsili ile verilen değerdir.

Kişisellik :

Görüntü 79: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Görüntü 80: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



İzleyiciler televizyon izlerken buradan kendine bir pay çıkarır, özdeşlik kurarlar. Futbol karşılaşmalarında stadyumdaki seyircinin duygu durumu, hüznü, sevinci gösterilerek, özdeşlik kurması, oradaymış hissiyatını yaşaması sağlanmaktadır.

Yukarıdaki görüntülerde yüzüne sürdüğü renklerden Türk taraftar olduğu belli olan iki seyircinin üzüntü ve sevinç ifadeleri yönetmen tarafından ekrana yansıtılarak izleyicinin özdeşlik kurması sağlanmak istenmiştir.

Merak :

Futbol karşılaşmalarında, özellikle de önemli maçlarda ilk ön bir hep merak konusudur. Günler öncesinden konuşulmaya başlanır. Karşılaşma öncesi spor programlarında on bir oluşturularak, teknik direktörün hangi taktikle oyuncularını oynatacağı, nasıl bir dizilim yapacağı sorgulanır. Takım muhabirleri yetkili birisinden yada teknik direktörden ilk on biri alıp, kendi medya organlarında öncelikle yayınlamak için büyük bir çaba harcarlar.

Görüntü 81: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Bu karşılaşma öncesi milli takımın on biri beauty kamera görüntüsü üzerine grafikte bindirilerek gösterilmiştir.

Görüntü 82: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Merak televizyon yapımlarının ilgi çekici unsurudur. Yukarıdaki görüntüde; milli takımın teknik direktörü Fatih Terim –grafikten anlaşıldığı üzere- oyuncu değişikliği sırasında oyuna giren futbolcuya, kimsenin duymaması ve görmemesi için eliyle ağzını kapatarak bir şeyler söylemektedir. Yönetmenin yakaladığı bu görüntü; izleyicide ‘bunun nasıl bir değişiklik olacağı, bu durum oyunun gidişatını nasıl etkileyeceği’ konusunda merak uyandırmaktadır.

Gerçekçilik :

Televizyonun önemli özelliklerinden biri gerçekçilik hissiyatını vermesidir. Görüntüde Türk oyuncular milli marşımızı omuz omuza verip söylerken, İspanya milli takımı forması giyen küçük oyuncular hemen önlerinde yer almaktadır. Futbolda dostluk kardeşlik gibi duyguların ifadesi için kullanılan bu görüntüler hemen her maçta yönetmen tercihleri arasında yer almakta ve steadicam kamera ile yakın planda ekrana getirilmektedir.

Görüntü 83: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Görüntü 84: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Görüntüde yedek kulübesinde oturan oyuncular Cenk Ergün ve Nuri Şahin'in üzgün yüz ifadeleri oyunun gidişatına dair yaşananların gerçekçiliğini gösterdiği için yönetmen tarafından tercih edildikleri düşünülmektedir. Bu tür duygu durumunu gösteren görüntülerin yansıtılması televizyonun anlatısını kuvvetlendirmektedir.

Yenilik :

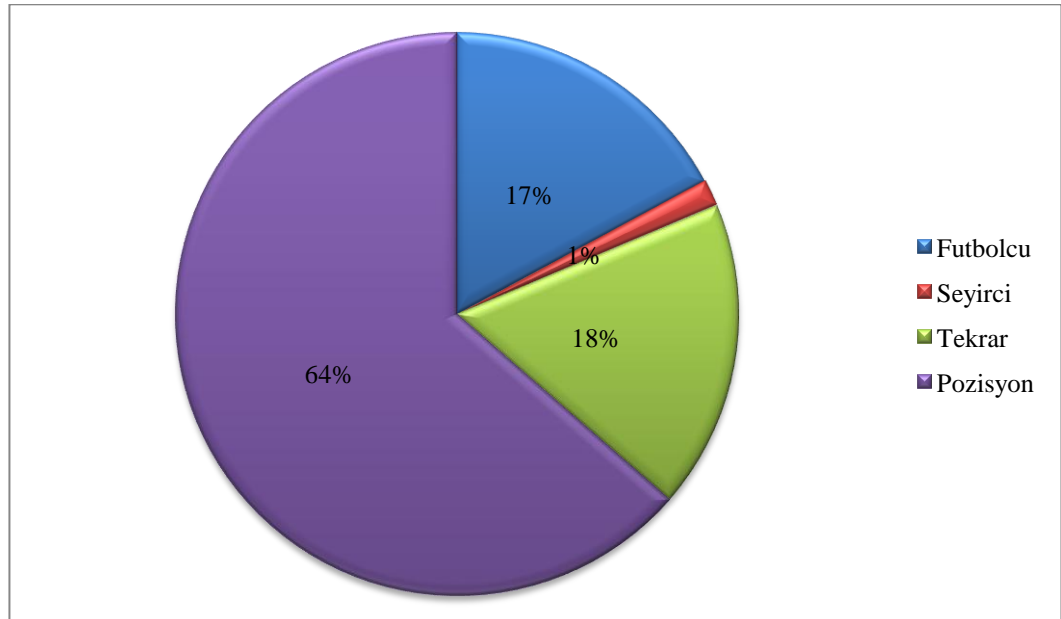
Sıra dışı sunumlar televizyon yapımlarını ilgi çekici hale getirmektedir. Yukarıdaki görüntüde maç sırasında sıkça kullanılan örümcek kamera görülmektedir.

Maç sırasında örümcek kamera sıkça kullanılarak bu yeni teknoloji gösterilmiştir. Ayrıca bu kameranın diğer kameralarının görüntülerine girmesinde de bir sakınca görülmemiştir. Maç boyunca örümcek kamera kullanımı; ilk yarı 135 saniye, toplam 244 saniye, yani; 4 dakika 6 saniyedir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 3'üne karşılık gelmektedir. İlk defa bu maçta kullanılmamakla birlikte 2016 Avrupa Futbol Şampiyonası'nda yeni bir teknoloji olarak fazlaca yer bulmuştur.

Görüntü 85: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Yayınından.



Grafik 4: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı.



Avrupa Futbol Şampiyonası'nda kapsamında 17 Haziran 2016 Cuma akşamı Fransa'nın Nice Şehri'nde Allianz Riviera Stadı'nda oynanan ve saat 22:00'de TRT 1'den canlı olarak yayınlanan İspanya- Türkiye futbol karşılaşması boyunca yapım unsurlarını içeren pek çok detay görüntüye rastlanmıştır. Bu nedenle detay kamera kullanımını incelediğinde; ilk yarı 1236 saniye, toplam 2644 saniye yani 44 dakika 6 saniye olduğu görülmüştür. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 37'si gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir. Detay kullanımının içerdiği görüntüler ile ilgili grafik şöyledir:

44 dakika 6 saniye detay görüntünün ilk yarı 429 saniye, toplam 454 saniyelik bölümünde yani yaklaşık 8 dakika futbolcu ve teknik direktör gösterilmiştir. Bu da detay görüntünün yaklaşık yüzde on yedisini oluşturmaktadır.

44 dakika 6 saniye detay görüntünün ilk yarı 14 saniye, toplam 40 saniyelik bölümünde seyirci gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 1,5'ünü oluşturmaktadır.

44 dakika 6 saniye detay görüntünün ilk yarı 316 saniye, toplam 469 saniyelik bölümünde yani yaklaşık 8 dakika tekrar gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde on sekizini oluşturmaktadır. Karşılaşma boyunca toplam 42 kez VTR'ye gidilmiştir.

Burada dikkat çeken futbolcu gösteriminin öne çıkmasıdır. Detay kullanım içinde yüzde on yedi, tüm karşılaşma içerisinde yaklaşık yüzde altıya varan oranda futbolcular gösterilmiştir.

3.2.2. BeIN Spor Kanalında Yayınlanan Galatasaray-

Fenerbahçe Futbol Karşılaşmasının Yapım Unsurları

Açısından Çözümlemesi

Tez kapsamında incelenen ve rastgele seçilen futbol karşılaşmalarından ikincisi; Türkiye Süper Ligi'nde 22 Ekim 2017 Pazar akşamı İstanbul Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'nda oynanan ve saat 19:30'da BeIN Sports'dan canlı olarak yayınlanan Galatasaray- Fenerbahçe futbol karşılaşmasıdır. Maçın yapım unsurları analizi sonucu bulgular şöyledir:

Gerilim :

Derbiler futbolda ezeli rekabetin yaşandığı, aynı şehirde farklı takımları tutan seyircilerin bulunduğu karnavalımsı gösterilerdir. Bunun için günler, hatta haftalar öncesinden yapılan yayınlarla seyirciler stada, izleyiciler de ekran karşısına toplanır. Derbiler gerilimin dozunun oldukça yüksek olduğu karşılaşmalardır. Bu bağlamda; derbinin hakeminin kim olacağı da merak konusudur. Maç boyunca uluslararası karşılaşmalar yöneten deneyimli hakemimiz Cüneyt Çakır görüntüsüne oldukça geniş yer ayrılmıştır.

Yukarıda seçilen görüntüde; fazlaca taraftara sahip iki İstanbul takımının karşılaşması sırasında gerilimi yüksek bir sahne gözlemlenmektedir. Hakem Cüneyt Çakır kırmızı kart göstererek, Galatasaraylı oyuncu Belhanda'yı kendisini aldattığı gerekçesiyle oyundan atmıştır. Etrafında itiraz eden Galatasaraylı oyuncular ve darbeye maruz kalan Fenerbahçeli kaleci ve ona yardıma koşan aynı takımın oyuncuları gösterilmiştir.

Görüntü 86: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılılaşması Yayınından.



Görüntü 87: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



Derbiye çıkan oyuncular adeta savaş meydanında çarpışır gibi birbirleriyle savaşırlar. Bu çatışma ortamında yaralanmalar ve sakatlıklar gerilimin düzeyini daha da yükseltir. Yukarıda seçilen görüntüde; oyuncunun daha önce yara almış olduğu bileğindeki sargısı ön planda verilerek gösterilmektedir. Oyuncu savaşa devam etmiş, ancak tekrar ciddi bir darbe almıştır. Yerde yatan oyuncunun acı çektiği yüz ifadesinden anlaşılmaktadır. Boyun bağından sağlık görevlisi olduğu anlaşılan biri oyun alanda oyuncuya ilkyardım yapmaktadır. Yaralanmanın ağır olduğu hakem tarafından sağlık görevlisinin oyun alanı içerisine çağrılmasından anlaşılmaktadır.

Aksiyon :

Derbiler tansiyonu yüksek karşılaşmalar olduğu için aksiyonda oldukça fazla gözlenmektedir. Aksiyon içeren görüntüler karşılaşma boyunca ekranda sıklıkla yer almıştır. Derbi boyunca yüzde yirmi oranında pozisyon tekrarı, yüzde kırk altı oranında tekrar gösterimi yapılmıştır. Tekrar gösterimin fazlalığı oyunun oldukça fazla durduğunu, ağır bir tempoda oynandığını, bu bölümlerin tekrarlarla doldurulduğunu göstermektedir.

Görüntü 88: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



Görüntüde iki rakip takım oyuncusunun mücadelesi gösterilmiştir. Bu görüntü oyuncuların normal hayatta görülmesi zor bir aksiyon sergiledikleri için tercih edilmiştir.

Görüntü 89: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



Görüntüde kale arkası kameradan tespit edilen hareketli sahne bulunmaktadır. Maç sırasında fiziksel temasın oldukça fazla olduğu gösterilmek için misafir takım Fenerbahçe'nin kalesi önündeki bir mücadele seçilmiştir. Arka planda dolu tribünlerin heyecanı katıldığı da gösterilmiştir.

Cinsellik :

Futbol karşılaşmalarında erkek bedeninin sıkça sergilendiğini gözlemlemekteyiz. Görünümün önemli olduğu beden fetişizminin ön plana çıkarılmasında, güçlü ve kaslı futbolcu görüntüsü televizyon ekranında yer bulmaktadır. Seyircinin bu bedenle empati kurup örnek alması, kafasını boşaltıp kaslarını kuvvetlendirmesi istenmektedir.

Görüntü 90: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılışması Yayınından.



Yukarıda seçilen görüntüde, Galatasaraylı futbolcu terli vücudu ve güçlü kasları ve dövmesiyle çimlerin üzerinde gösterilmiştir.

Karşılışma süresince yakın planların yüzde yirmi üçünü futbolcular oluşturmaktadır. Karşılışma süresince oyuncuların güçlü ve çekici vücutlarını sergiledikleri görüntüler ekranda yansıtılmıştır.

Görüntü 91: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılışması Yayınından.



Yukarıdaki görüntüdeki gibi çok fazla ön plana çıkarılmamakla birlikte güzel kadın görüntüleri yönetmen tercihleri arasında yer almıştır.

Güldürü :

Mizah, çok geniş bir yelpazedir. Stadyuma eğlenmeye giden taraftarlar bazen rakibi kızdıracak, bazen de güldürecek görüntüler sergilemektedir.

Görüntü 92: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılışması Yayınından.



Yukarıdaki görüntüde ünlü aktör Sylvester Stallone'nin canlandırdığı yenilmez boksör Rocky kareografisi, maçın başında, Galatasaraylı seyirciler tarafından Fenerbahçeli rakiplerine gözdağı vermek için yapılmıştır. Görüntünün yönetmen tarafından gösterilmesiyle, televizyonları başındaki izleyicilere de statta ne kadar eğlendikleri mesajı iletilmiştir.

Yayın sırasında maçın spikeri bu görselin içeriğinden uzunca bir süre söz etmiş, hazırlanmasının on gün sürdüğü bilgisini izleyiciye vermiştir. Ayrıca fonda çalan Rocky Filmi'nin müziğini bir süre susarak, ekran başındaki izleyiciye dinletmiştir.

Bu maç yayını sırasında spiker sesi, yorumcu sesi, ortamın doğal sesleri, yayının başında dinletilen film müziği ve marş çalınması sırasındaki seslerle birlikte üç çeşit ses izleyiciye aktarılmıştır.

Enformasyon :

Görüntü 93: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



Karşılaşma sırasında kullanılan tekrar gösterimlere normal yayından ayırmak için geçiş separatörleri gidilmiş ve dönülmüştür. Kullanılan separatörde Lig TV'nin logosu ve karşılaşmanın oynandığı ligin adı yer almaktadır. Tekrar gösterimlerle, pozisyonların tekrar ve daha yakından gösterilmesine alışmış olan izleyici; hem

hakem kararlarını yorumlama imkanına sahip olmakta, hem de gözünden kaçırdığı ayrıntıları yakalama şansına kavuşmaktadır.

Maç boyunca tekrarların, detay gösterimlerin yüzde kırk altı gibi büyük bir bölümünü, maçın tümünün de yüzde yedisini oluşturduğu tespit edilmiştir.

Önem:

Derbi karşılaşmalarında futbolcu, özellikle de teknik direktör görüntüleri ekranda fazlaca yer bulmaktadır. Bu tür maçlarda teknik direktörlerin tepkilerini yakalamak için ayrıca bir kamera çalışmaktadır. Bu görüntüler oyunun yorumlanması için izleyiciye malzeme oluşturmaktadır. Maç sonrası yorumlarda defalarca kullanılmaktadır.

Görüntü 94: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



İncelenen bu maçta detay görüntülerin yüzde yirmi üçünü futbolcu ve teknik adamlar oluşturmuştur. İlk görüntüde, Galatasaray Futbol Takımı'nın teknik direktörü Igor Tudor, ikinci görüntüde Galatasaray Futbol Takımı'nın golcü oyuncusu Bafatimbi Gomis maçın önemli kişileri olarak yönemen tarafından sık sık ekrana getirilmiştir.

Görüntü 95: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



Değer :

Douglas Kellner spor olaylarının dini rütüel havasına sahip olduğunu³⁸¹ söylerken, sporun tıpkı din gibi toplum tarafından yüceltilmesine dikkat çekmiştir. Bu bağlamda; futbol karşılaşmalarında bir takım dini motiflerin sıkça kullanıldığı görülmektedir.

Görüntü 96: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



³⁸¹ Douglas Kellner, **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010, s. 135.

Yukarıda seçilen görüntüde; Fenerbahçeli futbolcu Ozan Tufan, maçın başında ellerini kaldırarak dua ederken gösterilmiştir. Bir işe başlarken ya da savaşa giderken, hayırlı bitirmek ve başarmak için dua etmek Müslümanların geleneğinde olan dini bir ritüeldir. Bu görüntüyü televizyon ekranında göstermek izleyicilerin empati kurmasına ve futbola verilen değerin yüceltilmesine neden olduğu düşünülmektedir.

Kişisellik :

Empati kurmak yapının duygusal yönünün ön plana çıkartılmasını sağlamaktadır. Duygusallık yapının izlenmesini ve artıran en önemli göstergelerin başında gelmektedir.

Görüntü 97: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



Futbol karşılaşmalarında sempatik çocuk figürlerinin gösterilmesi, oyunun masum ve tarafsız yüzüyle empati kurmamız için tercih edilmektedir. Yukarıdaki görüntünün, derbinin gerilimi dolu havasını yumuşatmak ve şiddetin olmadığını göstermek için verildiği düşünülmektedir.

Merak :

Tekrar görüntüler daha önce de değinildiği gibi, detay görüntülerin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Derbi gibi özel maçlarda her ayrıntıyı gösteren, yüksek enstantaneli kameralar kullanılmaktadır.

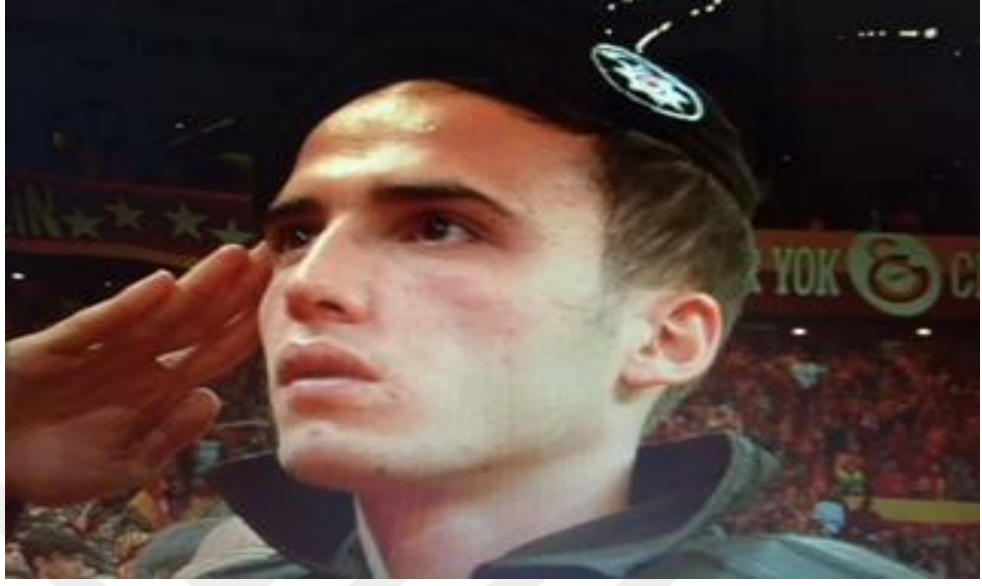
Seçilen görüntüde, Slow Motion kamera yani yüksek enstantane ile çekilen bu tekrar görüntüsü ile futbolcuların ve topun hareketini daha net görülmektedir.

Görüntü 98: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.**Gerçekçilik:**

Futbol karşılaşmalarının canlı yayınlarında stadyumdaki duygusal ortamı ve coşkuyu yansıtmaları oldukça önemlidir. Maçı anlatan spiker bunu sözleriyle ifade etmektedir. Ancak görüntünün buna eşlik etmesi ve yönetmenin ayrıntıları kaçırmaması çok önemlidir.

Seçilen görüntüde; maçın başında milli marş okunurken, Türk polisi ufka bakarak selam vermektedir. Türk bayrağının, Türk askerinin orada olması gibi duygusal görüntüler yapımın sahiciliğini arttırmaktadır.

Görüntü 99: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



Yenilik :

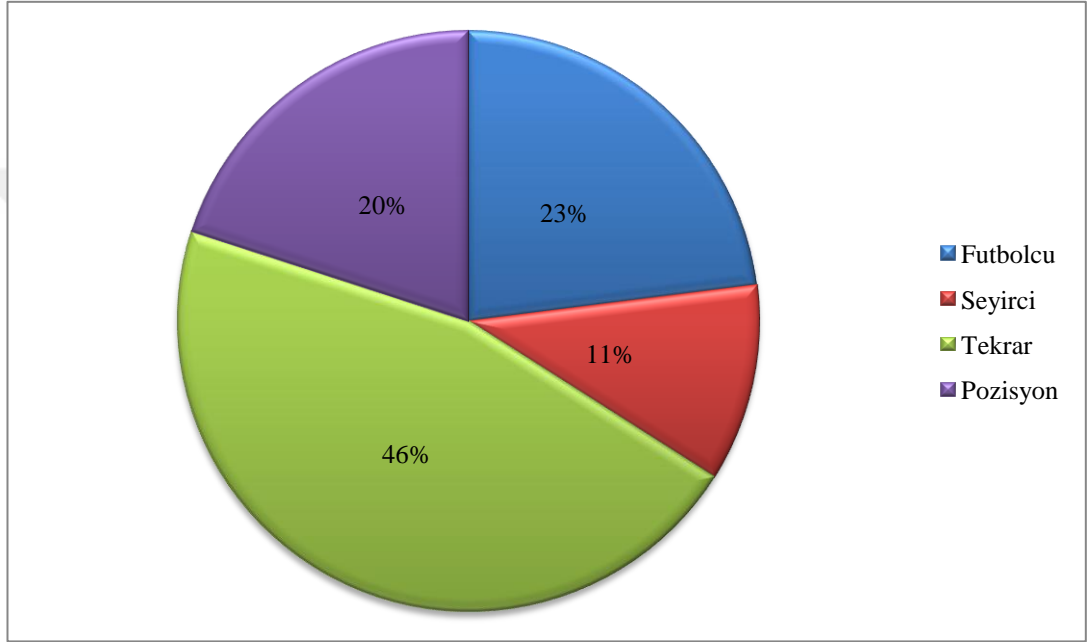
Bazen sıra dışı bir sunum yeni bir bakış açısı kazandırmaktadır. Ezeli rakip iki takımın farklı ırktan iki oyuncusu karşılaşmanın sonunda birbirlerine sarılıp, yeni bir durum yaratabilmektedir.

Görüntü 100: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Yayınından.



Yukarıda seçilen görüntüde; farklı ırklardan iki yabancı oyuncu, ülkelerinden farklı topraklarda oynadıkları maç sonunda birbirlerine sarılıp, sporun evrenselliğini göstermektedir. Spor ruhu için eski bu tutum, ekrandan sunum için dikkat çekici ve yeni bir durum oluşturabilmektedir.

Grafik 5: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı.



22 Ekim 2017 Pazar akşamı İstanbul Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'nda oynanan ve saat 19:30'da BeIN Sports'dan canlı olarak yayınlanan Galatasaray- Fenerbahçe futbol karşılaşması boyunca yapım unsurlarını içeren pek çok detay görüntüye rastlanmıştır. Bu nedenle detay kamera kullanımı incelendiğinde; ilk yarı 847 saniye, toplam 1593 saniye, yani toplam 21 dakika 6 saniye olduğu görülmüştür. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 21'i gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir. Detay kullanımının içerdiği görüntülerle ilgili grafik şöyledir:

21 dakika 6 saniye detay görüntünün; ilk yarı 280 saniye, toplam 362 saniye yani 6 dakika 3 saniyelik bölümünde futbolcu hakem ve teknik direktör gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 23'ünü oluşturmaktadır. Ayrıca 2 saat 7 saniye süren tüm yayının da yaklaşık yüzde beşini

oluşturmaktadır. Bu kullanımlar da genellikle pozisyon sonrası bu pozisyona giren futbolcunun gösterilmesi şeklinde olmuştur.

Bu maç özelinde sıkça hakem görüntüsüne rastlanmıştır. Karşılaşmayı FIFA kokartlı hakemimiz Cüneyt Çakır yönetmiştir. Maçın öyküsünde Cüneyt Çakır'ın kararları çok fazla konuşulduğu için yönetmen tercihinde de fazla yer verildiğini görülmüştür.

21 dakika 6 saniye detay görüntünün; ilk yarı 115 saniye, toplam 176 saniye yani 3 dakika 2 saniyelik bölümünde seyirci gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 11'ini oluşturmaktadır.

Tekrar gösterim; ilk yarı 444 saniye, toplam 727 saniye, yani 12 dakika 15 saniyedir. Bu da toplam 21 dakika 6 saniyelik detay görüntünün yaklaşık yüzde 46'sını oluşturmaktadır.

3.2.3. Tivibu Spor Kanalında Yayınlanan Beşiktaş-Monako Futbol Karşılaşmasının Yapım Unsurları Açısından Çözümlemesi

Tez kapsamında incelenen ve rastgele seçilen futbol karşılaşmalarından üçüncüsü; UEFA Şampiyonlar Ligi'nde 1 Kasım 2017 Çarşamba akşamı İstanbul Vodafone Park Stadyumu'nda oynanan ve saat 20:00'da Tivibu Spor'dan canlı olarak yayınlanan Beşiktaş- Monako futbol karşılaşmasıdır. Yapılan yapım unsurları analizi sonucu bulgular şöyledir:

Gerilim :

Karşılaşma boyunca stres ve gerilim oldukça yüksek tempoda seyretmiştir. Oyun süresince hakeme itiraz edilmiş, oyuncular hakemle ve kendi aralarında çatışmalar yaşamış, bunu hareket ve mimikleriyle belli etmişlerdir. Seçilen karelerde de bu durum gösterilmeye çalışılmıştır.

Seçilen görüntüde; hakem Tagliavento Beşiktaşlı futbolcu Pepe'yi sarı kartla cezalandırmış, oyuncu da bu duruma itiraz etmektedir. Görüntüde bulunan hakeme yakın diğer iki Beşiktaşlı futbolcu gerilimin hala sürmekte olduğunu göstermek için karenin içinde yer almışlardır.

Görüntü 101: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



Aksiyon :

Seyir zevki ve kalitesi en yüksek organizasyonların başında yer alması nedeniyle oyun temposu da yüksek bir karşılaşma olmuştur. Karşılaşma boyunca ikili mücadelelerin çokça gösterildiği detaylar içerisinde; pozisyonlara yüzde elli üç oranında yer verilmiştir. Buna tekrar gösterimdeki pozisyonlar da eklenirse, yani yüzde on dört daha eklendiğinde, yüzde altmış yedi gibi bir oranda ikili mücadelelerin olduğu görülmektedir.

Görüntü 102: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından



Görüntü 103: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



İkili mücadeleler, futbol oyununda gücün ve kazanma azminin göstergesi kabul edildikleri için ekranda sıkça gösterilerek, izleyicinin dikkati çekilmeye çalışılır. Yukarıda seçilen görüntülerde; Beşiktaşlı oyuncu Cenk Tosun'un fiziksel teması da içeren topu kazanma ve oyunda tutma mücadeleleri gösterilmektedir.

Cinsellik :

Günümüzde fiziksel çekicilik önem verilen bir konudur, hatta beden fetişizmine doğru gidildiği gözlemlenmektedir. Tıpkı kadınların hemcinsi olan mankenlere özenip, benzer şekilde görünmek istemeleri gibi erkeklerde güçlü ve kaslı erkek bedenleriyle özdeşleşmek istemektedir.

Bu nedenle spor karşılaşmalarında, özellikle de popüler bir spor dalı olan futbol maçlarında erkek bedeninin oldukça fazla sergilendiği görülmektedir.

Seçilen görüntüde ise; yerde yatan ve terlemiş erkek bedeni kamera tarafından yakın plan verilmektedir. Oyuncunun kim olduğu bacaklarında ve parmaklarında görülen dövmelelerinden seçilmektedir.

Görüntü 104: Beşiktaş- Monaco Futbol Karşılaşması Yayınından.



Güldürü :

Görüntü 105: Beşiktaş- Monaco Futbol Karşılaşması Yayınından³⁸²



³⁸² “Beşiktaş- Monaco maçı”, (çevrimiçi),

https://www.google.com.tr/search?q=be%C5%9Fikta%C5%9F+monaco+ma%C3%A7%C4%B1&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjQze_UwY_YAhVpOJoKHS75DKoQ_AUIDCgD&biw=1280&bih=709#imgrc=Ix9jjKb-mDN_XM:, 16.12.2017.

Stadyumlarda futbolcular gol sevinçleri çeşitli hareketlerle sergilemektedir. Daha sonrasında bu hareketler onlarla özdeşleşmekte, genele yayılmakta ve insanlar tarafından sevinç anlarında kullanılmaktadır. Yukarıdaki görüntüde Beşiktaşlı futbolcular Cenk Tosun ve Ryan Babel sevinçlerini birbirlerinin üzerine zıplayıp, havada çarpışarak göstermektedir.

Enformasyon :

Beşiktaş- Monaco Futbol Karşılaşması boyunca detay görüntülerin yüzde on dördü oranında tekrar görüntüye yer verilmiştir. Karşılaşmalarda bilgilendirmeler, ekrana verilen grafikler yada elektronik göstergelerle yapılabilmektedir.

Beşiktaş- Monaco Futbol Karşılaşması boyunca grafik kullanımı; ilk yarı 94 saniye, toplam 120 saniye, yani 2 dakikadır. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 1.6'sına karşılık gelmektedir.

Görüntü 106: Beşiktaş- Monaco Futbol Karşılaşması Yayınından.



Yukarıda seçilen görüntüde; grafik tasarımının diğerlerinden farklı olarak oyuncu görselleri ve oynadıkları mevkiiler gösterilerek yapıldığı gözlenmiştir. Tasarımda; sol tarafta Beşiktaş futbol takımının sahaya çıkacak ilk on bir oyuncusunun isimleri, sağ tarafta da oynadıkları mevkiye göre görselleri grafiklerle verilerek izleyiciler bilgilendirilmektedir.

Görüntü 107: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılığı Yayınından.



Seçilen bu karede de; dördüncü hakem oyuncu değişim tabelasını kaldırarak stadyumdaki seyirci için bir bilgilendirme yapmaktadır. Bu tür görüntüler televizyon izleyicilerinin bilgilendirilmesi açısından da önemli olduğu için yer verilmekte, grafiklerle desteklenmektedir.

Önem :

Tezin ilk bölümünde bahsedildiği gibi, futbol iktidarların yüzyıllardır kendi çıkarları için kullandıkları ve terk etmek istemedikleri bir alan olmuştur. Bu anlamda; günümüzde devlet büyüklerinin futbol maçlarını izlemesi, yönetim erkinin konuya önem vermesi ve desteklediğini göstermesi açısından önemlidir. Bu tür görüntüler futbol karşılaşmalarının önemini göstermek için televizyon ekranında da verilmektedir.

Görüntü 108: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



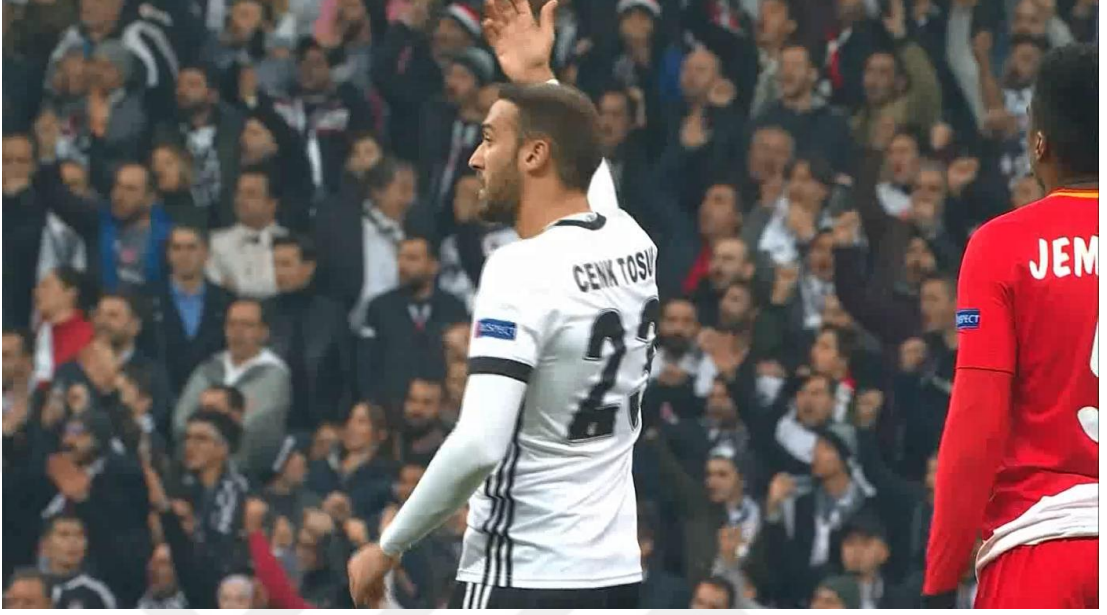
Yukarıda seçilen görüntüde; maçı stadyumda izlemeye gelen Cumhurbaşkanı, sol tarafında Spor Bakanı, sağ tarafında Beşiktaş Kulübü Başkanıyla birlikte gösterilerek maçın önemine vurgu yapılmıştır.

Görüntü 109: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



Yukarıda seçilen görüntüde; yönetmen, Beşiktaş Futbol Takımının Teknik Direktörü Şenol Güneş'i kendisini takip eden 13 numaralı kamerayla birlikte göstererek, prodüksiyonun büyüklüğüne ve önemine dikkat çekmiştir.

Görüntü 110: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



Futbol karşılaşmalarında bazı oyunculara özel önem verildiği gözlemlenmektedir. Yapılan tespitlere göre, Beşiktaşlı forvet oyuncusu Cenk Tosun'un detay çekim yapan kameralar tarafından sürekli takip edildiği görülmüştür. Yukarıdaki seçilen görüntüde, Beşiktaş'ın forvet oyuncusu Cenk Tosun tribünlere eliyle işaret ederek, maça daha fazla sesli katılımlarını beklemektedir.

Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması naklen yayını boyunca detay çekimlerin yüzde yirmi dördünü futbolcular oluşturmuştur. Bu futbolcular içinden Cenk Tosun özellikle öne çıkan isim olmuştur. Yönetmen tercihleri arasında forvet oyuncuları, özellikle de Cenk Tosun'un gösteriminin tercih edildiği düşünülmektedir.

Değer :

Futbol karşılaşmalarında bir takım dini motiflerin sıkça kullanıldığı görülmektedir. Bu durumun üzerinden futbolun da tıpkı din gibi yüceltilmek istendiği söylenebilir.

Görüntü 111: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



Yukarıda seçilen görüntüde; 1. Devre sonunda soyunma odasına giden iki takımdan birer oyuncu ve hakem görülmektedir. Öndeki Monako'lu oyuncu onu çeken kameranın önünde haç çıkarmakta, arkasından gelen Beşiktaşlı oyuncu da yine Hıristiyan inancının bir göstergesi olarak toprağı öpmektedir. Burada dini motifler kadar futbolun evrenselliğine de vurgu yapılmıştır. Farklı takımda oynayan futbolcular aynı dini inancıya sahip olabilmektedir.

Görüntü 112: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



Görüntü 113: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



Yukarıda seçilen görüntülerde; yine evrensel değerlere vurgu yapıldığı düşünülmektedir. İlk görüntüde; Beşiktaşlı yıldız oyuncusu Pepe, Monako Takımı'nda aynı mevkide oynayan arkadaşıyla sarılarak, etik açıdan sahadaki gerilimin maçın bitimiyle sonlandığını göstermektedir. İkinci görüntü de benzer biçimde, Monakolu oyuncu Keita Balde ve Beşiktaşlı defans oyuncusu Adriano göğüs göğse çarpışmanın ardından birbirlerine sarıldıkları gösterilmektedir.

Kişisellik :

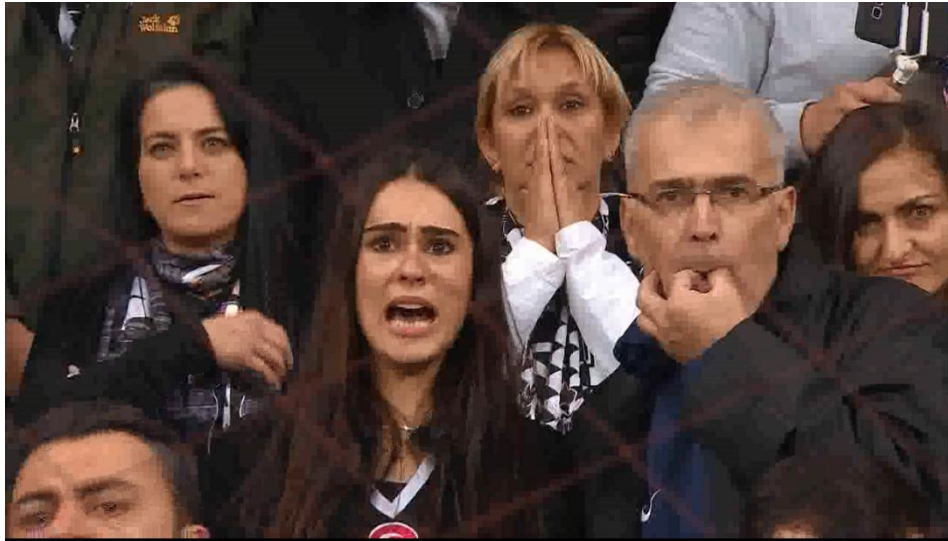
Kişilerin olay ve durumla özdeşlik kurmaları yapımların izlenirliğini arttıran unsurdur. Futbol karşılaşmalarında oyuncuların durumlarıyla empati kurulması, maçtaki duygu durumunun daha fazla hissedilmesini sağlamaktadır. Bu nedenle; yönetmen tercihlerinde oyuncunun sakatlanması, hocasına ya da arkadaşlarına hareketlerle bir şeyler anlatması kaçırılmadan ekrana yansıtılmaktadır.

Görüntü 114: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



Yukarıda seçilen görüntüde; Beşiktaşlı futbolcu Gökhan Zengin, kameranın önünde acı içinde yere yatarak, teknik direktörü Şenol Güneş'ten empati kurup O'nu oyundan çıkarmasını istemektedir. Bu görüntülerin kameralar tarafından gösterileceğini bilmesi, izleyicinin de durumuyla empati kurup, akışı lehine çevirmesinde kullanılmaktadır. Bazen izleyiciler yine yönetmenin tercih ettiği kamera açısından olayı izleyip, oyuncunun aleyhine de düşünebilmektedir. Bu durumda 'kameralara oynuyor' düşüncesi izleyiciler tarafından dillendirilmektedir.

Görüntü 115: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



Seyirci; futbol yapımlarındaki duygusal durumla empati kurulmasını sağlamak için gösterilmektedir. Analizi yapılan bu karşılaşmada detay kullanımının yüzde dokuzunu seyirci görüntüsü oluşturmaktadır.

Yukarıda seçilen görüntüde, tribünden verilen korku ve endişe içindeki insan yüzleri ile ekran başındaki izleyicilerin dikkatini çekilmektedir. Seçilen karede; ön planda dehşete kapılmış bir kızın yüzü, yanında ters giden bir şeye tepkisini ısıklıyarak veren bir adam, hemen arkalarında da korkarak bir dilekte bulunur gibi ellerini yüzünde birleştirmiş bir kadın görüntüsü verilmiştir. Böylece izleyicilerin yapıma daha fazla yoğunlaşmaları ve empati kurmaları sağlanmış olmaktadır.

Görüntü 116: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayınından.



İzleyicinin oyunla empati kurmasının en etkin yollarından biri oyuncuların duygu durumlarını gösterdikleri hareketleridir. Futbolcuları sevindiğinde yada acı çektiğinde izlediğimiz hareketleri izleyicinin yapımla empati kurmasını sağlamaktadır.

Yukarıda seçilen görüntüde, kale önünde yüz ifadesinden üzgün olduğu görüntülenen oyuncunun gol kaçırdığı düşünülmektedir.

Merak :

Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması naklen yayını süresince, detay kullanımının yüzde elli üçü pozisyon, yüzde on dördünde de tekrar kullanılarak izleyici bilgilendirilmeye çalışılmıştır.

Görüntü 117: Beşiktaş- Monaco Futbol Karşılığıması Yayınından.



Yukarıda seçilen görüntüde; gol sonrası tekrar gösterimde, kaydedilen gol görüntüsünün oluşumu verilirken, grafikte de golün maçın kaçınıcı dakikasında olduğu gösterilmektedir.

Görüntü 118: Beşiktaş- Monaco Futbol Karşılığıması Yayınından.



Maç yayını sırasında spiker karşılaşmanın dakika ve skorunu sık sık hatırlatmaktadır.

Yukarıda seçilen görüntüde, maç sırasında her on dakikada bir verilen dakika skor bilgisiyle spiker anlatımı desteklediği gösterilmektedir. Her maç için özel tasarlanan, karşılaşmayı oynayan takımların logolu grafikleri sponsorun ismiyle birlikte verilerek anlatı bölünmektedir. Bu nedenle sponsor içeren logolu grafikler pilot kamera üzerine ve genel planda kullanılmaktadır.

Gerçekçilik :

Stadyumdaki seyircilerin televizyon ekranında gösterilmesi yapımın inandırıcılığı artırıcı unsurdur. Seçilen görüntüde ön sırada cips yiyen baba oğul arka sırada da iki küçük çocuyla maça gelen ve maç için özel kıyafetler seçen aile görüntüsü içimizden birilerinin orada olması duygusunu yani gerçekçiliği arttırmaktadır.

Görüntü 119: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Yayımından.



Aynı şekilde stadyumdaki seyircilerin içerisinde ailelerin televizyon ekranında yer bulması, maça gidemeyen tüm ev halkının yapımı seyretmesi için bir çağrıdır.

Aşağıda seçilen görüntüde; anne, baba ve çocuktan oluşan çekirdek aile aynı karede gösterilerek, ailece maç izlenmesi özendirilmektedir.

Görüntü 120: Beşiktaş- Monaco Futbol Karşlaşması Yayınından.



Yenilik :

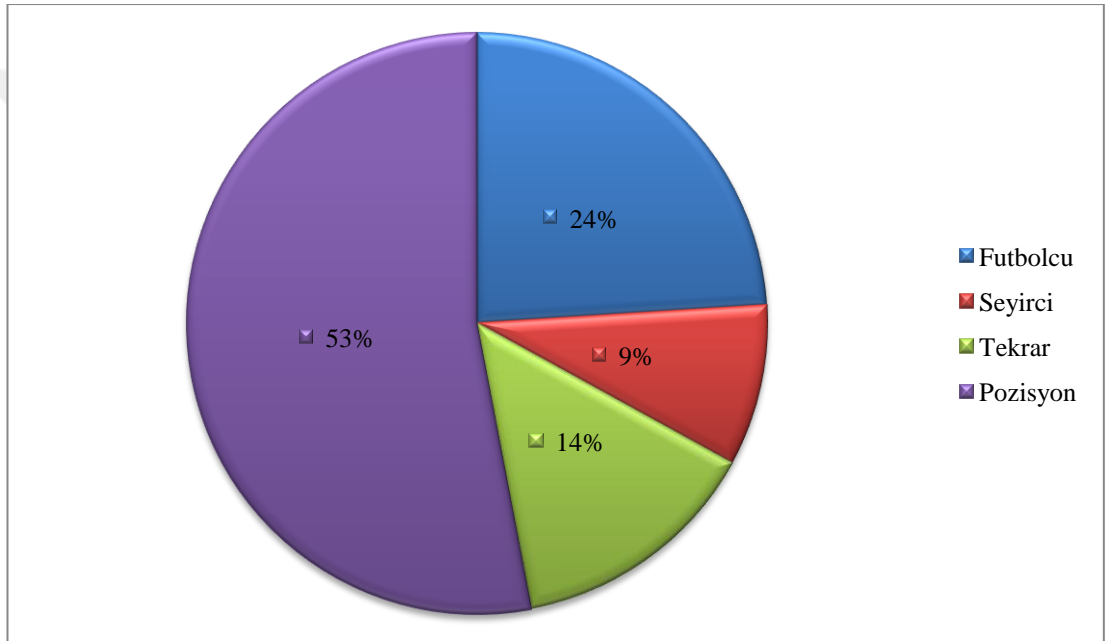
Ekranada yeni ve çeşitli grafik tasarımlar görülmektedir. Oyuncuların görüntülü olarak dizilişleri, renkli ve animasyonlu bilgi pencereleri, oyuncuların yoğunlukla koştuğu bölgelerin işaretlenmesi gibi yeniliklerin yanı sıra maçın oynandığı andaki hava sıcaklığı, rüzgarın şiddeti gibi bilgiler de paylaşılmaktadır.

Görüntü 121: Beşiktaş- Monaco Futbol Karşlaşması Yayınından.



Seçilen görüntüde grafiksel olarak yeni bir takım veriler görülmektedir. Genel saha görüntüsü üzerine bindirilen grafikte; Beşiktaş Park Stadyumu'nda gece oynanacak maçta havanın açık olacağı, sıcaklığın on derece beklendiği, maç sırasında yüzde yetmiş iki olacağı ve rüzgarın saatte on bir kilometre hızla eseceği bilgileri yer almaktadır.

Grafik 6: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı.



UEFA Şampiyonlar Ligi'nde 1 Kasım 2017 Çarşamba akşamı İstanbul Vodafone Park Stadyumu'nda oynanan ve saat 20:00'da TivibuSpor'dan canlı olarak yayınlanan Beşiktaş- Monako futbol karşılaşması boyunca yapım unsurlarını içeren pek çok detay görüntüye rastlanmıştır. Bu nedenle detay kamera kullanımı incelendiğinde; ilk yarı 1115 saniye, toplam 2047 saniye yani 34 dakika 11 saniye olduğu görülmüştür. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 28'i gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir. Detay kullanımının hangi görüntüleri içerdiği ile ilgili grafik şöyledir:

34 dakika 11 saniye detay görüntünün ilk yarı 310 saniye, toplam 486 saniye yani 8 dakika 1 saniyelik bölümünde futbolcu, hakem ve teknik direktör gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 24'ünü

oluşturmaktadır. Ayrıca 2 saat 9 saniye süren tüm yayının da yaklaşık yüzde yedisini oluşturmaktadır. Bu da dikkate değer bir orandır.

34 dakika 11 saniye detay görüntünün ilk yarı 188 saniye, toplam 191 saniye yani 3 dakika 8 saniyelik bölümünde seyirci gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 9'unu oluşturmaktadır.

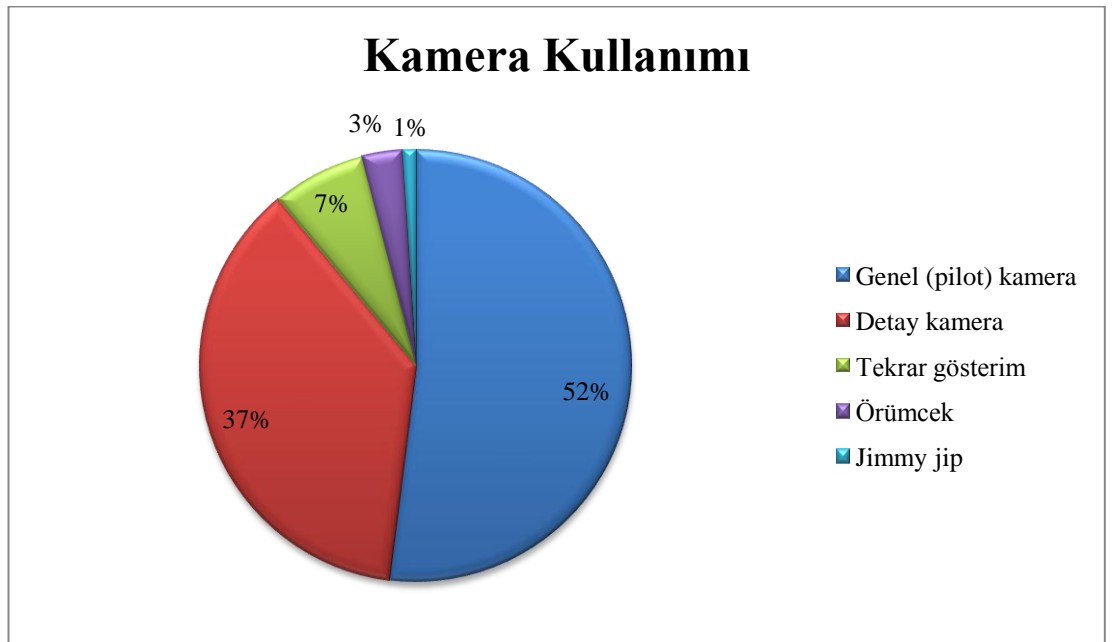
Tekrar gösterim; ilk yarı 194 saniye, toplam 293 saniye, yani 5 dakika 28 saniyedir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 14'ünü oluşturmaktadır.

3.2.4. Bulguların Değerlendirilmesi

Seçilen üç maçta yönetmen tarafından görüntü düzenlemesi yapıp yapılmadığını incelemek için kamera kullanım oranlarına bakılmıştır.

Bu kapsamda seçilen ilk karşılaşma, Avrupa Futbol Şampiyonası'nda kapsamında 17 Haziran 2016 Cuma akşamı Fransa'nın Nice Şehri'nde Allianz Riviera Stadı'nda oynanan, saat 22:00'de TRT 1'den canlı olarak yayınlanan ve '3-0' İspanya'nın galibiyeti ile biten İspanya- Türkiye futbol karşılaşmasıdır.

Grafik 7: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları.



İncelenen İspanya- Türkiye futbol karşılaşmasının toplam süresi; 2 saat 9 saniye yani 7209 saniyedir.

Bu süre içerisinde; 52 oranında pilot kamera, yüzde 37 detay kameralar, yüzde 7 tekrar gösterim, yüzde 3 örümcek kamera ve yüzde 1 de jimmy jip kullanıldığı tespit edilmiştir.

Maç süresince; en uzun görüntü 1 dakika 11 saniyelik pilot kamera görüntüsüdür. Yapılan çözümleme; pilot kamera görüntülerinin, diğer kamera görüntüleriyle ortalama 20 saniyede bir bölündüğü tespit edilmiştir.

İncelemede detay kamera kullanımı; pilot altı, yer kamerası, steadicam (vücuda giyilen kamera), parmak kamera kullanımlarını da içermektedir.

Beauty kamera, sahanın bir köşesinden geniş açı güzel görüntü veren ve üzerine grafik bindirmede kullanılan kameradır. İncelemede; toplam 46 saniye görüntü verilmiştir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayınlamamızda kayda değer bir yüzdeye karşılık gelmemektedir. Buradan da bu yayın için çok fazla ön plana çıkarılmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Drone; yukarıdan kuşbakışı çekim yapabilen kumandalı kameralardır. Statların kuşbakışı görüntüsünü verdiği için son dönem maçlarda sıkça kullanılmaktadır. UEFA kuralları çerçevesinde, futbol karşılaşması sırasında drone kullanımı yasaktır. Bu nedenle maç yayını sırasında verilen drone görüntüleri önceden çekilmiş, vtr'den okunan görüntüler olmaktadır. İncelemede; toplam 18 saniyelik drone görüntüsüne rastlanmıştır. Bu görüntü yayının başında stadın dış görünümünü yansıtmak için kullanılmıştır.

Karşılaşma boyunca toplam 42 kez VTR'den görüntü verilmiştir. VTR görüntüleri maç içerisinde kullanılan detay kameralardan seçildiği için kamera kullanımı içerisinde yer almıştır. Bu görüntülerin içeriğinde de genellikle bir kez yavaşlatılmış görüntü, peşine bir de yakın plan oyuncu görüntüsü eklenmiştir. Bu oyuncuların da inceleme kapsamında forvet oyuncularından seçildiği görülmüştür.

İncelemede; maç içerisinde bir kez parmak kamera kullanımına rastlanmıştır. Maç süresince yaklaşık 50 saniyelik seyirci görüntüsü kullanılmıştır. Süper slow motion görüntüye çok az yer verildiğini tespit edilmiştir.

Maçın anlatımını TRT adına Ersin Düzen yapmış, maç anlatımı sırasında yorumcu kullanılmamıştır. Efekt seslerin dışında stadyumda maç öncesi Türkiye ve İspanya'nın milli marşları çalınmıştır.

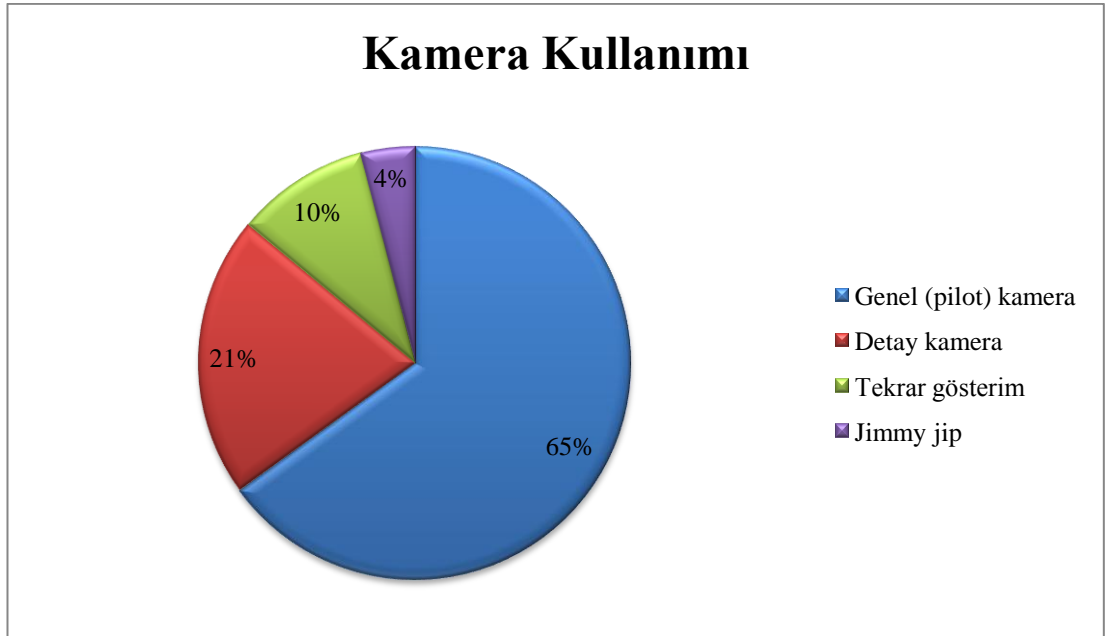
İncelemede; toplamda 26 kez grafik verildiği görülmüştür. Grafikler; takımın ilk on biri, sahaya dizilişi, hakem isimleri, teknik direktör isimleri, oyuncu değişiklikleri ve topun oynanma süresi ve oyuncuların koşu mesafesi gibi istatistikleri içermektedir. Toplam 3 dakika 57 saniye süresince ekrana grafik bindirilmiştir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yaklaşık yüzde 2'sine karşılık gelmektedir.

Uluslararası futbol turnuvalarına futbolcular gibi medya da aylarca hazırlanmaktadır. Bu anlamda; şampiyonalara bazen bir kamera kullanımı, bazen de bir grafik tasarımı damga vurmaktadır.

En son Fransa ve İtalya'nın ev sahipliğinde yapılan Avrupa Futbol Şampiyonası, terörün gölgesinde geçtiği için çok fazla aksiyon yaratamamış, ancak rengarenk kurdelelerle süslediği ekran ile izleyicilere güzel bir görsellik sunulmuştur.

Seçilen ikinci maç, Türkiye Süper Ligi'nde 22 Ekim 2017 Pazar akşamı İstanbul Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'nda oynanan, saat 19:30'da BeIN Sports'dan canlı olarak yayınlanan ve '0-0' sonuçla biten Galatasaray- Fenerbahçe futbol karşılaşmasıydı.

Grafik 8: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları.



İncelenen Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması toplam süresi; 2 saat 7 saniye yani 7207 saniyedir.

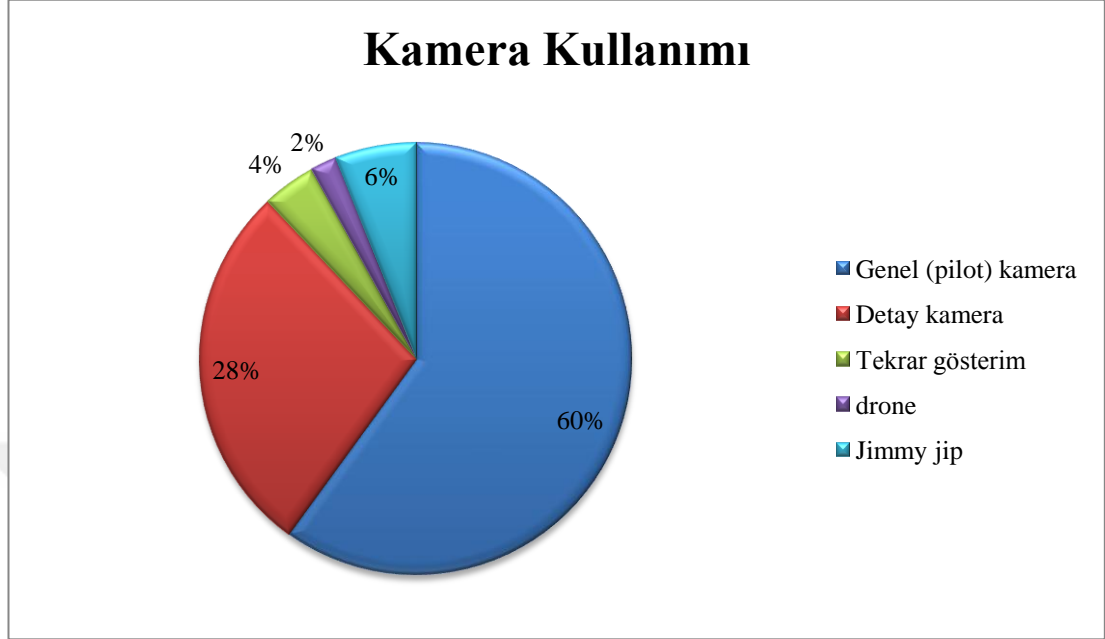
İncelemede genel (pilot) kamera kullanımı; yüzde 65'i gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir. Ayrıca maç boyunca pek çok kez genel planların kesilmeden oldukça uzun süre verildiğini gözlemlenmiştir. Detay kamera kullanımı; yayının yüzde 21'i, tekrar gösterim yüzde 10'udur. Jimmy jip kullanımı toplam yayının yüzde 4'ü oranındadır. Bu ise; pilot kamera haricinde bir kamera için oldukça fazla bir oran sayılmaktadır.

Ülkemizde iki büyük takımın mücadele ettiği bir karşılaşma olmasına rağmen, farklı kameraların kullanımının diğer iki maça oranla daha az tercih edildiği söylenebilir. Ayrıca grafik kullanımı da yüzdelerle ifade edilmeyecek oranda az kullanılmıştır.

Maçın anlatımını Lig TV'nin spikeri Yalçın Çetin yapmış, teknik direktör Reha Kapsal yorumlarıyla maça katkıda bulunmuştur. Yapılan yorum maç içerisinde çok fazla bir zamanı kapsamamış, daha fazla spikerin konuştuğu tespit edilmiştir. Maç öncesi stadyumda ünlü aktör Sylvester Stallone'nin canlandığı yenilmez boksör Rocky kareografisi yapılmış ve bu filmin müziği çalınmıştır. Maç başlamadan önce İstiklal Marşımız çalınmış, bu sırada sahadaki duygu dolu atmosfer yönetmen tarafından çeşitli görüntülerle süslenmiştir.

Seçilen üçüncü maç, UEFA Şampiyonlar Ligi'nde 1 Kasım 2017 Çarşamba akşamı İstanbul Vodafone Park Stadyumu'nda oynanan, saat 20:00'da Tivibu Spor'dan canlı olarak yayınlanan ve '1-1' berabere biten Beşiktaş- Monako futbol karşılaşmasıydı.

Grafik 9: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Kamera Kullanım Oranları.



İncelenen Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması toplam süresi; 2 saat 3 saniye yani 7203 saniyedir.

İncelemede genel (pilot) kamera kullanımı; yayının yüzde 60'ına, detay kamera kullanımı yayının yüzde 28'ine karşılık gelmektedir. Oldukça yüksek olan detay kullanımının büyük bölümünü futbolcuların oluşturduğu gözlenmiştir.

Tekrar gösterim; yayının yüzde 4'üne karşılık gelmektedir. Diğer iki karşılaşmaya bakıldığında; bu maçta oyunun daha az durduğu, yani oyunun yüksek tempoda geçtiği, boş zamanları doldurmak ve pozisyonların tekrarlarını göstermek için kullanılan VTR'lere yönetmenin az yer verdiği gözlemlenmiştir.

Hareketi daha yakından olayın içindeymişiz gibi hissetmemizi sağlayan Jimmy jip kullanımı yayının yüzde 6'sına karşılık gelmektedir.

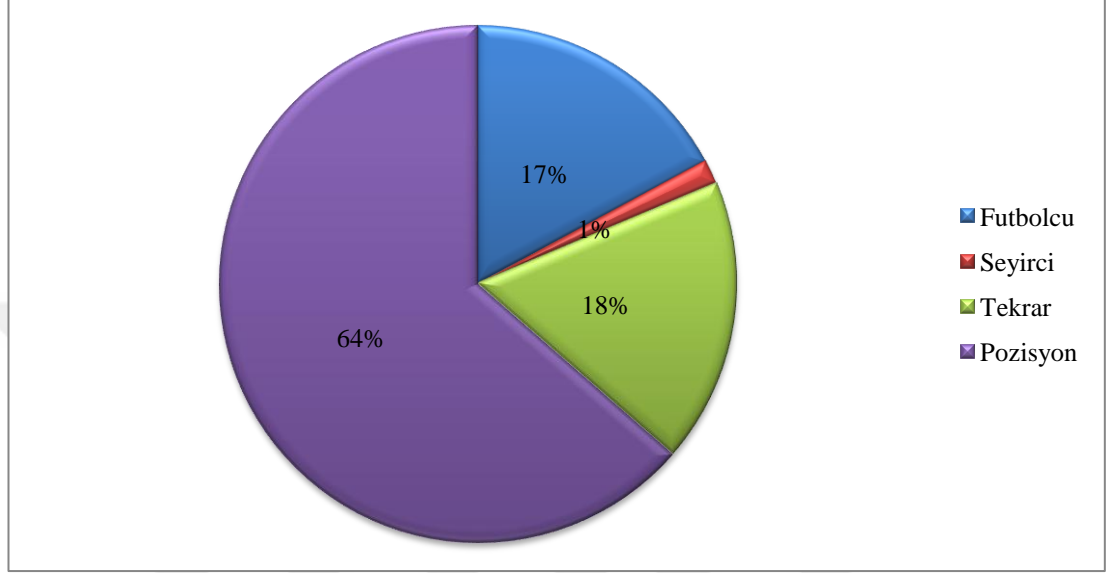
Drone kullanımı; tüm yayının yüzde 2'sine karşılık gelmektedir.

Maçın anlatımını TRT spikeri Hünkar Mutlu yapmış, maç anlatımı sırasında yorumcu kullanılmamıştır. Efekt seslerin dışında stadyumda maç öncesi Şampiyonlar Ligi özel müziği çalınmıştır.

Grafik kullanımı; toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 1.6'sına karşılık gelmektedir.

Seçilen üç maçta yönetmen tarafından yapım unsurlarının kullanılıp kullanılmadığını incelemek için detay kamera kullanım oranlarına bakılmıştır.

Grafik 10: İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı.



İspanya- Türkiye Futbol Karşılaşması'nda detay kamera kullanımı incelendiğinde; ilk yarı 1236 saniye, toplam 2644 saniye yani 44 dakika 6 saniye olduğu görülmüştür. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 37'si gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir.

44 dakika 6 saniye detay görüntünün ilk yarı 429 saniye, toplam 454 saniyelik bölümünde yani yaklaşık 8 dakika futbolcu ve teknik direktör gösterilmiştir. Bu da detay görüntünün yaklaşık yüzde on yedisini oluşturmaktadır.

44 dakika 6 saniye detay görüntünün ilk yarı 14 saniye, toplam 40 saniyelik bölümünde seyirci gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 1,5'ünü oluşturmaktadır.

44 dakika 6 saniye detay görüntünün ilk yarı 316 saniye, toplam 469 saniyelik bölümünde yani yaklaşık 8 dakika tekrar gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde on sekizini oluşturmaktadır. Karşılaşma boyunca toplam 42 kez VTR'ye gidilmiştir.

Burada dikkat çeken futbolcu gösteriminin öne çıkmasıdır. Detay kullanım içinde yüzde on yedi, tüm karşılaşma içerisinde yaklaşık yüzde altıya varan oranda futbolcu görüntüleri gösterilmiştir.

Avrupa Futbol Şampiyonası çerçevesinde oynanan ve TRT’de yayınlanan İspanya- Türkiye futbol karşılaşması iki ülkenin temsil edildiği bir maç olması nedeniyle gerilimi yüksek bir karşılaşma olmuştur. Uluslararası turnuvalarda ilginin fazla olması gerilimin dozajını da arttırmaktadır. Bu karşılaşmada da oyuncular savaştaymışçasına rakipleriyle göğüs göğse çarpışmaktadır. Futbol oyununda gerilimden çokça beslenildiği gözlemlenmektedir. Oyunun hazırlık aşamasından, galibiyet sevincinin gösterilişine kadar savaşla eşdeğer bir strateji güdülmektedir. Sahadan zaferle ayrılmak isteyen oyuncular kıyasıya bir rekabet yaşamaktadırlar. Bu rekabet televizyon yapımının dramatik öğeleriyle örtüşmektedir. Futbol karşılaşmalarında gerilimin artırılması, izleyicinin daha fazla haz almasına olanak sağlamaktadır. Özellikle yakın plan verilen ikili mücadelelerde bu durum gözlemlenmektedir.

Fiziksel eylem ve hareketlilik futbol oyununun doğası gereği oldukça fazladır. Bu tür görüntülerin ekranda yer alması, oyundaki düzenlemelerin ve teknik adamların hareketlerinin yakalanması izleyicinin dikkatini çekmektedir. Bu maçta teknik direktör için ayrı bir kameranın görev aldığı görülmüştür.

Futbol karşılaşmalarında erkek bedeni ve bu bedenle sağladığı güç sürekli ön plana çıkarılmaktadır. Erkek bedeninin çeşitli uzuvları eller, kollar, bacaklar ve karın kasları zaman zaman ekranda gösterilmektedir. Bu karşılaşmada ayak topu mücadeleleri ekrana yansıtılarak, oyuncuların bacak kasları yakın plan ekranda gösterilmiştir.

Futbol oyununda nihai amaç eğlenmektir. Futbol maçlarında eğlenen insanların televizyon ekranından yansıtılması televizyonun eğlendirme unsuruyla örtüşmektedir. Tribünde takımını desteklemeye gelmiş taraftarların ilginç görselleri eğlenceyi ön plana çıkarmaktadır.

Görüntüyle sunulan enformasyon televizyonun en önemli özelliklerindedir. Burada maçın başında verilen görüntü ile izleyici bilgilendirilmiştir. Maçın oynandığı Fransa’nın Nice Şehri’nde Allianz Riviera Stadı’nın görüntüsü, stadı dolduran seyirciler, maçı oynayacak iki takım Türkiye ve İspanya’nın forma renkleri

ve üzerinde takım logoları ile aidiyetleri ve bu karşılaşmayı düzenleyen kuruluş UEFA'nın logosu ev sahibi Fransa'nın turnuvaya özel dizayn ettirdiği görselleriyle sunulmuştur.

Avrupa Futbol Şampiyonası çerçevesinde oynanan İspanya- Türkiye futbol karşılaşması süresince gösterilen yakın plan görüntülerin çoğu futbolcu görüntülerini içermektedir. Bu oran, pasta grafiklerle de ifade ettiğimiz şekliyle yakın plan görüntülerin yüzde altmış dördünü oluşturmaktadır.

Futbolda iki ülke takımının yer aldığı karşılaşmalar ayrı bir önem taşımakta, takımların yıldız futbolcuları sıkça ekrana getirilmektedir.

Yapılan incelemede detay kullanımını yüzde on yedilik bölümünü futbolcuların oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca her pozisyonun bitiminde pozisyonla ilişkilendirilen futbolcu görüntüsü ekranda yer almıştır.

Bu bağlamda; Arda Turan, Türk futbolunu yurtdışında temsil etmiş yıldız isimlerindedir. Aldığı yüksek transfer ücretleri ve renkli yaşamıyla sürekli gündemde olan popüler bir yıldızdır. İncelenen maç özelinde; İspanya'nın süperlig takımı Barcelona'da oynamış olması Arda'yı diğer futbolculardan öne çıkarmaktadır. Bu nedenle maç sırasında bol miktarda yakın plan görüntüsüne yer verilmiştir.

Milli maçlar milli duyguları öne çıkardığı için değerlidir. Toplum olarak birlik ve beraberlik duygularıyla kenetlenmeyi sağlar. Gurbetçi vatandaşlar için anavatanın temsili sayılan milli maçlar ayrıca değerlidir. Fransa'nın Nice kentinde oynanan Türkiye-İspanya karşılaşmasında tribünler ellerinde bayraklarıyla Türkiye'yi destekleyen Avrupa'daki gurbetçi vatandaşlarımız gösterilmiş, Türk bayraklarına yer verilmiştir. İncelemede, uluslararası bir maç olması ve tarafsız sahada oynanması nedeniyle İspanyol seyirciye de aynı oranda yer verildiği gözlemlenmiş, her iki takımın ulusal değerleri gösterilmiş, marşları okunmuştur. Ekran başındaki izleyicinin empati kurması için iki ülke taraftarları yakın planda gösterilmiştir.

Karşılaşma süresince 8 dakika tekrar gösterilmiş, 42 kez tekrar gösterime başvurulmuştur. Tekrar gösterim detay görüntülerin yüzde on sekizini oluşturmuştur. Bu bağlamda; izleyicinin merakının giderildiği ama pozisyonların çok detaylı ve uzun süre gösterilmediği sonucuna varılmaktadır.

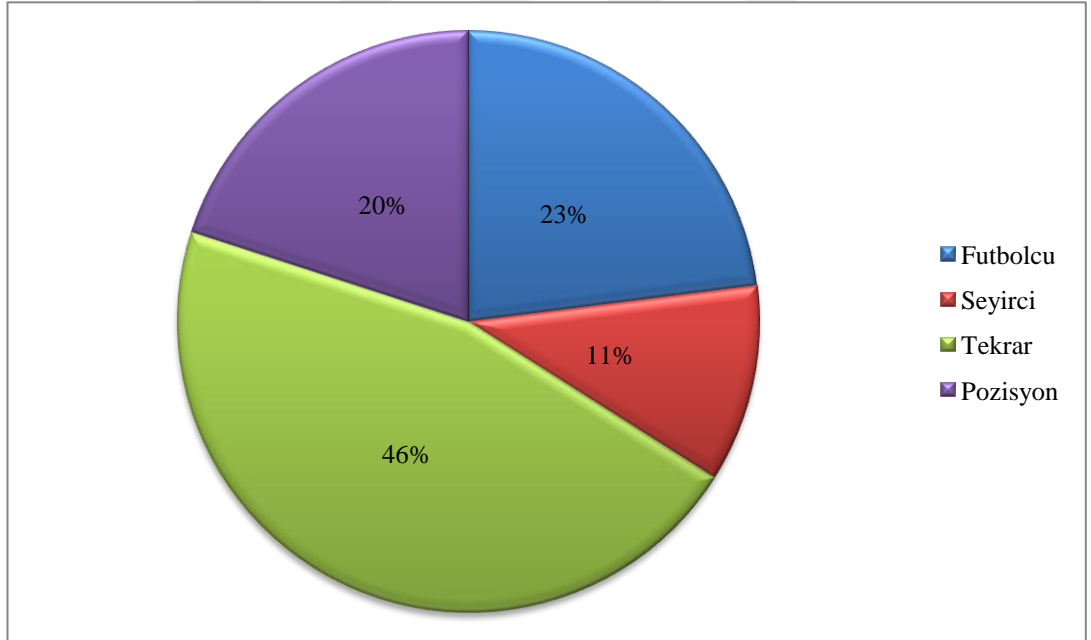
Televizyonun önemli özelliklerinden biri gerçekçilik hissiyatını vermesidir. Futbolcuların yakın plan duygulanımları ve yüz ifadelerinin gösterimlerine sıkça

rastlamaktayız. Bu durum yaşananların gerçekçiliğini göstermek için tercih edilmektedir, böylelikle televizyonun anlatısını kuvvetlendirilmektedir.

Bu karşılaşmada dikkat çeken yakın plan futbolcu gösteriminin öne çıkmasıdır. Detay kullanım içinde yüzde on yedi, tüm karşılaşma içerisinde yaklaşık yüzde altıya varan oranda ekranda futbolcu görüntüsüne yer verilmiştir.

Sıra dışı sunumlar televizyon yapımlarını ilgi çekici hale getirmektedir. Maç sırasında diğer kameraların açısına örümcek kameranın girdiğini gözlemlemekteyiz. Karşılaşma süresince örümcek kameranın sıkça kullanıldığını görülmektedir. İlk defa bu maçta kullanılmamakla birlikte 2016 Avrupa Futbol Şampiyonası'nda yeni bir teknoloji olarak kullanılmıştır. Bu kameranın diğer kameralarının görüntülerine girmesinde bir sakınca görülmemiştir.

Grafik 11: Galatasaray- Fenerbahçe Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı.



22 Ekim 2017 Pazar akşamı İstanbul Ali Sami Yen Spor Kompleksi Türk Telekom Stadyumu'nda oynanan ve saat 19:30'da BeIN Sports'dan canlı olarak yayımlanan Galatasaray- Fenerbahçe futbol karşılaşması boyunca yapım unsurlarını içeren pek çok detay görüntüye rastlanmıştır. Bu nedenle detay kamera kullanımı incelendiğinde; ilk yarı 847 saniye, toplam 1593 saniye, yani toplam 21 dakika 6 saniye olduğu görülmüştür. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 21'i gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir.

21 dakika 6 saniye detay görüntünün; ilk yarı 280 saniye, toplam 362 saniye yani 6 dakika 3 saniyelik bölümünde futbolcu hakem ve teknik direktör gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 23'ünü oluşturmaktadır. Ayrıca 2 saat 7 saniye süren tüm yayının da yaklaşık yüzde beşini oluşturmaktadır. Bu kullanımlar da genellikle pozisyon sonrası bu pozisyona giren futbolcunun gösterilmesi şeklinde olmuştur.

21 dakika 6 saniye detay görüntünün; ilk yarı 115 saniye, toplam 176 saniye yani 3 dakika 2 saniyelik bölümünde seyirci gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 11'ini oluşturmaktadır.

Tekrar gösterim; ilk yarı 444 saniye, toplam 727 saniye, yani 12 dakika 15 saniyedir. Bu da toplam 21 dakika 6 saniyelik detay görüntünün yaklaşık yüzde 46'sını oluşturmaktadır.

Derbiler futbolda ezeli rekabetin yaşandığı, aynı şehirde farklı takımları tutan seyircilerin bulunduğu karnavalımsı gösterilerdir. Bunun için günler, hatta haftalar öncesinden yapılan yayınlarla seyirciler stada, izleyiciler de ekran karşısına toplanır. Gerilimin dozunun oldukça yüksek olduğu karşılaşmalardır. Galatasaray- Fenerbahçe derbisine çıkan oyuncular adeta savaş meydanında çarpışmış, birbirleriyle adeta savaşımlardır. Bu çatışma ortamında yaralanmalar ve sakatlıklar olmuş, bu durum gerilimin düzeyini daha da yükseltmiştir. Derbiler tansiyonu yüksek karşılaşmalar olduğu için aksiyonda oldukça fazla gözlenmektedir. Aksiyon içeren yakın plan görüntüler karşılaşma boyunca ekranda sıklıkla yer almıştır.

Karşılaşma süresince oyuncuların güçlü ve çekici vücutlarını sergiledikleri görüntüler ekrana yansıtılmıştır. Cinsellik unsuru erkek vücudu kullanılarak gösterilmiştir. Ayrıca maç süresince seyirci detayı olarak çocuklar ve aileler gösterilmiş, güzel kadın görüntülerine geniş planda ve az sayıda rastlanmıştır.

Mizah, çok geniş bir yelpazedir. Stadyuma eğlenmeye giden taraftarlar bazen rakibi kızdıracak, bazen de güldürecek görüntüler sergilemektedir. İncelenen karşılaşmada taraftarlar ne kadar güçlü ve yenilmez olduklarını bir film kahramanının görseliyle canlandırma yapmışlardır. Ünlü aktör Sylvester Stallone'nin canlandığı yenilmez boksör Rocky koreografisi, maçın başında, Galatasaraylı seyirciler tarafından Fenerbahçeli rakiplerine gözdağı vermek için kullanılmıştır. Görüntünün yönetmen tarafından gösterilmesi ve spiker tarafından da sözselsel olarak

vurgulanmasıyla televizyonları başındaki izleyicilere statta ne kadar eğlendikleri mesajı iletilmiştir.

Çalışmada derbinin hakemi Cüneyt Çakır'a görüntülerde çokça yer verildiği ve aldığı kararların yönetmen tarafından özellikle takip edildiğini gözlenmiştir. Bu tür bilgiler sonrasında çok tartışıldığı için, hakemin bütün kararlarının, kameralar tarafından kaçırılmamasına özen gösterilmektedir. Maç boyunca tekrarların, detay gösterimlerin yüzde kırk altı gibi büyük bir bölümünü, maçın tümünün de yüzde yedisini oluşturduğu tespit edilmiştir.

Karşılaşma sırasında iki takımın teknik direktörlerinin hareketleri ve yıldız futbolcuların görüntüleri sürekli yer bulmuştur. Bu tür maçlarda teknik direktörlerin tepkilerini yakalamak için ayrıca bir kamera çalışmaktadır. Bu görüntüler oyunun yorumlanması için izleyiciye malzeme oluşturmaktadır. Maç sonrası yorumlarda defalarca kullanılmaktadır. İncelenen bu maçta detay görüntülerin yüzde yirmi üçünü futbolcu ve teknik adam görüntülerinin oluşturduğu görülmüştür.

İki yerli takımın mücadelesi olduğu için değer verilen motifler de yerli futbolculardan seçilmiş, dua eden Türk futbolcu görseli ekrana yansımıştır. Fenerbahçeli futbolcu Ozan Tufan, maçın başında ellerini kaldırarak dua ederken gösterilmiştir. Bir işe başlarken ya da savaşa giderken, hayırlı bitirmek ve başarmak için dua etmek Müslümanların geleneğinde olan dini bir ritüeldir. Bunu televizyon ekranında göstermek izleyicilerin empati kurmasına ve futbola verilen değerini yüceltilmesine neden olmaktadır.

Empati kurmak yapımın duygusal yönünün ön plana çıkartılmasını sağlamaktadır. Duygusallık yapımın izlenmesini ve artıran en önemli göstergelerin başında gelmektedir. Futbol karşılaşmalarında sempatik çocuk figürlerinin gösterilmesi, oyunun masum ve tarafsız yüzüyle empati kurmamız için tercih edilmektedir. Yönetmen tercihi olarak derbinin gerilimi dolu havasını yumuşatmak ve şiddetin olmadığını göstermek için bu tür görüntülerin kullanıldığı düşünülmektedir.

Futbol karşılaşmalarının canlı yayınlarında stadyumdaki duygusal ortamı ve coşkuyu yansıtması oldukça önemlidir. Maçı anlatan spiker bunu sözleriyle ifade etmektedir. Ancak görüntünün buna eşlik etmesi ve yönetmenin ayrıntıları kaçırmaması çok önemlidir.

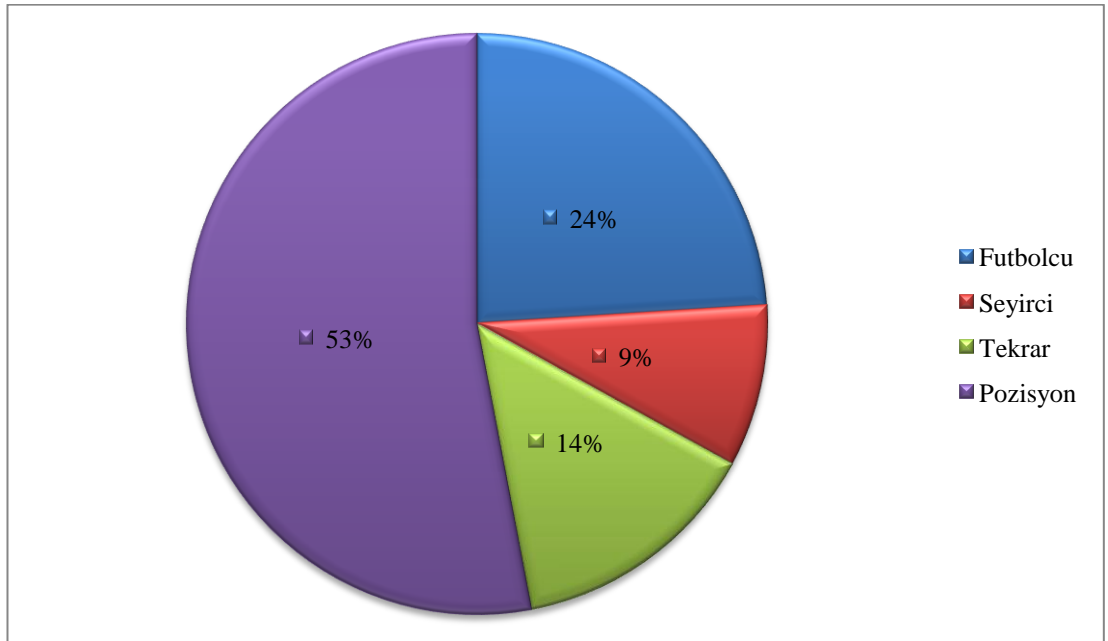
Maçın başında gerçekliği arttırmak için stadyumdaki duygusal ortam güvenlik kuvvetlerinin görüntüleriyle verilmeye çalışılmıştır. Türk bayrağının, Türk askerinin orada olması gibi duygusal görüntüler yapımın sahiciliğinin arttırılmasına yardımcı olmaktadır.

Alışıldık şekilde görüntülenen derbi mücadelesinin (0-0) bitmesi sonucunda iki ezeli takımın futbolcuları arasındaki kardeşlik birbirlerine sarıldıkları görüntülerle gösterilerek maç yayını sonlandırılmıştır. Böylece, izleyicinin ertesi gün konuşması için yönetmen tarafından verilen ‘dostluk kazandı’ mesajı ile maç yayını bitirilmiştir.

Bazen sıra dışı bir sunum yeni bir bakış açısı kazandırmaktadır. Ezeli rakip iki takımın farklı ırktan iki oyuncusu karşılaşmanın sonunda birbirlerine sarılıp, yeni bir durum yaratabilmektedir. Yönetmen tercihi olarak ekrana getirilen görüntüde; ülkemizde oynayan iki yabancı oyuncu, maç sonunda birbirlerine sarılıp, sporun evrenselliğini göstermektedir. Spor ruhu için eski bu tutum, ekrandan sunum için dikkat çekici ve yeni bir durum oluşturabilmektedir.

Karşılaşma süresince izleyicilerin merakını giderecek tekrar görüntülere yüzde elliye yakın yer verildiği görülmüştür. Pasta grafikte dikkat çeken yakın plan futbolcu ve pozisyon kullanımlarının tekrar görüntülerine yaklaşan oranda olduğu tespit edilmiştir.

Grafik 12: Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması Detay Kamera Kullanımı.



UEFA Şampiyonlar Ligi'nde 1 Kasım 2017 Çarşamba akşamı İstanbul Vodafone Park Stadyumu'nda oynanan ve saat 20:00'da TivibuSpor'dan canlı olarak yayınlanan Beşiktaş- Monako futbol karşılaşması boyunca yapım unsurlarını içeren detay görüntüler ekrana verilmiştir. Detay kamera kullanımını incelediğinde; ilk yarı 1115 saniye, toplam 2047 saniye yani 34 dakika 11 saniye olduğu görülmüştür. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yüzde 28'i gibi oldukça yüksek bir orana karşılık gelmektedir.

34 dakika 11 saniye detay görüntünün ilk yarı 310 saniye, toplam 486 saniye yani 8 dakika 1 saniyelik bölümünde futbolcu, hakem ve teknik direktör gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 24'ünü oluşturmaktadır. Ayrıca 2 saat 9 saniye süren tüm yayının da yaklaşık yüzde yedisi gibi dikkate değer bir oranını oluşturmaktadır.

34 dakika 11 saniye detay görüntünün ilk yarı 188 saniye, toplam 191 saniye yani 3 dakika 8 saniyelik bölümünde seyirci gösterilmiştir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 9'una karşılıktır.

Tekrar gösterim; ilk yarı 194 saniye, toplam 293 saniye, yani 5 dakika 28 saniyedir. Bu da kullanılan detay görüntülerin yaklaşık yüzde 14'ünü oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında yer alan üçüncü maç, UEFA Şampiyonlar Ligi'nde oynanan Beşiktaş- Monako futbol karşılaşmasıydı. Uluslararası karşılaşma boyunca stres ve gerilim oldukça yüksek tempoda seyretmiştir. Oyun süresince hakeme itiraz edilmiş, oyuncular hakemle ve kendi aralarında çatışmalar yaşamış, bunu hareket ve mimikleriyle belli etmişlerdir. Yine uluslararası bir karşılaşma olması ve yüksek tempoda oynanması sebebiyle aksiyonu da bol bir karşılaşma olmuştur.

Oyunda cinsellik içeren öğeler çok fazla yer almamakla birlikte, oyuncuların erkekliklerini sembolize ettikleri hareketlere yakın planda verilmiştir. Yine oyuncuların sevinç gösterileri seyircilerin beğenilerini toplamıştır. Karşılaşma başlamadan oyun ve oyuncularla ilgili her türlü enformasyon verilmiş, bu durum oyunun içerisinde de çeşitli grafik ve görsellerle sürekli desteklenmiştir.

Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması boyunca detay görüntülerin yüzde on dördü oranında tekrar görüntüye yer verilmiştir. Karşılaşmada bilgilendirmeler, ekrana verilen grafikler ya da elektronik göstergelerle yapılmıştır.

Futbol iktidarların yüzyıllardır kendi çıkarları için kullandıkları ve terk etmek istemedikleri bir alan olmuştur. Bu anlamda; günümüzde devlet büyüklerinin futbol maçlarını izlemesi, yönetim erkinin konuya önem vermesi ve desteklediğini göstermesi açısından önemlidir. Bu tür görüntüler futbol karşılaşmalarının önemini göstermek için televizyon ekranında da verilmektedir. Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşmasını izlemeye gelen Cumhurbaşkanı, sol tarafında Spor Bakanı, sağ tarafında Beşiktaş Kulübü Başkanıyla birlikte gösterilerek maçın önemine vurgu yapılmıştır.

Karşılaşmada kardeşlik sevgi saygı, takım sevgisi gibi bir takım değerler görüntü ile vurgulanırken, oyuncuların haç çıkarma ve toprağı öpme görüntüleri verilerek dini değerler de öne çıkarılmıştır.

Futbol karşılaşmalarında oyuncular tarafından bazı ortak değerlere gönderme yapıldığı gözlemlenmektedir. Maç bitiminde iki takımın oyuncularının birbirine sarılmaları gösterilerek yine dostluk, kardeşlik gibi evrensel değerlere vurgu yapılmıştır.

Yapılan analizde; Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması naklen yayını boyunca detay çekimlerin yüzde yirmi dördünü futbolcular oluşturmuştur. Bu futbolcular içinden Cenk Tosun özellikle öne çıkan isim olmuştur. Yönetmen tercihleri arasında forvet oyuncuları, özellikle de Cenk Tosun'un gösteriminin tercih edildiği düşünülmektedir. Hatta oyun süresince Cenk Tosun'u takip eden bir kamera olduğu düşünülmektedir.

İzleyicinin oyunla empati kurmasının en etkin yollarından biri oyuncuların duygularını gösterdikleri hareketleridir. Futbolcuları sevdiğinde yada acı çektiğinde izlediğimiz hareketleri izleyicinin yapımla empati kurmasını sağlamaktadır. Aynı şekilde bunun seyirci görüntüleriyle desteklenmesi gerçekliğini arttırmaktadır.

Seyirci; futbol yapımlarındaki duygusal durumla empati kurulmasını sağlamak için gösterilmektedir. Analizi yapılan bu karşılaşmada detay kullanımının yüzde dokuzunu seyirci görüntüsü oluşturmaktadır.

Yönetmenin tercih ettiği görüntüde, tribünden verilen korku ve endişe içindeki insan yüzleri ile ekran başındaki izleyicilerin dikkatini çekilmektedir. Seçilen karede; ön planda dehşete kapılmış güzel bir kızın yüzü, yanında ters giden

bir şeylere tepkisini ısıklıyarak veren bir adam, hemen arkalarında da korkarak bir dilekte bulunur gibi ellerini yüzünde birleştirmiş bir kadın görüntüsü verilmiştir. Bu tür görüntülerle izleyicilerin yapıma daha fazla yoğunlaşmaları ve empati kurmaları sağlanmış olmaktadır.

Ayrıca, stadyumdaki seyircilerin televizyon ekranında gösterilmesi yapımın inandırıcılığı artırıcı bir unsurdur. Seçilen görüntüde ön sırada cips yiyen baba oğul arka sırada da iki küçük çocuğuyla maça gelen ve maç için özel kıyafetler seçen aile görüntüsü içimizden birilerinin orada olması duygusunu yani gerçekçiliği arttırmaktadır. Yayının başlarında ekrana verilen maçı izlemeye gelmiş Beşiktaş taraftarı aileler ve çocuklar, izleyicinin empati kurmasını sağlamış ve daha maçın başında gerçeklik duygusunun artırılmasına yardımcı olmuştur.

Bu karşılaşma özelinde; ekranda yeni ve çeşitli grafik tasarımlar görülmektedir. Oyuncuların görüntülü olarak dizilişleri, renkli ve animasyonlu bilgi pencereleri, oyuncuların yoğunlukla koştuğu bölgelerin işaretlenmesi gibi yeniliklerin yanı sıra maçın oynandığı andaki hava sıcaklığı, rüzgarın şiddeti gibi bilgiler de paylaşılmıştır.

Karşılaşma sırasında en az dört kayıt cihazı ve operatörü kullanılmış, yayına yavaşlatılmış gösterimde görüntü okuyan bu operatörler daha önceden bölüştükleri kameralardan gelen görüntüleri toplayıp işlemişler ve goller, oyuncuların gördükleri kartlar ve pozisyonlar oyun durduğunda tekrar gösterilmiş, izleyicinin merakı giderilmeye çalışılmıştır. İzleyicinin tekrar görüntüsünü algılaması için geçiş efektleri kullanılmıştır. Bu efektler yayıncı kuruluşun ya da organizasyonun simgesi olan görsellerden oluştuğu görülmüştür. Görüntülerin tekrarı izleyicilerin algılayabileceği yavaşlıkta tekrar edilmektedir. Böylece bire bir gösterilen görüntüden de ayrılmaktadır.

SONUÇ

Sanayi öncesi feodal toplumlarda tüketim basit bir ihtiyaç durumundaydı. Herkes kendi yiyeceği kadar üretebiliyor, fazla ürettiğini de yine kendisi için gerekli bir ürünle değiştiriyordu. Kapitalizmle birlikte tüketim bir kültür formuna kavuşmaya başlamıştır. 19. Yüzyılda sanayileşmenin başlamasıyla tüketim kültürü bütün kesimlere yayılmıştır. Bu durumun oluşmasında, kitlelerin sanayinin geliştiği kentlerde yaşamasının payı büyüktür.

19. Yüzyıldan itibaren bir arada yaşayan insanlara halk yerine kitle denilmektedir. Çünkü artık üretim halk tarafından değil, endüstriyel olarak yapılmaktadır. Kitlelerin bir arada tutulması için oluşturulan kitle kültürü sanayi toplumunun ürünüdür.

Kitle kültürü, kitle iletişim araçları aracılığıyla, kitle kültürünün benimsetilmesi şeklinde işlemektedir. Rıza gösterme denilen benimsetme işlemi; kitleler tarafından genel kabul gören, beğendikleri ve arzuladıkları şeylerle yönetilmektedir.

Kitle kültürünün en popülerleri kitle kültürünün içinden çıkan popüler kültürdür. Popüler kültür; günlük yaşamın kültürüdür ve onu kullananlar tarafından üretilmektedir. Yani popüler kültürün bireyleri hem çaresizliklerini üretmekte, hem de buna çare bulmaktadır. Popüler kültür, bir anlamda toplumsal uzlaşma alanı işlevi görmektedir.

Düşünürler, popüler kültürü toplum için olumlayan ve olumsuz bulanlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Olumsuz bulanlar; popüler kültürün toplumun beğeni düzeyini düşürdüğünü ve kitleleri uyuşturup, kandırılmaya ve yönetilmeye müsait hale getirdiğini savunmaktadır. Olumlu bulanlar ise; kişilerin sistemin içinde yer alarak, iktidarın oluşturduğu sistemden kendi çıkarları adına faydalanacağını düşünmektedir.

Popüler kültür, hayatımızı tüketerek anlamlandıracağımız sistem tarafından üretilmektedir. Sahte ihtiyaçlar bu anlamda önemli işlev görmektedir. Popüler kültürü popüler yapan güç, ekonomik ve ideolojiktir. Kitleler daha iyi yaşayabilme arzusuyla sürekli tüketmektedir. Tüketim kültürünün benimsetilmesi ve bireye özgürce seçim yaptığı duygusu kitle iletişim araçları vasıtasıyla verilmektedir.

Efendisini seçme özgürlüğüne sahip köleyle eşdeğer bu durum, bireyleri sistemin kölesi durumuna getirmektedir.

Frankfurt Okulu yani eleştirel kuram düşünürleri bu durumu 20. Yüzyılın başında tespit etmişlerdir. Frankfurt Okulu temsilcileri daha o yıllarda, iktidardakilerin, kitle iletişim araçları aracılığıyla, insanları sessiz kalabalıklara dönüştürdüğü 'kültür endüstrisi' kavramından söz etmişler, popüler kültürün toplumu şekillendirmek için iktidar tarafından oluşturulduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu bağlamda; teknoloji de ideolojinin dolayımlayıcı olarak kullanılmıştır.

Günümüzde kitle iletişim araçlarıyla bağımlı izler-kitle yaratılmaya çalışılırken, şaşırtıcı bir şekilde içerikten çok biçimin ön plana çıktığı gözlenmektedir. Sürekli gelişen teknolojinin insan hayatında bu kadar fazla yer kaplaması, yaşamının yönlendiricisi konumuna gelmesi masum olmadığının göstergesidir. Teknoloji toplumsal ilişkilerin de düzenleyicisi durumuna gelmiştir. Teknoloji, insan hayatını tamamen işgal ederek, özgürce düşünme yerine kendi dayattığı dünya görüşünü benimsetmek istemektedir. Bunu da eğlence endüstrileri aracılığıyla yapmaktadır.

Eğlence, popüler kültürün üst ideolojisi olmuştur. Eğlenmek her türlü durumun önüne geçmektedir. Eğlenerek dramlarından kaçan kitle, aslında özgürlüğünden kaçmaktadır. Kolay ve ucuz yoldan bulduğu eğlence ise, popüler kültürün üretim aracı televizyondur. Hayatımızda popüler olan ne varsa ön plana çıkarıp sunan, popüler yapılmak isteneni kucaklayan televizyon, popüler kültürün görünürlüğünü sağlamaktadır. Televizyon 20. Yüzyılının ortalarından bu yana girdiği hayatımızda, düşüncelerimize yön vermekte, bağlayıcılığını arttırmakta, araçsallaşmış biçimde katarsis (arınma) gerçekleştirmektedir. İzleyicilerini kendi yarattığı dünyanın içine çekmekte ve dış dünyaya o pencereden bakılmasını sağlamaktadır. İzleyiciler, ekranda ağlayan kadınla ağlanmakta, gol atan futbolcuyla sevinmektedir.

Televizyon, dünya çapında yayılmaya başlamasından bu yana futbol ile girift bir ilişki içindedir. Futbol kitleleri eğlendiren, haz almasını sağlayan ve bir takım duygusal süreçleri bünyesinde barındıran popüler kültür ürünüdür. Futbolun ortaya çıktığındaki amacı olan sosyalizasyon ve amatörlük kültür endüstrisi tarafından yok edilmiştir. Futbol stadyumlara taşınmasıyla birlikte, halkın elinden alınarak erkin

eline bırakılmıştır. Günümüzde ufacak bir takımdaşıktan, milli duygulara kadar futbolda her şey iktidarın kullanımına yönelik olarak çalışmaktadır.

Futbol küresel anlamda da yayılcılığın sembollerinden biri olmuştur. Ulus-devletlerin kurulmasından sonra kaynaştırma fonksiyonunu yerine getirmiş, 20. Yüzyılın sonuna doğru yerellikten uluslararası boyuta taşınmıştır. Futbol globalleşmenin göstergelerinden biri olmuş, takımlar dünyaya açılmışlar, ulusla arası futbolcular ve teknik adamlar yetişmiş, devasa bir futbol ekonomisi oluşmuştur. Bu duruma, 1980'lerden itibaren uydu yayıncılığının katkısı fazladır. Bu döneme kadar televizyonun gelişimine katkı sağlayan futbol, bu yıllardan itibaren televizyon tarafından yayılımını sürdürmüştür. Böylece televizyon ve futbol hep iç içe olmuştur.

Günümüz insanı için futbol sadece bir izleni konumundadır. Tüketim toplumunda basit bir oyun olan futbol, halkın elinden alınmış, televizyondan eğlencelik olarak pazarlanmaktadır. Televizyonda yayınlanan futbol karşılaşmalarının amacı, sadece maça gidemeyen seyirciye evinde maçı izletmek değildir. İzleyiciye yan ürünlerle birlikte bir yaşam tarzı sunulmaktadır.

Televizyonda izlenen her görüntü prodüksiyonun bir parçasıdır ve bir anlam ifade etmektedir. Televizyon yapımları maliyetli ve zahmetli olduğu için gösterilen her detayın bir anlamı vardır. Bu bağlamda; futbol karşılaşmaları sırasında gösterilen futbolcu ve seyirci görüntüleri de bir anlam ifade etmektedir. Yakın plan televizyon ekranına çıkan her futbolcu artık ünlüdür ve göz önündedir. Ekranda gösterilen oyuncular giyimleri ve yaşam tarzlarıyla topluma rol model olarak gösterilmekte ve pek çok ürün üzerlerinden pazarlanmaktadır.

Televizyon teknolojisinin ilerlemesine paralel biçimde futbol yayımları da ilgi çekici hale getirilip, sunulmaktadır. Televizyonun en temel özelliklerinden birisi zaman algısını değiştirebilmesidir. Canlı yayın televizyonun en temel özelliklerinden birisidir. İzleyiciye anımsalık ve orada olma duygusunu yaşatmaktadır. Stüdyo dışından yapılan canlı yayımlara naklen yayın denilmektedir. Naklen yayın için ön hazırlık evresi çok önemlidir. Kameraların konumlandırılışından, kadraja giren objelerin belirlenmesine kadar her şey bir seçime tabi tutulmaktadır. Görüntülerin anında nakil edildiği söylene de, mutlaka seçme işlemi yapıp, ekrana verilmektedir.

Teknik olanakları kullanarak görüntüleri seçen yani ekrandaki görüntü düzenlemesini yapan kişi yönetmendir. Görüntü düzenlemesinin en önemli unsuru kameradır. Kullanılan kamera sayısı, cinsi, kameraların nerede konumlandırıldığı, kamera hareketleri ve bakış açısı yapımın oluşturulmasında büyük önem taşır. Ses, görüntünün tamamlayıcısıdır. Konuşan insanların sesleri, çevredeki doğal sesler ve efektler, bazı yapımlarda da müzik prodüksiyonun önemli bileşenleridir. Yönetmenin diğer yardımcıları; ışık, kurgu, grafik ve animasyonlardır.

Yönetmen yayına hazırlanırken mutlaka ön çalışma yapmak durumundadır. Zihninde yapıma dair önceden çizdiği bir şablon vardır ve tüm ekibi yayından önce bilgilendirerek bu çerçevede yönlendirir. Üretim sürecinin bütün aşamalarında bulunur ve direktifleriyle yapıma yön verir. Kameralar için uygun pozisyonları ve ayrıntıları önceden tasarlar. Çekim anında da kamera geçişlerinin zamanlamasını ayarlar, grafik ve isim kullanımlarını, ses giriş çıkışlarını ve teknik ekibin çalışmalarını kontrol eder, komutlarıyla bir adım sonrasına yön verir.

Canlı yayın öncesi uzun bir hazırlık süresi geçiren yönetmen; canlı yayın sırasında gerçeği yeniden kurgularken, izleyicilerin ortak beklentilerini de gerçekleştirir. Çalıştığı ekibini de önceden bu duruma hazırlar. Örneğin; çekilen her maçın bir hikayesi vardır. Teknik adamlar, yıldız oyuncular ve daha önce yaşananlar yapımın vurgulanacak önemli unsurlarıdır. Stadyum bir sahnedir ve gösterinin duygusal boyutunu arttırmak için teknolojinin olanaklarından faydalanılır. Duygusal kurguyu gerçekleştiren yönetmendir.

Yapılan bu çalışmada; yönetmen tercihlerinin önemli olduğu düşünülerek, üç tane futbol maçında görüntü düzenlemesinin nasıl yapıldığına ve yapımın hangi unsurlarından faydalandığına bakılmıştır. Bu nedenle; futbol maçı yayını yapan üç ayrı kanal TRT, BeINspor, Tivibuspor'dan, birer adet futbol karşılaşması rastgele seçilmiştir. Bu seçimleri yaparken, görüntü düzenlemesindeki kriterleri ön plana çıkarmak ve kullanılan yapım unsurlarını tespit etmek için; UEFA'nın organizasyonunda yapılan ve TRT1'de yayınlanan Avrupa Futbol Şampiyonası'ndan bir karşılaşma, ülkemizde Türkiye Futbol Federasyonunun gözetiminde yapılan ve BeINspor'da yayınlanan bir derbi karşılaşması ve UEFA'nın en büyük organizasyonu Şampiyonlar Ligi'nde oynanan ve Tivibuspor'da yayınlanan bir karşılaşma rastgele belirlenmiştir.

Çalışma; her üç maçta; spikerin anlatıma başladığı andan -UEFA yayınlarında bu süre maçın başlama düdüğünden yaklaşık on dakika öncedir- spikerin anlatımını sonlandırdığı zaman arasında kalan süre ile sınırlandırılmıştır. Bu süre yaklaşık iki saatlik bir zaman dilimine karşılık gelmektedir.

Futbol naklen yayınlarında görüntü düzenlemesi yapımın izlenirliği açısından önemlidir. Görüntü düzenlenmesinde yönetmenin başyardımcısı kameradır. Televizyondan naklen yayınlanan futbol karşılaşmalarının başlangıcından bu yana çekim açısı ve ölçeklerinde önemli bir değişiklik yapılmamıştır. Ancak gelişen teknolojiden faydalanılarak farklı noktalara konumlandırılabilen, hareketli, yeni teknoloji ürünü kameralarla maçtaki her detay kaydedilmektedir.

Maç içerisinde ya da maç durduğu anda tekrar gösterimlerde bu kameraların görüntüleri kullanılmakta, izleyicinin dikkati bu yöne çekilmektedir.

İncelenen üç maçın oynandığı sırada kullanılan kamera görüntüleri; pilot yani stadi geniş açı ile çeken ana kamera, oyuncu, teknik direktör ve seyircilerin gösterildiği detay kameralar, tekrar gösterimlerde kullanılan görüntü kalitesi yüksek slow motion kameralar, izlendiğinde diğerlerinden ayrılan özelliklere sahip jimmy jip, drone ve örümcek kamera olarak ayrı ayrı incelenmiştir. İncelenen üç maçta da yönetmen tarafından görüntü düzenlemesi yapıldığı görülmüştür.

Tablo 1: Kamera Kullanım Oranlarının Karşılaştırılması

	TRT	BeIN	Tivibu
Pilot kamera	52	65	60
Detay kamera	37	21	28
Tekrar	7	10	4
Jimmy jip	1	4	6
Drone	-	-	2
Örümcek kamera	3	-	-

Maçlarda pilot kamera yani genel çekimlerin yoğunluklu kullanımı izleyicileri futbol topundan ve oyundan koparmamak için önemlidir. İzleyici stattaki seyirci konumundadır. Bunun için pilot yani ana kameranın yeri stadyumdaki atmosferi yakalayan ve oyunu en iyi seyredebileceği yere yerleştirilmektedir. İncelenen üç

maçta da maçın yarısından fazla sürede pilot kameradan takip edildiği gözlenmiştir. Pilot kameranın en fazla kullanıldığı maç, yüzde altmış beş oranıyla BeINspor'da yayınlanan Galatasaray- Fenerbahçe karşılaşması olmuştur.

Yapılan çözümlemede; pilot kamera görüntüleri, detay görüntü veren kamera görüntüleriyle ortalama 20 saniyede bir bölünerek, yönetmen tarafından tekdüzeliğin önüne geçilmeye çalışıldığı tespit edilmiştir.

Futbol maçlarında detay kameralar, ayrıntı çekimden genel plana kadar olan çekim ölçeklerini kapsamaktadır. Detay kamera çekimleri, bir harekete ya da olaya dikkat çekmek için tempoyu arttırıcı görüntülerdir. Detay kamera en fazla Avrupa Futbol Şampiyonası kapsamında TRT'de yayınlanan İspanya - Türkiye karşılaşmasında yüzde otuz yedi oranında kullanılmıştır. Bu maç temposu bir hayli yüksek seyreden bir karşılaşma olmuştur. Kullanılan görüntülerin içeriği; genellikle bir kez yavaşlatılmış görüntü, peşine bir de yakın plan oyuncu görüntüsü eklenmesi şeklindedir. Seçilen oyuncu görüntülerinin de inceleme boyunca forvet oyuncularından seçildiği gözlenmiştir.

İncelemede detay kamera kullanımı; pilot altı, yer kamerası, steadicam (vücuda giyilen kamera), parmak kamera kullanımlarını da içermektedir.

İncelenen maçlar sırasında futbolcular çıkış tüneline girişinden itibaren her iki takımada eşit yer verilecek şekilde gösterilmiştir. Tünelde ve seremonide steadicam kamera kullanıldığı tespit edilmiştir. Tünelden başlama vuruşuna dek geçen üç dakikalık süre içerisinde maçla ilgili grafikler verildiği görülmüştür. Ayrıca maç sırasında teknik direktörleri takip eden bir kamera olduğu da saptanmıştır.

Futbol karşılaşmalarında yönetmenin canlı yayın sırasında veremediği görüntüler farklı kamera açılarından yavaşlatılarak tekrar verilir. Böylelikle maç sırasında duraklanarak geçirilen boşluk televizyon izleyicisine hissettirilmez, seyircinin dikkatinin dağıtıp, ekrandan kopmasına izin verilmemiş olur.

Futbol maçı yayınlarında kurgu; maç sırasında gerçekleşen bir durumun, onu tespit eden farklı açıya yerleştirilmiş kameralar tarafından tekrar gösteriminde kullanılmaktadır. Maç yayını sırasında anında kurgu gerçekleştirildiği için işinin ehli kişiler tarafından yapılmaktadır. Çünkü izleyici biraz önce kaçırdığı pozisyonu veya bir tepkiyi en güzel açıdan görmek isteyecektir.

Bu tez kapsamında, izleyici analizi yapılmamıştır. Ancak inceleme, yönetmen tercihlerinin bu güne kadar oluşan izleyici deneyimlerini de göz önüne alarak oluştuğu ve maçın izleyiciler için çekildiği düşünülerek hazırlanmıştır.

Yayına yavaşlatılmış gösterimde görüntü okuyan operatörler daha önceden bölüştükleri kameralardan gelen görüntüleri toplayıp işlemektedir. Günümüzde maç yayını sırasında görüntülerin toplanıp işlendiği çok çeşitli cihazlar olmasına rağmen, 'video teyp recorder' kelimelerinin baş harfleri olan VTR sözcüğü ile adlandırılmaktadır.

Üç karşılaşmada da verilen tekrar görüntülerden, en az dört kayıt cihazı ve operatörü kullanıldığı tespit edilmiştir. Goller, oyuncuların gördükleri kartlar ve pozisyonlar oyun durduğunda tekrar gösterilmiştir.

İnceleme kapsamındaki üç maç içerisinde en fazla tekrar gösterim, BeINspor'da yayınlanan Galatasaray- Fenerbahçe karşılaşmasında yapılmıştır. Bu da oyunun ağır bir tempoda oynandığını, izleyiciyi sıkmamak için tekrar gösterimlerle aradaki zaman kaybının telafi edilmeye çalışıldığını göstermektedir.

Yapılan çalışmada da görüldüğü gibi; futbol maçlarının televizyonda yayınlanmaya başlamasından bu yana çekim ölçeklerinde ve çekim açılarında önemli bir değişikliğe gidilmemiş, gelişen teknolojiyle birlikte kullanılan cihazlarda değişiklikler yapılmıştır. Bu cihazlardan en fazla kullanılanı jimmy jip'tir.

Jimmy jip, uzun bir kol ucuna takılan kameradır ve özel bir operatör tarafından kullanılmaktadır. Futbol sahalarındaki yenilikçi kameralardandır. Olayları daha yakından takip eder ve yaptığı hareketle görüntüye hareket kazandırır. Maç boyunca yüzde altı ile en fazla oranda jimmy jip kullanımı, Şampiyonlar Ligi karşılaşması olan Beşiktaş- Monako maçında görülmektedir.

Drone; yukarıdan kuşbakışı çekim yapabilen kumandalı kameralardır. Statların kuşbakışı görüntüsünü verdiği için son dönem maçlarda sıkça kullanılır olmuştur. Yine de drone kullanımı konusunda UEFA'nın katı kuralları bulunmaktadır. Futbol karşılaşması sırasında drone kullanımı yasaktır. Bu nedenle maç yayını sırasında verilen drone görüntüleri önceden çekilmiş, vtr'den okunan görüntüler olmaktadır. İncelemede; Beşiktaş- Monako karşılaşmasında drone görüntüsüne rastlanmıştır. Bu görüntü yayının başında stadın dış görünümünü yansıtmak için kullanılmıştır.

Örümcek kamera; sahanın dört bir köşesine bağlanmış kablolar boyunca saha üzerinde hareket eden kameradır. Pahalı bir düzenekten oluşan örümcek kamera, sadece Avrupa Futbol Şampiyonası kapsamında, TRT’de yayınlanan İspanya - Türkiye karşılaşmasında kullanılmıştır. Karşılaşma boyunca yüzde üç oranında bu yenilikçi kameranın görüntüsüne yer verilmiş, Jimmy jip gibi olayları yakından takip ederek maça hareket kazandırması sağlanmıştır.

Görüntü düzenlemesi bağlamında; ses, ışık, grafik ve animasyonlar çekilen görüntünün sunumunda tamamlayıcı unsurlar olarak yönetmen tarafından kullanılmaktadır. Bu konuda yapılan yeniliklerle yapımın izlenirliği arttırılmaya çalışılmaktadır. İzleyici bunları görmeye alıştırdığı için, olmadığı durumlarda eksiklik hissetmekte, yapımı başarılı bulmamaktadır.

İncelenen her üç maç da spiker anlatımıyla renklendirilmiş, BeINspor’da yayınlanan Galatasaray- Fenerbahçe karşılaşmasında yorumcu da kullanılmıştır. Her üç maçta da seyirci sesleri ve ortam gürültüsünden oluşan efekt sesleri karşılaşma süresince kullanılarak, maç atmosferi izleyiciye verilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, TRT’de yayınlanan İspanya – Türkiye maçı öncesi her iki ülkenin marşlarına yer verilmiş, BeINspor’da yayınlanan Galatasaray- Fenerbahçe maçı öncesi İstiklal marşı çalınmış, bunun yanı sıra maç öncesi stadyumda ünlü aktör Sylvester Stallone’nin canlandığı yenilmez boksör Rocky koreografisi yapılmış ve bu filmin müziği çalınmıştır. Tivibuspor’da yayınlanan Beşiktaş – Monako maçı öncesi çalınan Şampiyonlar Ligi özel müziği de ekrana verilmiştir.

Maç yayınlarında kameralar arası geçişler canlılığı ve hareketi vermek için kesme ile yapılmaktadır. Son dönemde, canlı yayını tekrar gösterimden ayırmak için VTR geçişlerinde grafikler kullanılmaktadır. İncelenen her üç maçta da geçiş grafiklerle yapılmıştır.

Maçlarda grafik; oyuncu isimleri, teknik direktör isimleri, hakemlerin isimleri, oyuncu değişimlerinde değişen futbolcuların isimleri, oyuncu dizilişi, topun oynanma süresi ve oyuncuların koşu mesafesi maçın istatistikleri ve dakika skor vermek için kullanılmaktadır.

TRT- İspanya - Türkiye: 3 dakika 57 saniye/ Yayının % 2

BeINspor- Galatasaray – Fenerbahçe: yüzdelerle ifade edilmeyecek oranda

Tivibuspor- Beşiktaş – Monako: 120 saniye/ Yayının % 1.6

Yapılan incelemede; en fazla TRT’de yayınlanan İspanya - Türkiye maçında grafik kullanıldığı görülmüş, bu maçta toplamda 26 kez grafik verildiği gözlenmiştir. Yayın süresince, 3 dakika 57 saniye ekrana grafik bindirilmiştir. Bu da toplam 2 saat 9 saniyelik yayının yaklaşık yüzde 2’sine karşılık gelmektedir.

En son Fransa ve İtalya’nın ev sahipliğinde yapılan Avrupa Futbol Şampiyonası, terörün gölgesinde geçtiği için çok fazla aksiyon yaratamamış, ancak rengârenk kurdelelerle süslediği ekran ile izleyicilere güzel bir görsellik sunmuş, izleyicilerin ve medyanın beğenisini kazanıp, övgüyle söz edilmiştir.

Beşiktaş- Monako Futbol Karşılaşması boyunca grafik kullanımı; ilk yarı 94 saniye, toplam 120 saniye, yani 2 dakika olmuştur. Bu da toplam 2 saat 7 saniyelik yayının yüzde 1.6’sına karşılık gelecek şekilde yer bulmuştur.

Futbol maçları televizyon ekranından izlendiğinde kendi gerçekliğinden kopan bir gösteridir, bir televizyon ürünüdür. Bu bağlamda; futbolcular birer aktör, seyirciler de seyirlik ortamın oluşturulmasında gösterinin birer parçası konumundadır. Gösterinin tüketicisi ise, oturdukları rahat koltuklarında arzu ettikleri hazzı ulaşan izleyicilerdir.

Futbol yapımlarında gösteriyi hazırlayan ve sunan yönetmen her zaman daha fazla izleyiciye ulaşmak istemektedir. Yönetmen tarafından görsel olarak sunuma hazırlanan yapımlar, içerik olarak da yapımların unsurlarıyla beslenerek ekranda izlenir hale getirilmektedir.

Yönetmen yapımlarını izlettirebilmek için gerekli yapımların unsurlarından faydalanmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen maçlarda; yapımların hangi unsurlarına yer verildiğine ve bu unsurlarla ne yapıldığına bakılmış, yapımların unsurları görüntüsel göstergelerle açıklanmaya çalışılmıştır.

Professor Jay G. Blumler’in belirlediği ve izleyicilerin yapımlardan haz almalarını sağlayabilecek on bir kategorinin de futbol maçlarında kullanıldığı görülmüştür. Gerilim ve aksiyon oyununun doğası gereği, futbol maçlarında oldukça

fazla gözlemlenen yapımların unsurlarıdır. Cinsellik ve güldürü gibi izleyicilerin ilgisini çeken ve dramalarda sıkça kullanılan unsurlar maçlarda da yer almaktadır. Yapımlarda enformasyon, önem ve değer gibi herkesi ortak paydada toplamak için kullanılan unsurlar da futbol maçlarında bulunmaktadır. Yenilik programının uzun süre izlenmesi ve ilgi çekmesi için gerekli bir unsurdur. Bunun için futbol maçlarında özellikle teknolojik yenilikler gösterilerek, izleyicinin ilgisi canlı tutulmaya çalışılmaktadır.

Bu bağlamda seçilen karşılaşmalar izlenme oranı yüksek karşılaşmalar içerisinde tercih edilmiştir. Karşılaşmalardan ilki; UEFA'nın organizasyonunda yapılan ve TRT1'de yayınlanan Avrupa Futbol Şampiyonası'nda oynanan bir karşılaşmadır. FIFA (Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği) dört yılda bir Dünya Futbol Şampiyonası, UEFA da dört yılda bir Avrupa Futbol Şampiyonası düzenleyerek, futbol sezonunun sona erdiği yaz aylarında izleyicilerini futboldan mahrum bırakmamaktadır. Yani sonu çift sayı ile biten her yıl büyük bir futbol turnuvası düzenlenmektedir. İkinci karşılaşma; ülkemizde Türkiye Futbol Federasyonunun gözetiminde yapılan ve BeINspor'da yayınlanan bir derbi karşılaşmasıdır. Derbiler aynı şehrin iki takımı arasındaki ezeli rekabete sahne oldukları için izleyici sayısı oldukça yüksek karşılaşmalardır. Üçüncü karşılaşma ise; UEFA'nın en büyük organizasyonu Şampiyonlar Ligi'nde oynanan ve Tivibuspor'da yayınlanan bir maçıdır. Şampiyonlar Ligi yayınları her yıl milyonlarca izleyici tarafından takip edilmektedir.

İncelenen üç maçta olduğu gibi, fazla kişinin izlediği karşılaşmalar; özdeşlik kurmak ve kimlik oluşturmak gibi gereksinimleri sağlayan kişisel, merak ve gerçekçilik unsurlarını içinde barındırmaktadır. Yapımlarda devinim ve yeniliğin yer alması da çok önemlidir. Futbol maçlarında ertesi gün konuşulacak sıra dışı karakterler, durumlar, sunumlar mutlaka yer almaktadır. İncelenen karşılaşmaların; gerilim, dramatiklik ve eğlence gibi öğeleri barındıran televizyon yapımlarının iyi bir göstergesi olduğu kanıtlanmaya çalışılmıştır.

Yönetmen tercihleri bağlamında düşünersek; her maçın bir hikayesi vardır. Teknik adamlar, yıldız oyuncular ve daha önce yaşananlar yapımın vurgulanacak önemli unsurlarıdır. Bunlar üzerinden yapımların unsurları işlenmektedir. Bu nedenle

detay kamera kullanımı incelenmiş; futbolcu, seyirci, tekrar ve pozisyon görüntülerine bakılarak, hangi yapım unsurlarının kullanıldığı araştırılmıştır.

Her biri yaklaşık 7200 saniye yani 180.000 kareden oluşan üç maç tarafımdan izlenmiş ve maçtaki yapım unsurlarını yansıttığı düşünülen kareler rastgele belirlenmiştir.

Tablo 2: Detay Kamera Kullanımı

	TRT	BeIN	Tivibu
Futbolcu	17	23	24
Seyirci	1	11	9
Tekrar	18	46	14
Pozisyon	64	20	53

İncelenen üç maçta da detay görüntülerin yaklaşık yüzde yirmisini futbolcuların oluşturduğu gözlenmiştir. İncelenen maçlarda benzer biçimde, pozisyon gösteren görüntülerin peşine futbolcu görüntüsü bağlanarak, pozisyonla ilişkilendirilmiştir. Her üç karşılaşmada da futbolculara önem verildiği gösterilmiştir.

UEFA tarafından düzenlenen Avrupa Futbol Şampiyonası çerçevesinde oynanan ve TRT’de yayınlanan İspanya- Türkiye futbol karşılaşmasında dikkat çeken, yüzde altmış dört oranında pozisyon gösterimi olmuştur. Gerilim ve aksiyon unsurlarının yakın plan gösterimlerinin yer aldığı pozisyon görüntüleriyle, televizyon karşısındaki izleyicinin sürekli dikkati çekilmiş, ekran karşısından ayrılmaması hedeflenmiştir. UEFA’nın başka bir organizasyonu Şampiyonlar Ligi’nde oynanan Beşiktaş - Monaco futbol karşılaşması süresince gösterilen yakın plan görüntülerin yarısından fazlasını Avrupa Futbol Şampiyonası’ndaki gibi pozisyon tekrarları oluşturmuştur. Benzer biçimde, her pozisyonun peşine futbolcu görüntüsü bağlanarak, pozisyonla ilişkilendirilmiştir. Bu da incelediğimiz diğer maçlarda olduğu gibi futbolcu figürlerinin UEFA maçlarında öne çıkarıldığına göstergesidir.

Futbol karşılaşmalarında yönetmen tercihleri konusunda kesin talimatlar olmamasına rağmen UEFA maçlarında uygulanan bir takım kurallar bulunmaktadır.

Yaptığım çalışmada da görüldüğü gibi, genel olarak ülkemizde UEFA maçları örnek alınarak bir yönetim sergilenmektedir. Ancak bazı noktalarda farklı yönetmen tercihlerine de rastlanmaktadır.

Bu bağlamda; BeINspor'da yayınlanan Galatasaray - Fenerbahçe derbi maçında yakın plan futbolcu ve pozisyon kullanımlarının eşit oranda olduğu görülmüştür. Yani UEFA maçlarında olduğu gibi futbolcu görüntüleri yakın plan pozisyon görüntüleriyle ilintilendirilerek, yaklaşık aynı oranda verilmiştir. Ancak UEFA maçlarıyla yaklaşık aynı oranda futbolcu görüntüsü kullanılırken, yakın plan pozisyon kullanım oranı UEFA maçlarının üçte biri oranında olmuştur.

BeINspor'da yayınlanan Galatasaray- Fenerbahçe maçında dikkat çeken bir diğer nokta, yönetmen tercihi olarak, maç içerisinde seyirci kullanım oranının diğer maçlara göre yüksekliğidir. İzleyicinin özdeşlik, empati kurmasını sağlayan ve gerçekçiliği arttıran seyirci görüntüsü, Şampiyonlar Ligi karşılaşması Beşiktaş – Monako maçında yüzde dokuz gibi azımsanmayacak oranda gösterilmiştir. Ancak, TRT'de yayınlanan İspanya- Türkiye futbol maçı süresince seyirci çok az gösterilmiş, görüntülerin çoğuna maçın başında yer verilmiştir.

BeINspor'da yayınlanan Galatasaray - Fenerbahçe futbol karşılaşması süresince; maç içerisindeki boşlukları dolduracak ve izleyicilerin merakını giderip enformasyon verecek tekrar görüntülere yüzde elliye yakın yer verildiği görülmüş, bu görüntülerle maçın temposu arttırılmaya çalışılmıştır. TRT'de yayınlanan İspanya- Türkiye futbol karşılaşmasında tempo yüksek olduğu için yönetmen tarafından tekrar gösterimlere çok fazla yer verilmemiştir. Tivibuspor'da yayınlanan Beşiktaş - Monako futbol karşılaşması tekrar görüntülere yer verilme oranı en düşük maç olduğu için, temponun bir hayli yüksek olduğu ve yönetmen tercihlerinin de canlı görüntüler verme yönünde olduğu söylenebilir.

Televizyondan naklen yayınlanan futbol karşılaşmalarının, yapım unsurlarının tümünü içeren yapımlar olduğu düşünülmüş, yapılan çözümlerle bu durum ispatlanmıştır. İncelenen maçlarda pozisyon gösterimleriyle gerilim, aksiyon, cinsellik gibi dramatik yapım unsurlarına fazla yer verildiği gözlenmiştir. Ayrıca futbolculara önem verildiği ve değerinin yükseltildiği görülmüştür. Maç içerisinde gösterilen tekrarlarla izleyici bilgilendirilip, merakı giderilmiştir. Azalan oranda da olsa verilen seyirci görüntüleriyle, maçlar gerçekçiliğinden koparılmamıştır. Bunun

yanında her maçta teknik olanaklar kullanılarak yapılan bir takım yeniliklerle ekran süslenmiştir.

Televizyon ekranından izlenen görüntüler ne kadar gerçek gibi görünse de, yönetmen tarafından seçilmiş, yeni bir gerçek yaratmak için kurgulanmış görüntülerdir. Bu durum naklen futbol karşılaşmalarında da aynıdır. Yönetmen daha önceden yaptığı teknik düzenlemelerle televizyon başındaki izleyiciye anımsalılık duygusunu yaşatmaktadır. Bu durum UEFA organizasyonları gibi önceden tüm detayları belirlenmiş yayınlarda olduğu gibi yerel karşılaşmalarda da böyledir. Televizyondan maç izleme deneyimi olan izleyiciye hiçbir ayrıntıyı kaçırmadan orada olma duygusunu yaşatmak ve haz almasını sağlamak en önemli etkidir.

Yönetmen futbol naklen yayını sırasında durup düşünecek kadar vakte sahip değildir. Karşılaşmayı tekrar çekme lüksü de yoktur. Çok hızlı karar verir ve ekibi talimatlarıyla yönlendirir. Anında uygulamaya geçtiği için resim masasını da kendi kullanmak durumundadır. Bu nedenle; kameralardan ne görmüşse, duygusal kurguyu o anda yapıp, canlı yayında izleyici ile buluşturması gerekmektedir.

Naklen yayın sırasında yönetmenin birikimlere dayalı olarak yapılan hızlı bir üretim ve izleyiciler tarafından düşünülmeden eğlenmek için yapılan hızlı tüketim popüler kültürün üretim ve tüketim yapısına uygun düşmektedir. Yönetmen tercihleri bağlamında; televizyondan naklen yayınlanan futbol maçları popüler kültür ürünü olarak işlev görmektedir ve yönetmen tarafından popüler kültürün üretimi sağlanmaktadır.

İnceleme süresince, futbol karşılaşmalarında yönetmen tercihlerinin, ekrana getirilen görüntülerin dizilimini ve içeriğindeki yapım unsurlarını belirlediği tespit edilmiştir.

Bu tezde; futbol karşılaşmalarında, görüntü ve içerik açısından, izleyicilerin beklentilerinin tatmini için, yönetmen tarafından popüler kültürün yeniden üretildiği sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

- Adanır, Oğuz : **Sinema Televizyon Kültür**, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2012.
- Adorno, Theodor W. : **Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi**, çevirenler: Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İstanbul, İletişim Yayınları, 2007.
- Alemdar, Korkmaz,
İrfan Erdoğan : **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1994.
- Akşar, Tuğrul : **Endüstriyel Futbol**, İstanbul, Literatür Yayınları, 2005.
- Althusser, Louis : **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, çeviren: Alp Tümertekin, İstanbul, İthaki Yayınları, 2006.
- Argın, Şükrü : “Boş Zamanın Anlamı Üzerine Notlar”, **Birikim Dergisi**, 1992, Sayı: 43.
- Arık, Bilal : **Ve Top Ekranında**, İstanbul, Salyangoz Yayınları, 2004.
- Arık, Bilal : “İnsan ve Toplumunu Birarada Düşünmedikçe Popüler Kültürü Tartışamayız”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009.
- Arık, Bilal : **Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme**, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2008, Sayı:26.
- Arijon, Daniel : **Film Dilinin Grameri**, çeviren: Yalçın Demir vd., Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1993.
- Ascher, Steven and
Pincus Edward : **The Filmmaker’s Handbook**, New York, Penguin Putnam Inc.,1999.
- Atalay, Ayşe : **Spor, Medya ve Serbest Zaman**, Beta Yayınevi, İstanbul, 2004.
- Authier, Christian : **Futbol A.Ş.**, çeviren: Ali Berktaş, İstanbul, Kitap Yayınları, 2002.
- Aykaç, Ömer : “Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2002, Cilt: 12, Sayı: 1, Sayfa: 231-260.
- Barber, John : **Digital Archiving and “The New Screen”**, Transdisciplinary Digital Art: Saund, Vision and the New Screen, Berlin: Springer, 2008.
- Barnwell, Jane : **Film Yapımının Temelleri**, çeviren:Gülengül Altıntaş, İstanbul, Literatür Yayınları, 2011.

- Başaran, Funda : **Marks Geri Döndü (Derleme)**, Notabene Yayıncılık, Ankara, 2014.
- Bekiroğlu, Onur,
Tezcan Özcan Kutlu : “Popüler Kültür ve Popülerleşen Genç Kız İmgesi”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009.
- Berger, Arthur Asa : **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1993.
- Berger, John : **Görme Biçimleri**, çeviren: Yurdanur Salman, İstanbul, Metis Yayınları, 2013.
- Briggs Asa, Burke Peter : **Medyanın Toplumsal Tarihi**, çeviren: İbrahim Şener, İstanbul, İzdüşüm Yayınları, 2004.
- Boniface, Pascal : **Futbol ve Küreselleşme**, çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul, NTV Yayınları, 2007.
- Bornwell, Jane: **Film Yapımının Temelleri**, çeviren: Gülelgül Altıntaş, İstanbul, Literatür Yayınları, 2011.
- Bourdieu, Pierre : **Televizyon Üzerine**, çeviren: Turhan Ilgaz, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2000.
- Burton, Graeme : **Görünenden Fazlası**, çeviren: Oya Kasap, İstanbul, Alan Yayıncılık, 2005.
- Çakır, Mukadder : **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2014.
- Çetin, Cem : **Spor İletişimi**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2014.
- Çılbıyıkoglu, Najda : “Popüler Kültür ve Medya İlişkisi”, **İ.Ü. İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2004, Sayı:19.
- Çupi, İslam : **Futbolun Ölümü**, Derleyenler: Barış Karacasu, Kıvanç Koçak, İstanbul, İletişim Yayınları, 2002.
- Dağtaş, Banu : “İngiliz Kültürel Çalışmaları’nda İdeoloji”, **Kurgu Dergisi**, 1999, Sayı:16.
- Debord, Guy : **Gösteri Toplumu**, çeviren : Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010.
- Dellaloğlu, Besim F. : **Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2003.
- Dever, Ayhan : **Spor Sosyolojisi**, İstanbul, Başlık Yayınları, 2010.
- Dilmen, Didem : “Neden 11 Kişi, Neden 90 Dakika”, **Fitbol Dergisi**, Aralık 2015, sayı:4.
- Eco, Umberto : **Açık Yapıt**, çeviren: Nilüfer Uğur Dalay, İstanbul, Can Yayınları, 2000.

- Erdoğan, İrfan : “Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine”, **Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi**, Kasım 2004, Sayı: 57.
- Erdoğan, İrfan : “Futbol ve Futbolu İnceleme Üzerine”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2008, Sayı:26.
- Erdoğan, İrfan
Korkmaz Alemdar : **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara, Erk Yayınları, 2005.
- Esslin, Martin : **TV Beyaz Camın Arkası**, çeviren: Murat Çiftkaya, İstanbul, Pınar Yayınları, 2001.
- Febvre, Lucien : **Rönesans İnsanı**, çeviren: Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara, İmge Kitabevi Yayıncılık Paz. San. ve Ltd. Şti., 1995.
- Fiske, John : **İletişim Çalışmalarına Giriş**, çeviren: Süleyman İrvan, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2003.
- Fiske, John : **Popüler Kültürü Anlamak**, çeviren: Prof. Dr. Süleyman İrvan, İstanbul, Parşömen Yayıncılık, 2012.
- Foss, Bob : **Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji**, çeviren: Mustafa K. Gerçeker, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2012.
- Galeoano, Eduardo : **Gölgede ve Güneşte Futbol**, çeviren: Ertuğrul Önalp, Mehmet Necati Kutlu, İstanbul, Can Yayınları, 1998.
- Geray, Haluk : **Yeni İletişim Teknolojileri**, Ankara, Kılıçaslan Matbaacılık San. Ve Tic. Ltd. Şti., 1994.
- Gökçe, Gürol : **Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği**, İstanbul, Der Yayınları, 1997.
- Gramsci, Antoni : **Hapishane Defterleri -Seçmeler**, çeviren: Kenan Somer, İstanbul, Onur Yayınları, 1986.
- Gürses, Gülfem : “Televizyon Haber Bültenlerinde Gerçekliğin Sunumu ve Gündemle İlişkisi” (Doktora Tezi), İstanbul, 2003.
- Güllüoğlu, Özlem : **İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri Görsel Metin Çözümleme**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2012.
- Güllüoğlu, Özlem : “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme”, **Yeditepe Üniversitesi Küresel İletişim Dergisi**, Cilt 2, Sayı 4, Bahar 2012, s. 64-86, ISSN 1309-7601.
- Hartley, John : **Understanding News**, Londra, Routledge, 1995.

- Hunt, Robert Edgar : **Kurmaca Yönetmenliği**, çeviren: Defne Kırmızı, Literatür Yayınları, 2012.
- Hunt, Robert Edgar, vd. : **Film Dili**, çeviren: Senem Aytaç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2012.
- Hürkan, Serhat : **Yıkılmayan İmparatorluk: Futbol**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000.
- İnal, Rahşan : **Küreselleşme ve Spor**, İstanbul, Evrensel basım Yayın, 2008.
- Kaplan, Yusuf : **Televizyon**, İstanbul, Ağaç Yayıncılık, 1992.
- Karakoç, Enderhan : **Medya ve Popüler Kültür**, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009.
- Kars, Neşe : **Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2003.
- Kars, Neşe : “Yapım Unsurları Açısından “Karar Anı” ve “Reha Muhtar’a İtiraf” Programları”, **İ.Ü. İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2003, Sayı: 17.
- Kartal, Halit : “Spor Yayınlarında Görüntü Dilinin Kullanımı”, (Yüksek Lisans Tezi), Konya, 2011.
- Kaya, Yalçın A.,
 Mete Kazaz : **Zorunlu İzdivaç Televizyon ve Spor**, Konya, Ekopi Yayınevi, 2011.
- Kellner, Douglas : **Medya Gösterisi**, çeviren: Zeynep Paşalı, İstanbul, Açılım Kitap, 2010.
- Kılıç, Gündüz, Eşfak Aykaç,
 Coşkun Özarı : **Futbol Bizim Dünyamız**, İstanbul, Doğan Kardeş Yayınları A.Ş. Basımevi, 1962.
- Kılıç, Levend : **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkilap Kitapevi, 2003.
- Kindem, Gorham,
 Robert B. Musburger : **Media Production From Analog to Digital**, USA, Focal Press, 1997.
- Klose, Andreas : **Futbol ve Kültürü**, içinde: Televizyon Futbolu, Derleyenler: R.Horak, W. Reiter, T. Bora, İstanbul, İletişim Yayınları, 2001.
- Köse, Hüseyin : “Popüler Kültür Bağlamında Frankfurt Okulu ve Kültürel Manipülasyon Tezi”, **İ.Ü. İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, 2001, Sayı:11.
- Kuper, Simon : **Futbol Asla Sadece Futbol Değildir**, çeviren: Sinan Gürtunca, İstanbul, İthaki Yayınları, 2014.

- Kuper, Simon : **Football Against The Enemy**, London, Orion Books, 1996.
- Küçükcan, Ufuk : “Frankfurt Okulu ve Kitle Kültürü Çalışmaları”, **Kurgu Dergisi**, 2002, Sayı: 19.
- Lefebvre, Henri : **Modern Dünyada Gündelik Hayat**, çeviren: Işın Gürbüz, İstanbul, Metis Yayınları, 1998.
- Laughey, Dan : **Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar**, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2010.
- Mattelart, Armand : **Kültürel İncelemelere Giriş**, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2007.
- Marcuse, Herbert : **Tek-Boyutlu İnsan**, çeviren: Aziz Yardımlı, İstanbul, İdea Yayınları, 1990.
- Mascelli, Joseph V. : **Sinemanın 5 Temel Ögesi**, çeviren: Hakan Gür, Ankara, İmge Kitabevi, 2002.
- Millerson, Gerald : **The Technic of Television Production**, Oxford, England, Focal Press, 1990.
- Mills, C. W. : **Toplumbilimsel Düşün**, çeviren: Ünsal Oskay, İstanbul, Der Yayınları, 2007.
- Modleski, Tania : **Eğlence İncelemeleri**, çeviren: Nurdan Gürbilek, İstanbul, Metis Yayınları, 1998.
- Molchina, Evgenia : “Television Production Managing The Tecnology” Bachelor’s Thesis, **Hamk University of Applied Scienses**, 2012.
- Mutlu, Erol: **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005.
- Oskay, Ünsal : **Çağdaş Fantazya**, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2014.
- Oskay Ünsal : **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, İstanbul, Der Yayınları, 2010.
- Oskay, Ünsal : **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, İstanbul, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık Ticaret ve Sanayi A.Ş., 1998.
- Özdağ, Selçuk,
Savaş Duman,
İ. Bülent Fişekçioğlu : “Popüler Kültür: Futbol mu, “Putbol” mu?”, **Türkiye Kickboks Federasyonu Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt: 4, Sayı:1, Ocak, 2011, ISSN: 1309-1336.
- Özgen, Murat : “Futbolda Sanayileşme Olgusu ve Toplumsal Etkisi”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fak. Hakemli Dergisi**, 2004, Sayı:19.

- Postman, Neil : **Teknopoli**, çeviren: Mustafa Emre Yılmaz, İstanbul, Paradigma Yayınları, 2006.
- Postman, Neil : **Televizyon: Öldüren Eğlence**, çeviren: Osman Akınhay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1994.
- Rowe, David : **Popüler Kültürler**, çeviren: Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996.
- Sağır, Adem : “6222 Sayılı Yasa Bağlamında Türkiye’de Futbol Örneğinde Sosyolojik Bir Çözümleme”, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt 45, Sayı 3, Eylül 2012, s. 155-181.
- Serim, Ömer : **Futbol Sanatı**, Ankara, Bencekitap, 2014.
- Sliwa, Jan : “Do We Need a Global Brain?”, **TripleC**, Vol. 11(1): 107-116, 2013.
- Smethurst, William : **How To Write For Television**, London, published by Robinson, 2016.
- Sokolov, Aleksey G. : **Sinema ve Televizyonda Görüntü Kurgusu**, çeviren: Semir Aslanyürek, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2006.
- Stemmler, Theo : **Futbolun Kısa Tarihi**, çeviren: Necati Aça, Ankara Dost Kitabevi, 2000.
- Storey, John : **Cultural Theory and Popular Culture**, United Kingdom, Pearson Education, Fifth Edition, 2009.
- Storey, John : **Popüler Kültür Çalışmaları**, çeviren: Koray Karaşahin, İstanbul, Babil Yayınları, 2000.
- Şeker, Mustafa,
Abdülkadir Gölcü : “Futbolun Televizyonda Yeniden Üretimi”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2008, Sayı:26.
- Şentürk, Ünal : “Popüler Kültür Örneği Olarak Futbol”, **C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi**, 2007, Cilt: 31, No: 1, s.25-41.
- Talimciler, Ahmet : “Futbol Değil İş:Endüstriyel Futbol”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2008, Sayı: 26.
- Talimciler, Ahmet : “Türkiye’de Erkek Kimliğinin Oluşumunda Göz Ardı Edilen Alan: Spor/Futbol”, **Erkek Kimliği’nin Değiş(meye)n Halleri**, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2009.
- Tellan, Derya : “Mekan, Eğlence ve Popüler Kültür İlişkisini Değerlendirmek,” **TRT Akademi Hakemli Dergi**, Cilt:1, Sayı:1, Ocak, 2016, ISSN: 2149-9446.

- Tellan, Derya : “Bir Tüketim Eylemi Olarak Popüler Kültür”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009.
- Therborn, Göran, vd. : **Frankfurt Okulu**, editör: Emre Bağce, Ankara, Doğu Batı Yayınları, 2006.
- Trifonas, Peter Pericles : **Umberto Eco ve Futbol**, İstanbul, Everest Yayınları, 2004.
- TRT Ajandası : **TRT Yayınları**, Ankara, 2010.
- TRT : Haber Yönetmenliği Kurs Notları, Mart 2003.
- Türkoğlu, Nurçay : **İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim**, İstanbul, Kalemus Yayınları, 2007.
- UEFA : UCL Broadcast Partner Production Manual 2015/2016.
- UEFA : UEL Broadcast Partner Production Manual 2015/16.
- Uğurlu, Hakan : “Görüntüde Zaman Boyutu”, **Kurgu Dergisi**, 2003, Sayı:20.
- Uğurlu, Hakan : “Televizyondaki Canlı Yayınlarda Zaman Kavramının Yapılandırılması”, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**, 9 Aralık 2008.
- Uluç, Güliz : **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı**, İstanbul:Anahtar Kitaplar Yayınları, 2003.
- ULUĞ, Yiğiter : “Futbol, Sadece Futbol mudur?”, **Eğitim, Özel Sayısı**, Yıl: 5, Sayı: 57, Milli Eğitim Bakanlığı Yayını, Ankara, 2004.
- Vertov, Dziga : **Sine-Göz**, çeviren: Ahmet Ergenç, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2007.
- Voigt, Dieter : **Spor Sosyolojisi**, çev.: Ayşe Atalay, İstanbul, Alkım Yayınları, 1998.
- Walters, Roger L. : **Broadcast Writing Principles and Practise**, California State University, Sacramento, 1994.
- Williams, Raymond : **Kültür**, çeviren: Ertuğrul Başer, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993.
- Williams, Raymond : **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, çeviren: Ahmet Ulvi Türkbağ, Ankara, Dost Kitapevi, 2003.
- Yaylagül, Levent : “Popüler Kültür ve İkonları: İbrahim Tatlıses Örneği”, **Medya ve Popüler Kültür**, ed.: Enderhan Karakoç, İstanbul, Literatür Yayınları, 2009.

Yaylagül, Levent,

Nilüfer Korkmaz :

Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji, Ankara, Dipnot Yayınları, 2008.

Yıldız, Selahattin :

Sinematografik Anlatım, İstanbul, Su Yayınları, 2014.

Zettl, Herbert :

Television Production Handbook, USA, Belmont, Thomson Higher Education, 2006.

Zizek, Slavoj :

Yamuk Bakmak, çeviren: Tuncay Birkan, İstanbul, Metis Yayınları, 2012.

Taarruz: Eğlendirerek Hükmetmek Halklara Karşı Kitle Kültürü, çeviren: Yavuz Polat, Ankara, Heretik Yayıncılık, 2013.

ELEKTRONİK KAYNAKÇA

Ansiklopedi.biz, “Kitle kültürü-kitle kültürü nedir”, (çevrimiçi),
<http://www.ansiklopedi.biz/antropoloji/kitle-kulturu-kitle-kulturu-nedir>, 04.10.2017.

Arık, Bilal, “Televizyon ve Futbol Arasındaki Vazgeçilmez İlişki”, (çevrimiçi),
<http://akademikstok.com/futbol-ve-televizyon-arasindaki-vazgecilmez-iliski-oku-262.html>, 02.06.2015

Aşkan, Levent, “Drone Nedir, Hangi Alanlarda Kullanılabilir” (çevrimiçi),
<http://www.teknolo.com/drone-nedir-hangi-alanlarda-kullanilabilir/>, 21.12.2016.

“Beşiktaş- Monaco maçı”, (çevrimiçi),
[https://www.google.com.tr/search?q=be%C5%9Fikta%C5%9F+monaco+ma%C3%A7%C4%B1&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjQze_UwY_YAhVpOJoKHS75DKoQ_AUIDCgD&biw=1280&bih=709#imgrc=Ix9jjKb-mDN_XM:](https://www.google.com.tr/search?q=be%C5%9Fikta%C5%9F+monaco+ma%C3%A7%C4%B1&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjQze_UwY_YAhVpOJoKHS75DKoQ_AUIDCgD&biw=1280&bih=709#imgrc=Ix9jjKb-mDN_XM:;), 16.12.2017.

CRI Online Türkçe, “Çin'in eski çağlarındaki futbol---Cuju”, (çevrimiçi),
<http://turkish.cri.cn/281/2008/12/19/1s106712.htm>, 7.12.2017.

Ekonomi Dünya Dergisi, “Futbol İlk Kez Çin’de Oynandı”, (çevrimiçi),
<http://www.ekonomidunya.com/futbol-ilk-kez-cin-de-oynandi/4090/>, 7.12.2017.

Fanatik, “Tff “Arena”ları “Stadyum” olarak değiştirdi”, (çevrimiçi),
<http://www.fanatik.com.tr/2017/05/27/tff-arena-lari-stadyum-olarak-degistirdi-1297049>, 28.09.2017.

Fatih Saboviç, “El Clasico Pazar Ekranında”, (çevrimiçi),
<http://www.hurriyet.com.tr/spor/futbol/26065969.asp>, 03.04.2015.

“Futbolda Gerilim”, (çevrimiçi),
https://www.google.com.tr/search?q=futbolda+gerilim&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=bpfuggJru1s4JM%253A%252CeFpbmPji8acrhM%2, 26.11.2017.

“Futbolda Gerilim”, Görseller, (çevrimiçi),
https://www.google.com.tr/search?q=futbolda+gerilim&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiwoeeforYAhVMLZoKHXCNDcEQsAQIKw&biw=1280&bih=709#imgrc=WBa_WKE--ke9NM;
14.12.2017.

“Futbolda Güldüren Anlar”, (çevrimiçi),
www.google.com.tr/search?q=futbolda+gulduren+anlar&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiRg5Hmlt3XAhWDdpo, 26.11.2017.

“Futbol Sahasında Kamera Dizilişi”, (çevrimiçi),
<https://www.google.com.tr/search?q=futbol+sahasinda+kamera+dizilisi&tbm=isch&tbs=ring>, 9.12.2017.

“Galatasaray- Fenerbahçe maçı”, (çevrimiçi),
https://www.google.com.tr/search?q=galatasaray+fenerbah%C3%A7e+ma%C3%A7%C4%B1+22+ekim+2017&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjMzr_yvo_YAhUmKpoKHXFODG8Q_AUIDCgD&biw=1280&bih=709#imgrc=or3qTvvxP0qNSM, 16.12.2017.

Habertürk, “İşte Türkiye’de Yapılacak Olan Statlar”, (çevrimiçi),
<http://www.haberturk.com/spor/futbol/haber/796859-iste-turkiyede-yapilacak-olan-o-statlar>, 02.12.2015.

Habertürk, “Sözünü tuttu, Zorro kıyafeti giydi!”, (çevrimiçi),
<http://www.haberturk.com/shakhtar-donetsk-teknik-direktoru-paulo-fonseca-zorro-kiyafeti-giydi-1745115-spor>, 8.12.2017.

İspanya- Türkiye maçı, (çevrimiçi),
https://www.google.com.tr/search?q=t%C3%BCrkiye+ispanya+ma%C3%A7%C4%B1&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiz_4nVuI_YAhXIHpoKHbB5Be4Q_AUIDCgD&biw=1280&bih=709,
16.12.2017.

“Kamera Hareketleri”, (çevrimiçi),
<http://www.kameraarkasi.org/kamera/hareket/araclar/crane/crane.html>, 12.10.2017.

“Kamera Hareketleri”, (çevrimiçi),
<http://www.kameraarkasi.org/kamera/hareket/araclar/saryo/saryo.html>, 16.10.2017.

Karaçam, Mustafa Şahin, “İktidarların Futbol Sevgisi”, (çevrimiçi)
http://www.radikal.com.tr/radikal2/iktidarlarin_futbol_sevgisi-1147000, 03.04.15.

Kutlu Merih, “Futbol Endüstrisinde TV-Reklam Etkileri”, (çevrimiçi),
<http://arsiv.ntv.com.tr/news/296626.asp>, 02.06.2015.

Milliyet.com.tr, “Güney Amerika Tribünlerini Ateş Bastı”, (çevrimiçi),
<http://www.milliyet.com.tr/guney-amerika-tribunlerini-ates-basti-/dunya/dunyadetay/15.10.2011/1451100/default.htm>, 30.11.2016.

Mustafa Şahin Karaçam, “İktidarların Futbol Sevgisi”, (çevrimiçi),
http://www.radikal.com.tr/radikal2/iktidarlarin_futbol_sevgisi-1147000, 03.04.2015.

Osmanlı, Umut, Sevde Kaya, “Püritanizm’ den Hedonizm’ e Değişen Boş Zaman Kavramı”, (çevrimiçi),
<http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/PrutanizmdenHedonizmeDegisenBosZamanKavrami.pdf> ,17.11.2017.

“Örümcek Kamera Spidercam Nedir”, (çevrimiçi),
<https://www.topragizbiz.com/showthread.php/2527-orumcek-kamera-spidercam-nedir>, 15.12.2017.

“Örümcek Kamera”, (çevrimiçi),
https://www.google.com.tr/search?q=%C3%B6r%C3%BCmcek+kamera&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwivrsXYnIzYAhXII6QKHZu7BkYQsAQIPw&biw=1280&bih=709, 15.12.2017.

Özcan, Taner, “İngiliz Kültür Okulu”, (çevrimiçi),
http://www.teias.gov.tr/eBulten/makaleler/2009/ing_kult_okulu.htm,16.12.2016.

“Ronaldo vücudunu nasıl yaptı”, (çevrimiçi),
https://www.google.com.tr/search?q=ronaldo+vucudunu+nasil+yapti&sa=X&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&biw=1280&bih=709&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=vF86j7 ,26.11.2017.

“Spor Sahalarının Aydınlatılması”, (çevrimiçi), <http://www.aydinlatma.gen.tr/spor-sahalarinin-aydinlatilmasi.html>, 30.11.2017.

Sportmen, “Futbol Tarihini Değiştiren Bilgi: Futbolu İngilizler Bulmamış”, (çevrimiçi),

<https://www.barcin.com/sportmen/futbol-tarihini-degistiren-bilgi-futbolu-ingilizler-bulmamis/>, 7.12.2017.

“Stadyumda doğru aydınlatma”, (çevrimiçi),
<https://www.voltimum.com.tr/haberler/stadyumda-dogru-aydinlatma>, 30.11.2017.

“Stadyum Üzeinde Uçan Drone”, (çevrimiçi),
https://www.google.com.tr/search?rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&biw=1280&bih=709&tbm=isch&sa=1&ei=2TU1WqyACIuX6ATC77qADg&q=stadyum+%C3%BCzerinde+u%C3%A7an+drone+g%C3%B6r%C3%BCnt%C3%BCs%C3%BC&oq=stadyum+%C3%BCzerinde+u%C3%A7an+drone+g%C3%B6r%C3%BCnt%C3%BCs%C3%BC&gs_l=psy-ab.3...20851.24568.0.26130.9.9.0.0.0.146.1111.0j9.9.0....0...1c.1.64.psy-ab..0.0.0....0.8HZJG9vvGxA, 16.12.2017.

“Şahin Gözü Kamera”, (çevrimiçi),
https://www.google.com.tr/search?q=%C5%9Fahin+g%C3%B6z%C3%BC+kamera&rlz=1C1AOHY_trTR710TR710&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwIVMDZnozYAhXC3KQKHTzmD7oQ_AUICigB&biw=1280&bih=709, 15.12.2017.

“Şahin Gözü (Hawk-Eye) Teknolojisi Nedir?”, (çevrimiçi),
<http://www.bilgicim.net/2015/08/13/sahin-gozu-hawk-eye-teknolojisi-nedir-sahin-gozu-hawk-eye-teknolojisi-ile-ilgili-bilgi.html>, 26.04.2016.

“Şahin Gözü Futbol İçin Deneniyor”, (çevrimiçi),
<http://www.ligtv.com.tr/haber/sahin-gozu-futbol-icin-deniyor> , 26.04.2016.

Şan, Mustafa Kemal, İsmail Hira, “Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi”,
(çevrimiçi),
http://politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/frankfurt_okulu_ve_kultur_endustrisi_elestirisi.pdf, 19.07.2017.

Yaşa, Emin, “Spor ve Siyaset İlişkisi”, (çevrimiçi), <http://www.tigrishaber.com/spor-ve-siyaset-iliskisi-754yy.htm> Mehmet Emin YAŞA / , 03.04.15.

Yoldaş Pançuni, “Endüstriyel Futbol ve Futbol Kültürü”, (çevrimiçi),
<http://yoldaspancuni.blogspot.com.tr/2009/09/endustriyel-futbol-ve-futbol-kulturu.html> , 03.04.2015.

“10 Rengin Nedeni”, (çevrimiçi), <http://listetek.com/haber/452>, 16.12.2015.

ÖZGEÇMİŞ

Esennur Sirer, 1969 yılında Bursa’da doğdu. 1986 yılında Bursa Kız Lisesi’ni bitirdi.

1990 yılında İstanbul Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Radyo Televizyon Bölümü’nden mezun oldu.

2010 yılında “Televizyon Haberciliğinin Gelişen ve Değişen Biçimsel Yapısı” konu başlıklı tezi ile İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-TV Sinema Dalı’ndan mezun oldu.

Halen TRT Haber ve Spor Yayınları Dairesi Başkanlığı İstanbul Müdürlüğü’nde yönetmen olarak görev yapmaktadır.