

SPOR YAYINLARINDA GÖRSEL DİL: TEKNOLOJİ ARACILIĞIYLA BİR DÖNÜŞÜM VISUAL LANGUAGE IN SPORTS BROADCASTS: A TRANSFORMATION THROUGH TECHNOLOGY

Halit KARTAL*

DOI: 10.69999/emedi.1717064

MAKALE BİLGİLERİ

Araştırma Makalesi
Research Article

Article / Makale:

Send / Gönderim: 10.06.2025

Appraisal / Değerlendirme: 22.06.2025

Accept / Kabul Tarihi: 26.06.2025

Sayfa: 93-110 / Page: 93-110

Anahtar Kelimeler:

Spor yayınları, Görsel Dil, Yeni İletişim
Teknolojileri.

Key Words:

Sports Broadcasting, Visual Language,
New Communication Technologies.

ÖZET

Bu çalışma, kitle iletişim araçlarının, özellikle de televizyonun, spor yayınlarını sunarken kullandığı görsel dili ve bu dilin teknolojik gelişmelerle nasıl dönüştüğünü analiz etmektedir. Kitle iletişim araçları ve onların en etkililerinden biri olan televizyon, var olduğu günden bu yana hem sunuş biçimi hem de içerik boyutuyla sürekli tartışma konusu olmuştur. Televizyonun haber verme, bilgilendirme, eğitme ve eğlendirme gibi temel işlevleri çeşitli bilimsel çalışmalara konu olsa da spor yayınlarının sunum şekli ve bu sunumda kullanılan görsel dilin (kamera açıları, çekim ölçekleri, aydınlatma, tekrar görüntüleri vb.) ne anlama geldiği yeterince incelenmemiştir. Bu çalışmasının temel problemi, teknolojik gelişmelerle birlikte spor naklen yayınlarında ortaya çıkan görsel değişikliklerin, anlatı yapısını nasıl inşa ettiğini ve teknolojik değişimlerin bu yapıda nasıl bir dönüşüme yol açtığını saptamaktır. Çalışmanın amacı, televizyonun spor yayınlarını aktarırken kullandığı görüntü dilini incelemek, sinematografik unsurların bu yayınlara nasıl uyarlandığını belirlemek ve teknik tercihlerin belirli bir amaç doğrultusunda yapıp yapılmadığını ortaya koymaktır. Çalışma, teknolojik gelişmelerin spor yayınlarının görsel dilini zenginleştirdiği ve televizyonun, sinematik anlatım tekniklerini kullanarak izleyici üzerinde belirli etkiler yaratmayı amaçladığı varsayımlarından hareket etmektedir.

ABSTRACT

This study analyzes the visual language used by mass media, particularly television, in presenting sports broadcasts and how this language has been transformed by technological developments. Mass media, and one of its most influential forms, television, has been a constant subject of debate since its inception, regarding both its presentation format and content. Although the fundamental functions of television, such as informing, educating, and entertaining, have been the subject of various scientific studies, the presentation style of sports broadcasts and the meaning of the visual language employed (camera angles, shot scales, lighting, replays, etc.) have not been sufficiently examined. The main problem of this study is to determine how the visual changes emerging in live sports broadcasts with technological advancements construct the narrative structure and what kind of transformation these technological changes lead to within this structure. The aim of the study is to examine the visual language used by television when conveying sports broadcasts, to identify how cinematographic elements are adapted to these broadcasts, and to reveal whether technical choices are made for a specific purpose. The study is based on the assumptions that technological developments enrich the visual language of sports broadcasts and that television aims to create specific effects on the audience by using cinematic narrative techniques.

Bu makale 2011 tarihli “Spor
Yayınlarında Görüntü Dilinin
Kullanımı” başlıklı Yüksek Lisans
Tezinden türetilmiştir.

Kitle iletişim araçları, ortaya çıktıkları günden bu yana sayısız tartışmaya yol açmış ve bu konuda pek çok araştırma ve makale kaleme alınmıştır. Bu tartışmaların odağında yer alan televizyon hem konu ve olayları sunuş biçimi hem de içerik kurgusu açısından araştırma konusu olmuştur. Televizyon, bir yandan haber verme ve bilgilendirme gibi temel işlevleri üzerine bilimsel çalışmalara konu olurken, diğer yandan eğitime ve eğlendirme işlevleri de pek çok araştırmanın merkezinde yer almıştır. Toplumsal bir kavram olan spor, eğlendirme ve eğitime gibi işlevler altında televizyon yayıncılığında kendisine yer bulmuş bu nedenle de spor yayıncılığı konusunda pek çok araştırma yapılmıştır. Ancak, televizyondaki spor yayınlarının sunum şekilleri yeterince incelenmediği görülmektedir. Bu çalışma, spor yayınlarındaki en ince ayrıntıların, örneğin kullanılan kamera açıların, çekim ölçeklerinin ya da naklen yayın boyunca kaç çekimin kullanıldığının, özetle spor yayınlarının televizyondaki sunum biçimlerinin teknolojik gelişmelerle birlikte nasıl şekillendiğini anlamak amacıyla hazırlanmıştır.

SPOR KAVRAMI VE KÖKENİ

Spor kelimesinin kökeni, Latince "dağıtmak, birbirinden ayırmak" anlamına gelen "Disportere" veya "Deportere" kelimelerine dayanmaktadır. Zamanla "Disport" ve 17. yüzyıldan itibaren de "Sport" şekli alarak dünyaya yayılmıştır (Çankaya'dan akt. Atasoy ve Kuter, 2005:13). Spor, en genel tanımıyla, insanların fiziksel yeteneklerini kullanarak yarıştığı, kurallara bağlanmış toplumsal bir oyun olarak ifade edilebilir (Talimciler, 2003, s. 21). Spor, sadece fiziksel bir aktivite değil, aynı zamanda bireyin topluma uyumunu sağlayan, ruh ve beden sağlığını koruyan, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmada rol oynayan önemli bir toplumsal kurumdur (Fişek, 1998). Fişek'in bu tanımlaması sporun işlevlerini özetlemektedir. Bu noktada spor toplumsal, ekonomik, politik, kültürel olmak üzere 4 temel işlev üstlenmektedir.

Sporun Toplumsal İşlevleri

Tarihsel gelişim süreci, insanları toplu halde yaşamaya yöneltmiştir. Bu durumun arkasında hayatta kalma güdüsü, güvenlik arayışı ve daha mutlu, bolluk içinde bir yaşam sürme isteği yer almaktadır. İnsanların bir arada yaşamaya başlamasıyla ortaya çıkan toplum ve kültür gibi olgular, bir toplumdaki insanların ihtiyaçlarını karşılamak için birlikte oluşturup paylaştıkları ortak yaşam tarzıdır. Düzenli olarak tekrarlanan, toplum tarafından kabul gören ve sosyal yapı içinde önemli bir yer edinen kurumlar ise bu kültürel olguları oluşturur. Bu doğrultuda bakıldığında spor olgusu da toplumsal bir kurum niteliği taşımaktadır (Kaya, 2001, s. 17) Arthur Asa Berger'e göre spor; toplumsal bir öğrenme olan toplumsallaşmayı, taklit ve rekabet yoluyla yerine getirmektedir. Sporun benzetim yoluyla yapıldığı ve büyük ölçüde rekabete dayandığı, etken veya edilgen katılımcılarının, değişik birey ve gruplarla geniş bir eksende toplumsal ilişkilere girdiği, böylece kendi dar dünyasından kurtularak farklı kişiliklerden, inançlardan, düşüncelerden diğer bireylerle bir araya geldiği, iletişim ve ilişki kurduğu, diğerlerini

etkilediği gibi diğerlerinden de etkilendiği hatırlandığında bu işlevi etkin bir biçimde verdiği anlaşılabacaktır (Berger, 1993, s. 124).

Spor, toplumla iç içe geçmiş bir olgu olarak birçok önemli işleve sahiptir. Dooder sporun temel toplumsal işlevlerini şu şekilde belirtmektedir:

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

Sporun Ekonomik İşlevleri

20. Yüzyılda sporun popülaritesinin artmasıyla birlikte, spor ticari bir sektör ve uluslararası bir propaganda aracı haline gelmiştir (Kazaz, 2007, s. 28). Özellikle 1980'lerden itibaren televizyonla spor arasındaki ilişki, sporun endüstrileşmesinde kilit rol oynamıştır. Televizyon, sponsorluk ve yayın hakları gelirleriyle spor kulüplerinin devasa bütçelere ulaşmasını sağlamıştır. 2009 yılında Cristiano Ronaldo için ödenen 94 milyon Euro gibi rekor transfer ücretleri sporun ekonomik değerinin o dönem ne kadar yükseldiğinin de bir kanıtıdır. Günümüzde futbol kulüplerinin gelir kaynakları çeşitlenmiştir; örneğin 2005-06 sezonunda İngiliz futbol liglerinin gelirlerinin %42'si yayın haklarından, %25'i sponsorluklardan ve %33'ü maç günü gelirlerinden oluşmuştur (İkiz, 2010). Taraftarlar da lisanslı ürünlere milyarlarca Euro harcayarak bu ekonominin önemli bir parçası haline gelmiştir.

Sporun Politik İşlevleri

Spor, siyasi iktidarlar için hegemonyayı pekiştirmek ve toplumsal rızayı üretmek adına sıklıkla kullanılan önemli bir araçtır. Portekizli lider Salazar'ın "Ben ülkemi yıllarca 3F (fado, fiesta, futbol) ile yönettim" sözü (Arık, Top Ekranda "Medya Çağında Futbol ve Televizyon Arasındaki Kaçınılmaz İlişki", 2004, s. 161), bu ilişkinin en çarpıcı örneklerindendir. Spor, aynı zamanda uluslararası politikada bir diplomasi ve hatta bir "silah" olarak da kullanılmaktadır. 1980 ve 1984 Olimpiyatları'nda SSCB ve ABD'nin karşılıklı boykotları veya Türkiye-Ermenistan milli maçı etrafında gelişen diplomatik trafik, sporun politik önemini göstermektedir. Futbolun Türkiye'ye gelişiyse beraber siyasetle olan ilişkisi giderek artmış ve futbol ve siyaset iç içe geçmiştir. Bir kitle sporu olarak yasaklarla karşılaşan futbol, zamanla siyasiler tarafından sahiplenilerek serbest bırakılmıştır. Siyasetçiler kulüp yönetimlerinde yer

almaya başlamıştır (Kılıç, 2006, s. 7). Türkiye'de de siyasetçiler, yönetici, vergi afları gibi yasal düzenlemelerle her daim futbol çevreleriyle yakın ilişki içerisinde olmuşlardır.

Sporun Kültürel İşlevleri

Günümüz modern toplumlarında spor, kitle iletişim araçları aracılığıyla gelecek nesillere ve topluma aktarılan önemli bir kültürel olgudur. Sporun içinde barındırdığı kültürel mitler arasında evrensellik, eşitlik, aşkınsallık, kahramanlık, rekabetçilik, bireysel görünüm ve takım ruhu gibi evrensel değerler bulunur. Bu mitler iş dünyası, devlet yönetimi ve ulus oluşumu gibi süreçlerde kullanılan mitlerle benzerlik göstermesidir. Bu durum, sporun yalnızca bir fiziksel aktivite olmanın ötesinde, toplumsal değerlerin ve kimliklerin oluşumunda ne denli merkezi bir rol oynadığını açıkça ortaya koymaktadır (Kazaz, 2007, s. 44).

Spor, başlangıçta bireysel bir olgu iken zamanla kültürün bir parçası haline gelmiş ve toplumsal bir nitelik kazanmıştır. Kitle iletişim araçları aracılığıyla aktarılan spor, kültürel mitlerini yayıncılar aracılığıyla kitlelere aktarmaktadır. Özellikle milli takımlar, ulusal karakterlerin ve dünya görüşlerinin sahaya yansıdığı bir arena olarak görülür. "Panzer Almanlar", "sambacı Brezilyalıları" gibi yakıştırmalar, futbolun milli kültürleri temsil etme ve farklı milliyetçilikleri karşı karşıya getirme işlevini ortaya koyar.

Spor ve Televizyon İlişkisi

Kitle iletişim araçlarının en yaygını olan televizyon dünyada oluşan küresel kültürün yayılmasında internetle birlikte en önemli araç durumundadır. Kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle televizyon bugün hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelmiştir. Televizyon, kültürle ilgili günlük yaşamda popüler olanı ve yapılmak istenileni taşıyan, gösteren, sunan, değerlendiren, yücelten, popülerlik kimliği veren bir iletişim aracıdır. Televizyon günlük program pratikleriyle var olan endüstriyel yapıyı koruyan ve popülerleştiren bir işlevi yerine getirmektedir (Erdoğan & Alemdar, 2005, s. 103-104).

Spor ve televizyon arasındaki ilişki, "cennetten çıkma bir evlilik" olarak tanımlanmıştır (Arık, 2008, s. 201) her birinin ticari başarısı diğerine doğrudan etkilemektedir. Medya olmadan sporun geniş kitlelere ulaşması mümkün değilken, spor olmadan da medyanın, özellikle de televizyonun, reklam gelirleri ve izleyici kitlesi gibi hayati kaynakları önemli ölçüde azalabilmektedir. Televizyon, en çok izlenen spor dalı olan futbola özel bir önem vermektedir. Örneğin, Türkiye'de 2002 Dünya Kupası yarı final maçının %82,2'lik izlenme oranıyla rekor kırması, bu ilişkinin gücünü göstermektedir (Arık, 2008, s. 279).

Televizyon için önemli olan olgu kitlelerin ilgisini sürekli çekmek ve bu yolla izlenebilir olmaktır. Bu nedenle televizyon spor yayınlarını olduğu gibi değil, vermek istediği şekilde sunmaktadır. Akkaya bu durumu Klose'den şöyle aktarmaktadır: "Televizyon sayesinde futbolun medyatik olarak sahnelenışı söz konusudur, futbol televizyonla adeta yeniden üretilir ve ortaya yeni bir gerçeklik çıkar. Televizyon futbolu seyircinin dikkatini her türlü teferruattan arındırılmış futbol maçına odaklaştırır, yönlendirir.

Televizyonun değişmez ilkeleri olan eğlence, gerilim, dramatiklik mükemmel bir şekilde uyarlanır (Akkaya, 2009, s. 55).

Televizyon, sporu olduğu gibi aktarmaz; onu kendi "gerçeklik algısına" göre yeniden üretir. Yakın çekimler, ağır çekim tekrarlar, yıldız oyunculara odaklanma, ses efektleri ve dramatik anlatım gibi unsurlarla, sahada oynanan oyunun çekiciliği artırılarak izleyici ekrana bağlanmaya çalışılır.

KAMERA VE GÖRSEL DİL

Sinema, televizyon gibi görsel sanatların temel malzemesi "görüntü" dür. Görüntüyü üreten temel teknolojik alet ise kameradır (Serttaş, 2007, s. 91). Kamera, sadece bir kayıt cihazı değil, aynı zamanda anlam üreten bir araçtır. Çerçeveleme, kamera yüksekliği, çekim ölçeği, aydınlatma ve kurgu gibi unsurlar, bir yandan biçimi oluştururken diğer yandan içeriği de doğrudan etkiler (Künüçen, 2007, s. 230). Teknolojinin gelişmesi, bu görsel dilin olanaklarını genişleterek yeni anlatım biçimlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Televizyonda canlı yayınlanan programlardaki yapılanma, çekim ölçekleri, kamera açıları, kamera hareketleri kullanımı, kamera sistemleri gibi görüntü boyutunu yaratmaya yarayan teknik unsurlar, farklı iletişim tekniklerinden faydalanma, sunucu ve programdaki kişilerin olaya katılımları gibi listelenebilecek sembolik elemanlar ile ortaya çıkmaktadır (Uğurlu, 2008, s. 37).

Rudolf Arnheim her sanatta bir asıl malzeme olduğunu söyledikten sonra bunu; tiyatrodaki söz, operada müzik ve sinemada da görüntü olarak belirlemektedir (Güçhan, 1999, s. 214) Elbette sinemanın asıl malzemesi olan görüntü, televizyon içinde asıl malzeme olmaktadır. Televizyon yapımlarında görüntünün sunuluş biçimi programların türüne, yönetmenin kişisel tercihlerine ya da teknolojik yeniliklere göre değişiklik gösterebilmektedir. Ancak değişiklik göstermeyen tek şey görüntünün üstünlüğüdür. İster sinemada olsun ister televizyonda olsun, sunulacak olan görüntü her alanda kamera ile elde edilmektedir. Kamera her ne kadar görüntü elde edilmesini sağlayan bir araç olsa da görüntü oluşturmada kullanılan görsel dil anlam üzerinde doğrudan etkilidir. Kameranın açısı, çekim ölçeği, kullanılan kamera hareketleri vb. unsurlar izleyicide etki yaratmanın teknik yöntemleridir.

Kamera Hareketleri

Görüntüye dinamizm, akıcılık ve canlılık kazandırmak amacıyla yapılan kamera hareketleri, yönetmenin izleyiciyi olayın içinde tutmasını sağlar. Temel kamera hareketleri şunlardır:

Çevrinme (Pan ve Tilt): Kameranın sabit bir noktada kalarak yatay (Pan) veya dikey (Tilt) olarak dönmesidir. Geniş alanları tanıtmak, hareketli nesneleri takip etmek veya bir karakteri tanıtmak için kullanılır.

Kaydırma (Dolly/Track): Kameranın gövdesiyle birlikte ileri-geri (dolly) veya sağa-sola (track) hareket etmesidir. Bu hareketler için şaryo, steadicam gibi yardımcı aparatlar kullanılır. İzleyicide gerçeklik hissi uyandırır ve psikolojik etkiler yaratmak için kullanılır.

Optik Kayma (Zoom): Kameranin lensi aracılığıyla yapılan ileri veya geri harekettir. Yavaş yapıldığında görsel bir yaklaşma sağlarken, hızlı yapıldığında şok etkisi yaratabilir.

Kombine Hareketler: Birden fazla hareketin aynı anda kullanılmasıdır. Özellikle spor yayınlarında aksiyonu takip etmek için sıkça başvurulur.

Kamera Açıları

Kameranin konuya göre yerleştirildiği konum olan açı, görsel sunumun yanı sıra psikolojik anlamlar da taşır.

Alt Açı: Konuyu olduğundan daha büyük, güçlü ve heybetli göstermek için kullanılır İzleyicide saygı veya korku hissi uyandırabilir.

Üst Açı: Konuyu daha küçük ve zayıf gösterir; genel bir görme duygusu yaratır. Spor karşılaşmalarında sahanın genel düzenini göstermek için pilot kameralar genellikle üst açıyla konumlandırılır.

Göz Hizası Açısı: İzleyicinin göz hizasından yapılan, en doğal ve en az dramatik etkiye sahip açıdır. Nesnel bir anlatım istendiğinde kullanılır.

Kuşbakışı Açısı: Konunun tam tepesinden yapılan çekimdir. İzleyicinin alışık olmadığı bir perspektif olduğu için genellikle soyut ve dikkat çekici bir etki yaratır.

Çekim Ölçekleri

Çekim ölçeği, konunun çerçeve içinde ne kadar yer kapladığını ifade eder ve sinematografik dilin temelini oluşturur. Yönetmen, izleyicinin dikkatini nereye çekmek istiyorsa ona uygun ölçeği seçer. Ölçekler üç ana grupta incelenir:

Uzak Plan Ölçekler (Uzak Çekim, Genel Çekim): Olayın geçtiği mekânı ve karakterlerin çevreyle ilişkisini göstermeyi amaçlar. Genellikle bir sahnenin "kurucu çekimi" olarak kullanılır.

Orta Plan Ölçekler (Boy Çekim, Diz Çekim, Bel Çekim): İlginin mekândan çok karakterin üzerine toplandığı ölçeklerdir. Karakterin eylemleri, jestleri ve diğer karakterlerle olan etkileşimi ön plana çıkar.

Yakın Plan Ölçekler (Göğüs Çekim, Omuz Çekim, Ayrıntı Çekim): Çevresel faktörlerin tamamen ortadan kalktığı, karakterin duygularının, mimiklerinin ve iç dünyasının aktarıldığı ölçeklerdir. Yönetmenin elindeki en güçlü anlatım araçlarından biridir ve izleyici üzerinde yoğun duygusal etki yaratır.

Futbol Yayınlarında Kullanılan Özel Kamera Sistemleri

Son yıllarda geliştirilen özel kamera sistemleri, futbol yayınlarının görsel dilini kökten değiştirmiştir.

Örümcek Kamera (SpiderCam): Sahayı 360 derece ve üç boyutlu olarak tarayabilen, kablolarla asılı bir sistemdir. İzleyiciye daha önce görülmemiş açılar sunar.

Süper Ağır Çekim (Super Slow Motion): Saniyedeki kare sayısını binlerce kat artırarak insan gözünün algılayamayacağı detayları (örneğin topun ayaktan çıkış anı) görünür kılar.

Steadicam: Kameramanın üzerine giydiği bir dengeleme sistemi sayesinde, hareket halindeyken bile sarsıntısız ve akıcı görüntüler elde edilmesini sağlar.

Jimmy Jib: Vinç benzeri bir kol sayesinde yüksekten ve geniş açıla, akıcı hareketler yapabilen bir kamera sistemidir.

Yöntem, Evren ve Örneklem

Bu çalışmada yöntem olarak, spor yayınlarında görsel dil kullanımına yönelik teorik çerçevenin oluşturulmasında literatür taraması yapılmış, verilerin toplanması ve değerlendirilmesinde ise içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. İçerik çözümlemesinde spor yayınlarında görsel dilin oluşturulmasına yönelik kategoriler belirlenmiş ve bu kategoriler doğrultusunda örneklem grubunda dahil edilen yayınlar analiz edilmiştir. Araştırmanın içerik analizi kapsamında belirlenen kategoriler şu şekildedir.

- Çekim sayısı
- Çekim ölçekleri
- Kamera açıları
- Kamera hareketleri

Çalışmanın amacı, 27 yıllık bir zaman diliminde futbol naklen yayınlarının görsel dilindeki değişimi saptamaktır. Evrenin genişliği araştırmanın sınırlandırmasını gerektirdiğinden Türkiye'de en yüksek izlenme oranına sahip olan Galatasaray-Fenerbahçe derbilerinden üç tanesi örneklem grubuna dahil edilmiştir.

9 Şubat 1997 tarihli karşılaşma (Cine 5 yayını)

18 Mart 2011 tarihli karşılaşma (Lig TV yayını)

24 Eylül 2024 tarihli karşılaşma (Beinsports yayını)

Analizde; çekim sayısı, çekim ölçekleri, kamera açıları, kamera hareketleri, kullanımı gibi kategoriler adet, süre ve yüzdelik olarak incelenmiştir.

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Analiz sonucunda, üç dönem arasında görsel anlatım açısından önemli farklar olduğu saptanmıştır:

Çekim Sayılarına Ait Bulgular

	İlk Yarı	İkinci Yarı	Toplam
--	----------	-------------	--------

1997 ¹	410	416	826
2011 ²	290	300	590
2024 ³	359	340	699

Tablo-1: Çekim Sayıları

Üç spor karşılaşması çekim sayıları bakımından incelendiğinde 1977 yılındaki karşılaşmanın toplam 826 çekimden, 2011 yılındaki karşılaşma 590 çekimden, 2024 yılındaki karşılaşma ise toplam 699 çekimden oluştuğu görülmektedir. 1997 yılına ait karşılaşmada her devre ortalama 413 çekimden oluşurken, 2011 yılındaki karşılaşmada devreler 295 çekimden oluşmaktadır. 2024 yılında ise bu ortalama 349'dur Üç karşılaşma birbiriyle karşılaştırıldığında 1997 yılına ait karşılaşmanın en fazla çekim sayısına sahip karşılaşma olduğu görülmektedir. Üç karşılaşma süre olarak birbirlerine çok yakın olsalar da çekim sürelerinin değişmesi nedeniyle çekim sayıları da farklılık göstermektedir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	164	40	154	37	318	38
2011	110	38	109	36	219	37
2024	101	28	107	31	208	29

Tablo-2 Sayı olarak Uzak Çekim Kullanımı

Yayınların uzak çekim kullanım sayıları incelendiğinde, 1997 yılındaki karşılaşmada toplam 318 uzak çekim kullanıldığı ve bunun toplam çekimlerin %38'ini oluşturduğu görülmektedir. 2011 yılındaki karşılaşmada toplam 219 uzak çekim kullanılmış ve bu oran %37'dir. 2024 yılındaki karşılaşmada ise toplam 208 uzak çekim kullanılmış ve bu oran %29'dur. Üç yayının birbirlerine göre değerlendirildiğinde 2024 yılındaki karşılaşmada daha düşük oranda uzak çekim sayısı kullanıldığı ortaya çıkmaktadır.

İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%

¹ 9 Şubat 1997 Tarihinde oynanan Fenerbahçe-Galatasaray karşılaşması

² 18 Mart 2011 Tarihinde oynanan Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması

³ 24 Eylül 2024 Tarihinde oynanan Fenerbahçe Galatasaray karşılaşması

1997	1731	62	1664	57	3395	60
2011	1761	64	1887	64	3648	65
2024	1825	63	1971	65	3796	64

Tablo-3 Süre Olarak Uzak Çekim Kullanımı

Üç spor karşılaşmasındaki uzak çekim sayıları farklı olsa da uzak çekimler süre olarak incelendiğinde 1997 yılındaki karşılaşmada toplam 3395 saniye uzak çekim kullanıldığı ve bunun toplam çekim süresinin %60'ını oluşturduğu görülmektedir. 2011 yılındaki karşılaşmada toplam 3648 saniye uzak çekim kullanılmış ve bu oran %65'tir. 2024 yılındaki karşılaşmada ise toplam 3796 saniye uzak çekim kullanılmıştır ve bu sürenin toplam süreye oranı %64'tür.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	176	43	178	43	354	43
2011	95	32	99	33	194	33
2024	134	37	112	33	246	35

Tablo-4 Orta Çekim Kullanımı

Üç farklı yılda incelenen spor karşılaşmalarında orta çekim kullanım oranları önemli farklılıklar göstermektedir. 1997 yılındaki karşılaşmada 354 orta çekimle toplam çekimlerin %43'ü gibi yüksek bir orana ulaşılırken, 2011'de bu sayı 194'e, oran ise %33'e gerilemiştir. 2024 yılındaki karşılaşmada ise 246 orta çekim kullanımıyla bu oran %35 olarak kaydedilmiştir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	732	26	859	29	1591	28
2011	562	20	564	20	1126	20
2024	676	23	578	19	1254	21

Tablo-5 Süre Olarak Orta Çekim Kullanımı

Üç farklı spor karşılaşması incelendiğinde, orta çekimlere ayrılan sürenin yıllar içinde önemli ölçüde değiştiği görülmektedir. 1997 yılındaki maçta 1591 saniye ile zirve yapan orta çekim süresi, toplam çekim süresinin %28'ini oluşturmuştur. 2011 yılında bu süre 1126 saniyeye (%20) kadar düşmüş, 2024'te ise 1254 saniye (%21) ile hafif bir artış göstermiştir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	70	17	84	20	154	19
2011	85	29	92	30	177	30
2024	124	34	121	35	245	35

Tablo-6 Sayı Olarak Yakın Çekim Kullanımı

İncelenen üç spor karşılaşmasında yakın çekim kullanımının yıllar içinde istikrarlı bir artış gösterdiği dikkat çekmektedir. 1997 yılında toplam çekimlerin %19'unu oluşturan 154 yakın çekim kullanılırken, bu oran 2011'de 177 çekimle %30'a yükselmiştir. 2024 yılına gelindiğinde ise 245 yakın çekimle bu oran %35'e ulaşarak en yüksek seviyesini görmüştür.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	297	10	365	12	662	12
2011	400	14	498	17	898	16
2024	383	13	448	15	831	14

Tablo-7 Süre Olarak Yakın Çekim Kullanımı

Üç spor karşılaşmasındaki yakın çekim kullanım süreleri incelendiğinde, 1997 yılındaki karşılaşmada toplam 662 saniye yakın çekim kullanıldığı ve bunun toplam çekim süresinin %12'sini oluşturduğu görülmektedir. 2011 yılındaki karşılaşmada toplam 898 saniye yakın çekim kullanılmış ve bu oran %16'dır. 2024 yılındaki karşılaşmada ise toplam 831 saniye yakın çekim kullanılmış ve bu oran %14'tür.

Kamera Açılarına Ait Bulgular

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	213	51	231	55	444	53
2011	210	72	209	69	419	71
2024	212	59	202	59	412	59

Tablo-8 Sayı Olarak Üst Açı Kullanımı

Üç spor karşılaşmasındaki üst aç kullanımı incelendiğinde, çekim sayısında hafif bir düşüş yaşanırken, oransal olarak kullanımın önemli ölçüde dalgalandığı görülmektedir. 1997'de 444 adet (%53) olan üst aç kullanımı, 2011'de sayıca 419'a düşmesine rağmen oransal olarak %71 ile zirveye ulaşmıştır. 2024'te ise hem çekim sayısı 412'ye hem de oran %59'a gerilemiştir, ancak bu oran hala 1997 yılındaki karşılaşmanın üst aç kullanım seviyelerinin üzerindedir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	1907	69	2044	70	3951	70
2011	2267	83	2380	81	4647	82
2024	2303	79	2473	82	4776	81

Tablo-9 Süre Olarak Üst Aç Kullanımı

Yapılan incelemede, üç spor karşında üst aç çekimlerine ayrılan sürenin ve bu sürenin toplam yayın içerisindeki payının yıllar itibarıyla belirgin bir artış eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. 1997 yılındaki karşılaşmada 3951 saniye (%70) olarak ölçülen üst aç kullanım süresi, 2011 yılında 4647 saniyeye (%82) yükselerek oransal olarak en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2024 yılına gelindiğinde ise, mutlak sürenin 4776 saniye ile artmaya devam ettiği, ancak oransal payın %81 seviyesinde görece sabit kaldığı gözlemlenmektedir. Bu veriler, üst aç kullanımının zamanla baskın bir anlatım tekniği haline geldiğini göstermektedir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	10	2	1	0,2	11	1
2011	13	4	15	6	28	5
2024	23	6	28	8	51	7

Tablo-10 Sayı Olarak Alt Aç Kullanımı

Alt aç kullanım sayıları karşılaştırıldığında, yıllar itibarıyla sürekli bir artış trendi görülmektedir. En düşük kullanım 11 çekimle (%1) 1997 yılında kaydedilirken, 2011'de bu rakam 28'e (%5) çıkmıştır. İncelenen dönemdeki en yüksek kullanım seviyesine ise 51 çekim (%7) ile 2024 yılındaki karşılaşmada ulaşılmıştır.

	İlk Yarı	İkinci Yarı	Toplam
--	----------	-------------	--------

	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	51	2	4	0.2	55	1
2011	94	4	102	4	196	4
2024	106	3	117	3	223	3

Tablo-11 Süre Olarak Alt Açı Kullanımı

İncelenen üç spor karşılaşmasında, alt aç çekimlerine ayrılan mutlak sürenin yıllar içinde sürekli bir artış gösterdiği, ancak bu sürenin toplam yayın içindeki oransal payının dalgalandığı tespit edilmiştir. 1997 yılında sadece 55 saniye (%1) olan kullanım süresi, 2011'de 196 saniyeye (%4) çıkarak oransal olarak zirve yapmıştır. 2024'te ise mutlak süre 223 saniyeye yükselmeye devam etse de oransal payı %3'e gerilemiştir. Bu durum, yayınların toplam süresi artarken alt aç kullanım süresinin aynı oranda artmadığını göstermektedir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	187	46	184	44	371	45
2011	62	22	70	24	132	23
2024	123	34	110	32	233	33

Tablo-12 Sayı Olarak Göz Hizası Açısı Kullanımı

Göz hizası açısı kullanımı karşılaştırıldığında, en yoğun kullanımın 371 çekimle (%45) 1997 yılında olduğu tespit edilmiştir. En düşük seviye ise 132 çekimle (%23) 2011 yılında kaydedilmiştir. 2024 yılındaki kullanım, 233 çekimle (%33) bu iki değer arasında bir toparlanma sergilemektedir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	802	28	840	30	1642	29
2011	307	10	396	14	703	12
2024	442	15	396	13	838	14

Tablo-13 Süre Olarak Göz Hizası Açısı Kullanımı

Göz hizası açısının kullanım süreleri incelendiğinde, en uzun sürenin 1642 saniye (%29) ile 1997 yılındaki karşılaşmada olduğu görülmektedir. Bu sürenin en aza indiği yıl ise 703 saniye (%12) ile 2011 olmuştur. 2024 yılındaki 838 saniyelik (%14) kullanım ise bu iki değer arasında bir noktada yer almaktadır.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	-	-	-	-	-	-
2011	5	2	6	2	11	2
2024	1	0,2	1	0,2	2	0,2

Tablo-14 Sayı Olarak Kuş Bakışı Açısı Kullanımı

Üç spor karşılaşmasındaki kuş bakışı açısı kullanım sayıları incelendiğinde, 1997 yılına ait verinin bulunmadığı görülmektedir. 2011 yılındaki karşılaşmada toplam 11 kuş bakışı açısı kullanılmış ve bu oran %2'dir. 2024 yılındaki karşılaşmada ise toplam 2 kuş bakışı açısı kullanılmış ve bu oran %0,2'dir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997						
2011	55	2	39	2	94	2
2024	33	1	11	0,3	44	0,5

Tablo-15 Süre Olarak Kuş Bakışı Açısı Kullanımı

Kuş bakışı açısının kullanım süreleri incelendiğinde, bu çekim tekniğine ait verilerin yalnızca 2011 ve 2024 yıllarındaki karşılaşmalar için mevcut olduğu görülmektedir; 1997 yılına dair bir kayıt bulunmamaktadır. Mevcut verilere göre, 2011 yılındaki karşılaşmada 94 saniye (%2) kuş bakışı açısı kullanılırken, 2024'te bu süre 44 saniyeye gerilemiştir. Bu durum, incelenen son iki dönemde bu açının kullanımında bir azalma olduğunu göstermektedir.

Kamera Hareketlerine Ait Bulgular

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%

1997	-105	26	111	26	216	26
2011	120	40	91	30	211	35
2024	130	36	128	37	258	37

Tablo-16 Sayı Olarak Kombine Kamera Hareketleri Kullanımı

Üç spor karşılaşmasında kullanılan kombine kamera hareketi sayıları ve bunların toplam çekimlere oranı şu şekildedir:

- 1997: 216 kombine hareket (Toplam çekimlerin %26'sı)
- 2011: 211 kombine hareket (Toplam çekimlerin %35'i)
- 2024: 258 kombine hareket (Toplam çekimlerin %37'si)

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	1361	48	1498	54	2859	51
2011	1744	62	1647	58	3391	60
2024	1901	65	2105	70	4006	68

Tablo-17 Süre Olarak Kombine Kamera Hareketleri Kullanımı

Analiz edilen dönemde, kombine kamera hareketlerinin kullanım süresi bakımından yayınlarda baskın bir konuma ulaştığı tespit edilmiştir. 1997'de toplam sürenin %51'ini teşkil eden bu hareketler, 2011'de %60'a ve 2024'te %68'e ulaşarak sürekli bir artış trendi göstermiştir. Mutlak süreler de aynı periyotta 2859 saniyeden 4006 saniyeye yükselerek bu bulguyu desteklemektedir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	179	44	144	34	323	39
2011	94	32	109	36	203	34
2024	126	35	131	38	257	37

Tablo-18 Sayı Olarak Çevrinme Kamera Hareketleri Kullanımı

Üç spor karşılaşmasındaki çevrinme kamera hareketi kullanımı; 1997'de 323 adet (%39), 2011'de 203 adet (%34) ve 2024'te 257 adet (%37) olarak gerçekleşmiştir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	901	32	703	24	1604	28
2011	553	20	707	24	1260	22
2024	613	21	601	21	1214	21

Tablo-19 Süre Olarak Çevrinme Kamera Hareketleri Kullanımı

Tablo 19’da üç farklı spor karşılaşmasında çevrinme kamera hareketlerine ayrılan sürenin ve bu sürenin toplam yayın içerisindeki payının yıllar itibarıyla istikrarlı bir azalış eğilimi sergilediği gösterilmektedir. 1997 yılındaki karşılaşmada 1604 saniye (%28) olarak ölçülen kullanım süresi, 2011 yılında 1260 saniyeye (%22) ve devamında 2024 yılında 1214 saniyeye (%21) gerilemiştir. Bu bulgular, çevrinme hareketinin yayınlardaki kullanım yoğunluğunun zamanla azaldığına işaret etmektedir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	13	2	24	3	37	5
2011	20	2	28	3	47	5
2024	21	6	17	5	38	5

Tablo-20 Sayı Olarak Optik Kaydırma Hareketleri Kullanımı

Optik kaydırma hareketlerinin kullanımı karşılaştırıldığında en belirgin bulgu, bu hareketlerin toplam çekimler içindeki payının incelenen tüm yıllarda sabit bir şekilde %5 olmasıdır. Kullanım sayısı yıllara göre 37, 47 ve 38 olarak değişiklik gösterse de oransal yoğunlukta bir farklılık gözlemlenmemiştir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	58	2	133	4	191	3
2011	47	2	116	4	163	3

2024	92	3	68	2	160	2
------	----	---	----	---	-----	---

Tablo-21 Süre Olarak Optik Kaydırma Hareketleri Kullanımı

Optik kaydırma hareketlerinin kullanım süreleri karşılaştırıldığında, bu tekniğin toplam yayın süresi içindeki payının oldukça düşük ve istikrarlı olduğu görülmektedir. 1997 ve 2011'de %3 olan bu oran, 2024'te yalnızca %2'ye düşmüştür. Mutlak süreler ise aynı dönemde 191 saniyeden 160 saniyeye doğru kademeli bir azalış sergilemiştir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1997	113	28	137	32	250	30
2011	66	22	78	26	144	24
2024	82	23	64	19	146	21

Tablo-22 Sayı Olarak Sabit (Hareketsiz) Kamera Kullanımı

Üç spor karşılaşmasındaki sabit (hareketsiz) kamera kullanım sayıları incelendiğinde, 1997 yılındaki karşılaşmada toplam 250 sabit kamera kullanıldığı ve bunun toplam çekimlerin %30'unu oluşturduğu görülmektedir. 2011 yılındaki karşılaşmada toplam 144 sabit kamera kullanılmış ve bu oran %24'tür. 2024 yılındaki karşılaşmada ise toplam 146 sabit kamera kullanılmış ve bu oran %21'dir.

	İlk Yarı		İkinci Yarı		Toplam	
	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%	Süre (Saniye)	%
1997	440	16	554	20	994	18
2011	364	12	438	16	802	14
2024	278	9	223	7	501	8

Tablo-23 Süre Olarak Sabit (Hareketsiz) Kamera Kullanımı

İncelenen üç spor karşılaşmasında, sabit (hareketsiz) kamera kullanım süresinin ve toplam yayın içindeki payının yıllar itibarıyla istikrarlı ve keskin bir düşüş gösterdiği tespit edilmiştir. 1997 yılında 994 saniye (%18) ile görece yaygın olan sabit kamera kullanımı, 2011 yılında 802 saniyeye (%14) gerilemiştir. Bu düşüş eğilimi 2024 yılında daha da belirginleşerek, kullanım süresi 501 saniyeye, oransal pay ise %8'e inmiştir. Bu veriler, modern spor yayıncılığında statik çekimlerden giderek uzaklaşıldığını ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak spor yayıncılığında kullanılan görsel dildeki dönüşümü ve bu dönüşümün anlatı yapıları üzerindeki etkilerini analiz etmeyi amaçlamıştır. 1997, 2011 ve 2024 yıllarından seçilen üç Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşmasının içerik çözümlemesine dayanan bulgular, çalışmanın başlangıcında ortaya konan ve yayıncılık anlayışının nesnel bir temsilden, dramaturjik ve dinamik bir sinematik anlatının tesisi yönünde bir evrimleşme yaşadığına dair varsayımları teyit etmiştir.

Elde edilen veriler, belirli görsel stratejilerin daha az tercih edildiğini göstermektedir. Özellikle sabit (hareketsiz) kamera kullanım süresinin toplam yayın içindeki payının %18'den %8'e gerilemesi ve çevrinme (pan) gibi temel kamera hareketlerinin kullanımının istikrarlı bir düşüş sergilemesi, geleneksel ve gözlemciye dayalı yayıncılık paradigmasından uzaklaşıldığının bir göstergesidir. Benzer şekilde, nesnel bir bakış açısı sunan göz hizası açısının kullanımındaki keskin düşüş, anlatının bilinçli bir şekilde daha subjektif ve yönlendirici bir yapıya kavuşturulduğuna işaret etmektedir.

Geleneksel tekniklerin zayıflamasıyla paralel olarak, teknolojiyle zenginleşen yeni görsel stratejilerin hâkimiyet kurduğu gözlemlenmiştir. Kombine kamera hareketlerinin kullanım süresinin toplam yayın içinde %51'den %68'e ve üst açıların %70'ten %81'e yükselmesi, izleyiciye daha önce erişilemeyen, akıcı ve üç boyutlu bir deneyim sunulduğunu kanıtlamaktadır. Bu dinamizme ek olarak, anlatının dramatisasyonu ve duygusal yoğunluğun artırılması amacıyla yakın çekimlerin kullanım oranının %19'dan %35'e yükseldiği tespit edilmiştir. Bu bulgu, yayınların odağının, oyunun genel akışından bireysel performanslara ve duygusal anlara kaydığını teyit etmektedir.

Sonuç itibarıyla, bu çalışma modern spor yayınlarının, olayı salt bir şekilde yansıtan mimetik bir temsil olmaktan çıkıp, izleyiciyi hiper-gerçek bir deneyimin içine çeken, duygusal ve estetik kodlarla örülmüş bir evren inşa ettiğini ortaya koymuştur. Teknolojik olanaklar, yönetmenlere yalnızca bir olayı kaydetme değil, onu yeniden kurgulayarak izleyici için gerilimi, çatışmayı ve duygusal katılımı maksimize eden bir gösteri yaratma imkânı tanımıştır. Dolayısıyla, günümüz spor izleyicisi artık pasif bir gözlemci değil, özenle tasarlanmış bir görsel-işitsel anlatının aktif bir katılımcısı konumundadır.

KAYNAKÇA

- Akkaya, C. (2009). *Spor ve Medya: Medyanın Futbolu Kitle Kültürü Haline Getirmesi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arık, B. (2004). *Top Ekranda "Medya Çağında Futbol ve Televizyon Arasındaki Kaçınılmaz İlişki"*. İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Arık, B. (2008). *Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Berger, A. A. (1993). *Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri*. (U. D. Murat Barkan, Dü.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Çalışmaları Yayınları.

- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk.
- Fişek, K. (1998). *Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla Gelişkileri Açısından Spor Yönetimi* (Cilt 2. Baskı). Ankara: Bağırhan Yayınevi.
- Güçhan, G. (1999). *Tür Sineması, Görüntü ve İdeoloji*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- İkiz, M. (2010). *İngiliz Futbol Endüstrisi - III*. Futbol Ekonomi: <https://www.futbolekonomi.com> adresinden alındı
- Kaya, A. Y. (2001). Yayınlanmamış Doktora Tezi. *Türkiye'de Spor Basını Haber Dili: Futbol Haberlerinde Sözcük Seçimi Üzerine Bir İçerik Çözümlemesi*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kazaz, M. (2007). *Televizyon Spor Haberlerinin Yapısal Çözümlemesi Ve Dil Kullanımı*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, E. (2006). *Politik Goller Futbol ve Siyaset*. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Künüçen, Ş. (2007). Sinema ve Televizyonda Teknolojinin Önemi. *Selçuk İletişim*, 5, s. 225-234.
- Serttaş, A. (2007). *Televizyon Programlarının Analizi ve Seyircileri Etkileme Yöntemlerinin İncelenmesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Talimciler, A. (2003). *Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi*. İstanbul: Bağlam.
- Talimciler, A. (2005). Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Türkiye'de Futbol. *Toplum ve Bilim*(103), s. 147-163.
- Uğurlu, H. (2008). Televizyondaki Canlı Yayınlar Zaman Kavramının Yapılandırılması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(9), s. 31-45.