

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İLETİŞİM ANABİLİM DALI  
RADYO TELEVİZYON BİLİM DALI

**TELEVİZYON PROGRAMLARININ ANALİZİ VE  
SEYİRCİLERİ ETKİLEME YÖNTEMLERİNİN  
İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

D. AYBİKE SERTTAŞ

İstanbul, 2007

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İLETİŞİM ANABİLİM DALI  
RADYO TELEVİZYON BİLİM DALI

**TELEVİZYON PROGRAMLARININ ANALİZİ VE  
SEYİRCİLERİ ETKİLEME YÖNTEMLERİNİN  
İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

D. AYBIKE SERTTAŞ

Danışman: YRD. DOÇ. DR. ALİ BALABANLAR

İstanbul, 2007

Marmara Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Tez Onay Belgesi

İLETİŞİM BİLİMLERİ Anabilim Dalı RADYO TV. Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi DUDU AYBİKE SERTTAŞ'ın RTV PROGRAM ANALİZ YÖNTEMLERİ adlı tez çalışması ,Enstitümüz Yönetim Kurulunun 19.07.2007 tarih ve 2007-8/30 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 30/07/2007

- 1) Tez Danışmanı : YRD. DOÇ.DR. ALİ BALABANLAR
- 2) Jüri Üyesi : PROF. DR. AHMET ŞAHİNKAYA
- 3) Jüri Üyesi : YRD. DOÇ.DR. LEVENT ELDENİZ



The image shows three handwritten signatures in blue ink, each followed by a dotted line indicating the name of the signatory. The signatures are: 1) Ali Balabanlar, 2) Ahmet Şahinkaya, and 3) Levent Eldeniz.

## ÖNSÖZ

Antik Yunan’da, boş zamanda yapılan tek şey düşünmektir. Öyle ki Latince’de ve benzeri yazılışla pek çok dilde 'boş zaman' ya da 'serbest zaman' ı karşılayan *leisure* kelimesi, okul için kullanılırdı. Türkiye’de televizyon izlemek pek çok aktivitenin yerine tercih edilir bir eylem haline gelmiştir. Akla gelen ilk nedenler arasında halkın büyük çoğunluğunun başka bir aktivite ( sinema, tiyatro, konser, vb. ) için gelir düzeyinin uygun olmaması, özellikle büyükşehirlerde belli bir saatten sonra dışarı çıkmanın kişisel güvenlik açısından riskli olması, bu risk göze alınsa bile trafik probleminin bireyi yeni aktivitelerden soğutması, kitap okuma alışkanlığının ve kişilerin kendine özgü uğraşlar (hobi) edinme çabalarının olmaması sıralanabilir.

Dolayısıyla “hiçbir şey yapmadan bir şey yaptığımızı düşünmemizi sağlayan televizyon”, dünyada ve ülkemizde en iyi zaman geçirme aracı olarak tahtını uzun süre kimselere kaptırmayacak gibi görünmektedir. Bu çalışmada , beyaz camın büyümesi bozulmaya çalışılmış; televizyon programlarının analizi yapılarak seyircileri etkileme yöntemleri ortaya konmuştur.

Bu çalışmanın oluşma sürecinde;

Titiz ve mükemmeliyetçi tutumuyla beni daha da özenli çalışmaya teşvik eden tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Ali Balabanlar’a,

Tez çalışma sürecinin başından beri nazik ilgisini ve desteğini benden esirgemeyen değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Ayşe Bilge Gürsoy’a,

Sabırsızlığımı ve heyecanımı kontrol edemediğimde bana sükunet sunan, enerjimi bitiyor sanıp karamsarlığa düştüğümde bana yeniden güç veren, mücadele etmek istemediğimde bana beni hatırlatan, görüşlerine ve akademik bakış açısına son derece kıymet verdiğim Tolga Ertike’ye,

Hayatta doğru yerde durmamı sağlayan, bana okuma ve օđrenme sevgisi veren **Annem**'e  
ve **Babam**'a,

Teşekkürlerimi ve şükranlarını sunuyorum.

**Aybike Serttaş.**

## ÖZET

### RTV PROGRAM ANALİZ YÖNTEMLERİ

Kitle iletişim araçları ve özellikle televizyon, gündelik yaşamımızın vazgeçilmez aktörleri haline gelmişlerdir. Okumaya ve araştırmaya olan ilgi azaldıkça, sıkıştırılmış, özetlenmiş, yüzeyselleştirilmiş bilginin düşünmeden; yalnızca seyrederek beyine yerleştirilmesi insanlara daha kolay gözükmüş; kişi başına günde ortalama dört saat televizyon karşısında geçer olmuştur.

Bu koşullarda her gün kısa ya da uzun süre harcayarak izlediğimiz televizyon programlarının perde arkasının incelenmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu çalışma ile televizyon programlarının analiz yöntemleri, seyirci üzerindeki etkileri, bu etkiyi nasıl sağladıkları ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışma boyunca çeşitli yöntemler incelenmiş, çalışma sonunda örnek bir analiz yapılmış, sonuç olarak da televizyonun büyük etkisini izleyen açısından olumlu hale getirecek öneriler ortaya sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon Programı, Program Analiz Yöntemleri, Kamera Kullanımı, Aydınlatma, Ses, Televizyonda Görüntü.

## **ABSTRACT**

### **METHODS OF ANALYZING RADIOTELEVISION PROGRAMS**

Mass communication media and especially television, have become the indispensable actors of our life. While the interest for reading and searching is decreasing, it seemed people easy to take cursory and simple knowledge from television without thinking; and on average four hours a day is spent by watching television per person.

In this circumstances, it is necessary to analyse the backstage of television programs which we watch even short or long times every day. In this study it is aimed to find the methods of analyzing tv programs, their affects on audience and how they make those affects.

In the research, varied methods are studied and a sample analys is made at the end. Consequently some suggestions are made to convert televisions big affects affirmative to the audience.

**Key Words:** Television Program, Television Program Analyse Methods, To Use the Camera, Lightening, Sound, Picture on Television.

## İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa No.</b>
<b>ÖNSÖZ</b>	ii
<b>ÖZET</b>	iii
<b>ABSTRACT</b>	iv
<b>İÇİNDEKİLER</b>	v
<b>TABLO LİSTESİ</b>	viii
<b>ŞEKİL LİSTESİ</b>	ix

GİRİŞ	1
-------	---

### 1. BÖLÜM

#### TELEVİZYON VE TELEVİZYON PROGRAMLARI HAKKINDA GENEL BİLGİ

##### 1. TELEVİZYONUN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1. Televizyonla İletişim Süreci	3
1.2. İletişim Sürecinin İşleyişi	5
1.3. Televizyon Programı Yapım Süreci	10
1.4. Yapım / Program Ekibi	14
	23

### 2. BÖLÜM

#### İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI

##### 1. KİTLE İLETİŞİM TEORİLERİYLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

1.1. Güçlü Etkiler Dönemi	28
1.2. Sınırlı Etkiler Dönemi	30
1.3. Güçlü Etkilere Geri Dönüş	31
	32

##### 2. KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR VE MEDYA ETKİ TEORİLERİ

2.1. Yetiştirme Teorisi	34
2.2. Gündem Oluşturma Teorisi	36
	37

2.3. Sosyalizasyon Teorisi	40
2.4. Eşik Bekçiliği Teorisi	41
2.5. Pekiştirme Teorisi	41
2.6. Sessizlik-Suskunluk Sarmalı Teorisi	42
2.7. Kültürel Emperyalizm Teorisi	43
3. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE TOPLUMSALLAŞMA	44
4. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE KİTLE KÜLTÜRÜ	46
<b>3. BÖLÜM</b>	
<b>İZLEYİCİ ARAŞTIRMALARI</b>	
1. TELEVİZYON PROGRAMLARINI ANALİZ ETMEK İÇİN KULLANILAN ÇEŞİTLİ YÖNTEMLER	49
1.1. İçerik Çözümlemesine Görgül Bir Yaklaşım	49
1.2. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı	53
1.3. İzleyici Etnografileri	56
1.4. Göstergibilimsel Çözümleme Yöntemi	60
1.5.Çizgisel Çözümleme	68
1.6. Dizimsel Çözümleme	69
1.7. Bourdieu'nun Medya Çözümlemesi	70
1.8. Farklılaşmış İzleyici Ulaşımı Modeli	75
1.9. Televizyon Programı Seçimi	76
1.10. Diğer Yöntemler	78

#### **4.BÖLÜM**

#### **TELEVİZYON PROGRAMLARINDA KAMERA KULLANIMI,AYDINLATMA,SES,MÜZİK VE EFEKTLERİN ETKİLERİ**

1. KAMERA KULLANIMI İLE ETKİLEME BİÇİMLERİ	82
1.1.Kamera Açılıarı	83
1.2.Kamera Hareketleri	85
1.3.Çekim Ölçekleri	95
1.4. Mercekler	99
2. AYDINLATMA İLE ETKİLEME	102
2.1. Işık Teknikleri	104
2.1.1. Bilim Kurgu Tekniği	105
2.1.2. Drama Tekniği	106
2.1.3. Silüet Tekniği	106
2.1.4. Aydınlatma Tekniği	107
2.1.5. Havuz Tekniği	107
2.1.6. Rembrand Işığı	108
2.1.7.Cameo aydınlatması	108
2.2.Aydınlatma Kaynakları	108
2.3. Diğer Işık Kaynakları	110
3. SES, MÜZİK VE EFEKT İLE ETKİLEME	112

## **5. BÖLÜM**

### **TELEVİZYONDA GÖRÜNTÜNÜN ÖNEMİ**

1.TELEVİZYONDA GÖRÜNTÜ İLE YARATILAN ETKİ	118
---	-----

1.1. Televizyon Grafiklerinin Özellikleri	119
1.2. Televizyon Dekor	122
1.3. Görüntü Düzenleme	124
1.3.1. Görüntü Dengesi	125
2. TELEVİZYONDA RENKLERİN KULLANIMI VE İZLEYİCİ ALGILARINA ETKİLERİ	130

## **6. BÖLÜM**

### **LOST DİZİSİNİN ANALİZİ**

1. DİZİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER	
1.1. Dizinin Künyesi	138
1.2. Oyuncular	139
1.3. Bölüm Listesi	141
1.4. Dizide Müziğin ve Ses Efektlerinin Kullanımı	143
2. LOST DİZİSİNİN MEKAN VE ZAMAN ANALİZİ	146
3. LOST DİZİSİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ.	152
4. LOST DİZİSİNİN YARATTIĞI ETKİNİN SORGULANMASI: AYDINLATMA VE ÇEKİM TEKNİKLERİ, KAMERA HAREKETLERİ VE DİĞER TEKNİKLERİN ETKİLERİ	157

5. DİZİMSEL ÇÖZÜMLEME YÖNTEMİNE GÖRE LOST DİZİSİNİN ANALİZİ	161
6. DİĞER YÖNTEMLERLE ANALİZ	165
<b>SONUÇ</b>	
<b>KAYNAKÇA</b>	170
	173

## TABLO LİSTESİ

	Sayfa no.
<b>Tablo 1:</b> Televizyon Programlarında Kadın ve Erkek Meslekleri.....	51
<b>Tablo 2:</b> Çekimler ve Gösterilenler.....	64
<b>Tablo 3:</b> Kamera Devinimleri ve Kurgu Tekniği.....	65
<b>Tablo 4:</b> Objektifler.....	100
<b>Tablo 5:</b> Lost Dizisinin Mekan Analizi.....	148
<b>Tablo 6:</b> Göstergibilimsel Açıdan Lost .....	152

## ŞEKİL LİSTESİ

**Sayfa no.**

**Şekil 1:** Televizyonla İletişim Süreci.....6

## GİRİŞ

*“...Birey olarak etik sorumluluğum, eğlence ve magazin katmanları arasına sıkışan değerli bilgiyi bulmak için gerekli sağlıklı bir şüpheciliktir...”*

BBC'nin yaptığı ayrıntılı sınıflandırmaya göre; haberler ve kamusal konular, magazin ve belgeseller, eğitim, sanat, müzik programları, dramalar, filmler, eğlence programları, spor programları, program tanıtımları ve hatta reklamlar program türlerindedir. TRT ise yaptığı benzer bir sınıflandırmada bu türlere çocuk programları ve yarışmaları da eklemiştir.

Gündelik yaşamımızın azımsanamaz bir kısmına “hakim” olan kitle iletişim araçlarının bizleri tuttuğu mesaj bombardımanından sağ çıkabilmek bu araçların kör birer alıcısı olmamakla başlayacaktır. Program analiz yöntemleri bizi bu bombardımana karşı koruyacak birer siper görevi görmektedir. Bu çalışmada “Televizyon program analizi nasıl yapılır? Yöntemleri nelerdir? Televizyon programları izleyenleri nasıl etkiler?” sorularına cevap aranmıştır.

Bir programdaki en küçük ayrıntının, kullanılan renklerin, grafiklerin, loş ışığın, aydınlığın ya da karanlığın ne anlamı olduğu, programlarda dekorun önemi, reklamların nasıl tüketime yönlendirdiği, televizyon denen sihirli kutunun nasıl kimilerini sevdiren kimilerini gözden düşürdüğü, hangi tür programın kimlere hitap ettiği, mekanik bir araç olan kameranın kullanım farklılıklarının bakış açımızı nasıl etkilediği gibi pek çok soruya cevap analiz yöntemleri sayesinde bulunabilir.

Benjamin'in deyişiyle “düşünür gezer” gözüyle televizyon izlemekle; savunmasız bir izleyici gözüyle -Anders'in deyişiyle düş dünyasında gezinen röntgenci- televizyonu izlemek arasındaki farklılık bu çalışmayla netleştirilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın 1. bölümünde televizyonun tarihsel gelişimi ve televizyon programları hakkında genel bilgi verilmiştir.

2. bölümde kitle iletişimiyle ilgili araştırmalar, kültürel çalışmalar ve medya etki teorileri, kitle iletişimi ve toplumsallaşma, kitle kültürü konuları ele alınmıştır.

3. bölümde televizyon programlarını analiz etmek için kullanılan çeşitli yöntemler vardır. Bu bölümde, gerek izleyen açısından gerek içerik açısından program nasıl analiz edilir sorusu yanıtlanmaya çalışılmıştır.

4. bölümde kamera kullanımı, aydınlatma, ses ve müzik efektlerinin televizyon programlarında oluşturduğu etki irdelenmiştir.

5. bölüm televizyonda görüntünün öneminden bahsetmektedir. Televizyonda görüntü ile yaratılan etki bölümün ele aldığı temel konudur.

6. ve son bölümde de, çalışma boyunca işlenen yöntemlerle *Lost* dizisinin örnek analizi yapılmıştır.

## 1. BÖLÜM

### TELEVİZYON VE TELEVİZYON PROGRAMLARI HAKKINDA GENEL BİLGİ

#### 1. TELEVİZYONUN TARİHSEL GELİŞİMİ

Marshall McLuhan *Yaradığımız Medya* adlı kitabında, medya konusunda çarpıcı ifadeler kullanmaktadır; “ yaradığımız medya şimdi. Benliğimizi tümüyle medya esir aldı. Kitle iletişim araçları kişisel hayatımız, siyasal, ekonomik, psikolojik, ahlaki ve etik hayat alanlarımızı öylesine yaygın biçimde etkilemektedir ki ilişmedikleri, dokunmadıkları, değiştirmedikleri hiçbir yanımız kalmadı .“<sup>1</sup>

Ortamımızı değişime uğratan medya, her durumda farklı oranlarda duyu algılaması yaratır. Bir duyunun değişmesi düşünmede, eylemlerde değişmeye, dünyayı algılayışımızın değişmesine neden olur. Bu duyu algı oranları değiştiğinde insan da değişir. <sup>2</sup>

Televizyon kelimesi Grekçe Tele; uzak ve Latince Vidi; görme kelimelerinin birleştirilmesinden ortaya çıkmış olup “uzaktan görme” anlamına gelmektedir. <sup>3</sup> Bu terim ilk defa 1900 yılında Constantine Perski tarafından ortaya atılmış olup hemen hemen bütün dünya dillerinde ufak bazı okunuş ve yazılış değişiklikleri ile kullanılmaktadır. (Sadece Almanca’da *fernseh* şeklinde Almancalaştırılmıştır.)

---

<sup>1</sup> Marshall McLuhan, **Yaradığımız Medya**, Ünsal Oskay(çev.),Merkez Kitabevi, İstanbul , 2005, s. 26.

<sup>2</sup> a.g.e., s. 46.

<sup>3</sup> Avni Morgül, **Dijital Televizyon Uydu ve Karasal Yayın Sistemleri**, Anten Dünyası Dergisi Yayınları, İstanbul , 2002, s. 1.

Televizyon hareketli görüntülerin ve sesin elektrik sinyallerine dönüştürülerek alıcıya iletilmesi ve alıcıda yeniden görüntü ve sese dönüştürülmesi esasına dayanır.<sup>4</sup> Televizyon yayını Türk Ceza Kanunu ve Basın Kanunu'nda iki anlama gelecek şekilde tanımlanmıştır: Birinci anlam, yayın kavramının bir fiil ve işlev olarak anlatımıdır.<sup>5</sup> Buna göre, “basılmış veya bir madde üzerine kaydedilmiş eserlerin herkesin görebileceği ya da girebileceği yerlerde yahut alabileceği şekilde gösterilmesi, dağıtılması, dinletilmesi ve satılması veya satışa arzı yayındır”. Yayın, aynı zamanda bir araç anlamında da kullanılmaktadır. Bu tanıma göre ise, “basılan, çoğaltılan, satılan, satışa arz edilen, gösterilen, dinletilen, oynatılan ve basılan tüm iletiler yayındır”.

Televizyon insandaki görme duyusunun ilginç bir özelliğinden yararlanılarak geliştirilmiştir. Beyin , ağtabakaya düşen görüntüleri , kaybolmalarından sonra da kısa bir süre için algılamayı sürdürmektedir. Televizyon ekranında yeterince hızlı bir biçimde görüntülenen resim öğeleri , gözün bu özelliği nedeniyle birleştirilerek , bütün bir resim biçiminde algılanır. Ekrandaki resimlerin ardarda hızla değiştirilmesiyle de hareketli görüntü izlenimi yaratılır; bu amaçla resimlerin saniyede 25-30 kez değiştirilmesi yeterlidir.<sup>6</sup>

Elektriksel yolla görüntünün iletilmesi on dokuzuncu yüzyılda telefon ve telgrafın bulunması ile birlikte düşünölmeye başlanmıştır.<sup>7</sup> Willonghby Smith'in selenyum madeninin foto-elektrik özelliğini 1813'te meydana çıkarması bu konudaki ilk adım sayılabilir. Görüntüyü iletebilmek için teleskop, elektriksel teleskop, elektroskop, fototelegraf gibi adlar altında birçok sistemler geliştirilmiştir.

Paul Nipkow, ilk televizyonun patentini 1884 yılında almıştır, bu anlamda bir sanat olarak 1960'larda tartışılmaya başlanan elektronik görüntünün teknolojik olarak bulunuş

---

<sup>4</sup> Sedat Cereci, **Televizyonda Program Yapımı**, 1. Basım, Metropol Yayınları, İstanbul , 2001, s. 9 .

<sup>5</sup> Zakir Avşar ve Gürsel Öngören, **Radyo ve Televizyon Hukuku**, 2. Basım, Piramit Yayıncılık, İstanbul , 2003, s. 47

<sup>6</sup> Cereci, **ön.ver.**, s. 9.

<sup>7</sup> Morgül, **ön.ver.**, s. 1.

tarihi oldukça eskidir. <sup>8</sup> 1602’de fosforun bulunmasıyla başlayan televizyonun gelişme süreci, 1897’de kathot-ışın tüpünün bulunmasıyla hız kazanmıştır. Elektronik görüntü en büyük atağını 1936 Berlin Olimpiyatları sırasında, 180.000 kişinin bu oyunları televizyon ekranından izlemesiyle yapmıştır. Görüntü ve sesin birlikte canlı yayın olarak kilometrelerce öteye ulaştığı bu olay, insanların yaşamını yönlendirecek olan televizyonun ilk denemesi olmuştur.

Televizyon yayınının izleyicilere ulaştırılması değişik şekillerde yapılmaktadır, bunlardan en önemlileri;

- Karasal yayın sistemleri
- Uydu yayın sistemleri
- Kablo TV sistemleri
- İnternet Tv’dir.<sup>9</sup>

### **1.1. Televizyonla İletişim Süreci**

Televizyon programının yaratım sürecinin diğer yaratım-üretim süreçleri gibi değerlendirilmesi mümkündür. Televizyon programının oluşum sürecini yemek yapmaya benzetebiliriz. <sup>10</sup> Yapımcı her gün yüzlerce kişiye yemek yapan bir aşçıbaşı konumundadır. Elinde lezzetli bir yemeğe dönüşebilecek malzemeler vardır ve şunlara karar verir: Hangi malzemeden ne kadar hangi sırayla koymalı, ne kadar pişirmeli, nasıl sunmalı, yemeği yiyenler nasıl etkilenmeli, tepkileri nasıl olmalı, bir sonraki yapımda değiştirilmesi gereken şeyler var mı ? Bu soruları bir televizyon programına da uyarlamamız mümkündür.

---

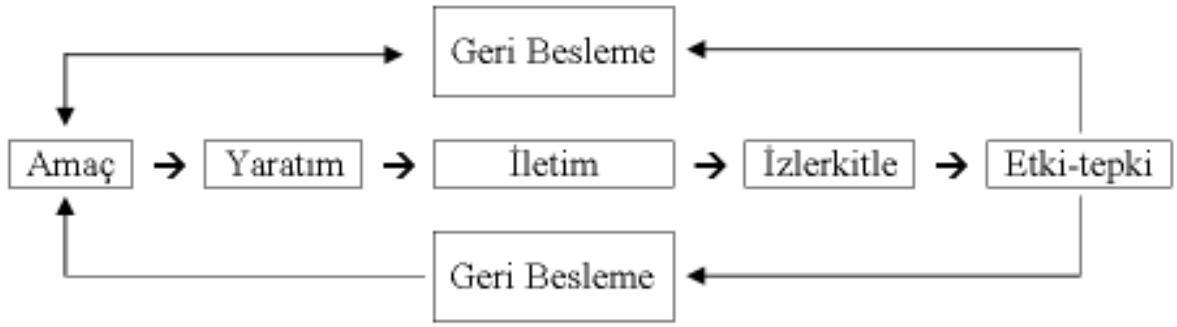
<sup>8</sup> Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, Kavram Yayınları, İstanbul , 1994, s. 13.

<sup>9</sup> Morgül, **ön.ver.**, s. 5.

<sup>10</sup> Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, Derin Yayınları, İstanbul , 2003, s. 2.

Bir televizyon programı yaratılırken dikkat edilmesi gereken noktalardan biri izleyicinin televizyon izleyiciliğinden beledikleri diğeri programın amacıdır. Bu iki unsur birbiriyle örtüşürse program amacına ulaşmış demektir.

Televizyonla iletişim sürecini gösteren aşağıdaki modelle kaynaktan alıcıya, alıcıdan kaynağa dönen süreci daha iyi anlatabiliriz:



Şekil 1: Televizyonla İletişim Süreci

**Kaynak:** Neşe Kars, ön.ver., s.6.

Toplum üyelerini etkileme amacı taşıyan bir televizyon kuruluşu bunu tecimsel ya da kamusal bir gerekçeyle yapar. İletişim şemasında ‘’ kaynak’’ olarak tanımlanan ve kurumsal bir yapıda olan televizyon kuruluşlarının belli bir hedef kitleleri ve bir yayın politikaları vardır.<sup>11</sup>

Her program bir mesajdır ve toplumdaki herkesin erişimi için yayınlanır. Program, izlerkitleden programın kaynağına bireysel yanıtlar şeklinde veya genel kamunun tepkisi şeklinde tepki alır. Bu tepkilere göre programlar yeniden yapılandırılır, aynen sürdürülür veya yayından kaldırılabilir. Dolayısıyla yaratım ile izleyici , izleyici ile etki-tepki iç içe geçmiştir.

<sup>11</sup>a.g.e., s. 6.

Televizyon bir anlamda insanın temel yapısal özellikleriyle ortaya çıkmaktadır.<sup>12</sup> Görme, konuşmadan önce gelir. İnsan konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenir. Bu kural televizyonun da temel mantığını belirlemiştir. Program yapımcısı , mesajını ne kadar çok görüntüyle anlatır, söze ne kadar az yer verirse o oranda amacına ulaşır.

Katz ve Blumler televizyon izleyicilerinin programların içeriğinden üç temel beklentisinin öne çıktığını söylemektedirler.<sup>13</sup>

1. Yaşadığı dünya ve toplum hakkında bilgi edinme ve birçok programı gerçeği araştırmak amacıyla kullanma isteği.(Bilişsel beklenti)
2. Günlük yaşamın sıkıntılarından kaçma ve vakit geçirme isteği.(Duygusal beklenti)
3. Toplumda yalnız olmadığını bilme isteği. (Kişisel kimlik)

Bir televizyon yapımından beklenen haber verme, eğitim , kültür ve eğlendirme gibi bazı temel işlevler vardır. Programın amacına, hedef kitlesine, yayınların kapsama alanına, yapım biçimlerine göre çeşitli programlarla bu işlevler yerine getirilir. Raymond Williams'a göre tek tek programlardan oluşan televizyon yayını belli bir bütünlük ve düzen içinde sunulduğu için bütünsel bir söylemi vardır.<sup>14</sup>

Televizyon yapımının amacı hedef kitleye olabildiğince kapsayıcı olarak ulaşmak ve aynı zamanda izleyicileri ekran başında tutmaktır. Televizyon yapımcılığı bir öyküleme, öykü anlatma, çeşitli anlatı öğelerini bir bütünlük halinde kurgulama işidir. Programlar ya da bir televizyon mesajı , içerik bakımından bilişsel ve duygusal olarak iki başlığa ayrılabilir: Bilişsel alan bilme, anlama ve yorumlama ile ilgili yandır. Duygusal alan ise tutumlar, coşkular, değerler ve duygularla ilgili insan davranışı yandır.

---

<sup>12</sup> Cereci, **ön.ver.**, s. 20.

<sup>13</sup> Kars, **ön.ver.**, s. 13.

<sup>14</sup> **a.g.e.**, s.21.

Micheal Parenti'ye göre, ‘‘ medya halkı tatmin etmekten çok kuşatır. Bir yapımcının memnun etmesi gereken ilk izleyiciler, filmin mali destekleyicileri, yani sponsor şirketler, stüdyo ve TV kanalı patronlarıdır. Çünkü film ve televizyon dizilerinin çoğu halka gösterilmeden önce tamamlanır ‘‘.<sup>15</sup>

Dünyanın küresel köy haline geldiği günümüzde, her eve konuk olan kitle iletişim araçları 1984 yılında UNESCO'nun yayınladığı ‘‘ Many Voices One World’’ isimli raporda da belirtildiği gibi bilgi verme, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma, eğitim, kültürel gelişme, eğlence, katılma gibi işlevleri yerine getirirken bir yandan da aşağıdaki suçlamalara maruz kalmaktadır:<sup>16</sup>

- İnsanları hayatın gerçekliğine, doğaya, topluma yabancılaştırma
- Toplum içindeki bireyleri kendi kendilerine yabancılaştırma,
- Bireyler arasında şiddeti ve saldırganlığı yaygınlaştırma,
- Toplumsal olayların oluşumunu provake ve manipule etme,
- Savaşların oluşumuna ve desteklenmesine zemin hazırlama,
- Psikolojik sorunlarının artmasına ve bunların toplumsal sorun haline gelmesine sebep olma,
- Tekilleşme ve toplumsal duyarsızlaşmaya,
- Çıkarıcılığın, güvensizliğin ve kuşkuculuğun artmasına,

---

<sup>15</sup> Nurdoğan Rigel (Ed.), **Kadife Karanlık**, Su Yayınları, İstanbul , 2003, s. 194.

<sup>16</sup> Nurçay Türkoğlu, **Toplumsal İletişim Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar**, Babil Yayınları, İstanbul , 2004, s. 127 .

- İnsanların adalet kavramına olan güvenlerinin yitirilmesine,
- Toplumda ahlaki dejenerasyonun meşrulaşmasına,
- Toplumsal ve kültürel değerlerin (din, milliyetçilik, ailesel değerler gibi), bireylerin üzerinde, sömürü malzemesi olarak kullanılmasına,
- Şiddet, seks ve cinselliğin aşırı imajinasyonla ön plana çıkartılarak, sömürü ve tüketim malzemesi haline getirilmesine,
- Bireylerin, duygu ve düşünce dünyalarına müdahale edilmesine, sömürülmesine ve bir mübadele aracı olarak bunun üzerinden çıkar sağlanmasına,
- Toplumda gruplaşmalar, kamplaşmalar; ideolojik, siyasi, dinsel önyargılar oluşturulmasına,
- Toplumsal ve ekonomik eşitsizliklerin meşrulaştırılmasına,
- İnsanların yanlış bilgilendirilmesine ve cehaletin artmasına,
- Kültürel kirliliğin her alanda artmasına neden olmak.

Bu görüşler ışığında medyayı ciddi sorgulamalara, analizlere tabi tutmak gerekmektedir. Medyayı oluşturan güçlerden en önemlisi olan televizyon bünyesinde bir çok etkileme unsurunu (görüntü, ses, müzik, hareketlilik ) barındırıyor olmasıyla diğer araçlardan ayrılmaktadır.

Televizyondaki program biçimleri, dikkat çekmenin tüm psikolojik mekanizmasını kullanır. Gerilim, aksiyon, cinsellik, güldürü, enformasyon, önem, değer, merak,

kişisellik, gerçekçilik, yenilik gibi yapım unsurlarından birinin veya birkaçının bir programda bulunması hedef kitleye ulaşmayı ve hedef kitleyi harekete geçirmeyi sağlaması açısından önemlidir.<sup>17</sup>

Bugün televizyon programlarında, eski popüler romanlardaki okurları her an her şeyin olabileceğine dair gerilimi canlı tutan kalıp yerine standartlaşmış, sonucu belli sözde bir gerilim vardır.<sup>18</sup> Seyirci güvenli bir temel üzerinde olma hissini yaşamakta ve bu durum adeta bir çocuğun duyduğu korunma ihtiyacının giderilmesini yansıtmaktadır.<sup>19</sup>

## 1.2. İletişim Sürecinin İşleyişi

İletişim sürecinin işleyişi konusunda söylenebilecek en önemli şey alıcı taraf ile gönderici tarafın uyum içinde olmaları gerekliliğidir. Bunun içindir ki kaynak bildirimini kodlarken hedefin kolaylıkla uyum içine girmesini sağlayacak biçimde davranmaya çalışmalıdır.<sup>20</sup> Yani bu kodlama öyle olmalıdır ki hedef göndericinin deneylerine çok benzer deneylerle ilinti kurabilmelidir.

İletişim sürecinin işleyişi ile ilgili olarak değinilmesi gereken bir başka nokta da şudur: İletişim sürecini belli bir noktada başlayan ve belli bir noktada biten bir süreç olarak ele almamak gerekir. Aslında, insanlar hiç durmaksızın içinde yaşadıkları ortamdaki işaretlerin (girdi) kodlarını açılar , bu işaretleri yorumlar ve sonuç olarak bazı şeyleri kodlarlar (çıkı) . Bu yüzden kendimizi sonsuz bir iletişim süreci içinde yer alan küçük küçük devrelere benzetebiliriz.

Bu sonsuz iletişim akımı bireylerin de içinden geçer ve girdiler yapılan yorumlamalar ile , alışkanlıklar ve yeteneklerin etkisiyle değişimlere uğrar. Sonuç olarak

---

<sup>17</sup> Kars, **ön.ver.** , s.36.

<sup>18</sup> Beybin Kejanlıoğlu, **İletişim ve Medya**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003, s. 194.

<sup>19</sup> **a.g.e.**, s.195.

<sup>20</sup> Gürol Gökçe, **Televizyon Programcılığı Yapım ve Yönetmenliği**, Der Yayınları, İstanbul , 1997, s. 19.

bu iletişim sürecinde yer alan taraflar hem kodlayıcı hem de kod açıcı durumundadırlar. Yani, bireye bir işaret geldiği zaman bu işareti daha önceden öğrenmişse aynı zamanda belirli tepki veya tepkilerde bulunmayı öğrenmiştir demektir. Bu tepkiler, işaretin bireyde ifade ettiği anlam olarak kabul edilir.

Kitle iletişiminde ana kaynak bir iletişim örgütü ve kurumlaşmış bir kişidir. İletişim örgütünden kasıt bir gazete, radyo veya televizyon istasyonu, bir film stüdyosu , bir basımevi v.b. kuruluşlardır. <sup>21</sup> Kurumlaşmış kişiler ise bir gazetenin editörü gibi, gazetenin görüşlerini belirten sütunda ve bu kurumun sağladığı olanaklarla yazı yazan, bu kurum olmadan fazla önem kazanmayacak, "sesi" tek başına dikkat çekmeyecek kişilerdir.

İletişim örgütü de tıpkı bireysel haber bildirimci gibi işler. Hem kod açıcı hem yorumcu hem de kodlayıcı olarak üç işi birden yerine getirir. Buradaki süreç bireysel haber bildiriminin kendi içinde oluşan sürecin aynıdır. Tek fark, bu süreç tek bir birey yerine bir grup yoluyla yürütülen bir süreçtir. Dolayısıyla işlemin bütünü ve çıkan ürünlerin niteliği bu ekip çalışmasının göstereceği uyumdan önemli ölçüde etkilenecektir.

Bireysel haber bildirimci ile iletişim örgütü arasındaki bir diğer fark da iletişim örgütünün girdi – çıktı oranının çok daha yüksek oluşundadır. İletişim örgütlerinin kuruluşları öylesine planlanmıştır ki, binlerce hatta milyonlarca kodlamayı aynı anda yapabilecek ve aynı anda milyonlarca benzer bildirim gönderebilecek durumdadır. Kitle iletişiminde hedef bütün bu kanalların sonundaki bireylerdir. Bu durum yüz yüze iletişim sürecinde olduğundan çok farklı ve karmaşık bir durum yaratır. Çünkü her şeyden önce geri beslemeler çok azdır. Bu yüzden bireylerle uğraştıklarını bilen fakat bu insanları tek tek tanıma imkanı olmayan kitle iletişim örgütleri okuyucu-izleyici araştırmaları yaparlar. <sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> a.g.e., s.20

<sup>22</sup> a.g.e., s.22

Pratik kitle iletişimde ana kural “kitleyi tanımak” biçiminde özetlenebilir. Ulaşılmak istenen kitlenin veya bireyin temel özelliklerinin bilinmesi , sorunun çözümünde ilk adımdır. Herhangi bir bildirim için uygun ve doğru zamanın belirlenmesi, anlaşılır bir dil ve anlatım biçiminin saptanması , dayanılacak tutum ve değerler ile eylemin oluşmasında etkili olacak grup standartlarının dikkate alınması , ancak bu özelliklerin sağlıklı olarak bilinmesiyle mümkün olabilecektir. Bunlar yüz yüze iletişimde oldukça kolay, kitle iletişimde çok güç olmakla birlikte her iki durumda da gereklidir. Bu koşullar şunlardır:

1. Bildirim, yöneltildiği hedefin dikkatini çekecek biçimde kurulmalı ve sunulup dağıtılmalıdır. İnsan, içinde bulunduğu ortamdaki bildirimlerden yalnızca ilgisini çeken ve gereksinimlerine cevap verenleri algılar, seçer ve kodunu açılar.
2. Bildirim iki taraf arasında ortak ve tek bir anlam taşıyabilmesi için hem kaynağın hem de hedefin edinmiş oldukları ortak deney-bilgileri simgeleyen işaretlerle verilmelidir. Bir bildirim kurarken alıcı tarafla ortak bir dil konuşmaya özen gösterilmeli, alıcı taraftaki birey ya da kitlenin dünyaya bakış ve dünyayı sınıflandırma tarzıyla da çatışmaya girmemek için çaba gösterilmelidir.<sup>23</sup>
3. Bildirim alıcıda kişisel gereksinimler uyandırmalı ve bu gereksinimlerin karşılanıp giderilmesi için yollar göstermeli , öneriler getirmelidir. Etkin bildirim için ilk koşul bildirim kişisel gereksinimlerden birine bağlanmış olmasıdır. Bildirim ne gibi bir eyleme geçilmesi gerektiğini önermeli ve sonuçta ortaya çıkacak eylemi kontrol altında tutmaya çalışmalıdır. Buna örnek olarak reklamların yönlendiriciliğini gösterebiliriz.
4. Bildirim kişide uyandırdığı gereksinimlerin giderilmesi için öyle önerilerde bulunmalıdır ki bireyin göstermesi istenilen tepki içinde bulunduğu gruptaki –aile

---

<sup>23</sup> a.g.e., s.23

çevresi, dinsel grup, siyasi parti...- durumuna uygun olmalıdır. <sup>24</sup> Bize ulaşan herhangi bir bildirim , bizim ve içinde bulunduğumuz grubun benimsemiş olduğu tutum ve davranışlarımızda bir değişiklik yapmamızı telkin ediyorsa eyleme geçmeden önce grubumuzun onayını almamız doğaldır.

İletişimin etkileri değerlendirilecek olursa bildirim anlama kalıplarına, tutum ve değerlere, amaçlara uygun olması durumunda başarı sağlanabileceği söylenebilir. Başka bir ifadeyle , kurulmak istenen yapıyı o anda var olanın üstüne kurmaya çalışmak yapılacak en iyi şeydir.

Televizyon varlığından önceki ilgi alanlarımızdan bir kısmının ortadan kalkmasına neden olmuş, bir kısmının ise değişmesine yol açmış ve olumlu , olumsuz tüm yönleriyle etkinliğini giderek sürdürmüştür. <sup>25</sup> Kendisinden önce var olan iletişim ve eğlence ortamlarının tümünde, aile yaşantısı ve kültürel yaşantının bazı biçimlerinde, birbirimizle ve dünyayla olan ilişkilerimizde değişikliklere yol açmıştır. Yapısı ve kullanımı dolayısıyla kitleleri edilgenliğe itmiş, insanın doğasında varolan psikolojik ve kültürel yetmezliği çoğaltmış , tüketim ekonomisini körüklemiştir. Televizyon yayınları sayesinde kişiler haber alma, eğlence, öğrenim ve kültür ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Ancak , ortaya çıkan etkilenme izleyenlerin eğitim ve kültür düzeylerine ve izleme durumlarına bağlı olarak toplumdaki farklılıkları göstermektedir. <sup>26</sup>

Televizyonun izleyiciler üzerindeki etkileri; ruhsal ve bedensel etkiler ile toplumsal etkiler olmak üzere iki başlık altında incelenebilir. Sürekli televizyon izlemenin göz bozulması, mide bulantısı, baş dönmesi, sinirsel yorgunluklar gibi olumsuz bedensel etkileri olduğu saptanmıştır. Bunun yanında, televizyondaki görüntü unsuru dolayısıyla televizyon izleyicisinin hayal gücünü geliştirme olanağı, anlatım dili ortalama izleyicinin

---

<sup>24</sup> a.g.e., s.24.

<sup>25</sup> a.g.e., s.34.

<sup>26</sup> a.g.e., s.35.

kolaylıkla anlayabileceği biçimde düzenlendiği için çok sınırlıdır. Bu da izleyicide edilgenliğe, zihinsel tembelliğe, dikkat azalmasına yol açmaktadır.<sup>27</sup>

Konuyla ilgili küçük bir Fransız köyünde yapılan araştırmada ortaya çarpıcı sonuçlar çıkmıştır. Geleneklere göre bu köyde sık sık şöenler düzenlenir , bu şöenler sırasında köylüler hayal güçlerini kullanarak türküler söyler, birlikte halılar dokur, tahtadan çeşitli süs eşyaları yaparlarmış. Televizyon köye girdikten sonra köylüler geç saatlere kadar televizyon izlemeye, pasif, hareketsiz, mutsuz bir yaşam sürmeye başlamış, yüzyıllardır süregelen gelenekleri de yavaş yavaş ortadan kalkmıştır. Bu örnekten yola çıkarak televizyonun yerel kültürü yıktığı ve genel kültür düzeyini düşürdüğü iddiaları televizyonun toplumsal etkileri konusunda çok sık öne sürülen iddialardır.

### 1.3. Televizyon Programı Yapım Süreci

Yayıncılığın benzersiz özelliği, iletişimin olağan sosyal gelişime açık olmasıdır.<sup>28</sup> Yayıncılık, insanları resmi otoritenin yörüngesine getirecek özel bir eğitim gerektirmez. Eğer yakın çevremizdeki insanları izleyip dinleyebiliyorsak , televizyonu da izleyip dinleyebiliriz. Televizyonun yaygın çekiciliği bu aracısız erişim duygusundan kaynaklanır. Bize sunulan bir alıcı ve düğmeden oluşan televizyondur. Biz onu açabilir, kapatabilir ya da aldığımız istasyonları değiştirebiliriz.

Televizyon, dramatik bir araçtır çünkü aktardığı şeylerin büyük kısmı oyuncuların daha önceden hazırlanarak sunduğu kurgusal malzemelerden oluşan ve oyunun konusunu, konuşmaları, karakterleri, kostümleri kısaca dramatik ifade araçlarının hepsini kullanan geleneksel drama biçimindedir.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> a.g.e., s.36.

<sup>28</sup> Raymond Williams, **Televizyon Teknoloji ve Kültürel Biçim**, Ahmet Ulvi Türkbağ (çev.), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2003, s.109.

<sup>29</sup> Martin Esslin, **Televizyon Beyaz Camın Arkası**, Murat Çiftkaya(çev.), Pınar Yayınları, İstanbul , 1991, s.14.

Televizyon iki anlamda dramatikleştirmeye başvurmaktadır: <sup>30</sup> İlki, televizyonun bir olayı sahneye koyması, görüntülemesi; ikinci olarak da , görüntülediği olayın önemini, dramatik ve trajik niteliğini abartmasıdır. Burada sorulması gereken; gerçekte önem taşıyanın olay mı yoksa olayın hikaye edilme biçimi mi olduğudur.

Program sözcüğünün kökenine bakacak olursak, kelimenin geleneksel temeli tiyatrodan ve müzikalde bulunmaktadır. Yayıncılık hizmeti yaygınlaştıkça, artan düzenlemelerle program, zamanlanmış bir birimler dizisi haline gelmiştir. <sup>31</sup> Her bir birim ayrıca düşünülebilir olmuştur ve programcılık çalışması bu birimlerin dizimsel bir toplamıdır.

ABD’de iletişim alanını düzenleyen FCC ( Federal İletişim Komisyonu), televizyon programlarını şu şekilde sınıflandırmıştır:<sup>32</sup>

1. Tarım programları
2. Eğlence programları
3. Haberler
4. Kamusal konular
5. Din programları
6. Eğitim programları
7. Spor programları

---

<sup>30</sup> Erol Mutlu, **Televizyon ve Toplum**, TRT Kurumu Yayınları, Ankara, 1999, s.146.

<sup>31</sup> Williams, **ön.ver.**, 73

<sup>32</sup> Kars, **ön.ver.**, s. 26.

## 8. Diğer programlar

İngiliz yayın kuruluğu BBC ise televizyon programlarını şöyle kategorize etmektedir:<sup>33</sup>

1. Haberler ve kamusal konular

2. Magazin ve belgeseller

3. Eğitim

4. Sanat ve müzik

5. Çocuk programları

6. Dramalar

7. Filmler

8. Eğlence programları

9. Spor

10. Din programları

11. Program tanıtımları

12. Reklamlar

---

<sup>33</sup> **a.g.e.**, s.27.

Avrupa Yayın Birliği (EBU) ise ESKORT adlı bir sistem geliştirerek programları sekiz ana sınıfa ayırmış, her ana konuya bir kod numarası vererek her konu başlığını alt başlıklarla ayrıntılandırmıştır: <sup>34</sup>1.0.0.0 Kamusal konular, 2.0.0.0 Bilim ve insanlık, 3.0.0.0 M¼zik,drama,g¼zel sanatlar, 4.0.0.0 Yaşam felsefesi, 5.0.0.0 Spor, 6.0.0.0 Boş zaman ve hobiler, 7.0.0.0 Eğence, folklor ve insan odaklı programlar, 8.0.0.0 Karışık konular, 9.0.0.0 Diğer konular.

TRT ‘nin sınıflandırması ise;

- Haber b¼lteni ve haber programları
- Spor programları
- Eğitim, k¼lt¼r programları
- Dramalar
- Belgeseller
- M¼zik programları
- Eğence programları
- Çocuk programları
- Yarışma programları

---

<sup>34</sup> a.g.e., s.28.

- Reklam programları şeklindedir.

Raymond Williams, aşağıdaki kategorileri geleneksel olarak nitelendirmiştir: <sup>35</sup>

- Haberler ve kamusal olaylar
- Filmler ve belgeseller
- Eğitim
- Sanat ve m¼zik
- Çocuk programları
- Drama
- Filmler
- Genel eğlence
- Spor
- Dini yayınlar
- Tanıtım
- Reklamlar

---

<sup>35</sup> Williams, **ön.ver.** , s.66.

## *Haberler*

Yapımcıların tüm programlar içerisinde en çok üzerinde durdukları program türü haber programlarıdır.<sup>36</sup> Özellikle, süresi açısından akşam haberleri, tüm aile bireylerinin bir araya geldiği saatlerde yayınlanır ve izlenme oranının en yüksek olduğu programlarının başında yer alır. Haberler, en çok satan üründür.

Medya tarafından insanların her gün özeline taşınan felaket, cinayet, toplu ölüm haberleri şiddetin sıradanlaşmasına, bu da insanların duyarlılıklarını yitirmesine, insanın insana karşı yabancılaşmasına neden olmaktadır. Özellikle dizi ve yabancı filmlerde eğlenceli bir oyun gibi yer verilen şiddet, seks ve saldırganlık temaları insanların bu yönde eğilimlerinin artmasına neden olmaktadır. Dizi ve yabancı filmlerde hayat, gerçek olmayan fantastik bir eğlence, bir oyun gibi sunulmaktadır. Bu da insanların hayatın gerçekliğine yabancılaşmasına neden olmaktadır.

Haber programlarında, insanların yaşadıkları olayları müzik ve diğer tekniklerle dramatize etme, gözyaşları içeren görüntülerin sıkça kullanılması, acıma duygusu verme bilinçli bir planlamanın sonucudur.<sup>37</sup>

Televizyon ekranı hem bir çerçeve hem bir sahnedir. Sunucunun okuduğu haber unutulsa bile karakteri, çizdiği televizyon kişiliği izleyenlerin aklında kalacaktır. Haberler akşamdan akşama değişse bile sunucunun karakteri insanların zihninde yer etmektedir.<sup>38</sup>

Televizyon haberlerinde gerçek olaylar yayınlanmaktadır. Fakat bir olay ne kadar gerçek olursa olsun, bu gerçeklik ekrana gelene kadar çeşitli aşamalardan geçmekte, dramatik vasıflarına vurgu yapılacak şekilde edite edilmektedir.

---

<sup>36</sup> Tahir Karaboğa, “**Bir Kitle İletişimsizlik Aracı Olarak Televizyon**”, <http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=3192> (10.3.2006) , s. 1-10.

<sup>37</sup> **a.g.e.**

<sup>38</sup> Esslin, **ön.ver.** , s.16.

Aynı durum televizyondaki diğer gerçek olayların yayınlanması için de geçerlidir. Siyasetçilerin konuşmaları ve tanınmış bir ismin basın toplantısı ya da onunla yapılan bir mülakat çerçevelenmekte, sahneye konulmaktadır. Büyük adam veya kadınların yüzlerine makyaj yapılmakta, arkaplan seçilmekte veya düzenlenmekte, giysiler özenle seçilmekte ve televizyona çıkarılan bölümler montajlanmakta, canlı yayınsa yakın çekim, uzak çekim, misafir ve mülakatçının karşılıklı çekimleriyle dramatik biçimde yapılandırılmaktadır. Sonuç, dramatik bir gösterimdir ki kaydedildiğinden sonsuz kere tekrarlanabilir.

### ***Reklamlar***

Haberler gibi ön plana çıkan bir başka program türü de reklamlardır. Tüm programları bir reklam türü olarak düşünmek de mümkün olsa da reklamlar en özel kategoridir. Reklamın temel amacı, ürünlerin tanıtılması ve tüketimine yönelik talebin artırılmasıdır. Reklamcılar, hedef kitlenin demografik ve psikografik özelliklerini (yaş, cinsiyet, meslek, sosyo ekonomik konum, ilgi, harekete geçme sebepleri vs.) gibi ölçütlerle, kategorilere ayırarak, stratejik ürün mesajını, tüketiciye ulaşabilmesi için reklam yayın saatlerini belirlerler. Kaçış ve özdeşleşme yoluyla eğlence , basitçe kişinin psikolojisiyle değil propaganda ve reklamın devreye girdiği yönlendirme faktörü ile ilgili olmuştur.<sup>39</sup>

Çağımızın en çarpıcı sanat biçimlerinden biri olan televizyon reklamlarının çoğu açıkça sahnelenen mini dramalar haline gelmiştir.<sup>40</sup> Reklamcılar tüketici kitlenin dikkatini çekmek için dil, gelenek, görenek, milli ve dini duygular, otantik değerler, cinsel ahlaki, karşı ahlaki değerler gibi kültürün tüm unsurlarından tüketimi koşullamak üzere yararlanırlar.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Kejanlıoğlu, **ön.ver.**, s.231.

<sup>40</sup> Esslin, **ön.ver.**, s.10.

<sup>41</sup> Kejanlıoğlu, **ön.ver.**

Fromm'un ifadesiyle insanlar adeta sadece sahip olduklarıyla var olacakları, aksi halde bir hiç olacakları düşüncesine itilmektedirler.<sup>42</sup> Reklamlar bu görüşü adeta pekiştirmekte, insanları sürekli daha fazlasını istemeye yönlendirmektedirler. Kapferer'e göre, reklamların başında ve sonunda yer alan kısa görüntü ve müzik, masalların başlangıç ve sonuç cümlelerinin görevini üstlenmektedir. Böylece, çocuklar da reklamların sadık birer izleyicisi haline gelmişlerdir.<sup>43</sup>

### ***Televizyon Filmleri***

Televizyonların vazgeçemediği program türlerinden biri filmlerdir. Örneğin tüm dünyaya Amerika halkının yaşam tarzını, zenginliğini, değerlerinin yüceliğini, özgürlükçülüğünü, askeri gücünün büyüklüğünü vurgulayıp, ön plana çıkaran Hollywood filmleri, insanların tüketime olan taleplerinin artmasında yeni tüketim alışkanlıkları ve davranış kalıpları geliştirdiğinden, büyük ekonomik bir sektör oluşturmaktadır.

### ***Spor Programları***

Karşılaşmaların sonuçlarının belli olmayışı ve akışın tamamen doğal olması açısından spor programları gerçektir. Aynı zamanda önemli miktarda sahneleme içerir. Zira önceden beklenen ve planlanan bir olaydır. Çeşitli kameralar yayın sırasında önemli noktalara yerleştirilir, yönetmen çeşitli açıları ve çekimler kullanır.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Erich Fromm, **Sahip Olmak Ya da Olmak**, Arıtan Yayınevi, İstanbul , 1994, s. 62.

<sup>43</sup> Jean Noel Kapferer, **Çocuk ve Reklam**, Şermin Önder(çev.), Afa Yayınları, İstanbul , 1991, s.75.

<sup>44</sup> Esslin, **ön.ver.**, s.19.

### ***Sohbet Programları***

Bir dereceye kadar öngörülemeyen gerçeklik içermekle birlikte standartlaşmış bir yapısı vardır. Önceden hazırlanmış dramatik unsurlar içerir ve popüler tiyatrunun eski biçimlerinden güldürü, balad ve müzikhol geleneğinden gelen özel programlara daha yakın bir gösteri çeşididir.

### ***Bilgi Yarışmaları***

Hem spor programlarının hem de sohbet programlarının unsurlarını bir araya getirir. Önceden tespit edilen bir işleyişleri vardır. Sunucu, dikkatlice hazırlanmış bir rolü oynayan bir aktördür.<sup>45</sup>

Televizyon bütün dramalarda olduğu gibi şiddet sahneleri de dahil en büyük görsel ve duygusal etkiye sahip önemli sahnelerle faaliyetlerini yoğunlaştırır ve pekiştirir, bu arada görsel dramayı yavaşlatan veya kaldıran malzemeleri görmezden gelir.<sup>46</sup>

Örneğin, istatistikler dramatik dışıdır. İster bir sunucu tarafından dile getirilsin ister diyaframlar veya hareketli grafikler biçiminde gösterilsin, büyük sayılar soyut kalacak ve duygusal etkiden mahrum olacaktır.<sup>47</sup> Oysa, örneğin tek bir aç çocuğun görüntüsü – bu çocuğun açlığın pençesindeki binlerce kurbandan birisi olup olmadığına bakılmaksızın- büyük bir duygusal etki yaratacaktır.

En büyük görsel heyecanı ve dramayı vadeden konularla, uzun dönemde taşıdıkları anlam açısından daha önemli olan fakat çok az görsel ve dramatik etkiye sahip hikayeler oldukça keyfi şekilde seçilecek, ikinciler çok daha az ilgi çekeceklerdir.

---

<sup>45</sup> a.g.e., s.20.

<sup>46</sup> a.g.e., s.56.

<sup>47</sup> a.g.e., s.57.

Dramatik eğlencenin izleyiciye sağladığı psikolojik faydalar sıralanacak olursa; zamanın nasıl geçtiğini unutturan meraklı heyecan, tehlikeyle ve az ilerideki felaketle yüz yüze olan karakterlerin yerine kişinin kendisini koymasından doğan heyecanlar, iyunin kötüye karşı elde ettiği galibiyet sonucundaki ferahlama sayılabilir.<sup>48</sup>

Güzel duyguların boşalmayı sağlayan etkisi de önemlidir: Vatanseverlik gururu, dini yücelme, mutlu ve birbirini seven bir çiftin birleşmesinin verdiği haz, ayrı düşmelerle duyulan tatlı üzüntü... Bir diğeri keyfe, kahkahaya, hafiflemeye duyulan arzudur. Bunlar bir eğlence aracının değerlendirilmesinde kullanılacak kıstaslardır. Bu yüzden farklı bir hedefi gözleyen, yani gerçek dünya hakkında bilgi vermek isteyen programlardaki unsurlar, o büyük eğlence paketindeki başka bir unsur olarak algılanıyorsa kaçınılmaz olarak onlar da aynı kıstasla değerlendirileceklerdir, yani başarılı bir haber yayını heyecan, yoğun duygu ve eğlence içeren bir yayın olmalıdır.

#### **1.4. Yapım / Program Ekibi**

Bir televizyon programının yapım aşamaları şöyle sıralanabilir:<sup>49</sup>

1. Özgün ve ilginç bir fikirle programa başlamak.
2. Gerçekleşme olasılığı olan bir fikir öne sürmek, bunun için ön araştırma yapmak.
3. Program türünün, çekim mekanının, vb. genel özelliklerin görülebilmesi için kabaca bir taslak hazırlamak.
4. Program hesap giderlerini hesaplamak

---

<sup>48</sup> a.g.e., s.59.

<sup>49</sup> Cereci, **ön.ver.**, s.108.

5. Yetkili kişilerin bütçe, zaman, teknik olanaklar gibi konulardaki yaklaşımını öğrenmek.
6. Araştırma sonuçlarını değerlendirmek.
7. Prova odaları, stüdyo ekibi, program ekibi ve planlama grubu, gerekli yardımcı cihazlar, seslendirme olanakları ve oyuncular konusunda yer ayırtmalarını yapmak.
8. Çekim stüdyo dışında yapılacaksa, çekim mekanını gezmek, oradaki gerekli ön hazırlıkları ve düzenlemeleri yapmak, çekim senaryosunu hazırlamak. (s. 109)
9. Işık, ses ve mercek gibi konulardaki gereksinimler ve istekleri film ekibine önceden bildirmek.
10. Dekoratörle görüşmek ve set konusunda anlaşmaya varmak.
11. Müzik, ses efektleri, fotoğraf gibi öğeleri , açılış ve kapanış sahnelerini, arşiv görüntülerini düşünmek.
12. Programın tam metnini ortaya koymak, mümkünse kameralı prova yapmak.
13. Kaydedilmiş programlar için kurgu ve seslendirme yapmak.

### ***Yönetmen***

Herhangi bir görüntünün kaydedilmesi sırasında, meslek gruplarına senaryonun genel ve o sahnedeki durumuna göre kendi yorumunu katarak bir reji toplantısı ile yaratmak istediği atmosferi tam olarak anlatması gerekmektedir.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Yönetmen İle Işık Koordinasyonu, <http://www.kameraarkasi.org/light/koordinasyon/yonetmen.html> (3.3.2007)

Görüntü yönetmeni ve ışık yönetmeni bu bilgileri aldıktan sonra teknik hazırlıkları tamamlar, yönetmen isteği olan atmosferi yakalamadan kayda girmez. Yönetmenin bu isteklerini görüntü ve ışık yönetmenine anlatabilmesi için ışık ile ilgili teknik bilgisinin olması gerekir.

Yönetmenin ışık bilgisi iki şekilde önem kazanır. Bazı çalışmalarda ışık ön plana çıkar. Özellikle, senaryo gece veya karanlık ortamlarda gerçekleşmek zorunda ise, korku filmleri gibi ışığa dayalı çalışmalarda iyi bir ışık bilgisi ve tecrübeli bir ışık ekibi gerekmektedir. Yönetmenin bu tip filmlerde çalışmış tecrübeli bir ışık ekibi seçmesi gerekir.

Çalışma başlamadan önce ışık malzemelerinin tespit edilerek yapımcı ve ışık şefinin bunları sağlaması için senaryonun büyük ve önemli sahne veya planları hakkında bilgi vermesi gerekmektedir. Kameranın göreceği büyük alanları veya gereken ışık efektlerini önceden belirlemesi ve bunları ışık şefiyle görüşmesi gerekir. Çalışma başladıktan sonra ise yönetmenin sahne ve plan koordinasyonlarını önceden belirlemesi, mekanları önceden planlayıp ışık şefine önceden bu çalışma planını vermesi gerekmektedir.

Ortamımızdaki nesnelere, simgeleri, olayları algılamamız iki tür etmene bağlıdır:<sup>51</sup> Yapısal etmenler ve işlevsel etmenler. Yapısal etmenlere göre, insan sinir sisteminden gelen uyarıları önce sinirsel sistemin tepkileri, yanıtları ile algılar. Bunlar, kişinin ussal yapısının süzgecinden geçerek fiziksel uyarılar olmaktan çıkarak bilişsel düzeyde yanıtlanacak biçimde algılanıp anlamlandırılır.

Uyarılardan ve kişinin duyumsal yapısından başka uyarıların duyumsandığı anda insanın içinde bulunduğu gereksinimler, o andaki ruhsal durumu, anıları, deneyimleri, denem-bilgileri de algılarını etkiler. Bunlar da algılamamızın işlevsel etmenleridir.

Yönetmen, gösterdiği görüntülerin nasıl algılanmasını isterse, izleyicinin öyle algılamasını sağlayabilir. Çünkü insanlar gördükleri görüntüleri gerçek biçimleriyle değil,

---

<sup>51</sup> Ünsal Oskay, **İletişimin ABC'si**, Der Yayınları, İstanbul , 2001, s. 57.

görmek istedikleri gibi ya da kendilerine gösterilmek istenen gibi algılarlar. Bir yönetmen de isterse bir taş kuş, bir ağaç kütüğünü insan, bir gölgeyi ev olarak gösterebilir. İzleyici buna inanmaya hazırdır.<sup>52</sup>

### ***Sanat Yönetmeni***

Sanat yönetmeni, kaydedilecek görüntünün içindeki bütün yardımcı cisimlerin, senaryoda bulunan unsurlara uymasını sağlar.<sup>53</sup> Bu unsurlar duvardaki tabloda masaya, aksesuarlara ve senaryoda geçen bir kol saatine kadar büyük bir çalışmayı gerektirir. Ancak bu aksesuarların senaryoya uyması kadar teknik şartlara da uyması gerekmektedir. Bir tablonun üzerindeki parlama, masa örtüsünün rengi, yakın planlarda gözlük camının yansımaları, kostüm renklerinin uyumu sanat yönetmeni tarafından denetlenmelidir.

Önceden yapılacak bu çalışma çekim sırasında kolaylık sağlayacağı gibi görüntü kalitesine ve kontrastlık oranına doğrudan etki edecektir. Sanat yönetmenin, görüntü ve ışık yönetmeni ile ortak çalışması gerekir. Çalışmaya başlamadan önce kamera açılarını ve ışık malzemelerinin yerini bilmesi doğru olur.

### ***Görüntü Yönetmeni***

Görüntü yönetmeni, kaydedilen görüntüyü her yönü ile inceleyen, teknik olarak senaryoya uymasını ve hataların minimum seviyede olmasını sağlayan, yönetmenin senaryoya dair isteklerini teknik olarak yorumlayan görevlidir ve ışıktan doğrudan sorumludur. Tecrübesi diğer meslek gruplarının çalışmalarını bilmesi, kullanılan malzemelerin teknik özelliklerini bilmesi ve bu bilgilerini uygulama fırsatı bulması ile ilgilidir.

---

<sup>52</sup> Cereci, **ön.ver.**, s.51.

<sup>53</sup> Görüntü Yönetmeni, [www.kameraarkasi.org/light/koordinasyon/goruntuyonetmeni.html](http://www.kameraarkasi.org/light/koordinasyon/goruntuyonetmeni.html) - 3k - (5.3.2007)

Diyafraam, ışık Őiddetleri, kontrastlık oranları, renk ısıları ve diğer kaydedilecek görüntüye etki edebilecek makyaj, set malzemeleri, kostüm renkleri gibi unsurları ışığa göre yorumlayarak ışık Şefine gerekli bilgileri verir. Işık yapımı sırasında bizzat bulunarak, fikirlerini söyler, sonuca etki edecek unsurları denetler. Görüntünün üç boyutlu gibi görünmesi ışık ile saklanacak hatalar, izleyenin görmesi veya görmemesi gereken unsurlar, görüntünün kalitesini oluşturacak her unsur kendisinin ve ışık yönetmeninin sorumluluğundadır.

### 3. BÖLÜM

## İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI

### 1. KİTLE İLETİŞİM TEORİLERİYLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Kitle iletişim araçları düzenli yayınlar ile ürettikleri içeriklere (mesajlara) yönelik bir talep yaratmaktadırlar. Talep , ürünün bir gereksinime dönüşmesiyle yaratılır. Karmaşıklaşan bir toplumda birey için bir radar işlevi kazanan haber ve bilgi toplumsal bir gereksinim haline gelmiştir. <sup>54</sup> Kitle iletişim araçlarının özellikle az gelişmiş toplumlarda 3 temel görevi yerine getirme olanağı vardır:<sup>55</sup>

1.Toplumun ufkunu gözetlemek: Toplumun gitmediği, görmediği yerler ve konular hakkında bilgi vererek dolaysız yaşam ile gelişen insan bilgisinin, dolaylı yaşam deneyimleri ile gelişmesini sağlar.

2. Dikkati odaklaştırmak: Toplumdaki tehlikeler, olanaklar ve olaylar hakkında farklı kaynaklara kulak veren geleneksel toplumun kitle haberleşmesine yönelmesini sağlar.

3. Halkın yenileşmeden yana yeni tutumlar kazanmasını sağlamak; yeni fikirlere, yeni mallara, yeni bir hayat tarzına karşı istek yaratmak, ulusal kalkınmaya yardım etmek.

---

<sup>54</sup> A. Raşit Kaya, **Kitle İletişim Sistemleri**, Teori Yayınları, Ankara, 1985, s. 12.

<sup>55</sup> Ünsal Oskay, **Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon Geri Kalmışlık Açısından Olanaklar ve Sınırlar**, Sevinç Matbaası, Ankara, 1971, s. 71.

“MacBride Raporu” olarak da bilinen “Many Voices, One World” adlı raporda ise, kitle iletişiminin işlevleri şöyle sıralanmaktadır : <sup>56</sup>

1. Haber ve *Bilgi Verme*: Bireysel, toplumsal ve uluslararası durumları anlamaya gereken ölçüde haber, bilgi ve görüşleri toplayıp, uygun tartışma ortamına sunmak,
2. *Toplumsallaştırma*: Bireylerin toplum yaşamına etkin olarak katılmalarını sağlamak üzere ortak bilgi ve düşüncelerin oluşumuna yardımcı olmak,
3. *Güdüleme*: Bireysel isteklerle birlikte toplumun kısa ve uzun dönemli hedeflerini iletirmek, toplumsal hedefler için bireyleri ortak eylemler için harekete geçirmek, uyarmak,
4. *Tartışma*: Halkı ilgilendiren bölgesel, ulusal ve uluslararası sorunları aydınlatmak üzere gerekli bilgiyi sunarak tartışma ortamı sağlamak,
5. *Eğitim*: Günlük yaşamda kullanılacak becerileri ve entelektüel gelişimi sağlayacak bilgileri aktarmak,
6. *Kültürel Gelişme*: Yaratma gücünü ve estetik gereksinimleri uyanık tutarak kültürel ve sanatsal çalışmalarını desteklemek,
7. *Eğlence*: Kişisel ve kolektif yaratıcılığa yönelik drama, dans, edebiyat ve spor olaylarını yaymak,
8. *Katılma*: Bireylere, gruplara ve ülkelere birbirlerinin görüş açılarını ve isteklerini tanımalarına yardımcı olacak çeşitli mesajları iletme.

---

<sup>56</sup> Denis Mc Quail, **Mass Communication Theory**, Sage Publications, USA, 1983, s. 76.

Kitle iletişim teorileriyle ilgili araştırmalar genelde üç ana döneme ayrılarak incelenmektedir.<sup>57</sup>

### 1. 1. Güçlü Etkiler Dönemi

1930'ların sonuna kadar süren araştırmalarda, iletişim araçları görüş ve inançları biçimlendiren, yaşam alışkanlıklarını değiştiren, davranışların yönlendirilmesinde etkin olan, hatta siyasal sistemleri belirleyen önemli bir güç olarak değerlendirilmekteydi.<sup>58</sup> İletişim araçlarının bu denli güçlü olduğu varsayımı reklamcılar, propaganda görevlileri, gazete sahipleri arasında destek bulmuştur.

Güçlü etkiler modeli için deneysel kanıtlama çalışmaları yapılmıştır.<sup>59</sup> “Tartışmalı Bir Konuda Kanaat Değiştiriminde Tek Yanlı Sunuma Karşı İki Yanlı Sunumun Etkisi “ bunlara bir örnektir.

Dönemin gelişmeleri incelendiğinde kitle toplumunun ortaya çıkması, 1. Dünya Savaşı'nın ortaya çıkardığı gelişmeler, totaliter rejimlerin yükselişı olmak üzere üç önemli olgu göze çarpmaktadır.<sup>60</sup>

1910-1940 yılları arasındaki süreci kapsayan bu dönem içerisinde yapılan araştırmaların sonucu olarak sosyologlar iletişim araçlarının etkilerini “sihirli mermi” ya da hipodermik iğne” kuramı ile açıklamışlar, iletilerin hedef kitleyi oluşturan bireyleri tıpkı bir mermi ya da iğne gibi etkilediğini ifade etmişlerdir.

Bu anlayışın arkasında iki ana düşünce bulunmaktadır:<sup>61</sup>

---

<sup>57</sup> Metin Işık, **Kitle İletişim Teorilerine Giriş**, Eğitim Kitabevi, Konya, 2005, s. 26.

<sup>58</sup> Türkoğlu, **Toplumsal ön.ver.**, s.102.

<sup>59</sup> **a.g.e.**, s.104 .

<sup>60</sup> Işık, **ön.ver.**

<sup>61</sup> Denis McQuail ve Sven Windahl, **İletişim Modelleri Kitle İletişim Çalışmalarında**, Konca Yumlu (çev.), İmge Kitabevi , Ankara, 2005, s. 80.

1. Toplumsal bağ ve baskılarla bir parça ezilmiş, kişisel çıkarlarına göre hareket eden, görece atomize olmuş bireylerden oluşan bir modern toplum imajı,
2. Kitle iletişim araçlarını ister kamu ister özel olsun güçlü kurumların amaçları doğrultusunda davranışları etkileyen kampanyalar olarak gören baskın görüş.

## 1.2.Sınırlı Ekiler Dönemi

Bu dönemde yapılan etki araştırması sonucu kitle iletişim araçlarının sanıldığı kadar güçlü etkileri olmadığı tespit edilmiştir. İki aşamalı akış kuramı geliştirilerek kanaat önderliği kavramı literatüre sokulmuştur.<sup>62</sup>

Lazarsfeld'in iki aşamalı akış kavramı bir toplumda kitle iletişim araçlarının hedef aldığı bireyleri doğrudan değil, bu bireylerin üyesi buldukları gruplardaki kanaat önderleri yoluyla etkilediğini anlatmaktadır.<sup>63</sup>

Sınırlı etkiler modeline göre kitle iletişim araçları var olan tavır ve davranışları pekiştiriyordu; çünkü izleyiciler dikkat, seçici anımsama ve seçici algılama gibi çeşitli savunma stratejileri kullanarak kendilerini çatışmacı mesajlardan koruyorlardı.

İki aşamalı kitle iletişim ve kişisel etki modeli esasında ilk kez bir seçim kampanyasında , ABD 1940 Başkanlık seçiminde, kitle iletişiminin etkilerini ele alan bir çalışmadan sonra ortaya çıkmıştır.<sup>64</sup> İki aşamalı akış modelinin klasik cümlesi şudur: “ Fikirler çoğu kez radyo ve basından fikir öncülerine, oradan da nüfusun daha az etkin bölümüne akar.”

Bu modelin temel varsayımları şunlardır:

---

<sup>62</sup> Işık, **ön.ver.**, s.29.

<sup>63</sup> Türkoğlu, **Toplumsal ön.ver.**, s.104.

<sup>64</sup> McQuail ve Windahl, **ön.ver.**, s.83.

1. Bireyler izole edilmiş toplumsal canlılar değil, diğer insanlarla etkileşimde bulunan toplumsal grupların üyeleridir.
2. Kitle iletişim gönderisine tepki ve cevap anında ve doğrudan olmaz, bunlar toplumsal ilişkiler aracılığıyla aktarılır ve bunlar tarafından etkilenir.
3. Alımlama ve ilgi ile etki ve enformasyon girişimini kabul etme veya reddetme şeklinde cevap vermektten oluşan iki süreç vardır. Ne alımlama cevap vermeye ne de alımlamama cevap vermemeye eşittir.
4. Kitle iletişim kampanyaları karşısında bireyler eşit değildir, fakat iletişim süreci içinde farklı rolleri vardır. Kitle iletişim araçlarından fikirler alıp onları aktarmada etkin olanlar ile rehberleri olarak daha çok diğer kişisel ilişkilere dayananlar olarak ayrılabilirler.
5. Fikir öncüleri, kitle iletişimini daha çok kullanmalarıyla, daha yüksek düzeylerde toplumsal olmalarıyla, diğerleri üzerinde etkili olduklarının farkında olmalarıyla kaynak ve rehber rolü üstlenmeleriyle ötekilerden ayırt edilirler.

Özetle bu modele göre, kitle iletişim toplumsal bir boşluk içinde görev yapmaz, fazlasıyla karmaşık toplumsal ilişkiler ağına girdi sağlar ve düşünce, bilgi ve güç kaynaklarıyla rekabet eder.

### **1.3.Güçlü Etkilere Geri Dönüş**

1970’li yıllarda teknolojik gelişmelerle birlikte televizyonun yaygınlaşmasının da etkisiyle kitle iletişim araçlarının güçlü etkiler oluşturduğu yönündeki görüşler yeniden

ağırlık kazanmıştır. <sup>65</sup> Araçların birey ve toplum üzerinde dolaylı ve uzun vadeli etkilere yol açtığı şeklindeki görüşler taraftar bulmaya başlamıştır.

## 2. KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR VE MEDYA ETKİ TEORİLERİ

Sosyal bilimlerde Kültürel Çalışmalar yaklaşımı köken olarak 1930'larda oluşan Frankfurt Okulu'na kadar uzanmakla birlikte, kültür temelli analizler özellikle 1980'li ve 1990'lı yıllarda artmıştır. <sup>66</sup>

İngiliz Kültürel Çalışmaları ve Hall, kültürü toplumsal üretim ve yeniden üretim kuramına oturtur ve hakimiyet ve direnç yapıları üstünde durur. Postmodern çalışmalar ise izleyici ve onun medya metinlerini alımlaması üstünde durur. Özne kökenli bu yaklaşımlar, anlamın izleyici tarafından yaratılmasının altını çizer. Bu yaklaşım içinde özne; dil ve söylem içinde oluşan, değişen, dönüşen, sürekli yapılaşma halini yansıtan bir kategori olarak ele alınmış ve her türlü özdenici açıklamalardan kaçınılmıştır.

Hall'a göre medya, iletilerin üretilmesi için toplumsal, ekonomik ve teknik olarak örgütlenmiş aygıtlar toplamıdır. Sembolik iletilerin üretimi, geniş bir şekilde anlam ileten göstergeler sistemi olarak anlaşılan dilin aktarımından geçmeksizin gerçekleştirilemez. Olaylar kendi başlarına anlam iletemez. Olayların, ister gerçek ister kurmaca olsun, anlaşılabilir kılınması için sembolik biçimlere dönüştürülmesi yani kodlanması gerekir. Hall, egemen söylemler içinde kodlanan metinlerin bile, karşı çıkarak ya da tartışılarak okunabileceğini söyler. Bu anlayış, izleyiciyi aktif kabul eden bir anlayıştır.

---

<sup>65</sup> Işık, ön.ver., s.30.

<sup>66</sup> Cinsel İmgelerin Reklamda Kullanımı,

[http://globalmediatr.emu.edu.tr/bahar2006/Lisansustu\\_Calismalari/Anil%20DalCinsel%20\\_gelerin%20Reklamda%20Kulanimi.pdf](http://globalmediatr.emu.edu.tr/bahar2006/Lisansustu_Calismalari/Anil%20DalCinsel%20_gelerin%20Reklamda%20Kulanimi.pdf) (10.01.2007)

Hall televizyon söyleminde olası farklı kod açıklama biçimlerini şu şekilde sıralamıştır:<sup>67</sup>

1. Baskın-egemen durum: Mesajın tam olarak vericinin istediği biçimde alınması.
2. Anlaşılabilir-müzakereli kodlama: Mesaj ya mantıklı yelpazede verilir ya da doğal gibi meşrulaştırılır.
3. Karşıt kod açıklama: İzleyici doğru anlar ve farklı biçimde alternatif referans çerçevesi ile karşılık verir.

Geliştirilen model ve yaklaşımların temel amacı, kitle iletişim araçlarının tutum ve davranışlar üzerindeki etkilerinin ne olduğu sorusuna yanıt bulmaktır. Araştırmacılar, kitle iletişim araçlarının tutum ve davranışlar üzerindeki kısa vadeli etkilerinden uzaklaşarak, bu araçların uzun vadeli etkilerine yönelmeye başlamışlardır. Bunun sebebi, kitle iletişim araçlarının yalnızca uzun vadeli olarak izleyicilerin bilgi ve enformasyon düzeyini etkileyebileceği görüşünün giderek ağırlık kazanmasıdır.<sup>68</sup>

Kültürel çalışmalar ekolünün üyeleri, kitlelerin atomlaşmış bireylerden oluşan , edilgin bir topluluk olduğunu varsayan kitle toplumu kuramının doğruluğunu sorgulamış ve bunu mutlak gerçek olarak kabul etmeyerek sistem içinde tüketicilerin direnme olanaklarını işaret etmiştir.<sup>69</sup>

Program yapımcıları izleyicileri belli anlamları yeğlemeye özendirmek için tüm kodlama beceri , yetenek ve bilgilerini kullanabilirler ama kod açımı edilgin değil, etkin bir

---

<sup>67</sup> Nurçay Türkoğlu, **Görüyorum Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü**, Der Yayınları, İstanbul , 2000, s. 29.

<sup>68</sup> Orhan Gökçe, **İletişim Bilimine Giriş**, Turhan Kitabevi, Ankara, 1998, s. 221.

<sup>69</sup> Metin Işık (Ed.), **Medyada Yeni Yaklaşımlar**, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, 2004, s. 95.

süreç olduğu için bu yeğleme kodlayıcıların iktidarının bir güvencesi değil , bir iktidar girişimidir. Yani kod açımı sırasında izleyicinin pazarlamaya oturacağı bir tekliftir. <sup>70</sup>

## 2. 1. Yetiştirme Teorisi

Gerbner ve arkadaşları, içerik çözümlemesi yöntemiyle yaptıkları araştırmalarla, televizyon gerçekliği ve günlük yaşamın gerçekliğini karşılaştırmışlar ve yetiştirme teorisini ortaya çıkarmışlardır.

Bu araştırmalara göre :

- İzleyici televizyonun yarattığı sembolik çevre içinde ve televizyonda tekrarlanan derslerle yaşar .<sup>71</sup>
- Kitle iletişim araçları, özellikle de televizyon, sembolik bir çevre oluşturarak, bireylerin yetişme ve yaşam biçimleri üzerine etki etmektedir. Buna göre televizyon, bireylerin yetişmelerinde, aile büyükleri, din adamları, öğretmenler vb kadar etkili olmaktadır. <sup>72</sup>
- Televizyon, sürekli tekrarlanan yaygın iletilerle belli bir dünya görüşü sunar. Televizyondaki gerçekliğe halkın ulaşımı zordur. Bu bağlamda televizyon, sermayenin temel amaçlarına hizmet etmektedir. Yani televizyon, kurulmuş olan bir sanayi düzeninin kültürel koludur .<sup>73</sup>
- Televizyon hiçbir zaman toplumu yansıtmamaktadır. <sup>74</sup>

---

<sup>70</sup> a.g.e., s.96.

<sup>71</sup> Orhan Gökçe, **ön.ver.**, s.229.

<sup>72</sup> Işık, **ön.ver.**, s. 85.

<sup>73</sup> Orhan Gökçe, **ön.ver.**, s.231.

<sup>74</sup> a.g.e.

- Televizyon dünyasında erkekler kadınlardan üç kat daha fazla temsil edilmektedir. Gençler ve yaşlılar daha az temsil edilirken; profesyoneller ve kanun adamları (ajanlar, polisler, dedektifler) diğer meslek gruplarından daha fazla temsil edilmektedir. Programlarda sosyal hayattakinin aksine şiddet içeren sahneler oldukça fazladır. <sup>75</sup>
- Televizyon, öykü anlatma işlevini yerine getirirken aynı dersleri tekrar tekrar sunan bir anlatma eğilimi taşır. Bu sebeple televizyon programları yalnız çocuklar üzerinde değil, yetişkinler üzerinde de etkilidir. <sup>76</sup>
- Televizyonda yaratılan gerçek dünya imgesi, izleyicinin zihnindeki gerçek dünya imgesine denk düşmektedir. Yani izleyiciler, gerçek dünya ile, televizyonla oluşturulan gerçeklik dünyasını aynı şekilde görmektedirler. <sup>77</sup>

Gerbner'in yetiştirme teorisine göre, izleyiciler sosyal yaşamla ilgili düşünce ve inançlarını televizyon gerçeği üzerinden yapılandırmaktadırlar. Oysa, televizyon gerçekliği, birçok noktada sosyal gerçeklikten farklıdır. <sup>78</sup>

## 2. 2. Gündem oluşturma Teorisi

Modern toplumlarda kitle iletişim araçları, kamuoyunu oluşturma ve yönlendirme işlevini üstlenmişlerdir. kitle iletişim araçlarının etkileri, konu tespiti ve kamuoyu gündemini oluşturmakla ilgilidir. Yani kitle iletişim araçları, halka ne düşüneceğini değil, ne hakkında düşüneceğini söylemektedir. <sup>79</sup>

---

<sup>75</sup> Işık, **ön.ver.**, s. 865.

<sup>76</sup> **a.g.e.**

<sup>77</sup> Orhan Gökçe, **ön.ver.**, s.232.

<sup>78</sup> **a.g.e.**, s.232.

<sup>79</sup> Orhan Gökçe, **ön.ver.**, s.223.

Buna göre kitle iletişim araçları, haber ve bilgilerin önem sıralamasını belirleyerek toplumun neyi ne kadar bilmesi gerektiğine onlar adına karar vermektedir. Böylece kitle iletişim araçlarının gündemine alarak ağırlık verdiği konuların kamunun da gündemine girdiği ve kamu tarafından önemli olarak algılandığı; kitle iletişim araçlarında yer almayan konuların ise önemsiz olarak nitelendirildiği görülmektedir.<sup>80</sup> Basının ülke ve dünya sorunları hakkında kamuoyuna bilgi sunması, yer verilen bu konuların kamuoyunda bir önceliğe sahip olması sonucunu doğurmuştur.

Mc Combs ve Shaw tarafından ortaya atılan Gündem Oluşturma Teorisi'ne göre basın organları, yani kitle iletişim araçları, siyasal ve aktüel konularda toplumun neyi ne kadar bilmesi gerektiğine karar vermektedirler.<sup>81</sup> Evren o kadar karmaşıktır ki, bunu algılamamız ancak kitle iletişim araçları ile mümkün olmaktadır. kitle iletişim araçları, karmaşık olan evreni en aza ve algılanabilecek bir şekle indirger. En aza indirgeme ise bir seçme sürecinin sonucudur. Zira kitle iletişim araçlarının evrendeki tüm olup biteni yansıtması zaman ve kapasite açısından mümkün değildir. Dolayısıyla kitle iletişim araçları, önemli gördüğü konuları seçer, inceler ve yansıtır.

Kitle iletişim araçları, bazı konuları seçip bazılarını seçmeyerek kamuoyunun gündemini belirlemiş olur.<sup>82</sup> Enformasyon hazırlayıcıları ve sunucuları yani kitle iletişim araçları mensupları, gündemi belirleyen ve geçerli görüşleri tespit eden kişilerdir. Kitle iletişim araçları gündemi belirleyerek, bireylerin evreni algılamalarını şekillendirip yönlendirmektedir.

Gündem oluşturma, her şeyden önce bireylere nasıl düşüneceklerini değil, ne hakkında düşüneceklerini belirtmektedir. Bu süreçte birçok faktör rol oynamaktadır. Bireylerin sosyo-kültürel ve sosyo-demografik özellikleri, yaşı, cinsiyeti, gelir durumu, eğitim seviyesi, siyasal, toplumsal ve ekonomik olaylara duyarlılık düzeyi, okuma ve

---

<sup>80</sup> Işık, **ön.ver.**, s. 74.

<sup>81</sup> **a.g.e.**, 105.

<sup>82</sup> Orhan Gökçe, **ön.ver.**, s.224.

izleme alışkanlıkları gibi değişkenler izleyici tepkilerini oluşturmakta; sonuçta, gündem oluşturma sürecini olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir.<sup>83</sup> Yüksek eğitilmiş kişilerin siyasal bilinci daha üst seviyede olduğundan bu kişilerin yönelim gereksinimleri daha az olmakta ve gündem oluşturma etkisi azalmaktadır. Düşük eğitilmiş kişilerde ise siyasal bilinç düşük olduğundan gündem oluşturma etkisi yüksek eğitimlilere oranla daha fazla olmaktadır.<sup>84</sup>

Basın, belirli olayları gündeme getirmekle kalmamakta, gündeme getirdiği konuların önem sıralamasını da etkilemeye çalışmaktadır. Yüzlerce olay içinden hangisinin gündeme alınacağına gelenekler, teknoloji, genel yayın politikası ve ekonomik faktörler doğrultusunda karar verilmektedir.<sup>85</sup>

Olayın haber olarak seçilip gündeme alınmasının yanı sıra, ele alınış ve sunulmuş biçimi de önem taşımaktadır. Haberin yayınlandığı sayfa ve sütun, seçilen başlık ve spot, haberin sunum biçimi, haberin dili ve sunumdaki vurgulamalar gibi faktörler de gündemi etkilemektedir. Bu açıdan çoğu kez haberin ne olduğu değil nasıl sunulduğu daha fazla önem taşımaktadır.<sup>86</sup> Bu bağlamda kitle iletişim araçları, mesajlarını sunarken yönlendirme amacı taşıyan yöntemlere başvurur. Buna göre;

- Kitle iletişim araçları olayları kendi amaçladığı doğrultuda sunabilmektedir.
- Bazı olaylar önemsenmeyip atlanırken, bazı olaylara da gereğinden fazla önem ve yer verilebilmektedir.
- Kitle iletişim araçları bir olayı güncel olarak önem taşımayan olaylarla ilişkilendirerek farklı yöne çekebilmektedir.

---

<sup>83</sup> Işık, **ön.ver.**, s. 77.

<sup>84</sup> **a.g.e.**, s. 106.

<sup>85</sup> **a.g.e.**, s. 107.

<sup>86</sup> **a.g.e.**, s. 108.

- Bir birey veya az sayıda kişinin görüşü daha fazla kişinin görüşüymüş gibi sunulabilmektedir.
- Kitle iletişim araçları mesajlarında ispatlanamayacak genel ifadeler kullanılabilir.
- Topluma mal olmuş kişiler hakkında küçültücü ya da aşağılayıcı ifade, açıklama veya resimler kullanılabilir.
- Toplumun gören gözü, işiten kulağı, konuşan ağzı konumunda olan kitle iletişim araçları, asıl işlevinden saparak, birtakım çıkar ilişkileri doğrultusunda toplumu yönlendirmeye çalışabilmektedir.
- Politik kimliği olmayan kitle iletişim araçlarının, hükümet ve siyasi partilere bağlanması, sermaye piyasaları ile ilişki içinde olması, eleştirel sorgucu olma vasfından uzaklaşması sonucunu doğurmaktadır.<sup>87</sup>
- Basının haber sunumunda objektiflik ilkesinden giderek uzaklaşması, basına duyulan güvenin giderek azalmasına neden olmaktadır .

### 2.3. Sosyalizasyon Teorisi

Teori, bireylerin sosyalleşme sürecinde iletişim araçlarının rolünü irdelemektedir.<sup>88</sup> Bireyin sosyalleşmesinde büyük rol oynayan aile,din adamları,eğitimciler ve politikacılar gibi kesimlerin , günümüz toplumlarında önceliği iletişim araçlarına kattığı noktasından hareket eden sosyalizasyon teorisi, bireylerin sosyalleşmesinde iletişim araçlarının diğer ajanlardan daha etkili olduğu varsayımına dayanır.

---

<sup>87</sup> a.g.e., s.80.

<sup>88</sup> a.g.e., s. 74.

Yapılan araştırmalara göre, 18 yaşındaki bir genç zamanının büyük kısmını televizyon karşısında geçirmektedir. Bu da kitle iletişim araçlarının bireyin sosyalleşmesine mi asosyalleşmesine mi katkıda bulunduğunu tartışmaya açmaktadır.

#### **2. 4. Eşik Bekçiliği Teorisi**

Kitle iletişim araçlarına her gün değişik kanallardan yüzlerce bilgi ve belge ulaşmaktadır. Hangi olay ve olguların kamuoyuna ulaştırılacağının yanı sıra bunların nasıl kurgulanacağına eşik bekçisi adı verilen yetkililer karar vermektedir.

Bu bağlamda iletişim sürecinde kaynak konumunda bulunan eşik bekçilerinin mesajı, hedef kitlenin algılayabileceği şekilde kurgulamaları gerekmektedir. Eşik bekçileri, reel gerçekleri ; kişilikleri, dünya görüşleri, tercihleri,önsezileri,ahlak ilkeleri,düşünce erevesi gibi etkilerin yanı sıra iletişim kanalının yayın politikası çerçevesinde uygun görülen şekilde hedef kitleye ulaştırmaktadırlar.<sup>89</sup>

#### **2. 5. Pekiştirme Teorisi**

Teori , iki nokta üzerinde odaklanmıştır:

- a) Kitle iletişim araçları, kişisel ilişkilere nazaran bireyleri daha az etkilemektedir.
- b) İletiler, kitle iletişim araçlarından kanaat önderlerine ulaşmakta, oradan da daha az aktif kişilere doğru yol almaktadır.<sup>90</sup>

Buna göre, pekiştirme teorisi ile mesaj almada daha aktif olan ve kitle iletişim araçlarını daha fazla kullanan kanaat önderlerinin , diğer bireyler üzerinde nüfuz veya

---

<sup>89</sup> a.g.e., s. 86.

<sup>90</sup> a.g.e., s. 90.

rehberliğinin söz konusu olduğu belirtilerek,kanaat önderlerinin toplumdaki diğer bireyleri etkilediği ileri sürülmektedir.<sup>91</sup>

### 3.6. Sessizlik-Suskunluk Sarmalı Teorisi

Kuramı geliştiren Alman sosyolog Neumann, kişinin düşüncesi başkalarının ne düşündüğüne ya da başkalarının düşüncesini nasıl algıladığına bağlıdır.<sup>92</sup> Neumann'a göre,

- Toplum sapan bireyleri dışlamakla tehdit etmektedir.
- Bireyler dışlanma korkusu içindedir.
- Bireyler, bu korkudan dolayı kamuoyunu sürekli gözlerler.
- Bu gözlem, bireyin kanaatini ve düşüncelerini açıklayıp açıklamaması sürecine etki eder.

Burada göz ardı edilmemesi gereken nokta , kitle iletişim araçlarının herhangi bir görüşü alıp çoğunluğun görüşü gibi sunma eğilimi gösterebileceği ve toplumu bu yönde manipule edebileceğidir.<sup>93</sup> Bu durum insanların serbestçe düşünmesini ve kamuoyu oluşmasını olumsuz yönde etkileyecektir.

---

<sup>91</sup> a.g.e., s.91.

<sup>92</sup> a.g.e., s.92.

<sup>93</sup> a.g.e., s. 94.

## 2. 7. Kültürel Emperyalizm Teorisi

Teori ,gelişmiş ülkelerin egemen kültür ve değerlerinin kitle iletişim araçları yardımıyla gelişmekte olan diğer ülkelere empoze edildiği varsayımından yola çıkmaktadır. <sup>94</sup>

## 3. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE TOPLUMSALLAŞMA

Toplumların temel bir niteliği varlıklarının süreklilik taşımasıdır. İnsan toplulukları içinde yaşayanların topluluğun varlığını sürdürebilmesi için gerekli ilişkileri yeniden üretmesi, belirli etkinlikleri yinemesi, davranış biçimlerini kuşaktan kuşağa aktarması zorunludur. <sup>95</sup>

Kişi toplumda ya da toplumun çeşitli birimlerinde geçerli değer yargılarını, davranış biçimlerini içselleştirmekte, öğrenmektedir. Kişinin toplumun parçası haline gelmesine sosyal psikolojide toplumsallaşma süreci denmektedir.

Toplumsallaşmanın en temel öğelerinden biri de iletişimdir. Aile, okul, arkadaş çevresi, meslek grupları, kişisel deneyimler ve bu gibi toplumsallaşmanın belli başlı araçları arasında kitle iletişim araçlarının da önemli bir yeri vardır.

Sosyalizasyon teorisine göre, kitle iletişim araçları bireyin tutum, inanç ve değerler sistemine etki ederek , sosyal kimliğin oluşmasında önemli rol oynamaktadırlar. <sup>96</sup>

Bireyin sosyalleşmesine büyük rol oynayan aile, din adamları, eğitimciler ve politikacılar gibi kesimlerin , günümüz toplumlarında önceliği kitle iletişim araçlarına

---

<sup>94</sup> a.g.e., s. 95.

<sup>95</sup> Kaya, ön.ver., s. 15

<sup>96</sup> Işık, ön.ver., s. 74.

kaptırdığı noktasından hareket eden Sosyalleşme teorisi, bireyin sosyalleşmesinde iletişim araçlarının diğer ajanlardan daha etkili olduğu varsayımına dayanmaktadır.<sup>97</sup>

Eskiden toplumda geçerli olan kurallar ve dengeler, her birey tarafından kendi kişisel ve dolaysız yaşantısıyla öğrenilirken, günümüzde ekonomik, siyasal ve kültürel tekellerin belirleyiciliğine terk edilmektedir. Eskiden aile içinde şekillenen benlik, günümüzde birey daha okul çağına gelmeden , radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları gibi bir dizi aile dışı etmen tarafından vaktinden önce toplumsallaştırılmaktadır.<sup>98</sup> Bu şartlar altında, değerleri, yetenek, dayanıklılık, kişilik, düş, romans vb. konularda en uygun eğitimi verenler ve yayanlar aileler değil, kitle iletişim uzmanları olmaktadır.

Geçmiş yüzyıllarda katedrallerin oluşturduğu toplumsallaşmayı, günümüzde aynı anda milyonlarca insanın izlediği programlar yapmaktadır. Bu tür yayınlar, dış gerçeğin anlaşılmasına yardım edecek bir bellek edindirmeden çok; insanın reel yaşantısını haklılaştırıcı algı ve değerlendirme yinlemelerini amaç edinmişlerdir.<sup>99</sup> Eğlence bunlarda da öncelik taşımakta, fakat örneğin televizyon tarih olayları işlerken Tarih'i yemekte, tüketmekte, çarpıtmakta, yeniden kurgulamakta, gönlünün istediğince değiştirmektedir.

#### **4. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE KİTLE KÜLTÜRÜ**

Eleştirel okulun ortaya attığı bir kavram olan kitle toplumunda, kültür standartlaşmıştır. Kitle toplumunda kişileri yalnızca kendisine verilenlerin alıcısı ve bir kitle iletişim tüketicisi olarak gören bir kitle iletişim biçimi varken kamu toplumunda tarafların görüş, düşünce ve kanaatlerini eşit koşullarda ifade edebildikleri bir tartışma ortamı vardır. Sanayi toplumlarında kitle iletişim araçlarının gördüğü işlevin ilkel toplumlarda mitlerin gördüğü

---

<sup>97</sup> a.g.e., s. 75.

<sup>98</sup> Nabi Avcı, **Kitle Kültürü Enformatik Cehalet**, Rehber Yayıncılık, Ankara, 1971, s. 29.

<sup>99</sup> Ünsal Oskay, **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, Der Yayınları, İstanbul , 2000, s. 333.

işleve denk olduğu düşünülür.<sup>100</sup> Bu görüşe örneğin tüm “ağa” dizileri aynı ağa mitinin özgül versiyonlarıdır.

Mills’e göre bir kitle toplumunda kitle iletişim araçlarının alıcı bireyleri yalnızca kitle iletişim tüketicisi olarak gören uygulamaları toplumda bir çeşit bilgisizliğe yol açar.<sup>101</sup> Bu bilgisizliğin yansımaları şunlardır:

1. Bireyin kişisel deneyimleriyle yaşayarak elde edebileceği standartları kitle iletişim araçları belirlemektedir.
2. Kitle iletişim araçları arasında gerçek bir rekabet yoktur. Rekabet içerikte değil yalnızca standart konuların ilgi çekici sunumundadır.
3. Kitle iletişim araçları kişilerin kendilerine özgü uğraşlar edinmelerini engeller.
4. Kitle iletişim araçları bireye hem yeni kişilikler benimsetirler hem de dış dünyayı algılamasını yönlendirirler.

Oskay’a göre, bu olan bitenlerin bir kurbanı da çağdaş insanın çalışma saatleri dışındaki serbest zaman denen kendi yaşam alanıdır.<sup>102</sup> Aristo’nun özgür ve yüceltici düşünce yeteneğini kazanabilmenin kaynağı saydığı bu serbest zaman, günümüzde bu niteliğinden soyutlanarak, toplumsal sistemle bütünleşmeye yönelik pragmatik bir anlam kazanmıştır.

Kitle iletişiminin bu etkilerine en çok kendilerini açanlar öğrenim düzeyi, toplumsal konumu, toplumsal kökeni bakımından alt düzeydekiler olmakta; kitle iletişimine

---

<sup>100</sup> John Fiske, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Sülayman İrvan(çev.), Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul , 2003, s.162.

<sup>101</sup> Türkoğlu, **Toplumsal ön.ver.**, s. 134.

<sup>102</sup> Ünsal Oskay, **Kitle ön.ver.**, s. 334.

yönelmekle yaşam üslubu arasında açıkça hissedilir bir bağ bulunmaktadır. Böylelikle, evli olmak, düşük eğitim düzeyinde bulunmak, toplumsal kökeni ve konumu bakımından çalışan sınıftan biri olmakla; evdeki diğer işlerle birlikte yürütülebilen televizyon izleyiciliği arasında, yaşamın bütünlüğü aracılığı ile, güçlü bir bağıntı oluşmakta; bu tür kitle iletişimine izleyici olarak katılmak çağdaş insanın yeni ufuklar edinmesini zorlaştırmış olmaktadır.

Konunun bir diğer yönü de, televizyona yönelenlerin bu eğiliminin , televizyonu sevmelerinden değil, örneğin kitap okuma gibi değişik bir iletişim türünü hiç denecek kadar az tadabilmiş olmalarından kaynaklanmakta oluşudur. Bu kişiler televizyonda ne bulursa bulsunlar oturup izlemektedirler.

Toplumsal yaşama yeterince uyumlanmayanlar şiddetli uyarıcı olma niteliği ağır basan yayınlara yönelmekte, bunları kaçış malzemesi olarak kullanmaktadır. Toplumsal yaşamdaki yarışmayı henüz terk etmeyi düşünmeyenler, toplumda yükselmeyi hala umanlar enformasyon verici yayın türlerinden ya da belgesel nitelikli yayınlardan yararlanmaya çalışmaktadırlar.

Toplumsal yaşamda kendilerini güçsüz hissedenler, otoriteryen eğilimliler ise, fazla zihinsel çaba gerektirmeyen, çeşitlilik göstermeyen, nesnel ve olgusal malzeme kullanmayan, basmakalıp tiplendirmelere ve klişe anlatıma dayanan, sonunda ne çıkacağı daha başlangıçta belli olan, fakat belli miktarda gerginlik ve heyecan verebilen *light fiction*lara yönelmektedir.<sup>103</sup>

Yüzyüze iletişimde tek kişinin iletiyi kodlarken yaptığı simge seçimi, sentaks arama, oluşturma, iletişimde etkinlik arttırmak için kuramsal bilgilerden yararlanma gibi işleri kitle iletişiminde gazete radyo ya da televizyon bir kuruluş olarak yapar. Kişinin karşısındaki kişiye neyi, nasıl, ne zaman , ne gibi bir kanalla ileteceğini düşünmesi gibi kitle iletişim

---

<sup>103</sup> a.g.e., s. 335.

araçları da dünyanın her yerinden gelen haberleri, enformasyonu, bilgiyi toplar, tasnif eder, karşılaştırır, değerlendirir, seçimler, yeniden işler ve yayınlar.

Bunları yapmakla, yaşanan reel dünyanın aslını, tamamını değil, aracın uygun gördüğü görünümü ile uygun gördüğü kadarıyla ve aracın meslek etiğine göre işlenmiş haliyle bize sunulan bir dünyayı yaşarız. Dünyanın kendisini yaşamamız artık çok sınırlıdır. Yaşadığımız, “ürün”e dönüştürülmüş dünyadır. Dünyayı bilmenin , nesnel dünya ile dolaysız deneyimlerimize dayanması gerektiğini unutmamalıyız. <sup>104</sup>

Lull’un bu konudaki görüşleri şöyledir:<sup>105</sup>

*“Elektronik çağda medya, yönetim alanlarında, onların altında yatan ideolojik gereksinimler ve kuralların biçimlenmesine ve sürmesine yardımcı olur. Çünkü onlar, eşsiz ve güçlü teknik kapasiteleri ve albenili içerikleri ile bilgi yayımının şimdiye dek icat edilmiş en etkili araçlarıdır. Kitle iletişim araçları, yalnızca coğrafi sınırları aşmakla kalmaz, aynı zamanda sınıfsal, ırksal, kültürel, politik, eğitsel ve cinsiyetle ilgili sınırları da geçerek belli bakış açılarını ve aktarımın rutin bir üretimi olan anlam üretme biçimlerini sürekli olarak yenileyerek ve yerleştirerek eğlenceyi ve bilgiyi yayarlar. Böylece, belli bakış açılarını güçlendirirken, diğerlerini dışlayan ideolojik sentez ifadeleriyle ve otoritenin kaynaklarının ilgili ideolojik ipuçlarıyla kitle iletişim araçları, izleyicilerinin en genel ve önemli deneyimlerinin bazılarını yapılandırmak yoluyla toplumsal gerçekliğin kurulmasına ve düzenlenmesine yardımcı olur”*

---

<sup>104</sup> Ünsal Oskay, **İletişimin ön.ver.**, s. 43.

<sup>105</sup> James Lull, **Medya İletişim Kültürü**, Nazife Güngör (çev.), Vadi Yayınları, Ankara, 2001, s. 88.

## 3. BÖLÜM

### İZLEYİCİ ARAŞTIRMALARI

#### 1. TELEVİZYON PROGRAMLARINI ANALİZ ETMEK İÇİN KULLANILAN ÇEŞİTLİ YÖNTEMLER

##### 1.1. İçerik Çözümlemesine Görgül Bir Yaklaşım

Görgülcülüğün amaçları dünya hakkındaki nesnel gerçekleri ve verileri toplamak ve bunları sınıflandırmak; bunları açıklayacak varsayımlar oluşturmak; süreçteki insani ögeyi ya da yanlılığı mümkün olduğunca ortadan kaldırmak ve verilerle varsayımların güvenilirliğini sınavacak, kanıtlayacak ya da reddedecek deneysel yöntemleri geliştirmektir.<sup>106</sup> Bu tanımdan yola çıkarsak görgülcülük, tümdengelimcidir, araştırma için evrensel, nesnel bir gerçekliğin olduğunu kabul eder ve insanların bu gerçekliği nesnel olarak araştırabilecek yöntemler geliştirebileceğini kabul eder.

İletişim Araştırmalarında pozitivist yöntemlerden başka pozitivist olmayan yöntemler de kullanılmaktadır. İletişimin üç temel unsuru bulunmaktadır: 1. Kaynak, 2. Alıcı ve 3. Mesaj.<sup>107</sup>

Özellikle mesajın içeriğinin muğlak olduğu (kaynağın istediğinin dışında bir mesaj içeriğinin ortaya çıkması ya da alıcının mesajın içeriğini değişik yorumlayarak içeriğe içerik katması vb.) durumlarda, pozitivist yöntemlerin nesnel bilgi sağlama iddiası bakımından eksik kalacağı açıktır. İşte bu nedenlerle iletişim çalışmalarında pozitivist

---

<sup>106</sup> Fiske, **ön.ver.**, s.175.

<sup>107</sup> Ümit Atabek, "Kitle İletişim Araştırma Yöntem ve Teknikleri Ders Notları", <http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/yntem.txt> (10.01.2007)

olmayan (non-positivist) yöntemler de sıkça kullanılmaktadır. İletişim çalışmalarında kullanılan pozitivist olmayan yöntemler arasında semiyoloji (göstergebilim), hermenötik (yorumbilgisi), text analysis (metin çözümlemesi) gibi yöntemler sayılabilir.

Öte yandan iletişim çalışmalarında, mesajın içeriğine ilişkin olarak ortaya çıkan literatürün önemli bir kısmının içerik çözümlemesi (content analysis) adlı pozitivist bir yöntemle yapıldığını görmekteyiz.

İçerik çözümlemesi iletilerin açık, içeriğinin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla kullanılmaktadır. Bir iletişim sisteminden seçilen birimlerin belirlenmesi ve sayılması biçiminde uygulanır.<sup>108</sup> Örneğin yapılan bir araştırmada 1960 seçimleri sırasında Nixon ve Kennedy'nin katıldıkları televizyon programlarında anlaşma, saldırı ve savaş sözcüklerini kaç kez kullandıkları sayılmıştır. Elde edilen veriler sonucunda Nixon'un tutumunun daha kavgacı Kennedy'nin tutumunun ise daha uzlaşmacı olduğu ortaya çıkmıştır.

Kitle iletişim mesajlarını anlamadaki geleneksel çözümleme yöntemi içerik analizi olmuştur.<sup>109</sup> İçerik analizi aracın içeriği ile bağlantılı olarak geliştirdiği birtakım kavramsal kategorilerin hangi oranlarda mesajın içinde bulunduğu sayısal bir değerlendirmesini yapar.

İçerik analizi sayısal veriler ve bu verilerdeki sıklık özelliklerine önem verirken göstergebilimsel çözümler aykırı duranı değerlendirmeye alır ve incelenen materyali bir yapısal bütün olarak görmeye çalışır.<sup>110</sup>

Tüm iletiyi, ileti sistemini ya da uygun biçimde oluşturulmuş bir örnekleme ele alan içerik çözümlemesi bilimsel bir nesnellik iddiasındadır.<sup>111</sup> Yine başka bir örnek üzerinden

---

<sup>108</sup> Fiske, **ön.ver.**, s.173.

<sup>109</sup> Nurçay Türkoğlu, **Toplumsal ön.ver.**, s. 82.

<sup>110</sup> **a.g.e.**

değerlendirme yapacak olursak, televizyon dramalarında kadınlarla erkeklerin mesleki konumlandırılmaları üzerine bir çalışmada kadın ve erkeklerin hangi mesleklere görüldüğü yüzde olarak hesaplanır. Meslekler açısından cinsiyetlere göre dağılım ortaya çıkınca elde edilen bulgular yorumlanabilecektir. Bunu bir tabloyla örneklendirebiliriz:

**Tablo 1**

Televizyon Programlarında Kadın ve Erkek Meslekleri

<b>KADIN (SAYILAN KİŞİ 200) %</b>	<b>ERKEK (SAYILAN KİŞİ 150) %</b>		
Ev kadını-Anne	56	Koca-Baba	24
Hostes	8	Ünlü kişi	22
Manken	7	Sporcu	18
Ünlü kişi	3	Avukat	6
Şarkıcı	5	İşadamı	7
Aşçı-hizmetçi	3	Medya çalışanı	1
Sekreter-memur	1	Diğer	23

**Kaynak:** John Fiske, *ön.ver.*, s.173.

İçerik çözümlemesi biçimi araştırmak için de kullanılabilir.<sup>112</sup> Örneğin kız çocuk oyuncak reklamlarıyla erkek çocuk oyuncak reklamlarının karşılaştırıldığı bir araştırmada erkek çocuklara yönelik reklamlarda daha fazla görüntüye yer verildiği, daha fazla çekimin yer aldığı dolayısıyla daha etkin bir tablo çizildiği kız çocuklara yönelik reklamların ise daha durağan olduğu tespit edilmiştir. Buradan reklamların bu biçiminin kız çocukları toplumun çoğunluğunun onayladığı biçimde daha pasif ve sessiz, ‘hanım hanım’ olmaya, erkek çocukları ise daha aktif ve hareketli olmaya yönlendirdiği sonucunu çıkarabiliriz.

<sup>111</sup> Fiske, *ön.ver.*, s.177.

<sup>112</sup> *a.g.e.*, s.179.

Gerbner'e göre içerik çözümlemesinin güçlü olmasının nedeni, bireylerin iletilerle ilgili seçmecî deneyimleri yerine tüm ileti sistemini çözümlemesidir.<sup>113</sup> Gerbner, medyanın önemli özelliklerinin bireysel televizyon programlarında değil tüm çıktılarının altında yatan modellerde olduğunu düşünür. Bu modeller izleyici farkına varmadan izleyici tarafından yavaş yavaş emilmektedir.

İçerik çözümlemesinin temel varsayımı iletilerin araştırılması ve iletişimin bu iletileri alan insanları aydınlatmasıdır. İçerik çözümlemesinin bazı avantajları ve dezavantajları vardır.<sup>114</sup> İçerik çözümlemesinin avantajları şunlardır:

- Ucuzdur.
- Materyal sağlamak görece olarak kolaydır.
- Sıkıntı verici değildir.
- Sayılabilir bilgilere yöneliktir.
- Şu anda varolan veya geçmiş olaylar veya her ikisiyle ilgilidir.

İçerik çözümlemesinin dezavantajları ise şunlardır:

- Üzerinde çalışılan örneğin temsil yeteneği konusunda emin olunamaz.
- Üzerinde çalışılan başlığın iyi bir çalışma tanımını elde etmek genellikle güçtür.
- Bir çizgi film karesi gibi ölçülebilir birimin bulunması kolay değildir. Örneğin bir film için bir tek birim ne değer taşır?
- İçerik çözümlemesine dayanan çıkarımların doğru olduğunu kanıtlamak olanaksızdır.

---

<sup>113</sup> a.g.e.,185.

<sup>114</sup> Arthur Asa Berger, **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1993, s. 104.

Pozitivist bilim anlayışı içinde görgül yöntemi kullanarak iletişim süreciyle iletilen mesajın içeriğine yönelik araştırma yöntemi içerik çözümlemesidir. Yöntembilimsel açıdan niceliksel (kantitatif) bir yöntem olarak sayılmaktadır. Berelson'a göre içerik çözümlemesi "aşıkâr içeriğin niceliksel özelliklerinin sistematik çözümlemesidir".

Bu tanımdan anlaşılacağı üzere içerik çözümlemesi içeriğin "aşıkâr" yani görünen, belirgin yönünü ele alır. Gizli içerik ya da başka şekilde yorumlanan veya kodlanan ya da dekodlanan mesaj içerikleri tanımı gereği içerik çözümlemesinin ilgi alanı dışındadır. Öte yandan içerik çözümlemesi sistematik bir çabadır, yani yapılırken izlenmesi gereken ve önceden belli olan bir takım kurallara sahiptir. Bu kurallar nedeniyle içerik çözümlemesi, diğer tüm pozitivist yöntemler gibi nesnellik iddiasını taşır.<sup>115</sup>

## 1.2. Kullanımlar ve Doymalar Kuramı

Televizyon izleme ediminin izleyiciyi edilgin olarak konumlandıran özelliklerine karşın izleyicilerin kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullandığını ifade eden kullanımlar ve doymalar kuramı, izleyicilerin televizyonu niçin izlediği sorusunu, bu etkinliği edilgin değil tersine izleyicinin faal olarak katıldığı bir süreç olarak tanımlayarak yanıtlar.<sup>116</sup>

Bu yaklaşım araştırma vurgusunu medya malzemelerini kendi gereksinimleri uyarınca etkin biçimde işleme tabi tutan izlerkitle mensuplarına kaydırır. Buna göre, medyadan beklentilere yol açan gereksinimlerin sonuçta doyurulabileceği gibi, bazen başka sonuçlara, hatta önceden tasarlanmamış sonuçlara neden olabileceğini de belirtir.

Kullanım ve doyum araştırmaları klasik ve modern döneme ayrılabilir.<sup>117</sup> Klasik dönem 1940'larda Uygulamalı Toplumsal Araştırmalar bürosu tarafından New York'da yapılan

---

<sup>115</sup> Ümit Atabek, "Kitle İletişim Araştırma Yöntem ve Teknikleri Ders Notları", <http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/yntem.txt> (10.01.2007)

<sup>116</sup> Mutlu, **ön.ver.**, s. 81.

<sup>117</sup> McQuail ve Windahl, **ön.ver.**, s. 166.

çalışmaları içerir. Bu çalışmalar örneğin *soap opera* ve yarışma programları dinleyen izleyicilerden yola çıkarak dürtü tipolojilerine yol açmıştır.

Basit ve yenilikçi düşünce izleyicilere kişisel kitle iletişim araçlarını kullanmalarını temel alarak ne düşündükleri, duyumsadıkları ve takdir ettikleri sorularak kitle iletişim araçlarının ve çeşitli içerik biçimlerinin açıkça görülen cazibesinin nedenlerini bulmaktır.

Önceki bir döneme ait bu yaklaşım Klapper tarafından kitle iletişim araçları içeriğinin kaçış aracı olarak cazibesi olabileceğini ileri süren işlevsel yönelim olarak tanımlanmıştır.<sup>118</sup> Klapper kitle iletişim araçlarının işlevlerini şöyle sıralar:

Rahatlatma, hayal gücünü harekete geçirme, başkası adına yapılan etkileşime olanak sağlama, toplumsal ilişki için ortak zemin hazırlama.

Kullanım ve doyum araştırmalarında modern dönemin ortaya çıkışıyla önemli bir adım etki araştırmalarının gölgesinden kaçıştır. İzleyici 1960'lar boyunca ve 1970'lerin başında kitle iletişim araçlarına yönelik kendi seçimleri ve tepkileriyle, kitle iletişim araçları etkisini düşünmeden anlamak isteyen ve açıklama talep eden bir kitle olarak kendi kategorisinde incelenmeye başlanmıştır.

Bu yaklaşımın temelinde izleyicilerin medyadan gidermeye çalıştıkları karmaşık bir gereksinimler dizgesine sahip oldukları inancı vardır.<sup>119</sup> Bu iletişim modeli izleyicinin gönderici kadar etkin olduğunu varsayar ve iletinin izleyicinin verdiği anlam olduğunu ima eder.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının bildik yöntemi televizyon izleyicilerine belli bir tür programı neden izlediklerinin sorulmasıdır. Örneğin McQuail, Blumier ve Brown'un

---

<sup>118</sup> a.g.e., s. 167.

<sup>119</sup> Fiske, **ön.ver.**, s. 194.

bir çalışması incelendiğinde izleyicilerin yarışma programlarını dört temel doyum için kullandıkları ortaya çıkmıştır: Kendini takdir etme, eğitim, heyecan ve toplumsal etkileşim. Mc Quail ve arkadaşları araştırmayı derinleştiren örneklerin okulu yarıda bırakan bir kişinin programı eğitimsel işlevi için medyanın telafi edici kullanımını doğrultusunda izlediğini ortaya çıkarmışlardır.

Fiske, kitabında öğrencisi Simon Morris'in araştırmasından bahsetmekte ve bu araştırmanın da programların değişik amaçlı kullanımları olduğunu ortaya koyduğunu ifade etmektedir.<sup>120</sup> Bu araştırmaya göre izleyiciler televizyondaki cinayet dizilerini heyecan, kaçış (gündelik yaşamın sıkıntılarından kaçış), enformasyon (büyük şehirlerdeki yaşam hakkında bilgi), güven tazeleme (yasa ve düzenin galip gelmesi) gibi amaçlarla izlemektedirler.

Kullanımlar ve doyumlar kuramının temellendiği varsayımlar şunlardır:<sup>121</sup>

1. İzleyici etkindir. Program içeriğini seçer ve kullanır.
2. Medya yapımcısı programın kullanım biçimlerinin farkında olmayabilir.
3. Aynı program farklı gereksinimleri gidermek amacıyla izlenebilir.
4. Medya tek doyum kaynağı değildir, tatile girmek, spor yapmak, dans etmek de birer doyum kaynağıdır.
5. İnsanlar belirli durumlarda kendi çıkarlarının ve güdülerinin farkındadırlar ya da farkında olmaları sağlanabilir.

---

<sup>120</sup> a.g.e., s. 197.

<sup>121</sup> a.g.e., s. 199.

6. Bir program çok kişinin gereksinimlerine yanıt veriyorsa o programa saçma denemez, program yararlıdır.

Televizyon kullanımının nedenleri, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre şu şekilde sıralanabilir:<sup>122</sup>

- a) Oyalanma ve kaçış
- b) Kişisel ilişkiler; can yoldaşlığı, toplumsal kullanım.<sup>123</sup>
- c) Kişisel kimlik; kişisel referans, gerçeğin araştırılması, değer pekiştirme.<sup>124</sup>
- d) Gözetim altına alma; dünyayla ilişkimizi kopartmamak.<sup>125</sup>

### 1. 3. İzleyici Etnografileri

Klaus Bruhl Jensen ile Karl Erik Rosengren, alımlama çözümlemesi olarak adlandırılan bir araştırma ile ortaya bazı sorular atmışlardır: “Özgül izlerkümeler izledikleri programları nasıl anlamlandırmaktadırlar? Özgül izlerkümeler gündelik yaşamlarında toplumsal anlam üretimi bakımından nasıl farklılaşmaktadır? “ Bu soruları yanıtlamak için kullanılan araştırmalar “etnografik” olarak nitelenmektedir.<sup>126</sup>

Göstergebilim ve yapısalcılık, iletişimin toplumsal olarak yayılmasını sağlamak amacıyla anlamı yapılandırma biçimlerini araştırır.<sup>127</sup> Yapısalcılar, medya iletilerinin yapılarıyla bu yapıların içinde işlediği toplumun yapıları arasındaki içsel ilişkileri açığa

---

<sup>122</sup> Mutlu, **ön.ver.**, s. 81.

<sup>123</sup> **a.g.e.**, s. 82.

<sup>124</sup> **a.g.e.**, s. 83.

<sup>125</sup> **a.g.e.**, s. 84.

<sup>126</sup> **a.g.e.**, s. 101.

<sup>127</sup> Fiske, **ön.ver.**, s.202.

çıkarırlar. Yapısalcılık ile göstergibilimin eleştirilebileceği bir yön metinsel ve toplumsal yapılar arasında çok kolayca gidip gelmesi ve pratikte metin ile toplum arasındaki bağlantıların yalnızca gönderilen aracılığıyla yapılabileceği gerçeğini görmezden gelmesidir.<sup>128</sup>

Morley, kentli alt sınıf ailelerin televizyon izleme alışkanlıklarını değerlendirdiği bir araştırmasında bu ailelerin televizyon izleme eylemlerinin ailedeki toplumsal cinsiyet politikasıyla paralel olduğunu ortaya çıkarmıştır. Buna göre ailedeki bireylerin televizyon izleme biçimleri toplumsal olarak belirlenmiştir ve bu biçimler doğuştan kazanılmamıştır, nitekim ev dışında çalışan kadınların televizyon izleme biçimleri erkeklere benzemektedir.

Bu araştırmaya göre erkekler ne izleneceğine, nasıl izleneceğine ve izlenenlerin nasıl değerlendirileceğine karar vermektedirler. Örneğin erkeklerin beğendikleri programlar ciddi, iyi televizyon programları olarak nitelendirilirken kadınların hoşlandıkları programlar önemsiz, hafif ya da değersiz olarak görülmektedir.

Etnografik çözümlene yönteminin kullanılma sebebini şöyle açıklayabiliriz.<sup>129</sup> Bazı metinlerin toplumsal olarak kullanılma biçimleri metinlerin yapılarında açık biçimde görülmediği için metinsel çözümlenmelerle ortaya konulamazlar. Yine metinlerin bazı anlamları da metinsel çözümlenmelerle açığa çıkarılamayabilirler çünkü bu anlamlar metinler okurların toplumsal konumlarıyla buluştuğlarında üretilmektedirler ve bu buluşmada okur anlamlandırma sürecinde beklenmeyen, metin dışı etmenleri getirebilir.

Hodge ve Tripp'in Avusturalyalı öğrencilerin *Prisoner* isimli diziyi kendilerine özgü bir biçimde okuduklarını ortaya koymaları bu konuya uygun bir örnektir.<sup>130</sup> Cezaevindeki tutukluların birbirleriyle ve cezaevi görevlileriyle ilişkilerini konu alan diziden öğrenciler kendi okul deneyimlerine uygun anlamlar çıkarmışlardır. Her iki kurum da kuruma gelenleri

---

<sup>128</sup> a.g.e.

<sup>129</sup> a.g.e., s. 205.

<sup>130</sup> a.g.e.

toplumun istediği biçime dönüştürmek amacıyla düzenlenmiştir, iki kurumda da gerçek yaşamın dışarıda olduğu duygusu egemendir, iki kurum da kurumda bulunanların yaşamının her anını kontrol etmek istemektedir. Öğretmenler ile gardiyanlar arasında da benzer olanlar vardır; zorbalılar, yumuşak davrananlar gibi.

Metinde okula açıkça gönderme yapan hiçbir şey olmamasına rağmen izleyiciler toplumsal konularına göre metni anlamlandırmışlardır. Bu anlamların da yalnızca etnografik çözümlemeyle ortaya çıkarılması mümkündür.

Kasım 1952 ile Ağustos 1953 arasında rasgele seçilmiş 34 televizyon programını analiz eden Adorno, analizinde ‘çok katlı yapı’, bilinen ve beklentileri karşılayan türsel kalıp ve ‘stereotipleştirme’nin öne çıktığını ifade etmiştir.<sup>131</sup> Yüzeydeki içerik, açık mesaj ve onun gizli anlamı arasındaki fark oldukça keskindir. Çok katlı yapı, televizyonun malzemesini katların birbiriyle kaynaşmış olduğu özerk sanattan ayıran yönlerden biridir. Bu kavramla Adorno’nun ifade etmek istediği televizyon programlarının çok katlı yapısıyla, izleyiciyle başatmenin teknolojik bir aracı olarak kitle kültürünün kullanıma soktuğu farklı açıklık ve gizlilik derecelerine sahip, çeşitli üst üste katlardır.

Lownthal tarafından tersine psikanaliz olarak tanımlanan bu durum, çokkatlı kişilik kavramının kültür endüstrisinin tüketiciyi tuzağa düşürmek ve onu psikodinamik biçimde önceden tasarlanmış etkilerin hizmetine sunmak için kullanılmasıdır.<sup>132</sup>

Adorno bu konuda şu örneği vermiştir: Örnek bir komedi dizisinin bir bölümüdür. Çok düşük ücret alan genç bir öğretmen okul müdürü tarafından çeşitli para cezalarıyla daha da yoksullaştırılır. Dizide öğretmenin zekası ve çekiciliğiyle yemek kapma çabasına dayanan gülünç durumlar vardır. Durum hem açlık gibi bir temel ihtiyaca hem de insani açıdan kahramana kötü davranılmasının gülünçleştirilmesine dayanmaktadır.

---

<sup>131</sup> Kejanlıoğlu, **ön.ver.**, s.195.

<sup>132</sup> **a.g.e.**, s. 196.

Metnin sattığı bir fikirden ziyade metnin insana bakışında gizli bir mesaj vardır. İzleyici yüce gönüllü ve entelektüel üstünlüğe sahip kahramanla özdeşleşmeye davet edilirken, kahramanın aşağı konumunun ikamesi de “Öğretmen kadar esprili, iyi huylu, hazır cevap ve çekiciyseniz, maaşınız için kaygılanmayın, olduğunuz gibi kalın.” mesajıyla sağlanır.<sup>133</sup>

Marshall McLuhan’ın en çok tartışılan kuramlarından biri “Araç mesajdır.” sözüdür. McLuhan’a göre, araç bilinmezse mesaj da bilinemez.<sup>134</sup> Bu anlamda araç ortak iletidir ve yansız değildir; kullanan kişilerin algısal alışkanlıklarını değiştirir. Kişilere olduğu kadar topluma da mesaj verir.

McLuhan, araçla neyin söylendiğinin önemli olmadığını ifade etmektedir. Örneğin bir hikaye; sözlü söylenmesi, sahnede oynanması, radyoda anlatılması, filmde gösterilmesi ve televizyonda sergilenmesiyle farklı anlamlar kazanır. Araç mesajdır ; doğal olarak bir dile ve eğilime sahiptir.<sup>135</sup>

21. yüzyıl koşullarında hepimiz medyanın saldırısına maruz kalmaktayız. Günlük hayatımızı tamamen belirleyen medya ne giyeceğimizden ne yapacağımıza hatta ne düşüneceğimize kadar bizi yönlendiriyor. İmediastlara göre, kitle iletişim araçlarının yoğun bir saldırısına maruz kalmanın insanları duygusuzluk ve bulantı içinde nasıl donuklaştırdığını hepimiz görebiliriz.

Her kamusal alandan baskıcı bir monolog duyularımıza sızmaktadır; nereye baksak, nereye gitsek, neyi dinlesek – ilan puntoları, otobüslerin yanındaki levhalar, metro kartları, parlak vitrin yazıları, reklamlar, kredi kartları, radyolar, gazeteler- her köşede monologlar bizi patetik müşteriler ve soru sormayan taraftarlara dönüştürmek için vızıldamaktadır.

---

<sup>133</sup> Kejanlıoğlu, **ön.ver.**

<sup>134</sup> Rigel, **ön.ver.**, s. 8.

<sup>135</sup> **a.g.e.**, s. 192

Immediastlara göre medyayı denetim altına alamazsak bu kurumun birer reklam ve propaganda alıcıları ya da araçları olmaktan kurtulamayız. Medya, tüketimin özendirilmesi yönünde bir propaganda aracından başka bir şey değildir.

#### 1. 4. Göstergebilimsel Çözümleme Yöntemi

Göstergebilim, bir metnin ya da görüntünün belirgin, apaçık ortada olan anlamını değil, onun anlamının arkasında yatan anlamın keşfedilmesini sağlamaktadır. Göstergebilimin ana konusu olan göstergeler, insanlar arasındaki iletişimi kurmak için sıkça kullanılmaktadır.<sup>136</sup> Kitle iletişim araçlarıyla çok sayıda mesaj yayılmaktadır. İzleyicinin bunları anlamlandırmasında göstergebilimsel çözümleme yöntemleri yol gösterici olmaktadır.

Roland Barthes metinlerin anlamla olan ilişkisini şöyle açıklar. “Anlatı ya olayların sıradan ve anlamsız dile getirilmesidir ya da başka anlatılarla ortak olan, çözümlemeye açık bir yapı içerir; bunu dile getirmek için çok sabırlı olmak gerekir; çünkü en karmaşık rastlantısal olanla en yalın düzenli olan arasında bir uçurum vardır ve hiç kimse; birim ve kurallardan oluşmuş örtük bir dizgeye başvurmadan bir anlatıyı düzenleyemez.” Göstergebilim, göstergeler ile ilgili bilim öncelikle anlamın ‘’metinler’’de (filmler, çeşitli televizyon programları vs.) nasıl düzenlendiği ile ilgilidir.<sup>137</sup> Göstergelerin ne olduğu ve nasıl işlev gördüğünden söz eder.

Göstergebilim film, tiyatro, mimarlık, hayvanbilim gibi iletişim ve bilgi iletimi ile ilgili diğer pek çok alana uygulanmış, ilginç sonuçlar elde edilmiştir. Bazı göstergebilimciler her şeyin göstergebilimsel yönden çözümlenebileceğini savunmakta, göstergebilimi yorumsal bilimlerin kraliçesi, büyük ve küçük her şeyin anlamını çözen anahtar olarak görmektedirler.

---

<sup>136</sup> Rigel, **ön.ver.**, s. 193.

<sup>137</sup> Berger, **ön.ver.**, s. 11.

Göstergebilimsel çözümlemede içerik ve biçimin nedensiz ve geçici bir ayrımı yapılarak dikkat bir metin oluşturan göstergeler dizgesinde yoğunlaştırılır.<sup>138</sup> Saussure'ye göre yalnızca simgesel törenleri ve askeri imleri değil reklam filmlerini, 'soap opera'ları, durum güldürülerini ve neredeyse her şeyi gösterge dizeleri olarak ele alabiliriz.

Berger, kitabında gösterenler ve gösterilene dayanarak *Uzay Yolu* adlı televizyon programını incelemiştir.<sup>139</sup> Buna göre, programı seyreden herkes onun bir uzay serüveni / bilimkurgu dizisi olduğunu bilir. Çünkü programın her bölümünün başında Enterprise Yıldız Gemisi'nin yeni dünyalar keşfetmek ve yeni uygarlıklar aramak için görevlendirildiği söylenir. Burada bilim kurgu serüveni genel gösterilene, tepkimeli uçaklar, uzay çağı üniformaları, ışın tabancaları, ileri bilgisayar teknolojisi gibi unsurlar da gösterenlere örnektir.

Göstergebilim, anlamın metinlerde, yani filmler, televizyon dizileri ve öbür sanat alanlarında nasıl düzenlendiği, nasıl işlev gördüğü ve göstergelerin ne olduğudur. İlk bakışta göstergeleri inceleyen bilim dalı ya da göstergelerin bilimsel incelemesi olarak tanımlanır. Ancak, göstergebilimin günümüzdeki etkinlik alanı, kendisini oluşturan "gösterge" ve "bilim" sözcüklerinin anlamsal toplamından çok daha geniş ve değişik bir boyut kazanmıştır.<sup>140</sup> Göstergebilim dünyanın insan için, insanın insan için taşıdığı anlam" olduğunu savunur.

Göstergebilimci çözümlemesini yüzeyden derine doğru üç aşamada gerçekleştirir:

---

<sup>138</sup> a.g.e., s. 14.

<sup>139</sup> a.g.e., s. 17.

<sup>140</sup> Safiye Kırklar Barokas, "Ege'nin İki Yakasında Aşk'ı Edim-Göstergebilimsel Yaklaşımla Okumak," <http://sanattasarim.iku.edu.tr/kentometre/ezozce/ege.htm>, (1.5.2006)

- Söylem Çözümlemesi;
- Anlatı Çözümlemesi;
- Temel Yapı (Mantıksal-anlamsal yapı) Çözümlemesi.

Bu üç aşamalı çözümleme süreci, sözdizim ve anlam bileşenlerinin hem yatay (dizimsel ilişkiler) hem de dikey (düzeyler arası ilişkiler) boyutlarındaki eklemlenişine dayanır.<sup>141</sup> Peirce'ın getirdiği ayrım ise gösterge, yorumlayan ve nesne üçlüsüdür. Bu konuda oluşturduğu modeli şöyle açıklar: “Bir gösterge, başka bir şeyin yerine koyulabilme özelliğine ve kapasitesine sahip olan bir şeydir. Gösterge birisine seslenir, yani seslendiği kişinin zihninde denk bir gösterge ya da belki de çok daha gelişmiş bir gösterge yaratır. Yaratılan gösterge, birinci göstergenin yorumlayıcısı olarak nitelendirilebilir. Gösterge gösterdiği nesneyi temsil eder”<sup>142</sup>

Göstergeler, tek başlarına, belli bir anlamı, güçlü bir şekilde işaret edebilirler. Ancak mesajdaki anlamı oluşturan göstergelerin toplamıdır. Anlamlandırma, alıcının bir göstergenin, diğer gösterilenler arasında gerçekten ifade ettiğine inandığı şeydir. Graeme Burton'a göre, “göstergeye gösteren, bununla beraber olası anlamların her birine gösterilen ve alıcının göstergeye verdiği anlamla da anlamlandırma denir”.<sup>143</sup>

Ronald Barthes, tartışmalı, etkileşimci anlam düşüncesinin çözümlenebileceği konusunda, sistemli bir model geliştirmiştir. Barthes'in kuramında, anlamlandırmanın iki düzeyi bulunmaktadır. Bunlar; düz anlam ve yan anlamdır. Düz anlam, bir göstergenin neyi temsil ettiği, yan anlam ise göstergenin nasıl temsil edildiğidir. Herhangi bir göstergenin anlaşılmasını sağlayan kurallar bütünü veya işaretler sistemi diyebileceğimiz kodlar,

---

<sup>141</sup> Mehmet Rifat, **Genel Göstergibilim Sorunları Kuram ve Uygulama**, Alaz Yayınları, İstanbul , 1982, s. 27.

<sup>142</sup> Fiske, **ön.ver.**, s. 65.

<sup>143</sup> Greame Burton, **Görünenden Fazlası**, Nefin Dinç (çev.), Alan Yayınları, İstanbul , 1995, s. 40.

göstergelerden anlam çıkarmak olarak ve içinde kültürden alınan ya da öğrenilen saymaca sistemleri olarak sayılabilir.

Kodlar toplumsal yaşamın her alanında vardır, her şey bir kod olabilir .İletişim kodlarının özellikleri şunlardır:<sup>144</sup>

- Kodların dizesel bir boyutları vardır. Yani içlerinden seçimin yapılacağı birim dizileri mevcuttur.
- Kodlar dizimsel saymacalar tarafından düzene sokulmaktadır. Dizimsel saymacalar seçilen bir birim ya da göstergenin anlamlı bir yol içinde birbiriyle nasıl birleşeceğini belirlemektedir.
- Kodlar, anlamı oluşturur ve taşırlar. kodların birimleri göstergelerdir.
- Kodlar toplumsal olarak üretilirler ve toplumsal geçmişe ya da kullanıcıları arasında uzlaşmaya dayanırlar.
- Uygun kitle iletişim araçları tarafından yayınlanabilir niteliktedirler.

### ***Televizyon Göstergebilimi***

Verili bir toplum ve kültür içinde öğrendiğimiz,oldukça karmaşık çağrışım kalıpları olan kodları bilmeyen,yabancı kültürlerle sahip yabancılar ya da iletileri içinde özgün olarak tasarlandıkları kodlara göre değil, kendi kodlarına göre yorumlayan insanlar kodları hatalı açabilirler. Berger'e göre her bir araç doğası nedeniyle popüler sanat biçimine ya da türe

---

<sup>144</sup> Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir, 1994, s. 110.

belli sınırlılıklar getirir. <sup>145</sup> Örneğin küçük ekranın ve televizyon görüntüsünün doğası nedeniyle büyük savaş sahneleri yapmak zordur, televizyon hareketten çok kişiliği göstermeye elverişli bir yakın çekim aracıdır. Göstergebilimin televizyona uyarlanması esnasında çekim ölçekleri dikkatimizi çekmektedir. Şöyle ki televizyonunu göstergeleri iletmesinden başka çekim ölçekleri gösteren olarak işlev görmektedirler.

**Tablo 2**  
Çekimler ve Gösterilenler

GÖSTEREN	TANIM	GÖSTERİLEN(ANLAM)
Yakın çekim	Yalnızca yüz	Üzüntü, kızgınlık, sevinç vb. ruh halleri.
Orta çekim	Bedenin çoğu	Kişisel ilişki
Uzun çekim	Dekor ve kişiler	Kamusal ilişki
Genel çekim	Bedenin tamamı	Toplumsal uzaklık

**Kaynak:** Arthur Asa Berger, ön.ver., 1993, s.35.

---

<sup>145</sup> Berger, ön.ver., s. 35.

Benzer bir şekil kamera devinimleri ve kurgu tekniği için de kullanılabilir:

**Tablo 3**  
Kamera Devinimleri ve Kurgu Tekniği

<b>GÖSTEREN</b>	<b>TANIM</b>	<b>GÖSTERİLEN(ANLAM)</b>
Aşağı çevrinme	Kamera aşağı bakar	Güç,yetke
Yukarı çevrinme	Kamera yukarı bakar	Küçüklük,zayıflık
Optik öne kaydırma	Kamera yaklaşır	Gözlemeleme,odak
Açılma	Görüntü boş ekranda belirir	Başlangıç
Kararma	Görüntü gider ekran boş kalır	Bitiş
Kesme	Bir görüntüden diğerine geçilir	Eşzamanlılık,telaş
Silme	Görüntü ekrandan silinir	Vurgulu son

**Kaynak:** Arthur Asa Berger, ön.ver., s.35.

Bu iki şekil bir nevi televizyon dilbilgisini göstermektedir. Bir programda neler olup bittiğini anlamamıza yardımcı olan bu görüntülerin anlamını televizyon izlerken öğreniriz. Bunların yanında aydınlatma yöntemleri,renklerin kullanımı, ses etkileri , müzik gibi malzemeler de televizyonda gördüklerimizi ve duyduklarımızı yorumlamada bize yardım eden göstergelerdir.

Kameranın yüksekliğinin bir sahnenin anlamında önemli bir etkisi vardır.<sup>146</sup> Örneğin bir oyuncunun sadece ayağı gösterilirse, bu bir gizem doğurur ki bu çok yaygın bir tekniktir. Yüzü hariç bedeninin üstü gösterilirse, kim olduğu hala bilinmez ama biraz daha keşfedilmiş olur. Sonunda, kamera göz seviyesine getirildiğinde gizem çözülür ve karakter ortaya çıkar.

Dramatik açı, sahnenin duygusal etkisini arttırır. Alçak kamera açısı, karakterleri ve objeleri daha uzun ve güçlü gösterir. Yüksek kamera açısı ise seyirciye üstünlük, karakterlere zayıflık hissi verir.<sup>147</sup>

Ekstrem açı, dramatik açının bir çeşididir. Çok alçak açı, subjenin ayağından başlayıp gökyüzüne uzanır. Çok yüksek açı, örneğin uzun bir binanın en üstünden alınabilir. Bu açı, insanlığın değersizliğini simgeler.

Kars, kitabındaki bir televizyon programı incelemesinde 5 yayın dönemi boyunca tüm izleyici gruplarında en çok izlenen dizi film özelliğini taşıyan Asmalı Konak dizisini ele almıştır. Kars'ın analizinde ele aldığı başlıklar kısaca şöyledir:<sup>148</sup>

1. Öykünün geçtiği mekanlar ilginç midir?
2. Program içeriği izleyiciler açısından hangi beklentileri karşılamaktadır?
3. İçerik televizyonun anlatım özelliklerine uyarlanabilir mi?
4. İzleyiciyi yakalayabilecek bir niteliği var mı?
5. Dizinin öyküsü .

---

<sup>146</sup> Jeremy Vineyard, **Setting Up Your Shots**, Michael Wiese Productions, USA, 2000, s. 14.

<sup>147</sup> **a.g.e.**, s.15.

<sup>148</sup> Kars, **ön.ver.**, s. 142

6. Dizinin olay örgüsü.
7. Karakterler, teknik unsurlar, psikolojik unsurlar.
8. Programın hedef kitlesi, türü, sponsorları, yayın dönemi, bütçesi, amacı gibi ayrıntılar.

Berger ise kitabında göstergebilimsel yöntemle tüm program türlerine uyarlanabilecek televizyon çözümlemesi için bir denetleme listesine yer vermiştir.<sup>149</sup> Buna göre, bir program analizinde şu sorular sorulmalıdır:

1. Önemli gösterenler nedir ve neyi göstermektedir?
2. Bu göstergelere anlam veren dizge nedir?
3. Ne gibi kodlar bulunabilir?
4. Ne gibi düşünyapısal ve toplumbilimsel konuları içermektedir?
5. Metindeki temel karşıtlık nedir?
6. Çeşitli kategoriler altında karşıtlık oluşturan çiftler nelerdir?
7. Bu karşıtlıklar herhangi bir ruhbilimsel ya da toplumsal anlama sahip midir?
8. Propp'un hangi işlevleri metne uyarlanabilir?

---

<sup>149</sup> Berger, **ön.ver.**, s. 137.

9. Olayların sıralama biçimi anlamı nasıl etkilemektedir?
10. Metne biçim veren kurallı özellikler var mıdır?
11. Ne tür çekimler,kamera açıları ve kurgu teknikleri kullanılmıştır?
12. Işık,renk,müzik ve ses göstergelere anlam vermek için nasıl kullanılmıştır?
13. Göstergibilim kuramcıları,televizyona uyarlanabilecek neler yapmışlardır?

### **1.5.Çizgisel Çözümleme**

Çizgisel çözümlemenin başlangıcı çizgisel okumadan gelir. Çizgisel çözümlemede parça ve bütün üzerinden çözümleme yapılır. Burada parça bütünü oluştururken asıl amaç çizgisel çözümlemenin bütünü değil de parçanın çözümlenmesidir, parça bütünü bir örneğini oluşturur . Filmden seçilen bir parça çözümlenebilir ve tüm film olgusu bu parçayla eleştirilebilir. Burada her ne kadar parçalardan bir bütün çıkarılsa da film olgusu bir bütün özelliği taşır. Filmden bir parça seçilerek çözümleme biçimini yeğleyen yaklaşımda filmin bütünselliğinden ayrılmadan ve parçayla bütün arasındaki ilişkiyi bozmaksızın yapılan çözümleme daha doğru olacaktır.

Çözümlemede filmin bütünü ya da filmden bir parça alındığında anlamın ve bütünlüğün bozulmamasının önemini bir kez daha vurgulamak gerekir Bu tür bir çözümlemede ve yeniden yapılandırmada bilimkurgusal, yöntembilimsel ve betimsel açıdan tümükapsayıcı, tutarlı, yalın ve üretici bir kuram, bir model oluşturma çabasını gerektirir. Böylesi bir çabayı yerine getiren de “anlamlama göstergibilimi” diye adlandırılır. Burada çözümleyicinin çizdiği bir çözümleme yapısı vardır ve çözümlemeci çözümlemeyle kendini özdeşleştirir. Ancak, kendi saptadığı edim içerisinde yer alır.

Bir film birçok kişi tarafından çözümlenebilir. Göstergibilimsel çözümlemede, içerik ve biçimsel çözümleme ayrımı yapılır. Burada önemli olan göstergeler dizgesinin üzerine yoğunlaşp seçici bir ayırım yapabilmektir. Böylece, örneğin Kanal D televizyonundaki “Yabancı Damat” dizisindeki bir tepsi baklava yemekten sonra yenilecek bir tatlı biçiminde görülmeyip, daha çok statü, tat, incelikli davranışlar ve ulusallık içeren anlamsal bir göstergeler dizgesi biçiminde incelenir.<sup>150</sup>

### 1.6. Dizimsel Çözümleme

Bu yöntemi ele alırken öncelikle Vladimir’in Propp’un Masalın Biçimbilimi isimli kitabında sunduğu gözlemlere değinmek yerinde olacaktır: Kişiler kim olursa olsun ve işlevler nasıl gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin, masalın değişmez, sürekli öğeleri, kişilerin işlevleridir.<sup>151</sup> İşlevler masalın temel oluşturu bölümleridir.

Olağanüstü masalın içerdiği işlevlerin sayısı sınırlıdır. İşlevlerin dizilişi her zaman aynıdır. Masal incelemeleri sırasında Propp, masalların çeşitliliğine karşın, hepsinin ortak bir biçime sahip oldukları sonucuna ulaşmıştır. Propp’un amacı, bu çeşitliliğin altındaki yapısal düzeni bulup bu düzenin işleyişini sağlayan temel işlevleri ortaya çıkarmaktır. Propp’a göre işlev, masal kahramanlarının eylemleridir; buradan yola çıkarak masalarda birbirini izleyen 31 temel işlev ve bu işlevleri gerçekleştiren 7 tip kahraman tespit eder.

Propp’un incelediği masallar, genelde bir kötülük ya da bir eksiklikle başlar; kahraman çeşitli işlevlerden geçerek bu kötülüğü ortadan kaldırmaya çalışır. Buraya kadar olan kısım masalın gelişme bölümüdür. Propp, bu gelişmeyi bir kesit olarak nitelendirir. Bitiş, kötülüğün ya da eksikliğin giderilmesine dayanır. Bu şekilde her yeni kötülük ya da eksiklik masal içinde yeni bir masala neden olur.

---

<sup>150</sup> Safiye Kırklar Barokas, “Ege’nin İki Yakasında Aşk’ı Edim-Göstergibilimsel Yaklaşımla Okumak,” <http://sanattasarim.iku.edu.tr/kentometre/ezozce/eg.htm>, (1.5.2006)

<sup>151</sup> Vladimir Propp, **Masalın Biçimbilimi Olağanüstü Masalların Yapısı**, Mehmet ve Sema Rifat (çev.), Om Yayınevi, İstanbul, 2001, s. 40.

Propp'un kullandığı temel anlatı birimi onun işlev olarak adlandırdığı birimdir.<sup>152</sup> İşlev sözcüğü olarak olay örgüsü açısından bir karakterin görevi anlaşılmaktadır. Propp'un yapıtı konumuz açısından önemlidir. Çünkü düşünceleri film, çizgi film ve diğer televizyon programlarına uyarlanabilir. Bir anlatı metninin biçimbilimini bulmada Propp'un nasıl yardımcı olabileceğini göstermek için işlevleri, çalışmanın son bölümündeki örnek programa, 'Lost' dizisine uyarlanmıştır.

### 1.7. Bourdieu'nun Medya Çözümlemesi

Bourdieu'ya göre televizyona çıkıyor olmanın karşı kefesinde müthiş bir sansür, bir özerklik yitimi bulunmaktadır.<sup>153</sup> Bu özerklik yitimi, konunun ve iletişim koşullarının dayatılmasının doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmakta ve özellikle televizyondaki zaman sınırlamasıyla her türlü eylem ve eleştirel yargı gücünü tırpanlayan etkin bir sansüre dönüşmektedir.

Bourdieu'ya göre, eğitim düzeyi, enformasyonu bilimsel açıdan değerlendirme gücüne sahip olabilmek açısından önemlidir.<sup>154</sup> Televizyonun mutlak bir egemenlik aracı olduğunu düşünen Bourdieu, özellikle yanlı basın ve televizyon söylemiyle başedebilmenin yolunun, en başta, enformasyon araştırmacıları gibi davranmaktan geçtiğini vurgulamaktadır. Televizyon, Bourdieu'nün homologie (benzeştirme) şeklinde adlandırdığı bir işlevle, izler kitlenin kültürel açıdan tek tipleştirilmesi amacına hizmet etmektedir. Bu amaçla yazılı basın ve televizyon programları, enformasyon ( ciddi ya da yüzeysel) ya da boş zaman ( ciddi ya da yüzeysel) ve eğlence üzerine odaklanma işlevlerine göre sınıflanmıştır.

---

<sup>152</sup> Berger, **ön.ver.**, s. 121.

<sup>153</sup> Hüseyin Köse, **Bourdieu Medyaya Karşı Medya: İşbirlikçi, Zorba ve Çığırkan**, Papirüs Yayınevi, İstanbul, 2004, s. 31.

<sup>154</sup> **a.g.e.**, s. 49.

Medyanın bu üç işlevinin gereksinme duyduğu izleyici profiline eğitim düzeyi, Bourdieu'nün ilgi bölünmesi adını verdiği bir olguyu da açığa vurmaktadır. Buna göre eğitim düzeyi yüksek izleyicilere yönelik ciddi yayınlarla, eğitim düzeyi düşük izleyicilere yönelik yüzeysel yayınlar arasında, medyatik yönelim açısından bir farklılık bulunmamaktadır. Her iki durumda da izleyicilerin ilgi bölünmesini, hesaba katan yayıncılık anlayışının planlı bir eylemi söz konusudur. İlginin bölünmesi, yayının ve izleyicinin çeşitliliği olarak addedilmekte, ancak mesajların boş zaman ve eğlence boyutuna ilişkin vurguları temelde geçerliliğini korumaktadır.

Bourdieu'nün, medya – izleyici ilişkisini çözümlerken başvurduğu habitus kavramının ifade ettiği anlam, medya içerikleri yoluyla izleyicilere yönelik bir koşullama mantığına odaklanmaktadır.<sup>155</sup> Söz konusu koşullama, her alanda, ( kültürel, ekonomik, toplumsal) etkili olmaktadır. Medya, bu anlamda izleyicilerin gerek bilinçaltı, gerekse kolektif bilinçlerinin yapılanmasında bir dizi koşullanmış pratiğin üretimine katkıda bulunmaktadır.

Bourdieu'nün, medya çözümlemesinde sıkça başvurduğu kavramlardan birisi de simgesel şiddet kavramıdır.<sup>156</sup> Bu kavram, Bourdieu tarafından şöyle tanımlanmaktadır: “ Kendi kurbanları için bile görünmez olan, bilgi ve iletişimin salt simgesel yöntemleri aracılığıyla işleyen duyarsızlaştırıcı ve yumuşak bir şiddet türü.”

Buna göre, gerçek şiddet hissedilebilir, somutlaştırılabilirken; simgesel şiddet ve dolayısıyla simgesel egemenlik ispatlanamaz, bunlar medyada söylemsel düzenin içine kazınmıştır.<sup>157</sup> Örneğin bir tartışma programında, konukların söz hakkına yapılan saldırılar ve sözü kesmek türünden uygulanan sansür girişimleri, bu şiddet türünün en bilinenlerindedir.

---

<sup>155</sup> a.g.e., s. 56.

<sup>156</sup> a.g.e., s. 57.

<sup>157</sup> a.g.e., s. 58.

Bourdieu'nün, medyayı analiz etmede alan kavramını esas aldığı görülmektedir. Buna göre, medya salt bir yapı değil, bir yapılar birliğinden oluşmaktadır. Medya alanını toplumsal yapılar alanındaki karmaşık ilişkiler açısından olduğu kadar, insanlar ve olaylar arasındaki karmaşık ilişkilerin yansıdığı bir alan olarak ele alıp incelemek gerekir.<sup>158</sup> Medya söylemindeki ideolojilerin ortaya çıkarılması, söz konusu alanı ayakta tutan gerekçeleri de gün ışığına çıkaracaktır.

Bourdieu'nün, medya analizinde ortaya çıkan ikinci belirgin nitelik ise, medyanın simgesel birtakım eylemlerine karşı geliştirilecek bir direniştir.<sup>159</sup> Buna göre, medyanın ve özelde televizyon alanının buyurgan işleyiş mantığına karşı sadece düşüncenin özgürce aktarımı için değil, aynı zamanda medyayla ilişkisi içindeki sosyal bilimlerin özerkliğini güvence altına almak için de daima mücadele etmek zorunluluğu vardır. Bu anlamda, özellikle televizyonun gitgide kendi oyununun kurallarını dayatmakta olduğu akıldan çıkarılmamalı ve diğer toplumsal evrenlerin ( bilim, sanat, felsefe, edebiyat...) birliği içinde direnme odakları ve stratejileri geliştirilmelidir.<sup>160</sup>

Bourdieu'nün, medya alanına yönelik çözümlerini de üç ana başlık altında değerlendirmek mümkündür;

-Medya epistemolojisi,

-Medya söylemi,

-Medyanın gücü.

---

<sup>158</sup> a.g.e., s.60.

<sup>159</sup> a.g.e., s.62.

<sup>160</sup> a.g.e., s.63.

### *Medya Epistemolojisi*

Postman'a göre, epistemoloji konusunun bizi ilgilendiren yanı, hakikat tanımlarına duyduğu ilgi ile hakikat tanımlarının doğduğu kaynaklardır.<sup>161</sup> Her iletişim aracının rezonansı vardır, zira rezonans apaçık bir metafordur. Araç, bizi zihinlerimizi düzenleyip dünyaya ilişkin deneyimimizi bütünleştirmeye yönelttiğinden, kendini bilincimize ve toplumsal kurumlarımıza melez biçimlerle kabul ettirmeye çalışır.

Postman, kitabında basılı söze dayalı bir epistemolojinin gerileyişinin ve bununla bağlantılı olarak televizyona dayalı bir epistemolojinin yükselişinin kamusal yaşam açısından ciddi sonuçlar doğurduğunu iddia etmektedir.<sup>162</sup> Ayrıca, konuyla ilgili karşı argümanlara karşı şöyle bir savunma yapmıştır:

Medyadaki değişikliklerin insanların zihinsel yapılarında veya bilme kapasitelerinde değişikliklere yol açtığını iddia etmemektedir. Argümanı, önemli ölçüde yeni bir aracın, söylem yapısını da değiştirdiğine dikkat çekmekle sınırlıdır.<sup>163</sup> Yeni bir araç, söylem yapısını, aklın kullanımının bazı yollarını cesaretlendirerek, belli zeka ve bilgelik tanımlarını öne çıkararak ve belli türde bir içerik talep ederek değiştirir. Epistemolojik değişim henüz her şeyi ve herkesi kapsamamıştır. Fakat şu anda enformasyonları, fikirleri ve epistemolojisi basılı sözlerle değil, televizyonla şekillenen bir kültürüz. Postman, televizyona dayalı bir epistemolojinin her şeyi kirletmese bile, kamusal iletişimi ve onun çevrelediği alanı kirlettiğini savunmaktadır.<sup>164</sup>

---

<sup>161</sup> Neil Postman, **Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, Osman Akınhay(çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul , 2000, s. 26.

<sup>162</sup> **a.g.e.**, s. 36.

<sup>163</sup> **a.g.e.**, s. 37.

<sup>164</sup> **a.g.e.**, s. 39.

## *Medya Söylemi*

Bourdieu'cü medya söylem analizi, temelde toplumsal olaylara ilişkin toplumbilimsel bir çalışma alanı oluşturularak, toplumsal bağlamı hesaba katan bir çözümlene yapmaktan oluşur. Televizyon böyle bir çalışma için zengin veriler sunan bir araçtır. Televizyonda olaylar harekete geçirici bir tür manivela olarak vardır. Bunun için, olayların bir yorumu yapıp yeniden kurulduktan sonra dolaşıma sokulan imgeler hakkında oluşturulacak varsayımların işleyişi de çözümlenmelidir.<sup>165</sup>

Söylemsel bir düzen olarak medya ve özelde televizyon, etkili gerçekliğini, temelde toplumsalın temsil edilme biçimlerinde yaptığı tahripkar tutumda bulmaktadır. Medya söyleminin bu açıdan taşıdığı önem, toplumsal bilginin stratejik denetlenmesi amacına tahsis edilmiş olmasıdır. Bourdieu'nün eleştirilerinde söz konusu olan şey ise, bu tür bir söylemin, herhangi bir bilimsel çıkarla uzlaşmaya yanaşmayan ve oyun dışı bırakılmış bazı yargıların girişimleri karşısında yer alanları sorguya çekme gücüne sahip olmasıdır.<sup>166</sup>

Medya söyleminin manipulatif etkisi, temelde bir gözetim düzeni kurmayı amaçlamaktadır.<sup>167</sup> Bourdieu'nün televizyon haber söyleminde ve tartışma programlarında ipuçlarını sunduğu simgesel şiddetin temelinde de aynı türde bir gözetleme düzeni mantığı yer almaktadır. Simgesel şiddet televizyonda bir tür gözetleme ve denetim kurma, dolayısıyla egemenlik uygulama aracı olarak cisimleşmektedir.

Şu halde Bourdieu'cü medya söylemi yaklaşımının birinci karakteristiği, medya söyleminin simgesel şiddet yoluyla hegemonik yapılandırılmasıyla ilişkilidir. Medya söylemi yaklaşımının ikinci karakteristiği ise, Bourdieu'nün homoloji adını verdiği genel benzerleştirme eğilimidir. Medya söyleminin homolojik etkisi, toplumsal dünyada birikmiş

---

<sup>165</sup> Köse, **ön.ver.**, s. 68.

<sup>166</sup> **a.g.e.**, s. 69.

<sup>167</sup> **a.g.e.**, s. 70.

nitel farkları yok eden, genelleştirilmiş ve yüzeysel tek tip düşüncelerin ve basmakalıplığın egemen bir değer olarak kutsanışına yol açmaktadır.

Hüseyin Köse'ye göre, Bourdieu'nün medya söylemi analizi özetle, medyanın toplumsal tutumlar ve kültürel uygulamalarla ilgili çözümlemelerinin, kurulu bulunan , toplumsal,ekonomik ve siyasal sistemin eşitsizlikleriyle birlikte yeniden üretimine katkıda bulunan neo-liberal ideolojisinin eleştirisi noktasına odaklanmıştır denebilir.<sup>168</sup>

### **1.8. Farklılaşmış İzleyici Ulaşımı Modeli**

Bu model kural olarak tüm kitle iletişim araçlarına uyarlanabilse de aslında radyo-tv yayıncılığı için geliştirilmiştir.<sup>169</sup> Modele göre ilk olarak, yayımlanan mesajların alınmasında neredeyse sınırsız olan bir potansiyel vardır.

İkincisi, potansiyel kitle iletişim araçları kamusudur. Burada mesajı alımlamada uygulanan gerçekçi maksimum sınırlar belirtilir; coğrafi alımlama alanlarında oturma ve mesajı almak üzere gerekli aparatlara sahip olma belirleyicidir.<sup>170</sup> Bu potansiyel izleyici sabit değildir, ancak araç gereç almada bireysel olanak ve kayıt, 'play-back' aletlerinin olup olmamasına göre değişebilir. Ayrıca belirli bir mevcudiyet ve uygunluk tanımına da dayanır. Örneğin potansiyel izleyici belirli yaş gruplarının altındaki çocukları ve bazı diğer izleyici kategorilerini dışarıda bırakabilir. Bazı nedenler söz konusu olduğunda potansiyel izleyici kavramı zamanı da göz önüne almalıdır; örneğin günün erken saati ile gündüz ve gece izleyicisi arasında ayırım yapılmalıdır.

---

<sup>168</sup> a.g.e., s. 72.

<sup>169</sup> McQuail ve Windahl, **ön.ver.**, s. 189.

<sup>170</sup> a.g.e., s. 190.

Üçüncüsü, kitle iletişim araçlarının bir diğer boyutunu, radyo veya televizyon kanalı veya programı tarafından ulaşılan gerçek izleyiciyi tanımlar. Bu genellikle izleyici *rating*leri tarafından ölçülür.<sup>171</sup>

Dördüncü ve beşinci sırada, izleme ve etki dereceleri belirtilir. Bunlardan bazıları içeriği fark etme ve hatırlama kabiliyetine ve belli bir programla geçirilen zamana göre, ampirik olarak ölçülebilir.

Clausse araştırmasında izleyicilerin olağanüstü derecede dengesiz olmaları ile ayrıca bu şekilde temsil edilen israf üzerinde durur. Çünkü yayımlanan mesajların dikkat çekme ve izlenme potansiyellerinin yalnızca çok az bir kısmı izleyicilerce tüketilir.

Yazar değişik kitle iletişim araçları kamuları arasındaki niteliksel farklılıklara da dikkat çeker. Bunlar dağınık bireylerin kitle iletişim aracı tarafından bazı yayın biçimleriyle yoğun ve paylaşılan bir deneyimde biraraya getirildiği komün durumundan uyumlu bir birlikteliğe bazen de kitle durumuna kadar çeşitlilik gösterir. Kitle durumu planlanmamış bir uzaklaşma için kitle iletişim araçlarının çeşitli, gündelik ve alışkanlık haline getirilmiş kullanımı demektir.

### **1.9. Televizyon Programı Seçimi**

İzleyicilerin belirgin beğeni, ilgi ve tercihleri vardır.<sup>172</sup> Bu beğeni, ilgi ve tercihler bazı içerik tarzlarının seçimi ile ilgilidir. İzleyicilerin tercihlerinin ne olacağı hakkında fikir sahibi olmak, kitle iletişim araçları endüstrisinin siyasa ve planlaması için önemlidir. Fakat televizyon ve radyo kullanımı alışkanlıkla fazlasıyla ilişkili olduğu için izleyicinin sürekliliğinin ve mantığının olduğu düşüncesi çok taraftar toplamamaktadır.

---

<sup>171</sup> a.g.e., s. 191.

<sup>172</sup> a.g.e.

Bunu düşünerek Webster ve Wakshlag program seçimi modelini oluşturmuşlardır. Buna göre, birincisi mevcut program seçeneklerinin yapısı sabittir.<sup>173</sup> İkincisi televizyon bedava bir maldır, öyle ki aynı anda mevcut olan programların seyirci için bedeli aynıdır. Üçüncüsü model tek bir izleyiciyi zaman içinde belli bir anda ele alır.

Açıklanacak başlıca öge, program seçimidir. Belirli bir anda izlenmek üzere belli bir programın seçilmesi öncelikle izlemek isteyen bir seyirci, ikincisi o anda sunulan programlar varsa sözkonusu olur.

İzleme seçimi normalde izleyicinin genellikle beğendiği programlar kategorisinden yapılır.<sup>174</sup> Bireyin esas seçimi gerçekten izlemeyi tercih edeceği aynı tür belli bir programla aynı olmayabilir. Program tercihlerinin nedeni olan genel bir geri plan değişkeni dürtü ,ilgi ve beklentilere karşılık olan izleyici gereksinimleri etmenidir. Seçim yapma ile ilişkili diğer iki belirgin etmen şunlardır: Seçimlerin kollektif olarak veya oybirliği ile yapılabileceği izleyen grubun etkisi ve tercih edilen türde programın mevcut olduğuna ilişkin izleyici duyarlılığı.

Modeldeki bazı öğeler kısaca şöyle açıklanabilir:

*Program Seçenekleri Yapısı:* Belirli bir zamandaki seçenek sayısı belli bir zamanda sistemdeki kanal sayısından daha fazla değildir. Gerçek seçim çoğu kez aynı anda aynı tip program sunan rekabet halindeki programcılar tarafından sınırlanır. İzleyicinin belirli bir kanala yerleşik bağlılığının olduğu durumlarda seçim daha da sınırlanabilir. Gerçek seçimi sınırlamanın yanı sıra program takvimi izleyicinin halihazırda seyredilen aynı kanalı izlemeye devam etmeye eğilimi olan kalıtımsal etki yoluyla seçim üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

---

<sup>173</sup> a.g.e, s. 192.

<sup>174</sup> a.g.e.

*Program Türü Tercihi:* İzleyicilerin belirli içerik çeşitleri için tutarlı tercihleri olduğu çoğu kez kabul edilse de izleyicilerin ortak bir program kategorisine sahip olup olmadıklarını söylemek güçtür.

*İzleyici Mevcudiyeti:* Çeşitli şekillerde özellikle az çok aktif terimlerle kavramsallaştırılabilir.<sup>175</sup> Pasif bir versiyonda, mevcudiyet bir televizyon alıcısına ve izlemek üzere zaman sahip olmak anlamına gelebilir. Aktif olarak algılandığında gereksinimleri tatmin etmek üzere bilinçli olarak bir kitle iletişim aracı deneyimi aramayı akla getirir.

*İzleyici Grubu:* Kimi zaman gözardı edilse de izleyici televizyon izlerken yalnız değildir; ailesi veya arkadaşları ile birlikte dir. Tek başına bu gerçek bireysel program seçiminin rasgeleliğini büyük ölçüde açıklayabilir. İzleyici grubun kendisi de program seçiminden etkilenebilir.

*Duyarlılık:* Mevcut program seçeneklerine çeşitli derecelerde duyarlılık vardır. Duyarlılık sadece programda ne olduğu hakkında bilgi sahibi olmak değil aynı zamanda seçimde bulunmaya etkide bulunacak kadar güçlü olan içeriğe karşı beğenme ve beğenmeme tutumları da demektir. Duyarlılığın olmaması izleyici davranışı rasgeleliğine katkıda bulunacaktır.

## **1.10.Diğer Yöntemler**

Televizyon programlarını analiz etmek için oluşturulmuş şemalardan biri aşağıdadır:<sup>176</sup>

---

<sup>175</sup> a.g.e, s. 194.

<sup>176</sup> Analyzing Tv Programs, <http://www.frankwbaken.com/wavstoanalyze.htm> (1.5.2007).

### 1. Tür:

Programın türü nedir? (Belgesel,dizi,sohbet,komedi,*reality show*,haberler vb.)

### 2. Sahiplik:

Programın sahibi kimdir? Kim yayınlıyor? Sponsoru var mıdır? Diğer araçlarla ilişkisi nedir? Kimler programdan kar elde ediyor?

### 3. Medya Dili:

Program nasıl çalışıyor? Nasıl çekiliyor ve kurgulanıyor? Kuralları nelerdir? Ne anlama geliyor? Hangi değerleri temsil ediyor? Medyanın hangi yönünü gösteriyor?

### 4. Seyirci:

Programı kimler izliyor? İzleyenler program hakkında ne düşünüyor? Hangi kanalda gösteriliyor? Hangi zaman diliminde, kaç bölüm halinde yayınlanıyor? İlgi çekiciliği nereden kaynaklanıyor?

### 5. Teknoloji:

Program nasıl yapılıyor? Nasıl kayıt ediliyor ve montajlanıyor? Seyirciyi etkilemek için teknoloji nasıl kullanılıyor? Hangi araç yayınlıyor?

Konuyu farklı yönleriyle ele alan başka analizler de vardır. Bu analizde on başlık kullanılmıştır.<sup>177</sup>

---

<sup>177</sup> Ten Ways To Analyz Tv Programs, <http://tengrrl.com/tens/022.shtml>, (1.5.2007).

## **1. Tür**

## **2. Gerçek – Stereotip**

Karakterler hangi yönleriyle gerçek; hangi yönleriyle dramatize görünüyorlar? Karakterlerin gerçek duyguları var mı yoksa programın öngördüğü, en uygun zaman ve yerde sergileyebilecekleri duyguları mı sergiliyorlar? Duyguları önceden tahmin edilebilir mi? Gerçek insanlar gibiler mi? Örneğin saçları dağılıyor, banyo yapıyorlar mı?

## **3. Reklamlar**

Program arasında hangi reklamlar yayınlanıyor? Bu reklamların hedef kitlesi kim? Programın izleyicileri ile reklamların hedef kitlesi birbirine uyuyor mu?

## **4. Öngörülebilirlik**

Programda tahmin edilebilir şeyler oluyor mu ve bunlar programın ilerlemesine nasıl yardımcı oluyor?

## **5. Kostümler**

Programda kostüm ve aksesuarların rolü nedir?

## **6. İşaretler**

Pek çok televizyon programı yetişkinlerin, bir programın çocuklara uygun olup olmadığını anlamaları için bir işaret sistemi kullanmaktadır. (Metinde, yurtdışından

örnekler verilmiştir. Örneğin, M harfi programın sadece yetişkinlere uygun olduğunu göstermektedir. Bizdeki akıllı işaretlere benzer bir sistemdir.)

### **7. Aynı Konu, Farklı Programlar**

Bazı programlar aynı konuya odaklanırlar, fakat farklı yönlere dikkat çekerler. Bu farklılıklar nelerdir?

### **8. Zaman Kapsülü**

Eğer bu programların günümüzden örneğin 500 yıl sonrasına kalma imkanı olsaydı, programı izleyenler günümüz dünyası hakkında ne düşünürlerdi?

### **9. Televizyonun Rolü**

Televizyon programlarının rolü nedir? Oyalamak mı,nasıl? Eğlendirmek mi,hangi tekniklerle? Yalıtılmak mı,neden? Bu rollerden çoğunu oynuyorlar mı?

### **10. Müzik ve Ses efektleri**

Programda müzik ve ses efektlerinin rolü nedir? Belli sesler belli karakter ve temalarla, belli ruh halleriyle mi özdeşdir? Müzik ve ses efektleri programa ne katıyor; sadece fazladan gürültü mü yoksa programın ayrılmaz bir parçası mı?

## 4. BÖLÜM

### TELEVİZYON PROGRAMLARINDA KAMERA KULLANIMI, AYDINLATMA, SES, MÜZİK VE EFEKTLERİN ETKİLERİ

#### 1. KAMERA KULLANIMI İLE ETKİLEME BİÇİMLERİ

Kamera televizyonun gözüdür. İnsan gözü neyi görebiliyorsa kamera da aynısını görür. Göz, gözbebeğinin önünde duranları; kamera da önündekileri ya da tam karşısına yerleştirilenleri görür. Kameranın teknik yapısı da gözün biyolojik yapısına benzemektedir.

Kamera, sıradan bir insanın gözünün görebildiklerini görebilmektedir.<sup>178</sup> Televizyon kamerası genellikle duygusal ortamı,düşünce dünyasını, hayalleri görmekte ve göstermekte zorlanmaktadır. Görünmeyen dünyaları bir yapay göz olan kamera aracılığıyla anlatmak daha da zordur. Başarılı metin yazarları ve yönetmenler , düşünülebilene her şeyin görüntülü olarak da bir anlatımı bulunur düşüncesinden yola çıkarak görünmeyenleri görünür kılarlar.

Yaşamın görünmeyen boyutundan kesitler sunmak için metin yazarlarının ve yönetmenlerin , yeni kod sistemleri, yeni diller, anlatım biçimleri ve simgeler geliştirmeleri gerekmektedir. <sup>179</sup> İzleyiciler, öncelikle yeni kod sistemlerine,yeni simgelere,yeni dillere alıştırlacak, sonra bu simgelere yüklenen anlamlar sürekli tekrarlanarak pekiştirilecek, bunlar zamanla, toplumun kullandığı, görünmeyen dünyalarını anlattığı kodlama sistemleri haline dönüşecektir.

---

<sup>178</sup> Cereci, **ön.ver.**, s. 46.

<sup>179</sup> **a.g.e.**, s. 47.

Bunun için, çizgilere, renklere, biçimlere, tonlara yeni anlamlar yüklenerek, bunlar metafizik alanın varlıklarıyla özdeşleşecektir. Her bir duygu veya imge ya da düşünce farklı bir görüntülü biçimde anlatılarak görünürden ötesiyle ilgili de mesaj verilecektir.<sup>180</sup>

Televizyonda belirli görüntülerin belirli duygularla ya da görülemeyen gerçekliklerle özdeşleştirilmesi söz konusudur. Örneğin, loş bir ortam hüznü, canlı renklerin egemen olduğu bir ortam eğlence, pamuk plantasyonunda çalışan ter içinde kalmış bir zenci sömürü, içinde buz parçaları bulunan buğulanmış bir bardak serinlik demektir.<sup>181</sup>

### 1.1.Kamera Açıları

Kamera açılarını belirleyen birtakım unsurlar vardır:

**a) Estetik Unsurlar:** Kamera açısı seçilirken estetik unsurların göz önünde bulundurulması gerekir. Kompozisyona ilişkin tüm öğeler; oyuncular, donanım, mobilya, dekor, arka plan, araçlar vs. oyuncuların hareketleri ve sahnenin genel devinimi dikkate alınarak değerlendirilir.<sup>182</sup> Öykü anlatımını gerçekleştirmek için kompozisyona yönelik çizgilerin, formların ve hareketlerin tümünden yararlanmak gerekir.

**b) Teknik Unsurlar:** Teknik nedenler kamera açılarını konumlandırırken göz önünde bulundurulmalıdır. Işıklandırma koşulları ve mevcut olan malzeme yüzünden oluşan sınırlamaları karşılamak için kamera açılarında ve sahnelemede özveride bulunmak gerekebilir.

**c) Psikolojik Unsurlar:** İzleyiciler kameranın bakış açısı yolu ile duygusal açıdan etkilenebilirler. Kameranın üstten, alttan, eğik ve öznel açılması izleyiciyi normal göz

---

<sup>180</sup> a.g.e., s. 48.

<sup>181</sup> a.g.e., s. 49.

<sup>182</sup> Kars, ön.ver, s. 114.

hizası öznel izleme konumundan farklı bir konuma oturabilir ve perdede görüntülenen olaylara duygusal tepkisini güçlü bir biçimde etkileyebilir. Öznel açılar sahneyi bir oyuncunun gördüğü biçimde görüntüler ve izleyiciyi öyküye daha da yakından dahil eder. İzleyicinin psikolojik tepkisi büyük ölçüde kamera açılarına ve kurgusal uygulamaya bağlıdır.

**d) Dramatik Unsurlar:** İzleyicinin ilgisini çekmek için öykü içeriğinin yettiği durumlarda kamera öykü anlatımına karışmamalıdır. Ancak durağan, sıkıcı ya da sıradan konular kameranın hayal gücü kullanılarak canlı bir hale getirilebilir. İzleyicilerin duygusal tepkisi konunun özel, dramatik bir tarzda sunulması ile arttırılabilir.

Açı, kameranın bulunduğu yer tarafından belirlenir. Yaratıcının konu üzerindeki yorumu olarak tanımlanabilir. Açı dar ise duygusal tavrın anlaşılması güç olabilir. Çok geniş açı imajın genel anlamını sunabilir.<sup>183</sup> Üst açıdan ya da alt açıdan bir objeyi ya da insanı görüntülemek farklı anlamlar içerebilir ; gösterilen şeyi kimliklendirir ve onlar hakkındaki bilgimizi yönlendirir.

Beş temel açıdan söz edebiliriz: Kuş bakışı, üst açı, alt açı, göz düzeyi ve eğik açı.

Kuşbakışı başın üzerinden bir sahnenin görüntülenmesidir ve çok karışık bir açıdır. Olayları bu perspektiften nadiren gördüğümüz için bu açıdan konu tanımlanamaz ve soyut bir izlenim yaratır.<sup>184</sup>

Üst açı çekimle, genel bir görme duygusu yaratılır. Üst açılar öznenin önemini azaltır. Bir insan yukarıdan güçsüz, zavallı, anlamsız gibi algılanır.

---

<sup>183</sup> a.g.e., s. 26.

<sup>184</sup> a.g.e., s. 27.

Alt açı ise üst açının tersi bir etkiye sahiptir.<sup>185</sup> Alt açı ile görüntülenen kişi güçlü algılanır, boyu daha uzun görünür, hareketleri hızlanır. Özellikle şiddet sahnelerinde alt açı karışıklık duygusu yaratır. Çevre alt açı ile minimize edilir. Alt açı ile çekim yapıldığında genellikle ışıklandırma üstten yapılır. Psikolojik olarak alt açı öznenin önemini artırır, korku, saygı, hakimiyet gibi duyguları canlandırır.

Eğik açı kameranın yana doğru çevrinmesidir. Eğik açı ile görüntülenen biri bir tarafa düşüyor gibidir.<sup>186</sup> Psikolojik olarak eğik açı; gerilimi, geçişi ve olması yakın bir hareketi ifade eder. Şiddeti anlatan sahnelerde, görsel kaygı duygusunu arttırmakta etkili olabilir.

## 1.2.Kamera Hareketleri

Kamera hareketlerinin yapılma nedenlerini iki başlık altında inceleyebiliriz: Mekanik amaçlar ve sanatsal amaçlar.<sup>187</sup>

Mekanik amaçlar şunlardır:

- Hareketi takip etmek,
- Birleştirilmesini istediğimiz resimleri göstermek,
- İstemeyen kısımların çerçeve dışı bırakılması,
- Statik çekimlerde geniş yer tutan alanı göstermek,

---

<sup>185</sup> a.g.e. , s. 28.

<sup>186</sup> a.g.e. , s. 29.

<sup>187</sup> Kamera

Hareketlerinin

Yapılma

Nedenleri,

<http://www.kameraarkasi.org/kamera/hareket/hareket/nedeni.html>, (3.3.2007)

- Konu özelliklerinin tanıtılması.

Sanatsal amaçlar ise;

- Birbirinden ayrı duran iki cismin uzaklık farkının ifadesi,
- Önceki hali ve sonraki halinin gösterilmesi,
- İzleyici dikkatinin başka bir yere çevrilmesi,
- Ayrı bölümlerin birleştirilmesi,
- Konunun hareketlerinin takip edilmesidir.

### ***Pan Hareketi***

Kameranın sağdan sola,soldan sağa doğru yaptığı çevrinme hareketine pan denir. Soldan sağa doğru yapılan harekete sağa pan, sağdan sola doğru yapılan harekete sola pan denir. Uzun bir objeyi mesela bir gemiyi çekerken, gemi hakkında daha çok detay verebilmek amacıyla pan yapılır.<sup>188</sup>

Pan yaparken birbiriyle ilişkili iki unsur hakkında izleyiciye bilgi vermek ve bu iki unsuru birbiriyle ilişkilendirmek amacıyla hareket tercih edilir. Bu nedenle pan için başlangıç karesi ile pan hareketinin son karesi çok önemlidir. Bu iki unsur arasında çok boşluk varsa pan tercih edilmez, aradaki boşluğun hem seyirci hem de konu için önemi olmadığından izleyiciyi sıkır. Dikkatin dağılmasına neden olur. Pan hareketi en fazla 90

---

<sup>188</sup> Pan Hareketi, <http://www.kameraarkasi.org/kamera/hareket/hareket/pan.html>, (3.3.2007)

derece açılar için tercih edilmelidir. Pan hareketinin hızı da çok önemlidir. Detayların kaybolmayacağı kadar yavaş, ama sıkılmayacak kadar tempolu olmalıdır.

Pan yapıldığında iki nokta arası izleneceğinden doğal olmayan bir duygu yaratılır.<sup>189</sup> Pan, özneyle birlikte hareket eder, onu kompozisyonun merkezinde tutar. Mekanı tanımlar. Orta ve yakın çekimlerde kullanılan pan hareketine reaksiyon pan denir. Bir konuşmacı ve onu dinleyenler arasında yapılan pan, dinleyicinin reaksiyonunu yakalar. İki özne arasındaki ilişkinin amacını ortaya koyar ve uzaklığı tanımlar.

Pan, insanlar arasındaki psikolojik uyumu ve dayanışmayı da vurgular. Pan hareketi, kamera çerçevesine sığmayan çok geniş manzaraları görüntülemek, hareket eden karakterleri ya da araçları takip etmek için de kullanılabilir. Bu, sahneyi yeniden çerçevelemek olarak da bilinir.<sup>190</sup>

**a)Obje Hareketsiz İse:** Görüntüde obje durağansa (örneğin park durumunda bir otomobil) ve obje başka bir obje ile ilişkilendirilecekse pan yapılır.<sup>191</sup> Örneğin bir araba park yerinde duruyor, bir oto hırsız da arabayı gözlüyor. Burada ilk önce araba çekilir, eğer araba hırsızla ilişkilendirilecekse, kamera hırsıza doğru çevrilir. Araba görüntüden çıkar, hırsız görüntüye girer.

**b)Obje Hareketli İse:** Objenin hızını ayarlamak güç olduğundan bu durumlarda pan yapmak oldukça zordur. Pan hareketini yaparken objenin çerçeve içindeki pozisyonu korunmalıdır.

---

<sup>189</sup> Gülseren Güçhan, **Tür Sineması Görüntü ve İdeoloji**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1999, s. 36.

<sup>190</sup> Vineyard, **ön.ver**, s. 2.

<sup>191</sup> Pan Hareketi, [www.kafkasyagrubu.org](http://www.kafkasyagrubu.org), (1.3.2007)

### ***Zoom Hareketi***

Zoom görüntünün mercek sistemi yardımıyla yakınlaştırılıp uzaklaştırılmasıdır.<sup>192</sup> 20-60 mm'lik zoom objektifli bir kamera, 20 mm'den 60mm'ye kadar bütün objektiflerin görüş açısına sahiptir. Zoom in ve Zoom out olmak üzere iki çeşittir. Zoom merceğin yarattığı etki daha çok kaydırmaya benzer. Kalabalık ortamlarda görüntü almayı kolaylaştırır. Zoom çekimlerle kameranın hareket ettiği çekimler arasında psikolojik farklar vardır. Kaydırmalı hareketi ile bir mekana giriyormuş ya da ayrılıyormuş izlenimi verilir.

Zoom mercekli çekimde odak uzunluğu değiştiği için kişilerin ve nesnelerin biçimleri değişebilir.<sup>193</sup> Kaydırmalı çekimde alıcının merceği aynı olduğu için görüntünün açısı değişmez, yalnızca seyircinin görüş açısı değişir., çok doğal bir şekilde görüntünün içine girilebilir. Zoom mercek bu duyguyu vermez, bunun yerine olayın küçük bir parçası daha yakından görülür. Zoom doğal bir teknik olarak sayılamaz çünkü insan gözü odaksal uzunluğu aşamalı olarak değiştirme yetisine sahip değildir. Bu yüzden bu hareket daha çok etki sağlamak için kullanılır.<sup>194</sup>

Sabit açılı objektiflerde, odak uzaklığı sabit olduğundan bu hareket mümkün değildir. Değişken açılı zoom objektifler ile mümkündür. Aslında zoom objektifler, ani açı değişiklikleri gerektiğinde, kameramanın sık sık objektif değiştireceği durumlarda zaman kaybını ortadan kaldırmak amacıyla ve birçok objektifin taşınmayacağı durumlar için üretilmektedir. Ancak bu ani açı değişikliğini bir hareket olarak kullanan yönetmenler ile zoom hareketi ortaya çıkmıştır.

Çerçeveye sığmayan konunun genelini görmek için veya genel görüntü içinden detaylar almak için zoom yapılır. Zoom hareketinde çerçeve genişler veya daralır. Bu durumun göz önünde bulundurulması halinde kullanılabilir. Örneğin uzaktan kameraya

---

<sup>192</sup> Cereci, **ön.ver**, s. 105.

<sup>193</sup> Güçhan, **ön.ver**, s.40.

<sup>194</sup> Vineyard, **ön.ver**, s.7.

yaklaşan bir insanı göğüs planda takip etmek için ilk objektif genişliği eğer 125 mm ise , o insan kamera yakınına geldiğinde objektif çapı 20 mm civarına kadar genişlemektedir. Bu durumda kameraya yaklaşan insanı çerçeve dışı bırakmamak için etraftan konuyla ilgisi olmayan bir çok şey çerçeveye girecektir.

İnsan gözü bir görüntüden bir görüntüye geçerken keserek hareketi takip edebilir. Yani insan gözünün doğasında zoom yoktur. Beyin ise bu hareketi düzeltemez. Zoom hareketi aslında ciddi bir kamera hareketidir ve zaten çerçeve içinde hareket eden nesnelere varsa izleyicinin dikkatini dağıtmamak için ayrıca bir zoom hareketi yapılmaması tavsiye edilmektedir.

### ***Dikey Çevrinme / Tilt Hareketleri***

Tilt hareketi, genellikle uzun objeleri – örneğin plaza, katedral- görüntülemek için kullanılır. <sup>195</sup> Kameranın çekim sırasına sağa, sola çevrinmesi ile görüntü çerçevesi içinde yer alan varlıkların görünüşleri de sağa ya da sola yer değiştirir. <sup>196</sup> Çevrinme sürdükçe varlıklar çerçevenin sağından, solundan çerçeve içine girer. Köşegen çevrinme daha çok betimleyici amaçla kullanılır.

Çevrinmenin kullanım amaçları;

- Olay/olgunun önemi artırılır.
- Birbiri ile ilişkili iki öge hakkında seyirciye bilgi verilir.
- Tepkinin nedeni gösterilebilir.

---

<sup>195</sup> Vineyard, **ön.ver**, s. 3.

<sup>196</sup> Feridun Akyürek, **Senaryo Yazarı Olmak Senaryo Yazmak**, MediaCat Yayınları, İstanbul , 2004, s. 381.

- Tepki gösterilir.
- Bilinmeyeni ortaya çıkarır.
- Değişiklik elde edilir ve merak uyandırır.
- Çeşitli çağrışımlar izleyiciye anımsatılır.
- Çevre tanıtımı yapılır.
- Genel çekimde tamamı görüntü çerçevesine sığmayan yüksekliklerin, durağan nesnelerin (harita, fotoğraf, gazete) betimlemesinde kullanılır.<sup>197</sup>

Bu hareket özellikle belgeselciler çok sık kullanmaktadırlar. Örneğin tarihi bir yapıyı detaylandırmak için zorunlu olarak aşağıdan yukarı ya da yukarıdan aşağı çekmek zorundadırlar. Tilt yapılmasını isterken “yukarı tilt” (aşağıdan yukarı hareket) “aşağı tilt” (yukarıdan aşağıya hareket) komutlarını verirler. Tilt yapmanın temel prensipleri pan yapmayla aynıdır.

Tilt, özneleri kare içinde tutar, uzamsal ve psikolojik ilişkinin kurulmasına yardım eder, eş zamanlılığı sağlar. Öznel olarak da kullanılabilir, karakterin yukarı ya da aşağı bakmasını izler.

Tilt hareketinin kamera gövdesinin yükselip alçalarak yaptığı hareketten farkı çekim düzleminin değişmemesidir.<sup>198</sup> Yukarıdan aşağıya yapılan tilt hareketine *tilt down*, aşağıdan yukarıya yapılan harekete *tilt up* denir. Örneğin bir insan vücudunu yukarıdan aşağıya doğru taradığımızda oluşan hareket *tilt down* olacaktır.

---

<sup>197</sup> a.g.e., s. 384.

<sup>198</sup> Tilt Hareketi, <http://www.kameraarkasi.org/kamera/hareket/hareket/tilt.html> (2.3.2007)

Genel görüntüsü herkes tarafından bilinen veya daha önceki planlarda gösterilen objelerin detayları hakkında bilgi vermek amacıyla, çerçeve formatına uymayan çok yüksek ve büyük objelerin çekiminde, mesela bir kadının kapıyı açmasıyla kafasının görünmesi sonra kapıyı çalan kişinin gözüyle aşağı doğru bir bakışı gerçekleştirmek veya normal olmayan bir davranışın sürprizini seyirciye göstermek amacıyla , özel efektler veya karmaşa gibi bir çok amaç ile tilt hareketi yapılır. Sürekli bir dikey çevrinme, üst üste yerleştirilmiş değişik ilgi noktalarının birleştirilebilmesi için kullanılır.<sup>199</sup>

Bir nesneden bir nesneye geçerken nesnelerin anlatıma katkısı olmasa bile yönetmen kamerayı çevrindirmelidir. Çünkü bu sayede izleyici iki nesne arasındaki uzaklığı kavrayacaktır. Nesnelere kişi arasında bir ilişki kurulması isteniyorsa çevrinme hızı yavaş olmalıdır.<sup>200</sup>

### ***Dikey Yükseliş ve Düşey Alçalış (Crane up- Crane down)***

İzleyicinin karakterlerin başına ne geleceği ile ilgili ipuçları elde etmesini sağlar.<sup>201</sup> Bu harekette, kamera vinç'e benzer bir araca takılır ve 3-4 metreden 10-15 metreye kadar değişen yüksekliklere kameramanlı ya da kameramansız çıkarılır. Alçaktaki kişilere ve nesnelere önem verilmesi, görüntünün öznel ve nesnel gücünün artırılması, ön planın ağırlıklı etkisinin azaltılması, kişiler ve varlıkların üst açıdan görülmesi, kişilerin ve nesnelerin devinimlerinin tamamının görüntülenmesi amaçlarıyla kullanılır.<sup>202</sup> *Crane*, bir çeşit mekanik koldur. Çok geniş tepe açılarından çok dar açılara inebilir. Kameranın bu tür hareketleri eğretilme yapmak için de kullanılabilir.

---

<sup>199</sup> Cereci, **ön.ver**, s. 105.

<sup>200</sup> Nadi Kafalı, **Tv Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 2000, s.180.

<sup>201</sup> Vineyard, **ön.ver**, s. 29.

<sup>202</sup> Akyürek, **ön.ver**, s. 394.

Vinç hareketi, görsel noktalama çekimlerinin yapılmasını, ön plandaki küçük bir gruptan arka planda bulunan daha daha büyük bir gruba hareket edilmesini ya da yavaş , dikey hareketlerle bir sahnenin atmosferine duygusal bir yorum katılmasını sağlar.<sup>203</sup>

### ***Kayma/ Dollying/Travelling***

Kameranın yaptığı her hareketin yönü, hızı, gücü, sürekliliği ve zamanı vardır. Çok sayıda hareket enerji, telaş, heyecan ya da şiddet duygusu yaratır. Hareketin çok az ya da hiç olmadığı durumlarda sessizlik, sıkıntı, hüznün, ciddiyet ya da güçlü duygusal bir ortamın geçici olarak tüm devinimi durdurduğu izlenimi uyanabilir.<sup>204</sup>

Dolly, çok doğal bir tekniktir. Kamera basitçe boşluğa doğru yatay olarak hareket eder. Bu tekniğin hızı, yürüyen ya da hareket eden bir platform üzerinde giden birinin hızına eşittir.<sup>205</sup>

Dolly, kamera gövdesini hareket ettirerek yapılan mekanik harekettir. Kamerayı ele alarak ve kamera sallanmasını, titremesini göz ardı ederek yapılabilir. Kayma hareketi düz zeminlerde tekerlekli tripod veya dolly ile zeminin bozuk olduğu durumlarda şaryo kurularak yapılabilir. Yürüyen, koşan bir kişiyi çerçeve genişliğini değiştirmeden takip etmek amacıyla sık sık kullanılır. Duvardaki, tabletteki kabartmayı yatay düzlemde tararken pan yapılırsa kabartmanın uçlarına doğru netlik ve çerçeve büyümesi problemini ortadan kaldırmak için yatay düzlemde kayma hareketi idealdir.<sup>206</sup>

---

<sup>203</sup> Kafalı, **ön.ver.**, s.195.

<sup>204</sup> **a.g.e.**, s.187.

<sup>205</sup> Vineyard, **ön.ver.**, s. 4.

<sup>206</sup> Dolly Hareketi, <http://www.kameraarkasi.org/kamera/hareket/hareket/dolly.html> (2.3.2007)

Öne kaydırma, bir giriş, yaklaşma, konunun ayrıntılarına ulaşma, ilgiyi bir nesne, varlık ya da kişi üzerine çekme gibi amaçlarla kullanılır. <sup>207</sup> Geri kaydırmayla ayrıntıdan uzak çekime dek tüm çekimler sürekli olarak verilebilir. Kaydırma hareketi genel olarak; nesnenin, ve varlığın önemini arttırmak, anların bitirilmesi, beklenmeyeni ortaya çıkarmak, devinimi vurgulamak, dikkati belli bir yere toplamak, kişiyi izlemek, yer hakkında izleyiciye bilgi vermek, izleyiciye bulunduğu yeri anımsatmak, çekim ölçeğinde değişiklik yapmak, uzun ve geniş nesnelere yatay derinliği sabit tutarak ayrıntılarıyla birlikte görüntülemek için kullanılır. <sup>208</sup> Ayrıca, yakın çekim ile verilen bir işten, işi yapanı ve çevresini gösterme kesme ile değil geri kayma ile yapılırsa izleyicinin sahne ile bağı kopmaz.

Dolly ( kaydırma), hareket duygusunu yakalamak için kullanışlı bir tekniktir. Eğer bir karakterin hareketinin yönü vurgulanmak isteniyorsa, hareket ve onun sonucu arasında doğrudan kesme kullanılır. Hareketin kendisi önemli ise kaydırma ile takip edilir. Böylece, örneğin bir karakter bir şey arıyorsa, dolly'nin bakış açısı , bu aramanın heyecanına katılmaya yardım eder. <sup>209</sup>

Kaydırma hareketinin bir işlevi de çekimle diyalog arasında zıtlık sağlamasıdır. Karakterler geçilerek yönetmenle seyirci arasında bir çeşit doğrudan iletişim kurulması sağlanabilir. <sup>210</sup>

Dolly, psikolojik durumun vurgulanmasını da sağlar. Dolaşan çekimler açık anlamdan çok simgesel anlamı ifade eder. Örneğin kamera yolda yürüyen birini izliyorsa seyirci yol boyunca bir şeyler olacağını hisseder.

---

<sup>207</sup> Akyürek, **ön.ver**, s.388.

<sup>208</sup> **a.g.e.**, 390.

<sup>209</sup> Güçhan, **ön.ver**, s. 37.

<sup>210</sup> **a.g.e.**, 38.

### ***Kombine Hareketler***

Kamera ile aynı anda birden fazla hareketin yapılmasına kombine hareket denir. Sıkça kullanılması karmaşa yaratacağı ve seyircinin mekan hakkında bilgi sahibi olmasını engelleyeceği sebebiyle özel bir hareket olarak az kullanılır. Birbiri arkasına kombine hareketler yapılmaz veya montajlanmaz.<sup>211</sup>

Çerçevenin gereğine göre aynı anda sola pan ve tilt yapılabilir. Bu bir kombine harekettir. Kameraman aynı anda kamera gövdesini sola döndürerek yukarı kaldırır , netlik ise kamera asistanına aittir . bu hareketler kameraman tarafından kontrol edilerek el ile manuel olarak veya uzaktan kontrol ile otomatik olarak uygulanabilir.

Kamera hareketlerinin uygulaması programın içeriği ve yönetmenin yorumuyla ilgili olsa da bu konuda bazı temel ilkelere söz edilebilir:<sup>212</sup>

1. En başarılı hareketli çekimler, kameranın yumuşak, sarsıntısız ve değişmez hızda kaydırılabildiği koşullarda elde edilmektedir. Kameranın kayma hızında artma ya da azalma gerektiğinde bunlar asla birdenbire yapılmamalıdır.
2. İyi bir görüntü düzenlemesi, görüntü çerçevesi içinde kontrastlıklar oluşturularak, iki boyutlu bir görünüşten kaçınılarak elde edilir.
3. Kaydırma hareketlerinin kullanıldığı çekimlerde kameranın , nesnelerin arasında durması konuya canlılık katar, sürekli yapılan bir hareketin tekdüzeliğini kırar.

---

<sup>211</sup> Kombine Hareketler, <http://www.kameraarkasi.org/kamera/hareket/hareket/kombine.html> (2.3.2007)

<sup>212</sup> Cereci, **ön.ver**, s. 106.

4. Kaydırma hareketlerinin yapıldığı sırada oyuncunun geçici olarak , ön planda sabit nesnelere bulunduğu yerde durması doğru değildir.

### **1.3.Çekim Ölçekleri**

Çekimler altı kategoride toplanabilir: Çok uzak çekim, genel çekim, boy çekim, orta çekim,yakın çekim, çok yakın çekim. Bu kategoriye alan derinliği olan çekim de ilave edilebilmektedir.<sup>213</sup>

Çekim ölçeği, seçilen, düzenlenen, yerleştirilen insana/nesneye/konuya yakından ya da uzaktan bakılmasını sağlar. Yönetmen neyi öne çıkaracaksa, neyi vurgulamak istiyorsa, izleyicinin dikkati neyin hangi bölümüne çekilecekse, onu öbürlerinin önüne geçirir.<sup>214</sup>

#### ***Çok Uzak Çekim***

İzleyiciyi etkilemek amacıyla, çevreyi betimlemede, örneğin bir olay/ortamın uzaktan geniş bir alan olarak gösterilmesinde, kullanılır.<sup>215</sup> Çok uzak çekimin en etkili kullanımını arazinin önemli rol oynadığı yapımlardır. Bu çekim yakın çekimde görülenin mekansal çerçevesini verir.<sup>216</sup>

#### ***Toplu Çekim***

Bir yerin görüntüsünü uzaktan veren çekimdir. Ağırlık noktası tümüyle mekan üzerindedir. Ya insanın yer almadığı bir mekanı verir ya da insanı mekanın bir ögesi olarak

---

<sup>213</sup> Güçhan, **ön.ver**, s. 22

<sup>214</sup> Akyürek, **ön.ver**, s. 363.

<sup>215</sup> **a.g.e.**, s. 364.

<sup>216</sup> Güçhan, **ön.ver**.

gösterir. <sup>217</sup> İkinci durumda insan, çok geniş bir mekanda ufacık bir nokta gibi görünür ve bu sayede insanın yalnızlığı, güçsüzlüğü etkili bir biçimde yansıtılır.

### ***Genel çekim***

Olgunun içinde geçtiği çevrenin anlatılmasında, tanıtılmasında betimleyici amaçla kullanılır. <sup>218</sup> Genel çekimler, insanlar arasındaki ve insanlarla diğer şeyler arasındaki ilişkiyi rahatça gösterirken yakın çekimler gerçek mekanı bütünü parçalarını oluşturan ayrıntılara bölerler. Genel çekim günlük yaşamımızda normal görüş uzaklığımıza karşılıktır, bu yüzden çok kullanılır. <sup>219</sup>

Alan derinliği olan çekim genel çekimin bir çeşididir, derinlemesine görüntü verir. Bu tür çekim, yakın, orta ve uzak mesafedeki objeleri aynı anda kapsar, mesafeyi korumak için de uygundur. <sup>220</sup> Yönetmen seyirciyi yakından orta uzaklığa, oradan da uzak mesafeye gönderir. Çekim, objeler arasında neden-sonuç ilişkisi de sunabilir.

### ***Boy Çekim***

Boy çekim ortamı ve kişiyi tam olarak gösterir. Genel bilgi vermek, kişiyi tanıtmak için kullanılır. <sup>221</sup> Belli bir dekor içinde çekimi yapılacak kişi ya da kişileri diğerlerinden soyutlamak için kullanılır.

Bu çekim ölçeğinde kişi, doğal ve toplumsal çevresi içinde görülür; dış dünyayla, doğayla, çevresiyle, öbür insanlarla ilişkileri ön sıraya geçer. Doğa ve çevrenin önem kazanmasıyla, psikolojik çözümleme değil, dramatik amaç öne çıkar.

---

<sup>217</sup> Akyürek, **ön.ver**, s. 365.

<sup>218</sup> **a.g.e.**

<sup>219</sup> Güçhan, **ön.ver**, s. 22

<sup>220</sup> **a.g.e.**, s. 24

<sup>221</sup> Akyürek, **ön.ver**, s. 366.

### ***Orta Çekim***

Orta çekimde bir figür bel ya da dizden itibaren gösterilir. Yakın ve genel çekim arasında bağlantı kurmak için veya yakın ve genel çekimden sonra içeriği yeniden kurmak için kullanılır.<sup>222</sup>

Orta çekimler kişinin iç dünyasını tek başına ele almaz; iç dünya ile dış dünya arasındaki ilişkiyi öne çıkarır. Yani davranışlar ve devinimler önem kazanır.<sup>223</sup>

### ***Diz Çekim***

Grup içinde kişilerin el, kol gibi devinimlerini ya da yüz anlatımlarını görüntüleyecek büyüklükte bir çekim ölçөгüdür. Sınırlı bir alan içinde tüm olayı büyük boyutlu figürlerle anlattıkları için televizyon programlarınca tercih edilir. Zeminin ya da ayakkabının görülmemesi, çerçevenin içine istenmeyen görüntülerin girmemesi için , izleyiciyi bir grubun özelliğine yaklaştırmak amacıyla kullanılır.

### ***Omuz Üstü Çekim***

Özellikle kişilerin birbirlerine bakarak, kamerayı yok sayarak yaptıkları konuşmalarda ya da drama ve belgesellerdeki gibi izleyicinin gözü olarak kabul edildiği durumlarda kullanılır.<sup>224</sup> Omuz üstü çekimde, bir kişinin sırtının bir bölümü, diğerinin yüzü çerçeveye dönük olarak iki kişi yer alır. Bir insanın diğeri üzerindeki etkisini anlatmak için idealdir.<sup>225</sup>

---

<sup>222</sup> Güçhan, **ön.ver**, s. 22

<sup>223</sup> Akyürek, **ön.ver**, s. 368.

<sup>224</sup> **a.g.e.**, s. 369.

<sup>225</sup> Güçhan, **ön.ver**, s. 23.

### ***Yakın Çekim***

Psikolojik durumu anlatmakta kullanılır.<sup>226</sup> İzleyicinin odak noktasını kişinin yüzüne, dolayısıyla düşüncelerine, iç dünyasına yöneltir.<sup>227</sup> Yakın çekim ile objenin küçük bir bölümü ya da küçük bir obje gösterilir. Objenin ölçülerini büyüttüğü için önemini yüceltir ve çoğu kez simgesel bir anlam yükler. Yakın çekimin bir çeşidi olan çok yakın çekim diğer adıyla ayrıntı çekimdir. Orta, yakın ve çok yakın çekimde mekan-insan ilişkisinden uzaklaşılır ve insanların psikolojik durumlarına yaklaşılır.

Çok yakın çekim etkilidir çünkü insan anormal derecede büyütülmüş bir detayı görmeye alışkın değildir.<sup>228</sup> Bu çekim bir sahneyi veya bir diyalogu vurgulamak için kullanılır.

### ***Bel Çekim***

½ çekim de denen bel çekim, iki kişinin konuşmasında, konuşmacıların yüz anlatımlarının belirsiz kaldığı durumlarda iyi bir ölçektir.<sup>229</sup>

### ***Omuz Çekim***

Omuz ve göğüs çekimlerinde iki ya da üç kişinin yer alması bu kişilerin duygusal yönden karşılıklı durumlarını, tutumlarını, tepkilerini yansıtır.<sup>230</sup>

---

<sup>226</sup> Akyürek, **ön.ver**, s. 370.

<sup>227</sup> Güçhan, **ön.ver**, s. 24.

<sup>228</sup> Vineyard, **ön.ver**, s. 18.

<sup>229</sup> Akyürek, **ön.ver**, s. 371.

<sup>230</sup> **a.g.e.**, s. 372.

### ***Baş Çekim***

Konuşan kişiye ilginin çekilmesi için kullanılır. Dinleme ayrıntıları, ünlemler, mimikler, gözlerin anlamlı bakışı baş çekimle verilebilir. Ekranında büyük yer kapladığından kişiyi seyirciye yaklaştırır. İletiyi veren kişi dikkat çeker.<sup>231</sup>

### ***İkili ve Üçlü Çekim***

İkili çekim iki figürün belden itibaren çekimidir. Üçlü çekimde, üç figür belden itibaren önde yer alırken, arka planda başka figürler de yer alabilir.<sup>232</sup>

#### **1.4. Mercekler**

Çok fazla mercek olmasına rağmen, mercekler üç ana kategori altında toplanabilirler: Standart alan, telefoto ve geniş açı.<sup>233</sup>

Normal mercekler, objeleri insanın gözünün algıladığı büyüklükte görürler. Görüntüde en az bozulmayı sağlarlar.

Telefoto mercekler çoğunlukla, çok uzaktan bir objenin yakın çekimini almak için kullanılırlar. Örneğin şehirdeki bir kalabalık görüntüsü çekilmek istendiğinde yoldan geçenlerin kameraya bakarak çekimin doğallığını bozması telefoto merceklerle engellenebilir.

Bu mercek, simgesel amaçlar için de kullanılabilir. Sadece belli uzaklıktan kesin bir netlik sağlandığı için bu uzaklığın önünde ve arkasında yer alan objeler bulanık görünür. Böylece örneğin ortada yer alan net görünümlü bir insanın etrafındaki bulanıklık kendisi dışında algılayamadığı şeyler olduğunu ifade edebilir.

---

<sup>231</sup> a.g.e., s. 373.

<sup>232</sup> Güçhan, **ön.ver.**, s. 22.

<sup>233</sup> a.g.e. , s. 30.

**Tablo 4**  
Objektifler

<b>OBJEKTİF</b>	<b>FİLM KAMERALARI</b>	<b>VİDEO KAMERALAR</b>	<b>KULLANILDIĞI ALANLAR</b>
ÇOK GENİŞ AÇILI OBJEKTİFLER (BALIK GÖZÜ)	5-7 mm	5-10 mm	Mekanın geniş görünmesi gereken durumlarda, araba içi, telefon kulübesi, asansör gibi çok dar mekanlarda kullanılabilir.
GENİŞ AÇILI OBJEKTİFLER	10-16 mm	35-50 mm	Arka plandaki görüntünün net olmasını istediğimiz durumlarda, kamera ile yapılan kaydırmalarda, arka plandaki detayların fazla olduğu manzara tanıtıcı çekimlerde kullanılır.
NORMAL AÇILI OBJEKTİFLER	25-50 mm	75-100 mm	Ön ve arka plan derinliği gereken yerlerde kullanılır.
DAR AÇILI OBJEKTİFLER	70-85 mm	150-200 v	Ön ve arka plan derinliği istenmeyen durumlarda, iki kişilik röportajlarda, durağan görüntülerde, ortalama netlik kullanarak yapılan yakın plan çekimlerde, arka planda az obje olduğu halde çok gibi görünmesini istediğimiz durumlarda kullanılır.
TELE OBJEKTİFLER	90 mm ve üstü	200 mm ve üstü	Orta ve dar açılı objektiflerin alan açıları dışında kalan yerlerde, normal objektif ile yaklaşılması tehlikeli ve güç olan zorunlu durumlarda, arka plandaki netliğin çok az olmasını ve arkadaki detayların flulaşarak detaylarının kaybolmasını istediğimiz durumlarda, kameraya doğru yakın mesafede hareket eden nesnelerin yakın görülmesinde kullanılır.
ZUM OBJEKTİFLER	30-300 mm	8,5-153 mm	Manuel veya otomatik olarak açı değiştirileceği durumlarda kullanılır. Sabit odak uzaklığı olan objektiflere göre süratle ön ve arka plan derinliği değiştirebilir. Avantajları kadar dezavantajları da vardır. Objektif düzenindeki her mercek ışığı farklı kıracağından ışık kayıplarına neden olur. En fazla kullanım alanı konunun

		tamamından detayına veya tersine yapılan optik kaydırmadır.
TELESKOP OBJEKTİFLER	5-50 mm	Denizaltı teleskopu gibi L şeklindedir, bu nedenle kameramanın veya kameranın saklanarak çekim yapmasına olanak verir.

**Kaynak:** Objektifler, <http://www.kameraarkasi.org/objektifler.html> (2.2.2007)

## 2. AYDINLATMA İLE ETKİLEME

Rudolf Arnheim, sanatçının ışık anlayışının insanın genel tutum ve davranışlarını iki şekilde etkilediğini belirtmektedir.<sup>234</sup>

1. Nesneleri gerçek ortamı içinde fark edilir duruma getirir. Yani ışık bir öge olarak seçici dikkati oluşturur.
2. Sanatçının bakış açısı nesneleri bilim adamlarının fiziksel gerçeğinden kurtarır.

Aydınlatma hem teknik hem de artistik açıdan gerekli ve önemlidir.<sup>235</sup> Aydınlatma konusunda bütün ayrıntılar düşünülerek donatılmış stüdyo çekimleri her zaman dış çekimlerden daha başarılıdır. Başarılı bir aydınlatma doğal görüntü vermenin ilk koşuludur; kötü bir aydınlatma izleyici tarafından hemen fark edilir. Aydınlatma sadece cisimleri görünür kılmak değildir, kameraların en yüksek kalitede görüntü vermesini sağlar ve bir düzlem üzerinde üç boyutlu görüntü oluşturur.

Aydınlatma üç açıdan dramatik öge olarak kullanılır.<sup>236</sup>

---

<sup>234</sup> Kılıç, , **ön.ver.**, s. 23.

<sup>235</sup> Cereci, **ön.ver.**, s. 77.

<sup>236</sup> **a.g.e.**, s. 78.

- Nesnel öge olarak aydınlatma: ( Şekil ve boyutların belirtilmesi) Televizyon ekranı iki boyutlu olduğundan üçüncü boyut yani derinlik etkilemeler yoluyla elde edilir. Üç boyutlu cisimleri, onların yerlerini ve birbirleriyle olan bağlantılarını iyi bir şekilde belirtmek için uygun bir ışık- gölge düzenlemesinin sağlanması gerekir.

Nesnel öge olarak aydınlatma belirtici aydınlatma olarak da tanımlanabilir. Önemli olan görüntüde ön plana çıkarır, daha az önemli olanı ise saklayabilir. Görüntüde derinlik sağlar ve cisimlerin biçimle ilgili özelliklerini belirler.

- Öznel öge olarak aydınlatma:( Gerçeğe uygun olanın ya da gerçek dışının belirtilmesi) Zaman ve mekanın belirtilmesi, özel durumların gerçekte olduğu gibi verilmesi gibi konuları içerir. Örneğin uzun gölgeler akşam üzerini, sert ve parlak ışıklı bir ortam çok güneşli açık havayı yansıtır.

Öznel öge olarak aydınlatma görüntüde estetik gereklerin yerine getirilmesini sağlar.<sup>237</sup> Göze güzel görünen ışık-gölge dengelerinin yaratılmasında yönetmene geniş olanaklar verir. Bir televizyon yapımında gerektiğinde zaman ve uzayın belirtilmesi ile özel durumların gerçekte olduğu gibi verilmesinde aydınlatmanın önemi kendisini gösterir.

- Psikolojik durumların belirtilmesi aydınlatma ana öğelerinden bir tanesidir. Sevinç, üzüntü ve heyecan gibi duygular uygun aydınlatma yöntemleri ile belirtilir. Örneğin göz düzeyi altından yapılan bir aydınlatmada yüz çizgilerini olduğundan farklı gösteren korku verici bir görünüm elde edilir. Burada aydınlatmanın yönü ve yoğunluğu önemli bir rol oynar. Cismin ya da kişinin gerisinden yapılan bir aydınlatmada ise konu dipten ayrılır, kabarık ve üç boyutlu etkisi daha da yoğunlaşarak ortaya çıkar.

---

<sup>237</sup> a.g.e., s.109.

Başka bir örnek vermek gerekirse, karanlık ve gölgesi yoğun bir aydınlatma hüznün, parlak ve az gölgeli bir aydınlatma ise mutluluk duyumunun uyanmasında etkili bir yardımcıdır.

Yine, sonbaharı betimlemek için turuncuya kaçan renk filtrelerinden yararlanmak, baharı betimlemek için yeşil açık tonlarına yönelmek, kış için mavi ve beyaz ışık tonlarını tercih etmek yaygın kullanılan bir yöntemdir.<sup>238</sup>

Işığın açısı ve dağılma alanı dikkatle ve bilinçli olarak seçilerek görüntüye istenen etkiyi verebilir.<sup>239</sup> Uzun gölgelerin yarattığı etki sabahın erken saati etkisiyle birleşmekle beraber daha yoğun olarak yarattığı etki akşamüstü etkisidir. Bu etki aynı zamanda rahatsızlığı, üzüntüyü ve ölümü çağrıştırmaya yönünde kullanılır. Sert aydınlatma sıcak bir güneş ışığı etkisi verir, izleyiciye hareket ve yaşamı tanıtır.

Göz düzeyinden yapılan aydınlatma görüntüdeki gizemi artırır. Doğada ışık tepededir. Gölgelemlerin nesnenin altına düşmesi beklenir. Işığın aşağıdan gelmesi ve gölgelerin yukarıda oluşması insan gözünün alışık olmadığı görüntüleri oluşturur; bu da görüntüde karmaşıklık, esrarengizlik duyguları oluşturur. Dolayısıyla aydınlatma öğesi diğer öğelerle (ses, renk, dekor) birleştirildiğinde istenen algıyı yaratır.

Bir televizyon stüdyosunda kullanılan ışık kaynaklarının türü ve gücü, televizyon stüdyosunun tasarlanması sırasında kullanılan ya da kullanılacak kameraların tür ve tipleriyle yakından ilgili olduğu gibi, stüdyonun tavan yüksekliğiyle de alakalıdır.

Televizyonda oluşturulan bir aydınlatma düzenlemesinin yapılması sırasında üzerinde durulması gereken nokta; yapılan aydınlatmanın stüdyoda bulunan gözlemci ya da

---

<sup>238</sup> Kafalı, **ön.ver.**, s.127.

<sup>239</sup> **a.g.e.**, s.133.

gözlemcileri doyumak gibi bir amacının olmadığı, kamerayı ve ona bağılı olarak televizyon izleyicisini doyumayı amaçladığıdır.<sup>240</sup>

## 2.1. Işık Teknikleri

Bir görüntü kaydedileceği zaman, ışığı kullanarak duygu ve psikolojik etkiler katmak istediğinde önceden belirlenen ve çalışma sonuna kadar uygulanacak bir ışık tekniği kararlaştırılır ve uygulanır. Bu karar yönetmenin isteği doğrultusunda senaryo ve senaryoda geçen mekanların durumuna göre, Görüntü yönetmeni, Işık yönetmeni, Sanat yönetmeni tarafından ve mevcut bulunan ışık malzemelerinin teknik özelliklerine göre reji toplantısı sırasında belirlenir.<sup>241</sup>

Görüntü yönetmenleri tarafından kullanılan üç belirgin stil, *high key*, *low key* ( Rembrand) ve *graduated tonality*'dir. *High key*, parlak ve yumuşak bir aydınlatmadır. Çok az gölge vardır.<sup>242</sup> *Low key*' de sadece birkaç alan çok iyi aydınlatılmıştır, daha çok koyu gölgeler vardır. *Graduated tonality*'de derecelendirilmiş grilerde tonal bir renk yaratmak amaçlanır. Hangi stilin uygulanacağına programın teması ve özüne göre karar verilir. Örneğin eğlence programları ya da müzik ağırlıklı programlarda *high key* ışıklandırma, çok az gölge verme uygundur.

Alttan ışıklandırılmış bir yüz tehdit edici ve uğursuz görünür, aynı şekilde ışık kaynağının önünde duran biri korkunç görünür. Silüet özellikle dış çekimlerde romantik, yumuşak bir etki yaratır. Üstten ışıklandırılan bir yüz, "hale efekti" diye bilinen bir melek niteliği kazanır. Arka ışık bir çeşit yarı silüetlendirme ile yumuşak, sakinleştirici bir hava yaratır. Arka ışık özellikle sarı saç üzerine uygulandığında davet edicidir.<sup>243</sup>

---

<sup>240</sup> a.g.e., s.107.

<sup>241</sup> Işık Teknikleri, [www.kameraarkasi.org/light/teknikler/teknikler.html](http://www.kameraarkasi.org/light/teknikler/teknikler.html) - 3k - (3.2.2007)

<sup>242</sup> Güçhan, ön.ver, s. 40.

<sup>243</sup> a.g.e., s. 44.

Spot ışık kullanıldığında imaj , aydınlık ve karanlığın şiddetli kontrastından oluşur. Böyle imajların yüzleri çirkinleşmiş ve parçalı görünür.<sup>244</sup>

### **2.1.1. Bilim Kurgu Tekniği**

Bilim kurgu filmlerinde sıkça rastlanılan ışık yapım tekniğidir. Çekim sırasında ışık kaynaklarının yeri , ışığın nereden geldiği, neden sert veya yumuşak olduğu belli değildir.

Parlayan ve geometrik desenler şeklinde verilen fon ışıkları, ışık efekt cihazları, neon lambalar, lazer ışığı ve araba farları kullanılabilir. Sis makinası ile ışık ve hüzmeleri ortaya çıkarılarak değişik efektler yapılır. Renkli ışıklar insan yüzünü aydınlatmada kullanılabilir. Belli bir renk baz alınarak o renk etrafında ve tonlarında ışıkları kullanıp, seyirci üzerinde psikolojik etkiler yaratılır. Bu ışık tekniğinin en avantajlı noktalarından biri seyircinin görmesi gereken konulara ışık yapıp, seyirciye göstermek istenmeyen konuları karanlıkta bırakmanın özgürlüğüdür.

### **2.1.2. Drama Tekniği**

Genelde bütün filmlerde uygulanan temel ışık tekniğidir. Doğal olarak ortamda bulunması gereken ışık, filmin teknik özelliklerine göre takviye edilerek uygulanır. Kapalı mekanlardaki gündüz çalışmalarında, mekan içindeki pencere ve kapılar kullanılır, buradan içeri giren ışığın yansıdığı düşünülerek diğer açılar yumuşak ışık ile takviye edilir. Gece geçen kapalı mekan çalışmalarında ise mekanda doğal olarak bulunan ışık kaynağından yararlanılarak, çekimi yapılacak bölüme projektörler ile ışık yapılır.<sup>245</sup>

### **2.1.3. Silüet Tekniği**

---

<sup>244</sup> a.g.e., s. 45.

<sup>245</sup> Drama Tekniği, [www.kameraarkasi.org/light/teknikler/cesit/drama.html](http://www.kameraarkasi.org/light/teknikler/cesit/drama.html) - 3k - (3.2.2007)

Konunun karanlıkta bırakılarak sadece fona ışık verip, konunun genel hatları ve kenar çizgileriyle gölge gibi görünmesine silüet denilir. Bu durum ışık tekniği olarak kullanılabilir.<sup>246</sup> Geri ışığı veya kontur ışık her zaman ve her mekanda uygulanamaz, özellikle dramalarda kameranın gördüğü mekanda, çekimi yapılacak kişi veya konunun arkasında ışık verebilecek bir kaynak yoksa ve normalde ışık kaynağı olmayan bir alandan geri ışığı geliyorsa bu profesyonel bir seyirci tarafından yadırganacaktır.<sup>247</sup>

Bu durumda konuyu fondan ayırmak amacıyla konunun arkasında bulunan duvara, tabloya, çiçeğe veya bir objeye ışık vererek derinlik yaratılabilir. Böylece fazla ışık verilmeyen ve karanlıktaki konu ortaya çıkarılmış olur. Silüet aydınlatması ise aydınlık karanlık zıtlığının en yüksek olduğu biçimdir. Arka alan aydınlık, ön alandaki nesne ise tamamen karanlıktır.

#### **2.1.4. Aydınlatma Tekniği**

Senaryonun elverdiği ve dramatik özelliği olmayan, yönetmenin ışığı özellikle kullanarak seyirciye bir psikolojik etki vermeyeceği, oyuncuların mimik ve hareketleri ile seyirciye bir duyguyu anlatacağı eğlence, komedi, kısa gag'lar, durum komedisi veya pandomim gibi çalışmalarda aydınlatma tekniği kullanılır.<sup>248</sup>

Aydınlatmadan kasıt aslında çok fazla hareket eden, her tarafa dönen ve bir kaç açıdan birden yapılan hareketlerin kaydedileceği durumlarda, çok sert gölgelerin istenmediği oturumlar, röportajlar gibi çalışmalarda yapılan ışıktır. Bir senaryoya bağlı kalarak ve bir teknik kullanarak ışık yapmanın zaman ve maddi kaybı, aydınlatma tekniğinde en aza indirilir. Pembe diziler gibi kısa sürede çekimlerinin bitmesi gerektiği çalışmalarda aydınlatma tekniği kullanılmaktadır.

---

<sup>246</sup> Silüet Tekniği, [www.kameraarkasi.org/light/teknikler/cesit.html](http://www.kameraarkasi.org/light/teknikler/cesit.html) - 3k -(3.2.2007)

<sup>247</sup> Kılıç, **ön.ver**, s. 35.

<sup>248</sup> Aydınlatma Tekniği, [www.kameraarkasi.org/light/teknikler/cesit.html](http://www.kameraarkasi.org/light/teknikler/cesit.html) -3k\_(3.2.2007)

### 2.1.5. Havuz Tekniği

Aydınlatma tekniğinin stüdyoda kullanılan en basit çeşidi havuz tekniğidir.<sup>249</sup> Konu veya konuların etrafında, uygun açıyla ve belirli aralıklarda bir daire oluşturacak şekilde konulan yumuşak ışık veren projektörler ile yapılan ışık tekniğidir. Bu sayede bir kişinin geri ışığı diğerinin yüzüne veya dolgu ışığı olarak ortamdaki diğer konulara verilerek hem yüksek bir ışık şiddeti, hem de her ışık kaynağının gölgesini diğer ışık kaynağından gelen gölgeyi yumuşatacağından gölgesiz bir aydınlatma sağlanır.

### 2.1.6. Rembrand Işığı

Rembrand aydınlatması, nokta ışık veren aydınlatma kaynaklarıyla gerçekleştirilen seçici bir aydınlatmadır.<sup>250</sup> Görüntü alanı içinde yer alan konunun belli bir yeri aydınlatılırken , diğer yerler tam ya da yarı karanlıktır. Rembrand aydınlatmasını temel özelliği , zayıf bir aydınlatma şekli olmasıdır. Işıklı alanlardan gölgelere geçiş çok yumuşaktır. Görüntü alanı içindeki arka alan özel bir önem kazanır.

Özellikle Rembrand aydınlatması izleyenin dikkatini dokunma duygusuyla en etkin biçimde ilişkilendirir.<sup>251</sup> Bir görüntüde sadece ışıklı gölgeli alanların düzenlenmesiyle gündüz-gece, günün belli saatleri ve mevsimlerin etkisi yaratılabilir. Atılan gölgenin kullanımını örneğın gölgenin uzun ya da kısa olması , görüntüde gündüz, gece ve günün belli saatleri etkisini yaratır. Ayrıca, aydınlatmayla görüntü boyutu içinde ışıklı-gölgeli alanları düzenlenerek, izleyenleri duygusal olarak etkileyebilecek ortam yaratılabilir.

### 2.1.7.Cameo aydınlatması

---

<sup>249</sup> a.g.e.

<sup>250</sup> Kılıç, ön.ver, s. 34.

<sup>251</sup> a.g.e., s. 36.

Görüntü alanı içinde dikkati özel olarak belli bir noktada toplar. Arka alan tamamen karanlıktır. Ön alanda ise temanın amacına uygun olarak sadece istenen yerler aydınlıktır.  
252

## 2.2. Aydınlatma Kaynakları

### *Toplu Aydınlatma (Sert ışık)*

Belirli bir ışık demetiyle, sınırlı bir alanı aydınlatmadır. Keskin olarak belirlenmiş sert, ışıklı ve gölgeli görünüm sağlar.<sup>253</sup>

### *Dağınık Aydınlatma (Yumuşak ışık)*

Belirsiz bir ışık demetiyle, geniş bir alanı aydınlatmadır. Yumuşak, yaygın ışıklı ve gölgeli görünümler oluşturur.

Genel aydınlatma yöntemleri;

#### 1. Temel ışık

Bir televizyon programının teknik açıdan başarılı olması için gereklidir. Stüdyonun her tarafının aydınlanmasını sağlayan, tek bir aydınlatma kaynağından gelmeyen, dağınık bir aydınlatmadır.<sup>254</sup>

#### 2. Anahtar ışık (Key light)

Genel olarak cismin 45 derece üstüne doğru yerleştirilir. Bir cisim ya da yer üzerine yöneltilen doğrusal aydınlatmanın kaynağıdır.<sup>255</sup>

---

<sup>252</sup> a.g.e., s. 34.

<sup>253</sup> Cereci, **ön.ver**, s. 79.

<sup>254</sup> a.g.e., s. 80.

### 3. Tepe ışığı

Cismin arkasından gelen doğrusal aydınlatmadır. Hiçbir zaman dip fona çok yakın olarak yerleştirilmez, setin ya da dekorun ortasına doğru konumlandırılması duvarlara eşyaların ve oyuncuların gölgelerinin düşmesini engeller.

### 4. Dolgu ışığı

Anahtar ışık ve tepe ışığı nedeniyle ortaya çıkan koyu gölgelerin oranını düşürür.

## 2.3. Diğer Işık Kaynakları

### *Güneş Işığı*

Güneşin doğuşu sırasında daha çok mavi renk, batışında ise kırmızı renk hakim olur. Bu nedenden güneş doğuş ve batışlarında çekim yapmak için çok kısa zaman vardır.<sup>256</sup>Güneş ışığının hakim olduğu bir görüntü insanlara neşe ve umut verir. Güneş ışığının pozitif bir anlamı vardır.

### *Ay*

Aslında bir ışık kaynağı olmayan, sadece güneşin ışığını yansıtan ay bir reflektör gibidir. Ancak izleyiciye psikolojik olarak bir çok vurguyu anlatmaya yarar.<sup>257</sup> Zaman kavramı , gece, mekanlar ay ile anlatılır. Gece geçen çalışmalarda görüntünün alınabilmesi için gereken ışık olarak ay ışığı mantığı kullanılır. Ay ışığı karakter olarak şiddeti çok düşük ama renk ısısı çok yüksek, mavinin hakim olduğu bir ışıktır.

### *Mum*

---

<sup>255</sup> a.g.e., s. 81.

<sup>256</sup>Güneş Işığı, <http://www.kameraarkasi.org/light/digerkaynaklar/gunes/gunesisigi.html> (1.2.2007)

<sup>257</sup> Diğer Işık Kaynakları, <http://www.kameraarkasi.org/light/digerkaynaklar/html> (1.2.2007)

Sadece elinde bir mum olan bir kişi çekilecekse, mum yüzde titrek bir aydınlatma etkisi yaratır.

### ***Gaz Lambası, Gemici feneri***

Gaz lambası veya içinde mum olan gemici fenerleri mumdan biraz daha fazla ışık verirler. Özellikle genel planlarda bir kişinin karanlıkta yürürken elinde hareketi ile güzel bir efekt alınabilir.

### ***Şömine***

Şömine ateşi ile aydınlanan bir odayı incelersek, ışık titremeler ile ve şiddeti yükselip - azalarak etrafa yayılır. Ateş veya kamp ateşi gibi şömine ateşi de kişinin iç dünyasını, kendisini dinlemesini simgeler.

### **Florasın Lambalar**

Mavi ve yeşil rengin hakim olması nedeniyle sıcak renkleri iyi yansıtmazlar ve soğuk bir etki verirler. Lambaların camları genelde buzlu cam şeklindedir ve ışığı dağıtarak yayarlar. Kişiyi olduğundan daha yorgun ve yaşlı gösterirler.

### **Şimşek**

Şimşek, çok kuvvetli ve parlak beyaz ışık veren bir elektrik atlamasıdır. Yeryüzünden gökyüzüne doğru meydana gelir. Bulutlu havalarda, bulutların elektrik yüklenmesi ve yeryüzündeki negatif elektriğin pozitif yüklü bulutlara boşalmasıyla meydana gelir. Doğa olayları hem de bu kadar güçlüsü insan üzerinde psikolojik etkiler yaratmaktadır.

### *Akvaryum*

Özellikle gece dahili mekan çekimlerinde oda içinde bulunan akvaryumun çekimlerde kullanıldığı görülür. Akvaryum, genellikle bilinçaltına, uyuyan itkilere gönderme yapar.<sup>258</sup>

### **3. SES, MÜZİK VE EFEKT İLE ETKİLEME**

#### *Ses ve Efekt*

Televizyon yapımlarında işitsel öğeler üç başlık altında toplanabilir. Konuşma, ses efektleri ve müzik.<sup>259</sup> Bu işitsel öğeler farklı biçimlerde yorumlanırlar. Örneğin yüksek sesle konuşma ve elektronik müzik farklı ortamlarda gürültü olarak kabul edilir. Fakat televizyon yapımlarında yönetmen bu gürültüyü yapımın içeriğine göre düzenleyebilir ve gürültü-ses arasındaki belirsizlikten özgürce yararlanabilir.

Normal işitsel algılamada seçtiklerimizi birleştirdiğimizden bir yapımdaki seslerin yönetmen tarafından seçilmesi dinleyicilerin seçimini kontrol edebilir ve işitsel algılamalarına yol gösterebilir.<sup>260</sup> Stüdyo sesleri ne belli bir düzeyi aşmalı ne de belli bir düzeyin altında kalmalıdır. İnsan kulağı sesin niteliğini çok iyi ölçemediğinden volümmetre denilen ses ölçü aygıtıyla ses denetlenir.<sup>261</sup>

Ekrana konuşarak yaklaşan bir kişinin sesi yaklaştıkça değişir ve güçlenir. Hareketli bir nesnenin sesi ekrana ne kadar yaklaşıyorsa duyulabilirliği de o ölçüde artar. Buna sesin yoğunluğu denir. Aynı zamanda konuşan kişi yaklaştıkça sesin niteliği dolgunlaşmakta ve zenginleşmektedir. Bu da ses yakınlığıdır. Ses yakınlığı program çekimi sırasında

---

<sup>258</sup> Michel Chion, **Bir Senaryo Yazmak**, Afa Yayınları, İstanbul , 1992, s.125.

<sup>259</sup> Cereci, **ön.ver**, s. 91.

<sup>260</sup> **a.g.e.**, s. 92.

<sup>261</sup> **a.g.e.**, s.85.

kullanılan mikrofonun türü, mekan akustiği, ses kaynağının şiddeti ve mikrofonda toplanan doğrudan ve yansiyarak gelen ses dalgaları gibi ses öğelerinin işlevleriyle ilişkilidir.

Ses görüntüye bağımlıdır. Yani örneğin ekranda dehşet verici bir şey gördükten sonra bağırarak bir kadın görüntüsü varsa bu görüntüyle beraber bir fabrika sireni veya havlayan bir köpek sesi değil bir kadın çığlığı olmak zorundadır.<sup>262</sup>

Ses aynı zamanda mekansal bir boyuta da sahiptir. Yapım içinde *diegetic* ve *diegetic* olmayan sesler kullanılır. Televizyon yapımının öykü mekanı içinde bulunan ses kaynağı bir oyuncu ya da nesneye aitse bu ses *diegetic* ses, programın fonundaki anlatıcı sesler örneğin yüksek tempolu bir müzik *diegetic* olmayan sestir.<sup>263</sup>

Ses, zaman açısından yapımın görüntüleriyle iki yönden ilgilidir. Bunlar izleme süresi ve öykü süresidir. İzleme süresi, yapımın fiziksel uzunluğu yani gösterim süresidir. Öykü süresi, yapımın aksiyonu içinde geçen süre olarak varsayılır. Ses, herhangi bir zamansal ilişki için görüntü ile çakıştırılabilir. İzleme süresine bağlı olarak, ses ile görüntünün uyumu, eşleme (senkronizasyon) diye adlandırılır.<sup>264</sup>

Ses efektlerinin film ve video dünyasında önemli bir yeri vardır. Sesle desteklenmediği sürece ekrandaki görüntüler izleyiciye anlamsız gelir.<sup>265</sup> Örneğin bir kapının kapanması, silahla ateş edilmesi, kalabalık bir caddede çekilmiş bir sahne; bunlar uygun ses efektleri ile desteklenmediği sürece izleyici seyrettiğini bir bütün olarak algılayamayacaktır.

---

<sup>262</sup> a.g.e., s.86.

<sup>263</sup> a.g.e., s.87.

<sup>264</sup> a.g.e.

<sup>265</sup> Ufuk Önen, **Ses Kayıt ve Müzik Teknolojileri**, Çitlembik Yayınları , İstanbul , 2007, s.341.

Filmlerde ve televizyon prodüksiyonlarında ses ve müzik, görüntü ve senaryoyu destekler, fark ettirmeden de olsa izleyici üzerinde ciddi bir etki yaratır.<sup>266</sup> Bunun önemini bilen yönetmenler filmlerinde sesi ve müziği mümkün olan en etkili ve verimli şekilde kullanmaya gayret gösterirler. Bu başlı başına bir tasarım işidir

*Soundtrack* genelde filmlerde kullanılan müzik parçaları olarak bilinse de aslında film veya görüntülü bir programın ses kanalına verilen isimdir. Bir film veya görüntülü programdaki sesler şu şekilde gruplandırılabilir:<sup>267</sup>

-*Voice over* ve diyalog

-Efektler

-Müzik

Ses efektleri içeriksel ve anlatımsal olarak iki temel işlevi yerine getirir.<sup>268</sup> İçeriksel ses efektleri, bir ses kaynağının kendi sesinin yayılmasıdır. Bir roketin ateşlenmesi, bir kağıdın hışırtısının işitilmesinde ses doğaldır. İçeriksel ses efektleri dolaysız anlatıma benzerler ve anlatımı işitsel olarak desteklerler.

Anlatımsal ses efektleri ise, bir görsel sahneye görünenden daha fazla bilgi eklerler; tanımlayıcı ya da yorumlayıcı bir niteliğe sahip olabilirler. Anlatımsal sınıflamalar içerisinde ses efektleri özel işlevlere sahiptirler:<sup>269</sup> Mekanı tanımlama, yeri saptama, çevre yaratma, hareketi vurgulama ve kuvvetlendirme, kimliği belirleme, sahneyi kurma, karşıtlığı sağlama, sembolik olma ve sahneler arasındaki geçişleri birleştirme.

---

<sup>266</sup> a.g.e., s. 325.

<sup>267</sup> a.g.e.

<sup>268</sup> Kafalı, **ön.ver.**, s. 99.

<sup>269</sup> a.g.e., s.100.

Normal işitsel algılamada seçtiklerimizi birleştirdiğimiz için bir yapımdaki seslerin yönetmen tarafından seçilmesi dinleyicilerin seçimini kontrol edebilir. Böylece dinleyicilerin işitsel algılamasına yol gösterebilir.<sup>270</sup>

### ***Müzik***

Müzik, bir ulusun, insan topluluğunun ya da bireyin duygu ve düşüncelerinin, özlemlerinin, acı veya sevinçlerinin, tutkularının notalar ve sesler aracılığıyla etkili bir biçimde dile getirilmesi olarak tanımlanabilir.

Erdoğan ve Solmaz müzik kavramını “...seslerin belli amaçlara göre ilişkide ve iletişimde bulunmayı gerçekleştirecek bir birlik sağlamak için ritimsel, melodik ve/veya armonik olarak birleştirilmesidir” şeklinde tanımlamaktadırlar.<sup>271</sup>

Toplumların ortak duygu, düşünüş, ideal ve anlayış tarzlarının şekillenmesinde, geçmişin günümüze, yaşanılan zamanın geleceğe aktarılmasında en etkili araçlardan birisi de müziktir. Dolayısıyla, sinema sektörünün böylesine etkili bir araçtan yararlanmaması düşünülemez. Filmlerde müzik kullanımının sinemanın başlangıcından itibaren görüldüğüne dikkat çeken Erdoğan ve Solmaz, “müzik olmayan filme rastlamak çok zordur” diyerek müziğin sinemadaki yeri ve önemine işaret ederler.<sup>272</sup>

Sanat dalları arasında görsel olanların, özellikle de sinemanın, toplumların kültürel değerlerini ve kültürler arası ilişkilerini yansıtmada özel bir yeri ve önemi vardır. Çünkü sinema, göze ve kulağa hitap etmenin yanı sıra, çeşitli teknolojik aygıtlardan yararlanarak verilmek istenen mesajları, çok daha etkili bir biçimde sunma gibi bir ayrıcalığa da sahiptir.

---

<sup>270</sup> a.g.e., s.105.

<sup>271</sup> İrfan Erdoğan ve Pınar Beşevli Solmaz, **Sinema ve Müzik, Materyal Satış ve Bilinç Yönetimi için Bilişsel ve Duygusalın Oluşturulması**, Erk Yayınları, Ankara, 2005,.s. 48.

<sup>272</sup> a.g.e.

Film,dizi vb yapımlarda kullanılan müzik, çeşitli türlere ayrılır: <sup>273</sup>

- Jenerik müziği
- Doğrudan müzik
- Fon müziği
- Nokta müzik
- Geçiş müziği
- Mekanı belirten müzik, örneğin bir balo salonu.
- Zamanı belirten müzik.
- Efekt müzik.

Müzik genellikle aşağıdaki amaçlar için kullanılır: <sup>274</sup>

- Tinsel ve duygusal atmosfer yaratımında.
- Kişilerin psikolojik durumlarını belirtmek için.
- Kişinin düşündüğü ya da anımsadığı bir ses yerine.

---

<sup>273</sup> Turgut Özakman, **Oyun ve Senaryo Yazma Tekniği**, Bilgi Yayınevi, İstanbul , 2004, s. 232.

<sup>274</sup> Akyürek, **ön.ver**, s. 285.

- Aynı kişi görüldükçe, psikolojik gelişme oldukça, öyküde bir ilerleme sağlandıkça aynı müzik teması yinelenir.
- Karşıtlıklar vurgulanır.
- Güçsüz bir sahneyi renklendirir.
- Destekleyici olarak merak, sürpriz ve şok duygularını yaratır.
- Herhangi gerçek bir ses yerine kullanılır.

Müziği iki kategoriye ayırabiliriz.<sup>275</sup>

Birinci kategori sadece prodüksiyonu yapılan televizyon programı için yazılan ve genelde söz bulunmayan müziklerdir. *Score* olarak adlandırılan bu müzikler bir besteci tarafından görüntü ile senkron olarak, görüntü ve öyküyü destekleyecek, tamamlayacak biçimde yazılır.

İkinci kategori ise daha önce sanatçı veya topluluklar tarafından kaydedilmiş şarkılardır. Yönetmen müzik kullanımı ile ilgili tercihini kendisi yapar.

---

<sup>275</sup> Önen, **ön.ver.**, s.326.

## 5. BÖLÜM

### TELEVİZYONDA GÖRÜNTÜNÜN ÖNEMİ

#### 1. TELEVİZYONDA GÖRÜNTÜ İLE YARATILAN ETKİ

Gerçeği, bütün açıklığıyla ve ayrıntılarıyla yansıtabilme özelliği bakımından görüntü, televizyon programcısı açısından çok elverişli bir malzemedir. En zor konu bile görüntüyle anlaşılabilir bir biçimde anlatılabilir. İzleyici televizyonun gözü niteliğindeki kamerayla kendi gözü arasındaki farkı düşünmez. Televizyon ekranında gördüklerini kendi gözümüştü görmüş gibi kabullenir.<sup>276</sup>

Görüntü, izleyicinin dikkatini ve ilgisini canlı tutmak için de önemli bir unsurdur. Sık sık değişen ve farklı açılardan çekilmiş görüntüler, zihni durgunluktan uzaklaştırdığı gibi, izleyiciyi sürekli yeni bir gelişme olabileceği beklentisine sürükler.<sup>277</sup>

Sevdikleri bir programın setini ziyaret fırsatı bulsalar izleyicilerin hayal kırıklığına uğradıkları gözlenebilir . Örneğin oturma odası görüldüğünden daha küçüktür, mobilyalar eski olabilir, ekranda canlı görünen renkler solgun olabilir. İzleyicinin gözünde yarattığı dünya aslında kablolar, ışıklar, kameralarla dolu bir yerdir ve izleyicinin gerçeklik anlayışını sarsabilir. Aynı seti televizyon ekranında tekrar gördüğünde izleyici için her şey normale dönecek, gözünde yeniden bir ev, bir mağaza, bir işyeri v.b. canlandırabilecektir. Bu durum televizyon yapımlarında televizyona özgü görsellik ile ilgili çok önemli bir noktayı vurgular. İzleyici için tek gerçek televizyon ekranında gördüğü gerçektir.<sup>278</sup>

---

<sup>276</sup> Akyürek, **ön.ver.**, s.21.

<sup>277</sup> **a.g.e.**, s.22.

<sup>278</sup> Gürol Gökçe, **ön.ver.**, s. 69.

Gerçek yaşamdan herhangi bir görüntü televizyon kamerası tarafından çerçevesiz televizyon ortamı aracılığıyla alıcılara iletilmedikçe izleyici açısından o gerçek yoktur. Her televizyon yapımının yaratılmasında kullanılan teknik işlemler ve yaratıcı çalışmalar izleyiciler için yeni bir gerçek yaratırlar.

Televizyona özgü bu gerçeklik kavramı değişik anlamlar içermektedir. İşin püf noktası aktarılacak istenen olay ya da durumun izleyicinin o durumla ilgili deneyimleriyle ilişki kurabileceği biçimde yeniden yaratılabilmesidir. Bu, yaşamdaki gerçeğin teknik ve yaratıcı unsurları başarıyla kullanarak, inanılabilir ve izleyiciyi etkileyecek biçimde aktarılmasını öngörür.<sup>279</sup>

Bunun yanısıra, programlara katılan kişilerin görünüşleri , programın içinde yer aldığı ortam v.b. tüm öğeler de izleyiciler için tümüyle yeniden yaratılmalıdır. Örneğin televizyon makyajı yapmış bir kişi çıplak gözle çok garip görüneceği halde ekranda bu makyaj sayesinde gerçek bir görünüm kazanabilecektir. Yine, stüdyo dışında ve çok güneşli bir ortamda yapılan bir çekimde kişinin ekranda normal görünmesini sağlamak amacıyla yapay ışık kullanılabilir. Bir başka örnek de, stüdyodaki sunucunun “chroma key” tekniğiyle ( iki farklı görüntü kaynağının elektronik yöntemlerle biraraya getirilmesi) bir futbol sahasında bulunduğu gibi bir durum yaratılabilir.

### **1.1. Televizyon Grafiklerinin Özellikleri**

Televizyon izlerken jenerik, ardından gelen programdan daha fazla cezbedici olabilir. Program oldukça kasvetli bir röportajdan veya kasvetli bir ürün tanıtımından da oluşsa jeneriğin bir anda ekranda patlamasından, danseden harflerin en az bir kere renk ve şekil değiştirmesinden ve sonuçta tekrar etkileyici bir sesle kaybolması memnuniyet yaratır. Programın kendisinden ziyade grafiklere neden bu kadar aşırı bir zaman ve efor harcadığı merak edilebilir. Bilgisayar destekli video grafikleri televizyon yapımlarının kaçınılmaz

---

<sup>279</sup> a.g.e., s. 70.

öğeleri haline gelmiştir. Çünkü o tarz jeneriklerin tasarımı, televizyon yapımcılığından ziyade yüksek kalitede bilgisayarları gerektirdiği için tartışma şu konulara indirgenebilir: Televizyon grafiklerinin özellikleri ve grafik oluşturma gereçleri .<sup>280</sup>

Televizyon grafiklerinin yayındaki göz kamaştırıcı etkilerine rağmen asıl amaçları programın ismi, içeriği, oyuncuların adları gibi bilgiler vermektir. Bazı jenerikler ise bilgi vermekten çok ilgi çekmek için tasarlanmıştır. Bu amaçlar doğal olarak uygun ses efektleri ile desteklenmektedir.

Televizyon ekranı ile sinema ekranı karşılaştırıldığında iki belirgin farklılık görülmektedir: Televizyon ekranı sinema perdesinden çok daha küçük ve dardır. Bu farklılıklar televizyon grafiklerinin tasarımı üzerinde yoğun bir etkiye sahiptir. Örneğin televizyon ekranı görüntülenebilecek yazı miktarını sınırlamakla birlikte yazıların kolaylıkla okunmasını sağlar. Ekranın boyuna oranla eninin sınırlılığı, jenerik yazılarının akması için gerekli yerin perdedeki kadar var olmadığı anlamına gelir, bu yüzden yazılar merkeze yakın tutulur. Televizyon grafiklerindeki diğer tasarım elemanları , diğer tüm grafik dizaynları ve özellikle estetik faktörlerle benzerlik taşır.<sup>281</sup>

### ***Televizyon Grafiklerinde Okunabilirlik***

Televizyon grafiklerinde okunabilirlik, ekranda çıkan kelimelerin okunabilmesi anlamına gelir. Bazı yazılar ekranda çok çabuk patlar ve kaybolur veya öyle küçük ve karmaşıktır ki okunamazlar.

İyi okunabilirlik için;

---

<sup>280</sup> Herbert Zettl, **Television Production Handbook**, Wadsworth Publishing Company, USA, 1997, s. 364.

<sup>281</sup> **a.g.e.**, s. 365.

- Tüm yazılı bilgi esas alanda tutulmalıdır.
- Koyu ve temiz kontürleri olan fontlar seçilmelidir.
- Bilgi miktarı sınırlandırılmalıdır. Ne kadar az bilgi görülürse anlamak o kadar kolay olur.
- Yazılar dağınık olmamalı, tüm yazılar grafik bloklarına dönüştürülmelidir.
- Çok kalabalık bir arka planın (örneğin bir futbol maçında canlı stadyum görüntüsü) üzerine yazı yazılmamalıdır.
- Yazı ve arka plan arasında fark edilebilir bir arka plan kontrastı olmalı, renk ve zıtlık ilişkisine dikkat edilmelidir.

### *Stil*

Stil lisan gibi canlıdır ve gelişme gösterir. Yer ve zamanın belirli birtakım estetik taleplerine göre değişiklik gösterir. Bunu görmezden gelmek mesajda noksanlığa sebep olur. Bazen, gelişen televizyon ekipmanları, sunum stillerini, kişisel yaratıcılık ve sosyal ihtiyaçtan daha fazla etkilerler. Örneğin animasyona dayalı jenerikler çoğunlukla hakim olan estetik beğenileri ya da tanıtılan programın içeriğini yansıtmak amacıyla oluşturulmaz. Bunun nedeni sadece ekranda danseden harfleri izlemenin eğlenceli olmasıdır. Bununla birlikte haberlerde yer alan gözcü grafikler hoş görülebilir, çünkü bunlar mesajın önemini ifade ederler; fakat, bir televizyon dizisinde yer alan iki insanın sakin ve derin ilişkisinde ortaya çıkmaları yersizdir.<sup>282</sup>

---

<sup>282</sup> a.g.e., s. 372.

Bir stil tasarımcısı yaratımının tüm programla uyuşmasını sağlamalıdır. Fakat bunu yaparken aşırıya kaçmamalıdır. Mesela, Çinli bir konuk Çince harflerle, şehir merkezindeki bir yangın yanan harflerle betimlenmemeli, görsel etkiyi arttırmaya çalışırken izleyicinin seyir zevki mahvedilmemelidir. Başarılı bir tasarımda tüm görüntüler ve nesnelere birbiri ile ilgili olmalı, örneğin arkadaki dekordan masadaki tabağa kadar birbirine uyum sağlamalıdır. Kaliteli tasarım stilin sürekliliğini ve tutarlılığını sergiler.

Tasarım, yazıların biçimlerini, istasyon logosunu, haber stüdyosunun görünümünü ve hatta ofis mobilyalarını içeren kapsamlı bir kavramdır.

## 1.2. Televizyon Dekor

Dekor, stüdyo programları için çok önemlidir. Büyük televizyon kanallarının donanımlı dekor atölyeleri vardır. Burada istenen her türlü dekor ahşap, metal, metal, plastik vb. malzemeler kullanılarak elde edilebilir. Konunun ne olduğu, ne anlatılmak istendiği, programın mesajı dekorla ortaya çıkar. Bir müzik programı müzikal görsel öğelerin, bir tartışma programı tartışmanın içeriğini oluşturan konuların görsel biçimde stüdyoda kullanılmasıyla gerçekleşir.<sup>283</sup>

Televizyon kameraları bir seti hem uzaktan hem de yakından görüntüledikleri için, dekor yapay bir görünümü engelleyecek kadar gerçekçi detaylandırılmış olmalıdır. Bir röportaj seti veya gerçekçi bir oturma odası olup olmadığına bakmaksızın, set en uygun kamera hareketlerini, açıları, ışıklandırmayı, mikrofon ve *boom* yerleşimini ve görüntülenecek kişilerin rahatça hareket etmelerini sağlayacak şekilde oluşturulmalıdır. Tüm bu gerekleri yerine getirebilmek için dört tip dekor kullanılır: Standart set birimleri, asma cihazlar, platformlar, set parçaları.<sup>284</sup>

---

<sup>283</sup> Cereci, **ön.ver.**, s. 69.

<sup>284</sup> Zettl, **ön.ver.**, s. 378.

Stüdyo düzenlemesinde dikkat edilmesi gereken bazı noktalar vardır:<sup>285</sup>

1. Geniş çekimlerde ve bel çekimlerinde derinlik, yakın çekimlerde de görüntü dolgunluğu olmalıdır.
2. Setler çok büyük, oyuncu ile nesnelere birbirinden uzak olmamalıdır.
3. Oyunculara gölge düşmesini engellemek ve yeterince aydınlatılmaları için dipten en az bir metre uzaklıkta olmaları istenmelidir.
4. Kameralara hareket kolaylığı sağlayabilmek için setlerin kanatları alabildiğince açılmalıdır.
5. Kişilerin genellikle kameraya doğru yürüdükleri dikkate alınarak kullanılan her şey bu durum dikkate alınarak düzenlenmelidir.

Televizyon yayıncılığında, stüdyo programlarının içeriğiyle, programın çekildiği stüdyoların set düzenlemesi arasındaki uyum çok önemlidir.<sup>286</sup> İzleyiciye yaşamsal bilgiler vermeyi amaçlayan bir sağlık programı, sunucu ve konukların önüne koyulmuş bir saksı çiçek, izleyiciye hoşça vakit geçirtmeyi amaçlayan bir söyleşi programı, arka fona yerleştirilen kocaman bir ışıklı şehir görüntüsüyle geçiştirilivermektedir. Bazı haber programlarında, izleyiciye ferahlık duygusu veren çok geniş ama içi doldurulmamış boş stüdyolar kullanılmaktadır. Bazı örneklerde ise program konusu ve stüdyo düzeni tamamen uyumsuz olmaktadır. Bu da izleyicinin sıkılmasına yol açmaktadır. İzleyici mekandaki uyumsuzluğu bilinçli bir şekilde algılayamasa da psikolojik olarak rahatsızlık duymaktadır.

---

<sup>285</sup> Cereci, **ön.ver.**, s. 70.

<sup>286</sup> **a.g.e.**, s. 74.

Stüdyo tasarımında, programın konusuna uygun objelerin seçimi ve uygun bir malzeme kullanılması kadar, objelerin yapımı için seçilen malzemenin ifade gücü de önemlidir. Tasarımcı kendine “Hangi malzeme konuyu en iyi biçimde anlatabilecek ve mesajı hedefe ulaştırabilecektir?” sorusunu sormak zorundadır.<sup>287</sup>

Ekranda görünenler birer semboldür. Bazı objeler aslında çok farklı malzemelerden üretilerek stüdyoda kullanılırlar. Örneğin mermer olmayan mermerler, pleksiglastan dökülmüş camlar, ağaçtan kesilmiş demir objeler. Önemli olan hammadde değil programcının vermek istediği mesajı en iyi şekilde aktarabilecek objeyi üretmektir.

### 1.3. Görüntü Düzenleme

Televizyon yapımlarında görüntünün kalitesi programın başarısını ortaya koyar. Stüdyoda birbiriyle ilgili pek çok farklı ve yapay malzemedan oluşan bir bütün vardır. Setin düzeni, aydınlatma tekniği, yönetmenin bakış açıları, bütün durumlar en iyi sonuca ulaşmak için sürekli denetlenir.<sup>288</sup>

Kişinin gördüğü şeye nasıl bir tepki vereceği yönlendirilebilir, etkilenebilir. Bir beklenti, sükunet, heyecan, umut vb duygular uyandırmak için görüntü düzenlenebilir. Pratik düzenleme konusunda üç temel maddeden söz edilebilir:<sup>289</sup>

1. Kompozisyon planlaması : Kişinin tamamen özgür olarak hareket ettiği durumlar için söz konusudur.

2. Kompozisyon düzenlemesi : Kompozisyon oluşturmada önemli bir sorun senaryodaki doğal ortamın yansıtılabilmesi sorunudur. Yapılan düzenlemedeki atmosferin

---

<sup>287</sup> a.g.e., s. 75.

<sup>288</sup> a.g.e., s.97.

<sup>289</sup> a.g.e., s. 98

yapay olduğu izlenimini etkisizleştirip ortamın doğal olduğu izlenimini vermek akıllıca yapılmış bir dzenlemeyle gerçekleşecektir.

3.Kompozisyon seçme: Kameramanların en sık karşılaştığı kompozisyon türüdür. Kamera yönetmen tarafından seçilmiş belli bir açıda konumlanır, öncelikle en etkili nesneyi göstermek için karşısında ne varsa görüntüler. Böyle bir durumda kompozisyon oluşturmanın bazı yolları vardır.

a) Çerçeve dzenleme: Çerçeve içine nelerin gireceğini ve girmeyeceğini belirleme ve bunları değiştirme.<sup>290</sup>

b) Mercek açısını büyütme ya da küçültme: Kullanılan mercek açısı, bu açıdan sahnenin ne kadarının görüneceğini belirler.

c) Kameranın konumunu ayarlama: Kameranın aşağı-yukarı, yahut sağa sola doğru hareketleri, ön plan objelerinin çerçevedeki yer değişikliği bunların uzaklığından daha önemlidir. Buna göre dzenlemedeki küçük bir değişiklik kompozisyon bağlantılarında da epeyce değişikliğe neden olacaktır.

d) Orantı: Mercek açısını değiştirmek ve kameranın objelere mesafesini değiştirmek yoluyla aynı görüntü korunabilir fakat yanısıra orantılar ayarlanabilir.

### **1.3.1.Görüntü Dengesi**

Pek çok amaca yönelik olarak dengeli bir kompozisyon istenir. Önemli olan formel simetrimin eşit dengeleri değil, dengeli bir görüntüdür. Bir görüntünün dengesi şu unsurlarla etkilenir.<sup>291</sup>

---

<sup>290</sup> a.g.e., s. 99.

<sup>291</sup> a.g.e., s.101

a) Çerçevenin içindeki bir nesnenin boyutu

b) Nesnenin rengi

c) Nesnenin çerçeve içindeki konumu

d) Çekimdeki nesnelerin birbiriyle ilişkisi

Dengeli bir görüntü ayarlanmış , planlanmış bir görünüme sahiptir. Denge, nesnelere bir çekim içinde birleştirir. Bazen dinamik bir rahatsızlık ya da gerilim oluşturmak için görüntü kasten dengesiz bir biçimde planlanabilir. Fakat bu etki ikincil derecede kullanılmalıdır. Bir denge ayarlaması durağan olmamalıdır. Bir çekimin dengesi, dikkati farklı konulara yönlendirmek ya da görüntünün etkisini değiştirmek için bir kişinin yeri, çerçeve değiştirilerek vb. Yollarla sürekli yeniden ayarlanabilir. Denge çok öznel bir etkidir , ölçülmesi mümkün değildir. Yine de bu konuda yol gösterici bazı ilkeler vardır:<sup>292</sup>

1. İzlemek için güvenilir fakat statik merkezi bir çerçeve düşünmek yeterlidir.
2. Bir konu görüntünün merkezinden kayarken çekim giderek daha dengesiz görünür.
3. Bu etki, daha büyük yahut daha koyu objelerle birlikte daha güçlü biçimde ortaya çıkar.
4. Çerçevenin bir yanındaki bir nesne ya da renk kütlesi genellikle çerçevenin kalan tarafında karşılığı olan bir karşı dengeyi gerektirir. Bu, bir eşit karşı kütle olabileceği gibi asıl bölgeyle karşıtlık teşkil eden daha küçük alanların bir serisi olabilir.

---

<sup>292</sup> a.g.e., s. 102.

5. Renk, görsel ağırlığı etkiler. Koyu renkli nesnelere, açık renkli olanlardan daha küçük ve ağır görünür.
6. Küçük bir karanlık alan, görüntü merkezinden biraz ilerideki daha geniş ve açık tondaki alanı dengeleyebilir.
7. Bütün yatay konumlar dengenin sonucunu belirlediği halde, dikey konumlardan daha fazla etkilenir.
8. Düzenli bir biçimde yerleştirilmiş nesnelere, düzensiz olanlardan daha büyük nesnelere ağırlığa sahiptir.
9. Sıcak renkler (turuncu, kırmızı) soğuk olanlardan daha ağır, parlak renkler de mat olanlardan daha ağır görünür.

Görüntü düzenlemesi sırasında dikkat edilecek bazı noktalar şunlardır:<sup>293</sup>

1. Kişinin yakın çekimlerinde çok az ya da çok fazla başüstü boşluğunun bulunmamasına dikkat edilmelidir. Çerçevenin alt ve üst kenarları , çeneyi ve alını kesecek kadar yakın çekim yapmadıkça, kişinin başı, çerçevenin tepesine ve çenesi altına değmemelidir.
2. Tek kişinin yakın çekiminin başladığı durumlarda; kişi sağa bakıyorsa onu çerçevenin biraz soluna, sola bakıyorsa sağına yerleştirmek gereklidir.<sup>294</sup>

---

<sup>293</sup> a.g.e.

<sup>294</sup> a.g.e., s. 103.

3. Dipteki cisimlerin, kişi ve kamera ile aynı doğru üzerinde olmaları nedeniyle, bu cisimlerin kişinin kafasının üzerinde duruyormuş izlenimi uyandırmayacak çekimler yapılmalıdır.
4. Çerçevenmesi istenen hareket için gerekenden daha geniş bir çekim, aynı hareketi gösterebilmek için gerekenden daha dar bir açıyla görüntü çerçevesi oluşturulmamalıdır.
5. Çekimin yapıldığı konuya gereğinden fazla yakın olmak ve görünmesi gereken hareketin çerçevenin dışında kalması izleyici için rahatsız edici bir çekim ölçeğidir.
6. Kişilerin yüzlerinin görüldüğü çekimlerde, yüzler çerçevenin kenarıyla dik olarak kesilmemelidir.
7. Kalabalık bir grup görüntülenirken çerçevenin en dışında kalan kişilerin dikey olarak kesilmesi yerine görüntü çerçevesinin biraz daha geniş tutulması uygundur.
8. Toplu çekimlerde kişileri düz bir çizgi üzerine yerleştirmekten kaçınarak derinlemesine yerleştirmek daha doğrudur.
9. İlgi merkezlerini (asıl nesnelere), görüntü çerçevesinin içine dengeli bir biçimde yerleştirmek gerekir.
10. İki kişinin karşı karşıya durduğı çekimlerde kişiler yandan görüntülendiğı zaman yüz ifadeleri kaybolur. Bu yüzden omuz üstü çapraz çekimler tercih edilmelidir.<sup>295</sup>
11. Çok uzak çekim ölçekleri ile çalışırken, ön plana bazı cisimlerin yerleştirilmesi daha doyurucu sonuçların alınmasını sağlar. Önünde hiçbir şey bulunmayan uzak

---

<sup>295</sup> a.g.e., s.104.

çekimler, boş bir stüdyo tavanı ve ilgi merkezinin çok uzakta olması nedeniyle çirkin ve basık olur.

12. Bir setin çapraz olarak ışıklandırılması sahneye derinlik kazandırır.
13. Kameraya doğru yakın olan kişinin yüzünün net, arka fona yakın olan kişinin kısmen belirsiz olması izleyicinin dikkatinin yakındaki kişinin yüzü üzerinde toplanmasını sağlar.

## 2. TELEVİZYONDA RENKLERİN KULLANIMI VE İZLEYİCİ ALGILARINA ETKİLERİ

Renk, ışığın değişik dalgaboylarının gözün retinasına ulaşması ile ortaya çıkan bir algılamadır. Bu algılama, ışığın maddeler üzerine çarpması ve kısmen soğurulup kısmen yansması nedeniyle çeşitlilik gösterir ki bunlar renk tonu veya renk olarak adlandırılır. Tüm dalga boyları birden aynı anda gözümüze ulaşırsa bunu beyaz, hiç ışık ulaşmazsa siyah olarak algılarız. İki ana rengin karışımıyla ortaya çıkan ara renk, karışıma katılmayan ana rengin tamamlayıcısı olur. Kırmızı için yeşil, mavi için turuncu, sarı içinse mor tamamlayıcı renk işlevi yapar. Aynı zamanda birbirlerine karşıt olan bu renkler birlikte kullanıldıklarında da denge oluştururlar. <sup>296</sup>

Renk önemli bir tasarım unsuru olduğu için bileşenlerini , niteliklerini ve televizyon sisteminin bunlara nasıl tepki verdiğini bilmek, renk estetiğini, yani çeşitli renklerin beraberliğinde ne oluştuğunu ve renk uyumunu anlamak gerekmektedir. <sup>297</sup>

Renk üç etmenle açıklanır: Ton,doygunluk ve parlaklık. Ton rengin kendisidir ; (mavi,yeşil,kırmızı...), doygunluk renk gücünü ifade eder ( donuk,canlı,solgun...), parlaklık veya aydınlık ise rengin koyu mu açık mı olduğunu belirtir. Renk uyumunu uygulamak tecrübeye,duyarlılığa ve zevke bağlıdır. Hangi renk hangi renkle gider diye düşünmek yerine renkleri düşük enerjili ve yüksek enerjili şeklinde ayırıp enerjilerini karşılaştırmak daha uygun olacaktır.

Yüksek enerjili renkler , temel,parlak,doygun tonları kapsar, canlı kırmızılar,sarılar ve maviler gibi. Düşük enerjili renkler ise pastel tonlar gibi düşük doygunluktaki daha soluk tonlardır. Buna bağlı olarak, arka plan renkleri düşük enerjide, ön plan renkleri ise yüksek enerjide olmalıdır. Bir dekorda, tıpkı evdeki gibi, arka plan yani duvarlar; halılar, tablolar, koltuklar ve yastıklar gibi dekor parçalarından daha az renklidir. Yazılar da bu ilkeyle

---

<sup>296</sup> Renk, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Renk> (5.3.2007)

<sup>297</sup> Zettl, **ön.ver.**, s. 368.

oluşturulur. Kolay okunan bir yazının düşük enerjili bir arka plan üzerine enerjili harflerle yazıldığı görülmektedir.<sup>298</sup>

Renkler ortama da uygun olmalıdır. Örneğin eğer yazılar canlı bir dans parçası gibi hareketli bir şov programı sunmak için tasarlanmışsa yüksek enerjili renkler, yazı için de arka plan için de uygundur. Ancak aynı yüksek enerjili renkler örneğin bütçe açığı tartışmalarını sunarken kullanılırsa, yazılar iyi okunuyor olsa da bu seçim yerinde değildir.

Renkli grafikler tasarlanırken, yalnızca tonun ve doygunluk derecesinin bileşimine değil, renklerin parlaklıklarının farklı olduğuna ve monochrome(siyah-beyaz) alıcıda farklı griler olarak görünüp görünmediklerine de dikkat etmek gerekmektedir. Sadece bir tek rengin görüntüsü olsa da parlaklık konusuna özen gösterilmelidir. Parlaklık görüntüyü belirginleştiren, açık ve koyu görüntü alanlarını ayırt etmeyi sağlayan etmendir.

Renkli bir grafik ya da görüntünün yeterli parlaklı kontrastına sahip olup olmadığını anlamamanın en iyi yolu, o görüntüyü monochrome monitörde izlemektir. Eğer resim netse, canlı görünüyorsa, renk uyumu yoktur. Bu durumda farklı renkler seçilebilir veya ışığın nesne üzerine daha yoğun düşmesi sağlanabilir.

Genel olarak soğuk renkler –mavi, yeşil, mor- uzaklık ve sakinliği ifade eder. Soğuk renkler aynı zamanda imajdan uzaklaşmaya da neden olurlar. Sıcak renkler –kırmızı, sarı, portakal- saldırganlık, tepki ve şiddeti anlatırlar.<sup>299</sup>

### ***Kırmızı***

Gençliğe seslenen markalar logo ve ürünlerinde kırmızıyı tercih ederler. Titreşimi en kuvvetli olan renktir. Hareket, canlılık ve ihtiras telkin eder. Uzun zaman

---

<sup>298</sup> a.g.e.

<sup>299</sup> Güçhan, ön.ver., s. 47.

seyredilmesi kişide sinirlilik yaratabilir. Tutkuyu, cesareti, hareketi ve enerjiyi sembolize eder; bu sebepten de insana can verdiği ve hareketlendirdiği iddia edilir.<sup>300</sup>

Kırmızı özellikle koyu bir arka fonla birlikte kullanıldığında öyle şiddetlidir ki, bir görüntüde yer alan küçük kırmızı bir leke bile görüntünün her yerini etkiler.<sup>301</sup> Mutluluğu temsil eder ve kişinin iştahını açar. Dünyadaki gıda firmalarının (Coca Cola, Pizza Hut, MC Donald's, Burger King...) hepsinin logosunun kırmızı olduğu dikkati çekmektedir.<sup>302</sup>

### ***Turuncu***

Bir ürün ve markada herkes için imajı verilmek isteniyorsa turuncu renk tercih edilmelidir. Canlılık, içtenlik, hayata olumlu bir perspektif ve mutluluk getirir. Çabuk dikkat çeken bir renktir.<sup>303</sup>

### ***Pembe***

Sıcaklığın, sevecenliğin ve rahatlığın simgesi olarak algılanır.<sup>304</sup>

### ***Sarı***

Dikkat çekici, neşe ve hareket veren uyarıcı ve geçiciliğin simgesi bir renktir. Bu yüzden uyarı ışıklarında sarı tercih edilir ve taksiler sarıdır. Great Gatsby filminin başlarında sarı bir arabasının olduğunu gördüğümüz Gatsby'nin filmin sonunda öleceğini sarı rengin taşıdığı geçicilik özelliğinden anlayabiliriz.

---

<sup>300</sup> Kars, **ön.ver.**, s. 119.

<sup>301</sup> Renk, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Renk> (5.3.2007)

<sup>302</sup> Renklerin Anlamı, <http://www.psiko-dan.com/yazi/renklerin-dili-ve-anlamlari> (5.3.2007)

<sup>303</sup> Kars, **ön.ver.**, s. 119.

<sup>304</sup> **a.g.e.**, s. 120.

Dikkat çeksin ve geçici olduğu bilinsin diye araba kiralama şirketleri logolarında sarıyı kullanırlar. Ayrıca paranın geçici değil, kalıcı olmasını istedikleri için dünyada hiçbir banka ambleminde sarı renge yer vermez.

### *Yeşil*

Dinlendirici, güven ve huzur verici bir renktir.<sup>305</sup> Yeni çıkan taze yapraklar, otlar, bitkiler gibi yaşamın simgeleriyle doğrudan ilintilidir. Sakinleştirici, gerilimi azaltıcı bir etkisi vardır. Çalışma kolaylığı sağlar ve yaratıcılığı artırır.

### *Mavi*

Düzen , huzur ve sadakati simgeleyen , sessizlik ve rahatlık telkin eden bir renktir. Büyüklük ve derinliği simgeler. En önemli özelliklerinden biri çok uzaklardan ayırt edilebilmesidir. Kanal D, NTV, TRT logolarında mavi kullanarak kendi alanlarında önde ve ciddi kanallar olduklarını ifade etmek istemişlerdir.

### *Lacivert*

Lacivert açıklığı, netliği ve gözle görülemeyeni simgeler. Sonsuzluğu, otoriteyi ve verimliliği temsil eder. İşadamlarının ve firmaların sıkça tercih ettiği bir renktir.<sup>306</sup> Özellikle önemli iş görüşmelerinde tavsiye edilen bir renk tonudur. Lacivert giyen kişiler kendilerini çok daha karizmatik ve inandırıcı hissederler. Yine bu yüzden dünyadaki firmaların bir çoğu logolarında lacivert rengi kullanır. İnsanların üzerinde başarılı ve güçlü imajı bırakır.

---

<sup>305</sup> a.g.e., s. 121.

<sup>306</sup> Renklerin Anlamı, <http://www.psiko-dan.com/yazi/renklerin-dili-ve-anlamlari> (5.3.2007)

### ***Mor***

Yaratıcı özellikler taşıdığından sanatı ifade eder. İnsanları bilinçaltında korkuttuğu tespit edilen bir renktir.<sup>307</sup>

### ***Gri***

Diplomatik ve ağır bir renktir. Hareketsizliği, yavaşlığı ve ciddiyeti temsil eder.<sup>308</sup>

### ***Kahverengi***

Yeryüzü, toprak ve dünyayı temsil eder. Dayanıklılık, kuvvet, kararlılık ve kendini sınırlamayı simgeler. Orta tonları anlayışı ifade ederken koyu tonları aşırı şüphe, kararsızlık, eleştirel bir yapı gibi anlamlar taşır. Aynı zamanda rahatlatıcı, teklifsiz bir renk olarak da bilinir. Ünlü sunucu Larry King konuklarını rahat konuşturabilmek için genellikle kahverengi ceketler giyer, en azından kahverengi bir kravat takar.<sup>309</sup>

### ***Siyah***

Siyahtaki belirsizlik insanın korku duygularını uyandırır.<sup>310</sup> Boşluk hissi uyandırır. Aynı büyüklükteki iki cisimden siyah olanı daha küçük görünür. Fonda karamsarlığı, giyimde ciddiyet ve ağırbaşlılığı ifade eder. Gücü, tutkuyu ve hırsı da simgeler. Nötr bir renk olduğundan bütün güneş ışınlarını emer ve dışarıya renk vermez. Televizyon programı çekimleri sırasında siyah renkteki nesnelere ışığı yansıtmadığından, diğer renklerin daha

---

<sup>307</sup> Kars, **ön.ver.**, s. 121.

<sup>308</sup> Renklerin Anlamı, <http://www.psiko-dan.com/yazi/renklerin-dili-ve-anlamlari> (5.3.2007)

<sup>309</sup> Kars, **ön.ver.**, s. 122.

<sup>310</sup> **a.g.e.**, s. 123.

fazla ışığa gereksinim duyacakları gözardı edilmemelidir. Bu konuda dikkatli olunmazsa görüntüdeki diğer renkler anlamlarını kaybedebilirler.

### ***Beyaz***

Saflık, doğruluk ve güven anlamı vardır. İstikrarı, devamlılığı ve temizliği simgeler. Tarafsızlığı ve aynı zamanda ölen insanların temiz bir ruhsal yolculuk yaptığını belirtmek için de kullanılır. Negatif anlamda şaşkınlık, karışıklık, üzüntü, kayıp, ölüm ve yas tutma anlamları da taşıyabilir.<sup>311</sup> Filmlerde iyi karakterlerin genellikle beyaz giymeleri veya isimlerinin bu rengi çağrıştırmaları beyazın olumlu anlamlarından faydalanmak için yapılabilir.

Renklerin anlamı kültürden kültüre değişebilir. Örneğin Avrupa'da ve Türkiye'de siyah matem rengi olarak anlamlandırılır. Oysa, Japonya'da bu renk mutluluğu simgeler.<sup>312</sup> Dolayısıyla farklı kültürden olan birisi bu kodu yanlış açımlayabilir.

Güçhan'a göre, nostalji duygusu sıcak renklerle arttırılabilir. Portakal rengi, kırmızı ve pembe; cinsellik ve sosyal saldırganlığı simgeleyebilir. Portakal rengi aynı zamanda insanlığı, mavi ise mekanikliği simgeleyebilir. Mavi soğuk bir renktir ve genelde uzaklık, iletişimsizlik anlamını taşır.<sup>313</sup>

---

<sup>311</sup> a.g.e., s. 124.

<sup>312</sup> Japon Kültürü, <http://www.indeksiletisim.com/aventis.asp?id=155> (22.05.2007)

<sup>313</sup> Güçhan, ön.ver., s. 48.

## 6. BÖLÜM

### LOST DİZİSİNİN ANALİZİ

#### 1. DİZİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Bu bölümde ABD’de ABC kanalında yayınlanan, pek çok ödül alan ve dünya çapında hayran kitlesine sahip olan *Lost* dizisinin 1. sezonundaki 24 bölümün analizi yapılmıştır. Örnek analiz olarak bu dizinin seçilmesinin nedenlerinden biri dizinin konusunun hem içsel devinimler hem de dışsal devinimlerle şekillenmesi, böylece geniş bir kitleye hitap edebilmesidir.

Dizi içerisinde hem aksiyon ve gerilim öğeleri barındırmakta hem de her karakterin kendi kendisini sorgulamasıyla psikolojik hesaplaşmaları da seyirciyle paylaşmaktadır. Dolayısıyla, sadece dış ya da sadece iç çatışmalara yer veren yapımların aksine *Lost*, yaklaşık 40 dakikalık her bölümünü dış çatışmalarla da iç çatışmalarla da zenginleştirmekte ve farklılaşmaktadır. Bu sayede her karakter, izleyicinin gözünde ete kemiğe bürünmekte, yaşananlar daha etkileyici ve anlamlı olmaktadır.

Dizinin analiz edilmesinin bir diğer sebebi de son derece teknolojik imkanlar, bilgisayarda yapılan efektler, çok masraflı dekorlar vb. kullanılmamasına rağmen dizinin ustaca yapılan kamera hareketleri, ışıklandırma, ses efektleri, müzik ve benzeri yöntemlerle çarpıcı hale getirilmesidir. Bu etkenler ilerleyen satırlarda mercek altına alınacaktır.

### 1.1. Dizinin Künyesi<sup>314</sup>

Süre:	42 dakika
Ülke:	ABD
Dil:	İngilizce/ Portekizce/ İspanyolca/ Arapça/Fransızca / <b>Kore Dili</b> / Almanca
Başlangıç Tarihi:	22 Eylül 2004
Türü:	Macera/ Dram/Gerilim
Ödüller:	Golden Globe ve Emy dahil 36 ödül
Resim formatı:	480i(SDTV), 720p ( <b>HDTV</b> )
Kanal	ABC
Yaratıcı	<b>Jeffrey Lieber</b> <b>Damon Lindelof</b> <b>J.J. Abrams</b>

### 1.2.Oyuncular<sup>315</sup>

<b>Aktör / Aktris</b>	<b>Rolü</b>	<b>Sezon</b>
Adele Akinuoye-Agbaje	Mr. Eko	(Sezon 2+)

<sup>314</sup> Lost, <http://www.imdb.com/title/tt0411008/> (2.5.2007)

<sup>315</sup> Lost oyuncularını, [http://tr.wikipedia.org/wiki/Kategori:Lost\\_oyuncular%C4%B1](http://tr.wikipedia.org/wiki/Kategori:Lost_oyuncular%C4%B1) (2.5.2007)

Elizabeth Mitchell	Juliet Burke	(Sezon 3+)
Naveen Andrews	Sayid Jarrah	
Emilie de Ravin	Claire Littleton	
Michael Emerson	Benjamin Linus	
Matthew Fox	Jack Shephard	
Jorge Garcia	Hugo "Hurley" Reyes	
Maggie Grace	Shannon Rutherford	
Josh Holloway	James Ford "Sawyer"	
Malcolm David Kelley	Walt Lloyd	
Daniel Dae Kim	Jin-Soo Kwon	
Yoon-jin Kim	Sun Kwon	
Evangeline Lilly	Kate Austen	
Dominic Monaghan	Charlie Pace	
Terry O'Quinn	John Locke	

Harold Perrineau Jr.	Michael Dawson	
Michelle Rodriguez	Ana-Lucia Cortez	(Sezon 2)
Ian Somerhalder	Boone Carlyle	(Sezon 1)
Cynthia Watros	Libby	(Sezon 2)
Henry Ian Cusick	Desmond Hume	
Kiele Sanchez	Nikki Fernandez	(Sezon 3)
Rodrigo Santoro	Paulo	(Sezon 3)
Madison	Vincent	

### 1.3.Bölüm Listesi 316

#### *Sezon 1*

- 1 - Pilot
- 2 - Pilot
- 3 - Tabula Rasa
- 4 - Walkabout
- 5 - White Rabbit
- 6 - House of the Rising Sun
- 7 - The Moth
- 8 - Confidence Man
- 9 - Solitary
- 10 - Raised By Another
- 11 - All the Best Cowboys Have Daddy Issues
- 12 - Whatever The Case May Be

<sup>316</sup>Bölüm listesi, [http://tr.wikipedia.org/wiki/Lost\\_%28dizi%29#B.C3.B6l.C3.BCm\\_Listesi](http://tr.wikipedia.org/wiki/Lost_%28dizi%29#B.C3.B6l.C3.BCm_Listesi)(2.5.2007)

- 13 - Hearts and Minds
- 14 - Special
- 15 - Homecoming
- 16 - Outlaws
- 17 - In Translation
- 18 - Numbers
- 19 - Deux Ex Machina
- 20 - Do No Harm
- 21 - The Greater Good
- 22 - Born to Run
- 23 - Exodus

### ***Sezon 2***

- 1 - Man of Science, Man of Faith
- 2 - Adrift
- 3 - Orientation
- 4 - Everybody Hates Hugo
- 5 - And Found
- 6 - Abandoned
- 7 - The Other 48 Days
- 8 - Collision
- 9 - What Kate Did
- 10 - The 23rd Psalm
- 11 - The Hunting Party
- 12 - Fire + Water
- 13 - The Long Con
- 14 - One of Them
- 15 - Maternity Leave
- 16 - The Whole Truth
- 17 - Lockdown
- 18 - Dave
- 19 - S.O.S.
- 20 - Two for the Road
- 21 - Question Mark
- 22 - Three Minutes
- 23 - Live Together, Die Alone

### ***Sezon 3***

- 1 - A Tale of Two Cities
- 2 - The Glass Ballerina
- 3 - Further Instructions
- 4 - Every Man for Himself

- 5 - The Cost of Living
- 6 - I Do
- 7 - Not in Portland
- 8 - Flashes Before Your Eyes
- 9 - Stranger in a Strange Land
- 10 - Tricia Tanaka Is Dead
- 11 - Enter 77
- 12 - Par Avion
- 13 - The Man from Tallahassee
- 14 - Exposé
- 15 - Left Behind
- 16 - One of Us
- 17 - Catch-22
- 18 - D.O.C.
- 19 - The Brig
- 20 - The Man Behind the Curtain
- 21 - Greatest Hits
- 22 - Through the Looking Glass

#### **1.4. Dizide Müziğin ve Ses Efektlerinin Kullanımı**

Dizide sözlü müziğin (şarkıların) kullanımı genellikle bölüm sonlarında olmaktadır. Dizi boyunca yaşanan gerilim ve heyecan bölüm sonundaki şarkıyla dindirilmekte, Adada bir günün daha bittiği mesajı verilmektedir.

Seyirci dizideki şarkıları, çoğunlukla dizideki karakterlerden Hugo'nun kulağındaki *walkman* aracılığıyla dinlemektedir. Lost dizisinin soundtrack albümündeki şarkılar Michael Giacchino tarafından bestelenmiş, 21 Mart 2006 tarihinde Varese Sarabande tarafından piyasaya sürülmüştür. Dizide üç sezon boyunca kullanılan şarkılar aşağıdadır:

## Şarkılar<sup>317</sup>

### 1.Sezon

#	Şarkı	Sanatçı	Bölüm
1	"Leavin' On Your Mind"	Patsy Cline	"Tabula Rasa"
2	"Wash Away (Reprise)"	Joe Purdy	"Tabula Rasa"
3	"Are You Sure?"	Willie Nelson	"House of the Rising Sun"
4	"You All Everybody"	Drive Shaft	"The Moth"
5	"I Shall Not Walk Alone"	Ben Harper ve The Blind Boys of Alabama	"Confidence Man"
6	"La Mer" (Shannon tarafından söylendi)	Charles Trenet	"Whatever The Case May Be"
7	"Delicate"	Damien Rice	"...In Translation"
8	"I Got You (I Feel Good)" (Hurley tarafından söylendi)	James Brown	"The Greater Good"
9	"Redemption Song" (Sawyer tarafından söylendi)	Bob Marley	"Exodus, Part 2"

### 2. Sezon

#	Şarkı	Sanatçı	Bölüm
1	"Make Your Own Kind of Music"	Mama Cass	"Man of Science, Man of Faith", "Adrift"
2	"My Conversation"	Slim Smith	"Everybody Hates Hugo"
3	"Easy Money"	Billy Joel	"Everybody Hates Hugo"
4	"Up on the Roof"	The Drifters	"Everybody Hates Hugo"
5	"Stay (Wasting Time)"	Dave Matthews Band	"Abandoned"
6	"Outside"	Staind	"Collision"
7	"Walking After Midnight"	Patsy Cline	"What Kate Did", "Two For the Road"
8	"The End of the World"	Skeeter Davis	"What Kate Did"

<sup>317</sup> Lost'da Kullanılan Şarkılar,

[http://tr.wikipedia.org/wiki/Lost%27ta\\_kullan%C4%B1lan\\_%C5%9Fark%C4%B1lar\\_\(2.5.2007\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Lost%27ta_kullan%C4%B1lan_%C5%9Fark%C4%B1lar_(2.5.2007))

9	"He's Evil" (Charlie tarafından söylendi)	The Kinks	"The 23rd Psalm", "Fire + Water"
10	"Fall on Me"	Pousette-Dart Band	"The Hunting Party"
11	"Papa Loves Mambo"	Perry Como	"Fire + Water"
12	"Moonlight Serenade"	Glenn Miller	"The Long Con"
13	"Catch a Falling Star"	Perry Como	"Maternity Leave"
14	"Pushin' Too Hard"	The Seeds	"The Whole Truth"
15	"Compared to What"	Les McCann & Eddie Harris	"Lockdown"
16	"These Arms of Mine"	Otis Redding	"S.O.S."

### 3. Sezon

#	Şarkı	Sanatçı	Bölüm
1	"Downtown"	Petula Clark	"A Tale of Two Cities"
2	"Moonlight Serenade"	Glenn Miller	"A Tale of Two Cities"
3	"The Thunderer"	John Philip Sousa	"A Tale of Two Cities"
4	"Feel Like Going Home"	Corey Harris	"Further Instructions"
6	"Eko Lagos"	Femi Kuti	"The Cost of Living"
7	"I Wonder"	Brenda Lee	"The Cost of Living"
8	"Slowly"	Ann Margret	"I Do"
9	"Wedding March"	Felix Mendelssohn	"I Do"
10	"Building a Mystery"	Sarah McLachlan	"Flashes Before Your Eyes"
11	"Wonderwall" (Charlie tarafından söylendi.)	Oasis	"Flashes Before Your Eyes"
12	"Make Your Own Kind of Music"	Cass Elliot	"Flashes Before Your Eyes"
13	"Shambala"	Three Dog Night	"Tricia Tanaka Is Dead"

Dizide ses efektleri büyük önem taşımaktadır. Özellikle uçağın adaya düştüğü, yaralıların ne olup bittiğini anlamaya çalıştığı, durumu iyi olanların daha kötü olanlara yardım etmeye çalıştığı, her yüzde panik ve dehşet ifadelerinin hakim olduğu 1. bölüm, diyaloglar ve görüntülerden önce ses efektleriyle zihinlere kazınmıştır. Bu bölümde uçağın enkazından gelen motor ve pervane, zaman zaman da patlama sesleri, görüntülerin çok daha çarpıcı olmasını sağlamış, her patlama ile seyircinin kaza karşısında duyduğu dehşet daha da artmıştır.

Bir diğer nokta da dizideki doğal seslerdir. Dizinin çekildiği doğal ortamdan yola çıkılarak adadaki doğal sesler de kaydedilmiştir. Böylece, rüzgar sesi, dalga sesi, kuşların, böceklerin hatta sineklerin sesi bile duyulabilmekte, bu da ada koşullarının daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır.

## 2. LOST DİZİSİNİN MEKAN VE ZAMAN ANALİZİ

### *Mekan*

Olayları ve insanları sınırlı bir mekana toplamak, çatışmanın sürmesini ve gelişmesini sağlar, çeşitli karakterlerden yararlanmayı kolaylaştırır, toplu davranışlara imkan hazırlar, gerilimi yoğunlaştırır, toplumu yansıtmaya olanak sağlar.<sup>318</sup>

Geniş ve ayrıntılı mekanlar daha çok televizyon dizileri ve filmlerde kullanılmaktadır. Genel olarak kullanılan mekanlar;

- Hastane,
- Hapishane,
- Karakol-güvenlik birimi,
- Cephe, cephe gerisi,
- Okul,
- Otel, pansiyon vb.,
- Köy, kasaba, site,
- Mahalle, sokak, apartman,
- Çiftlik,
- Bar, lokanta, kafe, taksi durağı, vb. işyeri
- Fabrika,
- Gazete, radyo, televizyon,
- Havaalanı,
- İstasyon,
- Gemi,
- Ev,

---

<sup>318</sup> Özakman, ön.ver., s. 107.

- Esrarlı mekandır.(Sıradan bir mekan birtakım özellikler yüklenerek dramatik hale getirilir.)<sup>319</sup>

Lost dizisinde, dizi karakterlerinin sınırlı bir mekana toplandıklarını görüyoruz. Birbirleriyle aynı uçakta seyahat etmek dışında bir ortak yönü olmayan kişiler bir adada bir araya gelip yaşam mücadelesi vermektedirler. Bu kişilerden kimi doktordur, kimi piyangodan büyük ikramiye kazanan bir talihli, kimi kanun kaçağı, kimi ise dokuz aylık hamile bir anne adaydır. Mekan ıssız bir ada olmasaydı, bu kadar farklı yaşam biçimine, mesleğe ve özelliklere sahip kişilerin birarada olması çok zor olacaktı fakat mekanın özelliği sayesinde bu kişilerin birarada olması yadırganmamaktadır: Bu kişiler bir uçak kazası sonucunda biraraya gelmiş olan kazazedelerdir.

Dizinin mekanı “esrarlı mekan” grubuna dahil edilebilir. Sıradan bir ada, esrarengiz özellikler yüklenerek dramatik hale getirilmiştir.

Kendine özgü tipik görünüşleriyle filmlerde iki tür mekan kullanılır: Coğrafik mekan ve dramatik mekan.<sup>320</sup>

Coğrafik mekana göre, öykü dünyanın her yerinde geçebilir, belirlenen yer öyküye uygun bir biçimde kullanılır.

Dramatik mekan ise, kişilerin ve durumların psikolojisini saptamak ve çevrelemek amacıyla kullanılır. Bölgesel topografik yapıdan her zaman salt dekor olarak değil dramatik bir öğe olarak da yararlanır.

Lost dizisi üzerinden düşünecek olursak Lost’da coğrafik mekan, okyanusun ortasındaki bir ada, dramatik mekan ise adanın içlerinde bulunan, Ada halkı için

---

<sup>319</sup> a.g.e., s. 108.

<sup>320</sup> Akyürek, **ön.ver.**,s. 239.

bilinmeyen ve tehlikeli olan Orman'dır. Ormanda başkalarının olduğundan şüphe edilmektedir, aynı zamanda türü saptanamayan öldürücü canlılar da vardır.

Lost'da öykünün mekan çerçevesi sahil ve ormandır. Kısa geri zamanlar sayesinde Ada halkının kazadan önce yaşadıkları mekanlar hakkında da bilgi verilmektedir.

Dramatik bir etki sağlamak için senaryo genellikle özel bir çekim ve hareket yerinde ya da karşıt iki yerde çekilir.<sup>321</sup> Mekanın özellikleri şuna göre incelenebilir: Biçimi, türü, işlevi, konumu, kişilerle olan ilişkisi, atmosferi. Buna göre Lost dizisini inceleyecek olursak ortaya şu tablo çıkmaktadır:

**Tablo 5**  
Lost Dizisinin Mekan Analizi

<b>Biçimi:</b> Ada, açık hava.
<b>Türü:</b> Gizemli, sırlarla dolu.
<b>İşlevi:</b> Kazazedelerin sığındığı mekan.
<b>Konumu:</b> Denizin ortasında, haritada olmayan bir yerde.
<b>Kişilerle olan ilişkisi:</b> Kişilerin yaşam savaşı verdikleri, tehlikelere karşı birlik oldukları bir yer.
<b>Atmosferi:</b> Ürpertici, sıkıntı verici.

Lost'un çekildiği mekan dizinin içeriğini bilmeyen bir kişi tarafından ilk görüldüğünde güzel bir tatil yapılabilecek, kumsal, doğal güzellikleriyle gündelik yaşamın sıkıntılarından uzaklaşılabilir etkileyici bir mekan izlenimi bırakabilir. Pek çok insanın

<sup>321</sup> Chion, **ön.ver.**, s.136.

gitmeyi hayal edebileceği bu “Ada”, dizi ile birlikte adeta kişileştirilmiş ve dizi karakterlerinin kendisine karşı mücadele ettiği büyük ve gizemli bir güce dönüşmüştür.

Ada, dizinin ilk bölümlerinde kazazedelere yeniden hayat veren bir mekan olmuştur. Dizinin başlarında, kazadan kurtulan kişiler Ada’da kendilerine sığınacak yerler bulmuşlar, yiyecek ve içeceklerini tükettikten sonra Ada’dan yiyecek ve tatlı su bulmuşlar, hatta Ada’daki şifalı otlarla ağrı kesici, vb. ilaçlar yapmışlardır. Ada, ilk günlerde kazazedelere adeta kucak açmıştır.

Ada’da düzen kuruldukça, Ada halkı, coğrafi olarak nerede olduklarını belirlemeye çalışmış, fakat gerek haritada böyle bir Ada’nın görünmüyor olması, gerekse Ada’da standart iklimsel özelliklere aykırı canlı türlerinin görülmesi -örneğin bir kutup ayısı- sebebiyle Ada’nın konumunu belirleyememişlerdir.

Ada’nın kişilerle olan ilişkisi bütün olarak ele alındığında, ortak bir kaderi paylaşan kişilerin birlikte yaşam savaşı verdikleri yer olarak açıklanabilir. Her birey için ayrı ayrı ele alındığında ise, Ada’nın kişilerle ilişkisinin oldukça sıradışı olduğunu görüyoruz. Ada, uçak kazasından kurtulan herkesi geçmişiyile hesaplaşmaya davet etmekte, kimi zaman rüyalarla kimi zaman hayallerle kişilere bir türlü kurtulamadıkları hesaplaşmalarını, unutamadıkları çocukluk anılarını, peşlerini bırakmayan kabuslarını tekrar yaşatmakta, bunlarla yüzleşmelerini ve bunları aşmalarını sağlamaktadır. Kimisi, bu yüzleşmeden daha da güçlenerek çıkmakta, geçmişiyile barışmakta; kimisi ise bunu başaramamakta ve daha da mutsuz olmaktadır.

Ada’nın atmosferi, ne şehrin monoton atmosferi gibi ne de sıradan bir adanın sunduğu rahatlatıcı atmosfer gibidir. Ada, herkes için tehlikeli ve korkutucu bir atmosfere sahiptir. Üstelik, bu tehlikelerin açıklanamaz ve somut bir şekilde görülemez oluşu Ada’nın atmosferini daha da sıkıntılı ve karanlık hale getirmektedir.

## *Zaman*

Zamanın olağan akışı içinde kısa bir an geriye gitmesi, zamansal bir vurgulamadır. Kısa geri zamanlar(flash back), zaman atlamaları gibi küçük ölçülerde anlam görüntü sürekliliği sağlamak için kullanılır.<sup>322</sup> Kısa geri zamanlar, görüntü açısından sürekli olmayan bir devinimin alınıp öz açısından içindeki sürekliliği sürdürmek için yapılır.

Öykünün gelişimine katkıda bulunacak önemli olayların açıklanmasında, geçmişe ilişkin bilgi verilmesinde, geçmiş bir olayın açıklanmasında, gizli kalmış bir noktanın açıklanmasında, bellek yitimine uğrayan kişinin geçmişi anımsamasında geri dönüşler kullanılabilir.<sup>323</sup>

Chion'a göre, umulmadık flash-back'lerle seyirci şaşırtılmak istenir.<sup>324</sup> Lost dizisinde de kısa geri zamanların sık sık kullanıldığını hatta hikayenin deviniminde kısa geri zamanların önemli bir rol oynadığını görüyoruz. Dizinin her bölümünde, özellikle bir karakter üzerinde yoğunlaşmakta, çoğu zaman sıradan hatta silik gibi görünen bir karakter, kısa geri zamanlarla seyirciye tanıtılmakta, bu kişinin geçmişine ilişkin şaşırtıcı olabilecek bilgiler bu yöntemle verilmektedir. Böylece, bu karakterin Ada'daki bazı davranışları hangi psikolojiyle yaptığı ve ayrıca Ada'da hangi kişilerle geçmiş yaşamında farkında olmasa da yollarını kesiştiği anlaşılmaktadır.

Dizinin ilk bölümünden itibaren “flash-back”(zamanda geri dönüş) tekniği uygulanmaya başlanmıştır. Zamanda geri dönüşler sayesinde, seyirci her karakteri yalnızca Ada'daki hareketleriyle değil aynı zamanda geçmiş yaşantısıyla da tanıma imkanı bulmuştur.

---

<sup>322</sup> Akyürek, **ön.ver.**, s. 235.

<sup>323</sup> **a.g.e.**, s. 236.

<sup>324</sup> Chion, **ön.ver.**, s.129.

Lost'da kullanılan bir diğer zaman biçimi de durumsal (düşsel ya da psikolojik) zamandır. Durumsal zaman bir olayı gözleyen bir kişinin anımsamalarını, düşüncelerini ya da gözlediği olayın çarpıtılan biçimde algılanmasını kapsar.<sup>325</sup> Durumsal zaman sürekliliği bir karabasani, sayıklamayı, sarhoşluğu ya da diğer çarpıtılan düşünceleri anlatmakta kullanılır.

Durumsal zaman gerçek zaman değildir. Bu kullanımda gerçek zaman, normalde olmayacak biçimde parçalanarak, kısaltılarak, uzatılarak, çarpıtılarak ya da birkaç olay birbiri içine karıştırılarak, süreklilik yöntemi gözetilmeden sunulur. Olaylar yavaş devinimlerle, kısa görüntülerle ya da görüntü dondurularak uzun süre verilebilir.

Lost dizisinde, Ada'nın gizemli ve ürkütücü atmosferine uyum sağlar biçimde durumsal zaman gerginliği daha da arttırmak için kullanılmaktadır. Ada, bazı karakterlere durumsal zamanlar yaşatmakta, bu karakterlerin kendilerine bile itiraf etmekten korktukları bilinçaltındaki çarpık düşüncelerini gerçekmiş gibi yaşamalarını ve sonuçlarını görmelerini sağlamaktadır. Örneğin iki üvey kardeşten biri durumsal zamanda diğerinin öldüğünü görmekte, bu adeta gerçekmiş gibi yaşanmaktadır. Böylece, seyirci yine bir parçayı birleştirmekte, birbirini çok seviyor gibi görünen bu üvey kardeşlerin aralarında aslında bazı sorunlar olduğunu anlamaktadır.

---

<sup>325</sup> Akyürek, **ön.ver.**, s. 238.

### 3. LOST DİZİSİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ

Lost dizisi zengin göstergelerle süslenerek daha etkileyici ve anlamlı hale getirilmiştir. Bu yönüyle dizi sadece aksiyon ve heyecan unsurlarını kullanarak değil insanların bilinçaltına hitap ederek de büyük etki yaratmaktadır.

**Tablo 6**  
Gösterebilimsel Açıdan Lost

GÖSTERGE	GÖSTERİLEN
ADA	Her kazazedenin bilinçaltıyla hesaplaştığı mekan
DENİZ	Hapsedilmişlik, kısıtlılık
DOĞA	Sunduğu imkanlarla yaşam gücü veren varlık
TATLI SU	Yaşam kaynağı
KAYIP KÖPEĞİN BULUNMASI	Baba-oğul arasındaki ilişkinin kuvvetlenmesi
İÇİ EROİN DOLU BEBEKLER	İrade ve kendi kendisiyle mücadele
KELEBEK	Mücadelenin başarıyla sonuçlanması
İŞKENCE	Doğal koşullarda insanın doğasındaki vahşiliğin ortaya çıkması
SİLAH	Adaletin ve güvenliğin sağlanması için Adadaki tek teknolojik araçtır. Anahtar grubun liderinde olan bir çantanın içinde muhafaza edilmektedir
DİĞERLERİ	Gerçek dünyada her zaman “öteki” kavramı vardır. Her toplumun ötekileştirdiği başka

	bir toplum vardır. Hatta her toplumun içindeki küçük toplulukların ötekileştirdikleri vardır. Dolayısıyla adadakilerin de “diğerleri” olarak nitelendirdikleri bir “öteki” grubu vardır. Onlar “diğerleri” olarak tanımlanmıştır.
SAL	Kurtuluş
KAPAK	Umut
İNGİLİZCE	Ortaklık, birlik, aidiyet

Dizideki ilk gösterge Ada'nın kendisidir. Ada, sadece bir coğrafi mekan olmanın ötesinde dizideki her karakterin bilinçaltı ve geçmişle hesaplaştığı, kimi zaman bu hesaplaşmadan başarıyla çıktığı kimi zaman geçmişin yaralarını sardığı bir mekandır. Kazazedelerin kazadan sonra sığındıkları, adeta yeniden yaşama başladıkları yer olan Ada, tüm kazazedelere ayrı ayrı yol göstermiş, kendilerini aşmalarını sağlamıştır.

Bir diğer gösterge Deniz'dir. Deniz, normal koşullarda sonsuzluğu, huzuru ve özgürlüğü simgeler. Fakat, adada Deniz bir gösterge olarak kısıtlılık ve hapsolmuşluğu simgeliyor. Herkesin gözü Deniz'de, çünkü ondan gelecek bir kurtarıcı umudu taşıyor Ada halkı. Fakat Deniz, ısrarla sadece mavi, en küçük bir karartı bile yok. Dizide, dizi karakterlerine yapılan yakın çekimlerden sonra genel çekimle Deniz'in gösterilmesi Ada halkının çaresizliğini vurgulamaya yarıyor.

Dizide, Doğa da bir göstergedir. Gündelik yaşamın yoğunluğunda değeri anlaşılamayan Doğa, Ada halkı için bir kurtarıcı oluyor: Kimi zaman yiyecek kimi zaman şifalı otlar sunarak. Belki de daha önce hiç görmedikleri bitkileri ve canlı türlerini gören Ada halkı, Doğa'nın kendilerine sunduğu tüm imkanları keşfetmeye ve kullanmaya çalışıyorlar.

Dizideki bir diğer gösterge Tatlı Su'dur. Tatlı Su adada yaşam kaynağıdır. Kredi kartının veya nakit paranın geçmediği bir ortamda en değerli şeydir.

Dizide konu edilen bir ilişki Michael ve oğlu Walt'ın ilişkisidir. Baba-oğul arasında çok sağlam bir bağ yoktur çünkü Michael oğlunu yıllarca görmemiştir. Aralarında biyolojik bir bağ olsa da sevgi bağının kurulması emek ve sabır istemektedir ve Michael bu konuda çok başarılı değerdir. Bu yüzden, Walt'ın kayıp köpeğinin bulunması baba-oğul ilişkisi açısından çok önemli bir göstergedir. Çünkü köpeğin bulunması ve Michael tarafından oğluna iade edilmesi aslında baba-oğul arasındaki bağın kuvvetlenmesi anlamına gelmektedir.

Dizideki diğer iki gösterge eski bir pop yıldızı olan Charlie üzerine kurulmuştur. Charlie, uyuşturucu bağımlısıdır ve son kalan uyuşturucuları John Locke'un elindedir. John, bağımlılıktan kurtulması için Charlie'ye yardım etmektedir. Anlattığı bir hikaye Charlie 'yi çok etkiler. Hikayeyi anlatırken Locke, Charlie'ye bir ağaçtaki kozayı gösterir:

*“Bu kozanın içinde ne var biliyor musun? Bir kelebek. Bu kelebek buradan çıkabilmek için müthiş bir çaba sarfediyor. Kazıyor, kazıyor, günüşiğina ulaştırmaya çabalıyor. İstesem elimdeki bıçakla kozayı keser, onun hemen dışarı çıkmasını sağlarım. Ama bunu yaparsam devam etmek için çok zayıf olacak ve hayat boyunca birilerinin desteğine muhtaç olacak.”*

Bu hikaye ve devamında gelen sahne, dizinin en etkileyici sahnelerindedir. (7. bölüm) Hikayenin etkisiyle barınaklara dönen Charlie, Jack'in bir mağarada toprak altında kaldığını öğrenir. Birinin açılan küçük bir delikten içeri girmesi, toprağı kazarak tünel açması ve Jack'i çıkarması gerekmektedir. Bu işi Charlie üstlenir ve toprağı kazmaya başlar; kazar, kazar, kazar ve Jack'e ulaşır. Fakat çıkış yolu tekrar kapanır. Tam oksijensizlikten öleceklerini düşündükleri sırada mağaranın tepesine doğru uçan bir kelebek

görürler. Çıkış çok yakındır ve kurtulmuşlardır. Toprağı biraz daha kazarak yukarı çıkmayı başarırlar.

Burada kelebek , Charlie'nin kimseden destek almadan, kendi gücü ve iradesiyle uyuşturucudan kurtulmasını çok etkileyici biçimde simgelemektedir. Charlie, kozasındaki bir tırtıl misali büyümüş, çabalamış ve bağımlılıktan (kozasından) kurtulmuştur.

İlerleyen bölümlerde Ada'da buldukları bir uçak enkazının içerisinden onlarca oyuncak bebek , bu bebeklerin içinden de eroin çıkacaktır.(24. bölüm) Uzun süredir uyuşturucu kullanmamasına rağmen Charlie, bu bebeklerden birini çantasına koyacaktır. Burada, Oyuncak Bebek, yine Charlie'nin kendiyle mücadelesini ve irade savaşını simgelemektedir.

8. bölümde, Sayid Sawyer'a işkence yapar. Sayid, Saddam'ın ordusunda iletişim subaylığı yapmıştır ve bir daha kimseye işkence yapmamak için kendine söz vermiştir. Fakat, Ada'da karşılaşılan ilk zorlukta sözünü bozar. Burada İşkence, doğal koşullarda insanın içindeki şiddetin ortaya çıktığını, hukukun olmadığı yerde, insanın düzeni şiddetle sağlama eğiliminin olduğunu gösteren bir göstergedir.

Dizide Michael'in yapmaya başladığı ve bir süre sonra pek çok kişinin de yapımına yardımcı olduğu Sal da bir göstergedir. Bir deniz taşıtı olan sal, Ada halkının kurtuluş umudunun somutlaşmış hali olmuştur. Kendilerine yardım gelmeyeceğine inanan kazazedeler, gidenlere yakınlarına ulaştırmak üzere notlar yazmış ve salla gidenlerle göndermişlerdir. Defalarca sorun çıkmasına rağmen salın yapımı kısa sürede tamamlanmış ve 4 kazazede bilinmeyene fakat umuda doğru yelken açmışlardır.

Bir diğer gösterge Kapak'tır. Asfaltın üstündeki sıradan bir kapak normalde kimsenin dikkatini çekmez. Fakat ıssız bir adadaki bir türlü açılmayan bir kapak ada halkının çok dikkatini çekmiştir ve onu açmak için ölümü bile göze almışlardır. Çünkü

kapak Locke'un da ifade ettiği gibi "umut"tur. Kapak, adadakilere kurtulmayı, güzel yiyecekler, rahat bir yatağı, televizyonu; herkese en çok özlediği şeyi ifade etmektedir.

Dizide İngilizce de bir gösterge olmuştur. Uçakta farklı milletlerden pek çok insan olmasına rağmen, İngilizce bilmek "gruba dahil olmak" anlamına gelmiş, İngilizce bilmeyen Çinli karı-koca büyük sorunlar yaşamışlardır. İngilizce dizide, grupta yer edinmenin tek yolu olarak sunulmuştur. İletişim kurmanın tek yoludur; kanun kaçakları ya da dolandırıcılar bile dışlanmazken İngilizce bilmeyenler uzun süre yanlış anlamalarla boğuşmuşlar, diğerleriyle aralarına duvar örmüşlerdir.

#### **4. LOST DİZİSİNİN YARATTIĞI ETKİNİN SORGULANMASI: AYDINLATMA VE ÇEKİM TEKNİKLERİ, KAMERA HAREKETLERİ VE DİĞER TEKNİKLERİN ETKİLERİ**

Lost dizisinin jeneriği 12 saniye sürmektedir. Siyah ekranda beyaz harflerle LOST yazısının belirttiği jenerik, bu denli karmaşık bir diziyeye göre oldukça sadedir. Dizinin ilk bölümünde karakterler ve diyaloglar geri planda kalmış, izleyicilere genel bir tablo sunulmuştur. Bu bölümde görüntü ve ses efektleri ön plandadır; böylece izleyici kazanın dehşetine kapılacak ve kaza alanını zihnine kazıyacaktır.

İlk bölüm, dizinin ana karakterlerinden Jack'in gözüne yapılan çok yakın çekimle başlar. Böylece seyirci adayı ilk olarak Jack ile birlikte görür. Bu sahnede kameranın yukarı çevrilmesiyle Ada'daki ağaçlar görünür, bu hareket ağaçların olduğundan daha uzun ve görkemli, Jack'in daha küçük ve güçsüz algılanmasını sağlar.

Bu bölümde ve diğer bölümlerde sık sık sağa pan ve sola pan yapılmış; izleyicinin karakterlerle birlikte mekanı tanınması, çevreyi görmesi sağlanmış, aynı zamanda her yerin denizle ve ağaçlarla kaplı olduğu gösterilerek kazazedelerin çaresizliği vurgulanmıştır.

Yine ilk bölümden itibaren Ada, sadece bir coğrafi mekan değil aynı zamanda bir psikolojik mekan da olacağının sinyallerini vermiştir. Ormanın içinden gelen korkunç sesler Ada'daki gizemi seyirciye ve Adadakiler'e hissettirmiştir.

Dizide heyecan ve gerilim unsurlarının yanısıra program unsurlarının en çok kullanılanlarından olan komedi unsuru da zaman zaman kullanılmaktadır. Komedi unsuru, kimi zaman farklı kültürlerin çatışmasından kaynaklanmakta kimi zaman da normal yaşamda önemsenmeyecek bir ihtiyacın – örneğin fıstık ezmesi- hayal edilmesinden doğmaktadır.

Dizide, bir karakter hakkında ayrıntılı bilgi verileceği zaman çok yakın çekim tekniği kullanılmakta, hangi karakter öne çıkarılacaksa o karakterin gözü hatta gözbebeği ile sahne başlamaktadır.

Dizinin hemen her bölümünde, ışık kaynağı olarak kullanılan “kamp ateşi” dikkat çekmektedir. Örneğin 5. bölümde, kamp ateşinin aydınlattığı Ada sakinleri, kendi içlerine dalmış görünmektedirler. Kameranın sağa pan ve sola pan hareketleriyle hepsinin yüzünü tek tek görürüz. Bu sahnede, Cameo aydınlatması ile görüntü alanı içinde dikkat özel olarak belli bir noktada toplanmıştır, arka alan tamamen karanlıktır. Ön alanda ise temanın amacına uygun olarak sadece yüzler aydınlıktır. Sahne, dizide dışsal devinim kadar karakterlerin içsel devinimine de önem verildiğini vurgular. Karakterler silik birer kukla değil duygu ve düşünceleri olan varlıklardır.

Kamp ateşinin karakterlerin yüzüne vurması ve kalan kısımların karartılması , bu esnada sözlü müzik çalınması -gecenin sessizliğinde izleyicilerde olumlu bir etki bırakmaktadır- dizinin bölüm finallerinde sık sık kullanılan bir yöntemdir.

6. bölümde de ışığın kullanımına güzel bir örnek vardır: Uyuşturucu krizine girmek üzere olan Charlie, Jack’le konuşmaktadır. Jack, konuşma esnasında elindeki floresan ışığını Charlie’nin yüzüne tutar. Soğuk renkli bu ışıkla Charlie daha yorgun ve aciz, yüzüne ışık tutulmayan Jack ise sağlıklı görünür.

Özakman’a göre, bir çatışmayı, bir serimi, bir hazırlığı, bir yan konuyu, bir yan gelişimi başlatmışsak, tamamlayıp sonuçlandırmamız gerekir. Bir sırdan söz etmişsek bunu açıklamalı; bir ayrıntının üzerinde durmuşsak bunu bir şeye bağlamalıyız. Bu durum, “açılan çemberi kapatmak” olarak tanımlanmaktadır.<sup>326</sup>

---

<sup>326</sup> Özakman, **ön.ver.**, s. 210.

Lost dizisinde, açılan çemberi kapatmak kuralının sıkı sıkıya uygulanmadığını görüyoruz. Dizinin bu denli etkileyici oluşunun sebeplerinden biri olarak görülen bu durum, seyircilerin biten her bölümün ardından tatmin olmamış bir merak duygusuyla baş başa kalmalarını ve bir sonraki bölümü sabırsızlıkla beklemelerini sağlamaktadır. Ayrıca, dizi hakkında sürekli teoriler üretilen, gelecek bölümleri Türkiye’de ve dünyada açılan yüzlerce forumda tartışılan bir dizidir ve pek çok izleyici açılan çoğu çemberin kapatılmayacağını iddia etmektedir.

Dizide, açılan çemberin kapatıldığı anlar da olmaktadır. Örneğin, 4. bölümde uçağın enkazından arta kalanların toplanması sırasında el arabası görevini yerine getiren bir tekerlekli sandalyenin eşyaları taşımakta kullanıldığını görür ve sahibinin öldüğünü düşünürüz. Tekerlekli sandalye, eşya taşımak için çok işlevsel görünmektedir ve seyirci olarak ona daha fazla anlam yüklemeyiz.

Başka bir bölüm ise John Locke ile başlamaktadır. Locke, kazanın hemen ardından kendine gelmekte ve ayaklarına odaklanmakta, şaşkınlıkla etrafına bakınmaktadır. Bu şaşkınlık, seyirciyi çok düşündürmez, çünkü böyle bir ortamda- parçalanmış bir uçak, ölümler, yaralılar, oradan oraya koşturan ve haykıran insanlar- şaşırılmamak mümkün değildir.

Burada, seyirci farkında olmadan açılan çember, aynı bölümde Locke’un yaşadığı kısa süreli zamanda geri dönüşle kapatılır. Bu kısa süreli geri dönüşte, Locke’un Ada’dan önceki yaşantısında tekerlekli sandalyeye mahkum olduğunu, Ada’ya geldiği andan itibaren ise kaybettiği yürüme yeteneğini yeniden kazandığını öğreniyor ve izleyenler olarak parçaları birleştiriyoruz. Tekerlekli sandalyenin görüntülenmesi ve Locke’un şaşkınlıkla ayaklarını oynatmasıyla açılan çember, Locke’un geçmişine dair edinilen bilgiyle kapanmıştır.

Dizinin 2. bölümünde Walt’ın ormanda köpeğini ararken bulduğu kelepçe yine bir çemberin açılmasıdır. Kelepçenin kime ait olduğu bir süre bilinmeyecektir. Kate’in

yaşadığı “flash-back”le kelepçenin Kate’e ait olduğunu öğrenilmekte, seyirci için çember kapanmaktadır. Jack için ise çember, bir sonraki bölümde kapanacaktır.

Dizinin 1. sezonunun son bölümünde de (24. bölüm) bir çember açılmıştır. Uzun zamandır üzerinde çalışılan kapak sonunda açılmış fakat içinde ne olduğu gösterilmemiştir. Bu çember (açılan diğer pek çok çember gibi) , diğer sezonda kapatılacaktır.

Işığın son derece anlamlı kullanıldığı bir sahne de 20. bölümdedir. Bu bölümde, Boone isimli karakter bir kaza geçirir ve durumu çok ağırdır. Aynı anlarda, Claire sancılanır ve bebeğini doğurmaya başlar. Adanın bir yerinde bir insan ölmek için yaşam mücadelesi verirken; bir yerinde de bir bebek dünyaya gelmektedir. Boone, gecenin karanlığında ölür. Ertesi gün neşeli bir güneş ışığı eşliğinde Claire ve bebeğini görürüz. Karanlık her zaman ölümü, karamsarlığı, kötü güçleri; ışık/aydınlık ise umudu, yeniliği, iyiliği simgelemiştir. Gece gerçekleşen ölümün izlerini güneş bir çırpıda siler ve bir bebek hayata “merhaba” der.

## 5. DİZİMSEL ÇÖZÜMLEME YÖNTEMİNE GÖRE LOST DİZİSİNİN ANALİZİ

Lost dizisinin konusu kısaca şöyledir:

*“Korkunç bir uçak kazası geçiren 48 kazazede ıssız bir adaya düşerek kurtulur fakat onları bu adada bekleyen daha korkunç bir tehlike vardır. İssız bir Güney Pasifik adasında hayatta kalmayı başaran toplumun her kesiminden gelen bu insanlar, sadece adada hayatta kalabilmek için değil, aynı zamanda adanın içinde yaşayan başka şeylerden de kendilerini korumak için birlik olmak zorundadırlar. “*

Bir anlatı metninin biçimbilimini bulmada Propp'un analiz yönteminin nasıl kullanılabileceğini göstermek için onun işlevlerini ‘‘Lost’’ dizisine uyarlayabiliriz. Propp'un belirlediği pek çok işlev vardır ve bunlar Lost dizisine kolaylıkla uyarlanabilmektedir. Bu da, dizinin anlatı metni standart olsa da dizide kullanılan çekim teknikleri, ses, müzik ve görüntü efektleri, başarılı karakter yaratımı, akıcı ve sağlam olay örgüsü, program unsurlarının (gerilim, komedi, korku,...) yerinde ve başarılı bir şekilde kullanılması, görüntünün en iyi şekilde düzenlenmesi gibi unsurların bir yapımı nasıl öne çıkarabildiğini ve özgünleştirebildiğini kanıtlamaktadır.

### Propp'un işlevleri & Simgeler<sup>327</sup>

### Olaylar

*Başlangıç durumu (a)*

Pasifik Havayollarına ait yolcu uçağının ıssız bir adaya düşmesi. (Dizinin ilk bölümünde başlangıç durumu işlenmiştir. Uçak enkazının etrafında kazanın şokunu atlarmaya çalışan ve yaralılara yardım eden, oradan oraya koşturan kişiler görüntülenmiştir.)

---

<sup>327</sup> Propp, ön.ver., s. 45-89.

*Yasaklama (y1)*

Gruptakilerin tek başına ormanın içlerine gitmelerinin yasaklanması . (Kazazedeler bir süre sonra Adada yalnız olmadıklarını ve Ada'nın içlerinde ölümcül bir tehlike olduğunu anlarlar.)

*Hapsetme (A15)*

Adadaki gizli sığınağa insanların hapsedilmesi.

*Eksiklik (a5)*

Besin ve ilaç eksikliği. ( Ada'da basit bir antibiyotik eksikliği bile hasta bir insan için büyük sorun olabilmektedir.)

*Kahramanın gönderilmesi (B2)*

Lider Jack'in varlığından John Lock sayesinde haberdar olduğu gizli sığınağı araştırmak için yola çıkması.

*Kahramanı yok etme girişimi (D8)*

Adadaki gizli güçlerin Jack'e saldırısı ve Jack'i esir almaları.

*Başarılan sınıma (E1)*

Jack, cesur ve fedakarca davranışlarıyla herkesin güvenini bir kez daha kazanır. (Jack kazazedelerin içinde doğal lider konumuna gelmekten çok da memnun değildir; üzerindeki sorumluluk ona ağır gelmektedir. Bu yüzden bir süre ortadan kaybolur ve iç sesini dinler. Kazazedeler bu kaybolmadan hoşnut olmazlar, çünkü her birinin bir şekilde Jack'e ihtiyacı vardır. Jack, bir süre sonra bu bocalamayı atlatır ve herkese yetecek kadar çok olan bir

tatlı su kaynağı bularak diğlerlerinin yanına geri döner. Jack, lider olduğunu kabullenmiş ve gruba tekrar katılmıştır.)

*Büyülü yardımcı kahramanın hizmetine girer (F9)*

Walt'un gizli güçleri olduğu ortaya çıkar ve bunları grubun yararına kullanır.

*Çatışma sırasında zafer kazanılır.(J1)*

Kazazedeler adadaki kötülere bir süreliğine de olsa altederler.

*Kötü adamın kötülük yapması (A)*  
ve

*Düzmece saldırgan/kötünün gerçek kimliği ortaya çıkar.*

Gruba sızan Ada sakininin tehlike yaratması. (Ethan isimli bu "kötü" karakter, aslında uçak yolcularından değildir. Fakat bu gerçek çok sonradan, bir sayım yapıldığı ve uçak yolcu listesiyle bu sayım sonuçları karşılaştırıldığı zaman anlaşılır. Bu durum bazı şeyleri açıklarken kafalarda yeni soru işaretleri de doğurur.)

*Bir insanın kaçırılması (A1)*

Claire'in Ethan tarafından kaçırılması. (Ethan'ın kazazedelerin arasına neden sızdığı anlaşılmıştır. Ethan, Claire'in bebeğini almak istemektedir.)

*Başka hırsızlık biçimleri (A5)*

Kazazedelerin çeşitli eşyalarının çalınması

*Saldırgan aileden*

*birine zarar verir.(A)*

Ethan, Claire’i kurtarmak isteyen Charlie’yi bir ağaca asar. Charlie, ölümden döner ve günlerce kimseyle konuşamaz. Claire’e yeterince iyi bakmadığını, olanlardan sorumlu olduğunu düşünmektedir.

*Kahraman ve saldırgan*

*bir çatışmada karşı karşıya gelir.(H)*

Jack, ormanda yorucu bir takipten sonra Ethan’la karşı karşıya gelir.

*Saldırgan/kötü*

*yenik düşer.(J)*

Ethan, Charlie tarafından tabancayla öldürülür. Herhangi bir güvenlik birimi olmayan Ada’da kan dökülmeye başlamıştır.

*Başlangıçtaki kötülük giderilir. (K)*

Tutsak bebeğini kaybetmeden kurtarılır. Kötülük giderilmiştir. (Geçici de olsa.)

*Kahraman geri döner. (↓)*

Jack ve ona çeşitli becerileriyle yardımcı olan arkadaşları kampa geri döner.

## 6. DİĞER YÖNTEMLERLE ANALİZ

- **Tür:**

Dizi film. Gerilim ve macera ağırlıklı.

- **Sahiplik:**

Dizinin telif hakları yayınlayan kanala; ABC'ye aittir. Fakat, gelişen teknolojiyle birlikte dizinin bir özelliği ortaya çıkmıştır. Dizinin dünya çapındaki hayranları diziyi ABC kanalından izleyemeseler bile, internette bulunan sitelerden indirebilmekte; kendi ülkelerinde dizinin eski bölümleri gösterilse bile son bölüme internet vasıtasıyla ulaşabilmektedirler. Dizinin sezonluk DVD'leri de kolaylıkla temin edilebilmektedir.

- **Medya Dili:**

Dizinin temsil ettiği değerleri sorgulayacak olursak, ilk dikkat çeken nokta Ada'da farklı milletlere mensup kişilerin toplanmış olmasıdır. Ana karakterler arasında Amerikalı, Arap, Koreli, İngiliz, Alman ve başka milletlere mensup kişiler vardır. Bu kişiler Adada çoğu zaman milletlerine has özellikleri yansıtmaktadırlar.

Örneğin İngilizler, akşamüstü beş çaylarını içmekte, Koreliler diğer yolcularla aralarına hep mesafe koymakta ve onlarla diyalog kurmamakta, Iraklı Sayid ise Irka'ta Sadddam dönemini yaşamış bir subay olarak o döneme ait pek çok iz taşımaktadır. Adadaki zenci ırkına mensup iki kişi; Micheal ve oğlu Walt'tur. Micheal zaman zaman kendisine ırkından dolayı ayırım yapıldığını düşünmektedir. Dikkat çekici bir diğer karakter olan Jack ise kazazede grubunun doğal lideri konumundadır ve "Amerikan"dır.

Bunların yanında, dizi modern bir *Robinson Crusoe* versiyonudur diyebiliriz. İssız bir adaya düşen ve kurtulma ihtimali görülmeyen insanlar, Ada'da kendilerine yeni bir yaşam kurmaya, doğanın imkanlarını ellerinden geldiğince kullanarak yaşamaya çalışmaktadırlar. Yerleşik hayata geçtikten sonra tarih boyunca insanoğlunun yaptığı gibi, barınaklar inşa etmekte, sebze yetiştirmekte, avlanmakta; kısacası imkanları çerçevesinde yerleşik düzen kurmakta ve farklı kültürleri uyumlaştırarak dışarıdan gelen tehlikelere karşı birlik olmakta, korunmaktadırlar.

- **Seyirci:**

Programın hedef kitesi gençler ve orta yaşlılardır. Hedef kitle 18-40 yaş kategorisine dahil edilebilir ki diziyi izleyenler aksiyon ve gerilim içeren yapımları seven bir kitledir. Örneğin komedi ya da romantizmden hoşlanan kişiler bu yapımda aradıklarını bulamazlar.

- **Teknoloji:**

Teknoloji başlığı diğer bölümde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Konuyu farklı yönleriyle ele alan diğer analizde şu başlıklar kullanılmıştır:

- **Gerçek – Stereotip**

Karakterler pek çok yönüyle gerçekler; dramatize görünmüyorlar, dolayısıyla bu onlara inandırıcılık katıyor. Karakterler programın öngördüğü, en uygun zaman ve yerde sergileyebilecekleri duyguları mı sergilemek yerine beklenmedik hareketler de yapıyorlar; bu da diziyi klasik, tahmin edilebilir dizilerden ayırıyor. Adanın koşulların da etkisiyle, gerçek insanlar gibi davranıyorlar. Saçları da dağılıyor, banyo da yapıyorlar, yara izleri de var. Örneğin geçirdikleri kazaya ve adanın zor koşullarına rağmen herbiri birbirinden yakışıklı/güzel ve bakımlı görünseydi ,adada banyo

yaptıklarını, terlediklerini, kirlendiklerini görmeseydik bu dizinin inandırıcılığını sarsardı.

- **Öngörülebilirlik**

Dizinin öngörülebilirlik oranı oldukça düşük. Beklenmedik olaylar, geçmişle bugün arasında tahmin edilemez bağlantılar dizide heyecan ve gerilimi arttırıyor.

- **Kostümler**

Dizide kostümler koşullara çok uygun; sade ve sıradan. Ada sakinleri, kostümlerini ölen yolcuların eşyalarından temin etmekten çekinmiyor, çünkü başka alternatifleri yok. Dizide aksesuar kullanımı da çok öne çıkan bir etken değil, zaten Ada ve Orman başlı başına etkileyici birer dekordur.

- **İşaretler**

*Pek çok televizyon programı yetişkinlerin, bir programın çocuklara uygun olup olmadığını anlamaları için bir işaret sistemi kullanmaktadır. (Örneğin yurtdışında bazı ülkelerde, M harfi programın sadece yetişkinlere uygun olduğunu göstermektedir. Bizdeki akıllı işaretlere benzer bir sistemdir.)*

Dizi, çocuklara uygun bir program değildir. İşaret olarak M harfi kullanılabilir. Türkiye’de ise “13+ Şiddet ve korku içerir.” ibaresinin kullanılması uygundur.

- **Aynı Konu, Farklı Programlar**

*“Bazı programlar aynı konuya odaklanırlar, fakat farklı yönlere dikkat çekerler. Bu farklılıklar nelerdir?”* Dizi, izlenmeden önce konusu okunacak olursa çok sıradan bir

konu olduğu düşünülebilir; gerek televizyon dizileri ve filmlerinde gerek sinema filmlerinde kazazedeler ve kurtuluş mücadeleleri defalarca işlenmiştir. Fakat dizi analiz boyunca bahsedilen yöntemlerle aynı konuyu farklı biçimde sunma başarısını yakalamış ve türünün özgün bir örneği olmuştur.

- **Zaman Kapsülü**

*“Eğer bu programların günümüzden örneğin 500 yıl sonrasına kalma imkanı olsaydı, programı izleyenler günümüz dünyası hakkında ne düşünürlerdi?”*

Böyle bir olasılık sözkonusu olsaydı diziyi izleyenler günümüz kent yaşamı, çalışma koşulları, eğitim,adalet,vb. sistemler hakkında çok fazla bilgi edinemezlerdi. Yüzerce yıl sonra bu yapıyı izleyecek insanlar, bugüne dair ipuçlarını ancak Adadakilerin aralarındaki ilişkileri analiz ederek elde edebilirler.

- **Televizyonun Rolü**

*“Televizyon programlarının rolü nedir? İnsanları oyalamak mı, nasıl; eğlendirmek mi,hangi tekniklerle; yalıtılmak mı,neden? Bu rollerden çoğunu oynuyorlar mı?”*

Diziyi “oyalama amaçlı bir yapıım “ kelimeleriyle tarif etmek eksik kalacaktır. Dizi, izleyenleri oyalayabilir, gündelik yaşamın sıkıntılarında yalıtabilir, sosyal ortamlarda konuşulabilecek bir tema oluşturmaya yardımcı olabilir. Aynı zamanda dizi, birbirinden farklı karakterlerle izleyenlere farklı özdeşleşme seçenekleri sunmaktadır. İzleyenler, Adada kahraman rolünü üstlenen Jack’le de özdeşleşebilir ve olayları onun bakış açısıyla değerlendirir; örneğin herkesle arasına bir sınır koyarak kendini ve eşini güvenceye almaya çalışan Jin’le de.

Bunlardan başka, dizi insanın kendini doğal yaşam karşısında sınaması olarak da görülebilir. Doğduğumuzda hazır olan evlerimiz, evlerimizin içindeki rahat yataklarımız, banyolarımız, yemek pişirebildiğimiz fırınlarımız, vb. olmazsa olmaz eşyalarımız, hastaneler, güvenliğimizi sağlayan insanlar,... ; bütün bunlar bir anda yok olsa ve kendimizi bir anda uçsuz bucaksız bir arazide bulsak ne yapardık? Düzeni nasıl kurardık; güçlü güçsüzü ezer miydi yoksa insani güdülerimizi hiç kaybetmez zayıfları korur muyduk? Eskisinden iyi bir düzen kurabilir miydik yoksa işbirliği yapmaz birbirimize mi girerdik? Bu ve benzeri sorularla dizi, hazırcılığa alışmış yaşamlarımızı sorgulamamızı sağlamaktadır.

## SONUÇ

*“Çağlar boyunca ulaşılması zor, öğrenilmesi zahmetli olan bilgi, bugün her yerde kaynayan bir bolluk içinde; akış hızı arttığı ölçüde de maliyeti düşmekte, ne var ki bir yandan da giderek daha fazla kirlenmekte. İletişim grupları arasındaki köprüler, dallanmalar ve birleşmeler acımasız bir rekabet ortamında günden güne çoğalırken bir medyanın bize ulaştırdığı bilginin, doğrudan ya da dolaylı olarak, yurttaşın çıkarı yerine üyesi olduğu büyük grubun çıkarlarını savunmayı amaçlamadığından nasıl emin olabileceğiz” Ramonet*

Televizyon programlarının analiz yöntemlerinin ve seyirciyi nasıl etkilediklerinin ele alındığı bu çalışma, bir televizyon programının pek çok parçadan oluştuğunu ve bir programı diğerinden farklılaştıran unsurun bu ayrıntılar olduğunu ortaya koymuştur.

Çalışma esnasında elde edilen bulgular göstermiştir ki toplumdaki her birey kendi toplumsal konumuna, sosyo-ekonomik özelliklerine, yaşına, hatta cinsiyetine bağlı olarak izlediklerinden etkilenmekte ve bu etkilenmede örneğin bir yapımda kullanılan müziğin, dekorun veya farklı bir kamera açısının bile payı olmaktadır. Bu bağlamda anlaşılmıştır ki toplumsal duyarlılığın arttığı dönemlerde bir suçlu arandığında sanık sandalyesine oturtulan “beyaz cam”da program yapmak yalnızca birbirine uyan parçaları biraraya getirip izleyeni oyalayıcı yapımlar sunmaktan ibaret değildir. Televizyon programcılığı, yarattığı etkiler ve anlamlarla işin uzmanları tarafından yapılması gereken ciddi ve önemli bir iştir.

Toplumda günden güne daha da görülür hale gelen kültürel aşınma ve bunun çeşitli türlerde programlara hikayeleştirilmiş yansımaları, birbirinin aynı senaryoların, oyuncuların ve konuların ekrandaki hükümlüğü, umudun, mahremin, duygunun ve bilginin hoyratça tüketilişi karşısında televizyon programlarının nasıl yapılması ve analiz edilmesi gerektiği konusu daha da önem kazanmaktadır.

Pek çok ülkede 1970’li yıllardan sonra medya eğitimi kavramı gelişmiştir. Bireylerin küçük yaşlardan itibaren bilinçlendirilerek medyanın inanç, tavır, davranışlar ve

değerleri üzerindeki etkisinin bilincinde olmalarını, medyanın etkileri karşısında medyayı etkili bir biçimde kullanmalarını sağlamak medya eğitiminin amaçlarından en önemlileridir.

Bu konuda medyaya düşen bazı görevler de vardır:

- Yapımların içeriklerinin kaliteli olmasını sağlamak, sadece sunuma değil içeriğe de önem vermek,
- Milyonlarca insanın oturma odasına kadar ulaştığının bilincinde olarak verilen mesajları ve bu mesajları ulaştıran kaynakları hassasiyetle seçmek,
- İzleyicilerin katılımını arttırmak, tartışma olanağı yaratmak, ekranların “fikirlerin özgür pazar yeri” olmasına olanak sağlamak,
- Toplumun belli bir kesimine değil her kesime hitap eden yayınlar yapmak,
- Özdenetim anlayışını geliştirmek,
- Sağlıklı bir reyting ölçüm sisteminin geliştirilmesi: Kaliteli yapımların sırf az reyting alıyor diye yayından kaldırılmasını, kalitesiz yapımların sırf çok reyting alıyor diye yıllarca yayınlanmasını engellemek,
- Medya sektöründe çalışanları eğitimi, alanında uzman, kendilerini geliştirmiş kişiler arasından seçmek, iletişim fakültelerinden mezun olmuş kişilere doyurucu iş koşulları sağlayarak bu kişilerin sektörden uzaklaşmasını engellemektir.

Medya eğitimi pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de küçük yaşlarda başlamalı, gençler kendilerine gelen her iletiyi doğrudan kabul etmek yerine sorgulamayı, eleştirmeyi,

analiz etmeyi öğrenmelidirler. Bu sayede, genç beyinler küçük yaşlardan itibaren televizyon izlemeyi, gazete okumayı, radyo dinlemeyi, internet kullanmayı “öğrenecek” ve mesaj kirlenmesinden mümkün olduğunca az etkileneceklerdir.

Yukarıda sözü edilen anlayışın medya tarafından benimsenmesi ve okulda verilen eğitimle bireylere araştırma, öğrenme, analiz etme, sorgulama yeteneğinin kazandırılmasıyla medya ürünlerinin bireyler üzerindeki olumsuz etkileri azalacak; araçların faydası maksimize edilecektir.

## KAYNAKÇA

### *Kitaplar*

Akyürek, Feridun. **Senaryo Yazarı Olmak Senaryo Yazmak**, MediaCat Yayınları, İstanbul, 2004.

Avcı, Nabi. **Kitle Kültürü Enformatik Cehalet**, Rehber Yayıncılık, Ankara, 1971.

Avşar, Zakir ve Gürsel Öngören. **Radyo ve Televizyon Hukuku**, 2. Basım, Piramit Yayıncılık, İstanbul .

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

Burton, Greame. **Görünenden Fazlası**, Nefin Dinç (çev.), Alan Yayınları, İstanbul , 1995.

Cereci, Sedat. **Televizyonda Program Yapımı**, Metropol Yayınları, İstanbul , 2001.

Chion, Michel. **Bir Senaryo Yazmak**, Afa Yayınları, İstanbul , 1992.

Erdoğan, İrfan ve Pınar Beşevli Solmaz. **Sinema ve Müzik, Materyal Satış ve Bilişç Yönetimi için Bilişsel ve Duygusalın Oluşturulması**, Erk Yayınları, Ankara, 2005.

Esslin, Martin. **Televizyon Beyaz Camın Arkası**, Murat Çiftkaya(çev.), Pınar Yayınları, İstanbul , 1991.

Fiske, John. **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Sülayman İrvan(çev.), Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul , 2003.

Fromm, Erich. **Sahip Olmak Ya da Olmak**, Arıtan Yayınevi, İstanbul , 1994.

Gökçe, Gürol. **Televizyon Programcılığı Yapım ve Yönetmenliği**, Der Yayınları, İstanbul , 1997.

Gökçe, Orhan. **İletişim Bilimine Giriş**, Turhan Kitabevi, Ankara, 1998.

Güçhan, Gülseren. **Tür Sineması Görüntü ve İdeoloji**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1999.

Işık, Metin. **Kitle İletişim Teorilerine Giriş**, Eğitim Kitabevi, Konya, 2005.

Işık, Metin (Ed.). **Medyada Yeni Yaklaşımlar**, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, 2004.

Kafalı, Nadi. **Tv Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 2000.

Kapferer, Jean Noel. **Çocuk ve Reklam**, Şermin Önder(çev.), Afa Yayınları, İstanbul , 1991.

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

Kaya, A. Raşit **Kitle İletişim Sistemleri**, Teori Yayınları, Ankara, 1985.

Kejanlıoğlu, Beybin. **İletişim ve Medya**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003.

Kılıç, Levend. **Görüntü Estetiği**, Kavram Yayınları, İstanbul , 1994.

Köse, Hüseyin. **Bourdieu Medyaya Karşı Medya: İşbirlikçi, Zorba ve Çığırkan**, Papirüs Yayınevi, İstanbul , 2004.

Lull, James. **Medya İletişim Kültür**, Nazife Güngör (çev.), Vadi Yayınları, Ankara, 2001.

Mcluhan, Marshall. **Yaradığımız Medya**, Ünsal Oskay(çev.),Merkez Kitabevi, İstanbul , 2005.

Mc Quail, Denis. **Mass Communication Theory**, Sage Publications, USA, 1983.

- McQuail, Denis ve Sven Windahl. **İletişim Modelleri Kitle İletişim Çalışmalarında**, Konca Yumlu (çev.), İmge Kitabevi , Ankara, 2005.
- Morgül, Avni. **Dijital Televizyon Uydu ve Karasal Yayın Sistemleri**, Anten Dünyası Dergisi Yayınları, İstanbul , 2002.
- Mutlu, Erol. **Televizyon ve Toplum**, TRT Kurumu Yayınları, Ankara, 1999.
- Oskay, Ünsal. **İletişimin ABC'si**, Der Yayınları, İstanbul , 2001.
- Oskay, Ünsal. **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, Der Yayınları, İstanbul , 2000.
- Oskay, Ünsal. **Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon Geri Kalmışlık Açısından Olanaklar ve Sınırlar**, Sevinç Matbaası, Ankara, 1971.
- Önen, Ufuk. **Ses Kayıt ve Müzik Teknolojileri**, Çitlembik Yayınları , İstanbul , 2007.
- Özakman, Turgut. **Oyun ve Senaryo Yazma Tekniği**, Bilgi Yayınevi, İstanbul , 2004.
- Parsa, Seyide. **Televizyon Estetiği**, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir, 1994.
- Postman, Neil. **Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem**, Osman Akınhay(çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul , 2000.
- Propp, Vladimir. **Masalın Biçimbilimi Olağanüstü Masalların Yapısı**, Mehmet ve Sema Rifat (çev.), Om Yayınevi, İstanbul , 2001.
- Rifat, Mehmet. **Genel Göstergebilim Sorunları Kuram ve Uygulama**, Alaz Yayınları, İstanbul , 1982.
- Rigel, Nurdoğan (Ed.). **Kadife Karanlık**, Su Yayınları, İstanbul , 2003.
- Türkoğlu, Nurçay. **Toplumsal İletişim Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar**, Babil Yayınları, İstanbul , 2004.
- Türkoğlu, Nurçay. **Görüyorum Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü**, Der Yayınları, İstanbul, 2000.

Vineyard, Jeremy. **Setting Up Your Shots**, Michael Wiese Productions, USA, 2000.

Williams, Raymond. **Televizyon Teknoloji ve Kültürel Biçim**, Ahmet Ulvi Türkbağ (ev.), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2003.

Zettl, Herbert. **Television Production Handbook**, Wadsworth Publishing Company, USA, 1997.

## *İnternet Erişimleri*

*Analyzing Tv Programs.* <http://www.frankwbaken.com/waystoanalyze.htm>  
(1.5.2007).

Atabek, Ümit. “Kitle İletişim Araştırma Yöntem ve Teknikleri Ders Notları”.  
<http://mediaif.emu.edu.tr/pages/atabek/docs/yntem.txt> (10.01.2007).

Barokas, Safiye Kırlar. “Ege’nin İki Yakasında Aşk’ı Edim-Göstergebilimsel Yaklaşımla Okumak”. İstanbul Kültür Üniversitesi.  
<http://sanattasarim.iku.edu.tr/kentometre/sozce/ege.htm>, (1.5.2006)

*Cinsel İmgelerin Reklamda*

*Kullanımı.* [http://globalmediatr.emu.edu.tr/bahar2006/Lisansustu\\_Calismalari/Anil%20DalCinsel%20gelerin%20Reklamda%20Kulanimi.pdf](http://globalmediatr.emu.edu.tr/bahar2006/Lisansustu_Calismalari/Anil%20DalCinsel%20gelerin%20Reklamda%20Kulanimi.pdf) (10.01.2007).

*Japon Kültürü.* <http://www.indeksiletisim.com/aventis.asp?id=155>, (22.05.2007).

Karaboğa, Tahir. “Bir Kitle iletişimsizlik Aracı Olarak Televizyon”. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi. <http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=3192>  
(10.3.2006) .

*Lost.* <http://www.imdb.com/title/tt0411008/> ,(2.5.2007).

*Lost oyuncularını.* [http://tr.wikipedia.org/wiki/Kategori:Lost\\_oyuncular%C4%B1](http://tr.wikipedia.org/wiki/Kategori:Lost_oyuncular%C4%B1)  
(2.5.2007).

*Renk.* <http://tr.wikipedia.org/wiki/Renk> . (5.3.2007).

*Renklerin Anlamı.* <http://www.psiko-dan.com/yazi/renklerin-dili-ve-anlamlari>  
(5.3.2007).

*Ten Ways To Analyz Tv Programs.* <http://tengrrl.com/tens/022.shtml>, (1.5.2007).

*Yönetmenle Işık*

*Koordinasyonu.* <http://www.kameraarkasi.org/light/koordinasyon/yonetmen.html>.  
(2.5.2007).