

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'DE SPOR YAZARLIĞI ve FUTBOL KAMUOYU ÜZERİNE
ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

103650

HASAN ŞAHAN

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Ali Niyazi İNAL

Konya 2001

İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ.....	ii
1. GİRİŞ.....	1
2. LİTERATÜR BİLGİ.....	2
2.1. İletişimin Tanımı.....	2
2.2. Kitle İletişim Araçları.....	3
2.2.1. Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Boyutları	4
2.2.2. Kitle İletişim Araçlarının Etkisi.....	6
2.2.3. Kitle İletişim Araçları ve Toplumsal Gelişme.....	7
2.2.4. Kitle İletişim Araçları ve Spor.....	8
2.3. Spor Kamuoyu ve Spor Kamuoyunun Oluşmasını Etkileyen Faktörler...11	
2.4. Medya ve Spor.....	18
2.4.1. Yazılı Basının Sporla Buluşması.....	23
2.4.2. Radyonun Sporla Buluşması.....	25
2.4.3. Televizyonun Sporla Buluşması.....	25
2.5. Spor Yazarlığı.....	30
2.5.1. Türkiye de Spor Yazarlığının Tarihi Gelişimi.....	32
2.5.2. Günümüz Spor Yazarlığının Durumu ve Bugünkü Yapısı.....	35
3. MATERYAL ve METOD.....	41
3.1. Materyal.....	41
3.2. Metot.....	41
4. BULGULAR.....	42
5. TARTIŞMA ve SONUÇ.....	64
6. ÖZET.....	67
7. SUMMARY.....	69
8. KAYNAKLAR.....	71
9. ÖZGEÇMİŞ.....	75
10. TEŞEKKÜR.....	76
11. EKLER.....	77

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Spor yazarları ve spor kamuoyunun cinsiyetlere göre dağılımı.	42
Tablo 2. Spor yazarları spor kamuoyunun yaş gruplarına göre dağılımı.....	43
Tablo 3. Spor yazarları ve spor kamuoyunun öğrenim durumlarına göre dağılımı	43
Tablo 4. Spor yazarları ve spor kamuoyunun gelir seviyelerine göre dağılımı....	44
Tablo 5. Yüksek okul mezunu olan spor yazarlarının mezun oldukları okullara göre dağılımı.....	44
Tablo 6. Spor kamuoyunun mesleklerine göre dağılımı.....	45
Tablo 7. Spor yazarlarının ve spor kamuoyunun spor yapma durumlarına göre dağılımı.....	45
Tablo 8. Spor yazarlarının ve spor kamuoyunun uğraştıkları spor dallarına göre dağılımı.....	46
Tablo 9. Spor yazarları ve spor kamuoyunun spor kulüplerine üye olmaları ili ilgili dağılım.....	46
Tablo 10. Spor yazarları ve spor kamuoyunun yabancı dil bilmelerine göre dağılım.....	47
Tablo 11. Deneklerin düzenli olarak her gün bir spor yayını okumalarına göre dağılımı.....	47
Tablo 12. Deneklerin her gün düzenli olarak bir spor programı izlemelerine göre dağılımı.....	48
Tablo 13. Spor yazarlarının mesleki eğitim almaları şartının gerekliliği görüşünün dağılımı.....	48
Tablo 14. Spor yazarlarının en az bir yabancı dil bilmeleri görüşünün dağılımı..	49

Tablo 15. Spor yazarlarının kulüp yazarı olmalarına göre dağılımı.....	49
Tablo 16. Spor yazarlarının teknik ve taktik konulardaki bilgilerine göre dağılımı.	50
Tablo 17. Spor yazarlarının gerçekleri yazma dağılımı.	50
Tablo 18. Spor yazarlarının yazılarında hedef kitlenin duymak istediklerini yazmalarının dağılımı.	51
Tablo 19. Spor yazarlarının yazılarında kendi yayın organlarının politikası doğrultusunda yazmalarının dağılımı.	51
Tablo 20. Spor yazarlarının mesleki açıdan yeterli olma dağılımları.	52
Tablo 21. Spor yazarlarının hakemleri etkileme dağılımı.....	52
Tablo 22. Spor yazarlarının seyirci kitlelerini etkileme dağılımı.	53
Tablo 23. Spor yazarlarının futbolcuları etkileme dağılımı.....	53
Tablo 24. Spor yazarlarının yazılarında tutarlı olmaları dağılımı.	54
Tablo 25. Spor yazarlarının yazıları ile toplumu psikolojik etkileme dağılımı.....	54
Tablo 26. Spor yazarlarının seyirci sayısındaki artışa etkilerinin dağılımı.	55
Tablo 27. Spor yazarlarının asparagas haber yapmalarına göre dağılımı.	55
Tablo 28. Spor yazarlarının futbolcuların özel hayatları ile ilgili yazı yazmalarının futbolcuların oyunlarına etkisinin dağılımı.	56
Tablo 29. Eski futbolcuların iyi birer spor yazarı olabileceği inancının dağılımı.	56
Tablo 30. Spor yazarlarının yazıları ile takım fanatizmine etkilerinin dağılımı. ..	57
Tablo 31. Spor yazarlarının spor kamuoyu üzerindeki etkilerinin dağılımı.	57
Tablo 32. Eski hakemlerin iyi birer spor yazarı olmalarının dağılımı.	58
Tablo 33. Spor yazarlarının yazıları ile takımların transfer politikalarına etkilerinin dağılımı.	58
Tablo 34. Spor yazarlarının yazıları ile Türk futbol politikasının	

belirlenmesinde etkilerinin dağılımı.....	59
Tablo 35. Spor yazarlarının yazıları ile kulüp yöneticilerini etkilemelerinin dağılımı.	59
Tablo 36. Spor yazarlarının spor ile ilgili programlarında spor kamuoyunu bilgilendirme ve eğitebilmelerinin dağılımı.	60
Tablo 37. Spor yazarlarının yazı ve spor programlarında tarafsızlık ilkesine uymalarının dağılımı.	60
Tablo 38. Spor programlarının spor kamuoyu üzerinde olumlu etkilemesinin dağılımı.	61
Tablo 39. Sporda ki şiddet olaylarında spor medyasının rolünün dağılımı.	61
Tablo 40. Spor yazarlarının kulüp teknik kadrolarının değiştirilmesindeki rolleri.	62
Tablo 41. Spor kamuoyundaki anarşinin sona ermesi yolunda spor yazarlarının rolleri.	62
Tablo 42. Spor yazarlarının spor kulüpleri ile organik bağ içinde olmalarının dağılımı.	63
Tablo 43. Tv spor yorumcularının yetenekliliklerinin dağılımı.	63

1. GİRİŞ

Tüm dünyada olduğu gibi yurdumuzda da medya, yazılı ve elektronik basından(dergi, gazete, Tv, sinema, tiyatro vs) oluşmaktadır. (Karaküçük 1977)

Teknoloji ve kitle iletişim araçlarından faydalanan medyanın 20.yy ikinci yarısından itibaren izleyici ve okuyucu kitleleri üzerindeki etkisi önemli ölçüde artmıştır.

Yurdumuzda da benzer özellikler taşıyan medya eğitici, eğlendirici ve bilgilendirici olma işlevini yerine getirirken aynı zamanda toplumu da yönlendirmektedir. Günümüzde spora duyulan ilginin her geçen gün artması sonucu oluşan spor kamuoyu ve bu kitlenin spor alanında, spor ile ilgili beklentileri de her geçen gün artmaya devam etmektedir. Bu ilgi sonrasında medya içinde de spor ile ilgili birimlerin kurulması kaçınılmaz hale gelmiştir.

Ülkemiz sosyal yapısı içinde toplumun büyük bir bölümünün aktif yada pasif olarak spora katılımı göz ardı edilemeyecek boyutlardadır. Medya içinde kamuoyunun spor alanındaki beklentilerine cevap verebilmek amacıyla yeni bir dal olarak spor medyasının oluşumu ve bu oluşumda yer alan kadroların üstlendiği görevler her geçen gün arttığı gibi farklılıklar da göstermeye başlamıştır.

Bu çalışmada yapmaya çalıştığımız medyanın spor ile ilgili birimlerinde görev alan kadroların mesleki yeterlilikleri, eğitim seviyeleri ve çalışma koşulları ile ilgili mevcut durumlarını ortaya koyarak Türk spor medyasının, Türk spor kamuoyu üzerindeki etkilerinin neler olduğunu tespit etmeye çalışmaktır.

2. LİTERATÜR BİLGİ

2.1. İletişimin Tanımı

Sözcük ve kavram olarak çok sık ve değişik anlamlarda kullanılan iletişim kelimesi bir başkasıyla konuşmadır. Televizyondur, gazetedir, yazınsal bir eleştiridir. Saç biçimi, giyim biçimi, mağara duvarındaki resimdir. Bazen duymak, bazen görmek, bazen de dokunmaktır. Sonuç olarak, İnsan etkinliklerinin ve ilişkilerinin tümü iletişimle ilgilidir. Tüm etkinliklerle böylesine yakın ilişki içinde bulunan bir olguyu ayırt etmek, tanımlamak, işleyiş düzenini kavramak ve incelemek ise oldukça zordur.

İletişim kavramını tanımlayan çeşitli sosyal bilimciler, olaya çok farklı açılardan yaklaşmış ve iletişimi; Cevap almayı sağlayacak bir fikrin, görüşün bir enformasyonun paylaşılması ve iletilmesi, kişi ile okuyucuları ve dinleyicileri arasında anlam ihtiva eden etkileşimin yaratılması olarak tanımlamışlardır.

Bütün bu tanımlamaların ortak noktası insanlar arasında enformasyonun, fikirlerin, veya davranışların paylaşılmasıdır. Bu paylaşma esnasında en önemli nokta, davranışların bir şeyler üretmeye yönelik olmasıdır. İletişime dayanan sosyal ilişkiler sayesinde insanlar çevrelerindeki dünyayı oluşturacak anlamlar yaratır ve bu anlamlara göre davranırlar (Turam 1994).

İletişim, yalnızca “yayımlama” (ya da “yayım”) değil, aynı zamanda “alma” ve tepki gösterme”yi de içermektedir (Kara 1995).

Günümüzde yeni teknolojiler sayesinde iletişim sağlamak çok kolaylaşmıştır. İletişimi gerçekleştirmek için yüz yüze gelmek şart değildir Çok hacimli mesajlar bile kısa sürelerde uzak mesafelerde bulunan milyonlarca insana aynı anda ulaştırılabilmektedir (Turam 1994).

İnsanlığın varlığı ile birlikte kendiliğinden oluşan bir olgu olan iletişimin bu günkü haliyle incelemeğe değer görülebilmesi için kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ve günlük yaşamın keşfedilmesi aranan ön koşullardır (Kara 1995).

2. 2. Kitle İletişim Araçları

İnsanların gerek yakın, gerekse uzak çevrelerinde olup bitenler hakkında bilgi almalarını sağlayan ve teknolojik gücün bir göstergesi olarak geniş halk kitlelerini haberleşme ağıyla birbirlerine bağlayan araçlara kitle iletişim araçları denilmektedir.

Bunlar, haber verme, eğitim, eğlence, çeşitli mal ve hizmetlerin reklamlar aracılığıyla tanıtılması ve propaganda gibi önemli fonksiyonlar üstlenmişlerdir (Karaküçük 1996).

İnsanlar güncel olayları, kitle iletişim araçları sayesinde öğrenir ve takip ederler. Bu yüzden günümüzde kitle iletişim araçları, yasama, yürütme ve yargı organları yanında dördüncü bir güç olarak kabul edilmektedir.

İnsanlar aslında iletişimi, haberleşmeyi yüz yüze yaparlar. Ancak zaman içinde toplumun biraz daha karmaşık nitelikler kazanması sonucu mesaj yöneltilecek grupların büyük genişlik kazanması yüz yüze haberleşmeyi yetersiz hale getirmiştir. Kişinin bildiği tanıdığı komşusuna değil, tanımadıklarına da mesajlar yöneltilmesi gerekir. Bu olgudan doğan iletişime tali iletişim yani haberleşme denir. Bu nitelikteki haberleşmenin yeni teknolojiler ve teknikler yardımıyla çoğaltılıp güçlendirilerek, çok sayıda kişiyi etkileyecek biçime getirilmesine kitle haberleşmesi (Mass Communication) adı verilir ve kullanılan araçlara da kitle haberleşme araçları (Mass-media) denilir (Dönmez 1984).

“Kitle iletişimi, uzmanlaşmış grupların teknolojik araçları (basın, radyo, televizyon, sinema, tiyatro vb) kullanarak geniş, heterojen ve (coğrafya bakımından) dağınık izleyicilere simgesel içerikleri yayma tekniklerini, örgütlerini içerir” (Kara 1995).

Kitle iletişimi hızlı, kamusal ve geçici olarak tanımlanabilir. Kamusaldır, çünkü ileti halkın izlemesine açıktır. Hızlıdır, çünkü ileti izleyicilere kısa sürede ya da aynı zamanda yetişmesi için hazırlanmıştır. Geçicidir, devamlı kayıtlara geçmesi değil genellikle alındığı an tüketilmesi amaçlanmıştır. Film, radyo ve video kütüphaneleri ise bunun istisnasıdır (Erdoğan 1990).

Yazılı ve elektronik basının (kitap, dergi, sinema, tiyatro, radyo ve televizyon) oluşturduğu medya ise insanları, ulaştığı güçlü nokta itibarıyla okul döneminden daha da fazla ve köklü bir şekilde hayatları boyunca ve çoğu zaman da farkında olmadan yoğun olarak etkileyen önemli bir kitle iletişim aracıdır (Karaküçük 1997).

Kitle iletişim araçlarının hızla ilerleyen bu süreç içerisinde artan etkinliği, çok çeşitli uğraşların ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır. Bu uğraşlar içerisinde spor önemli bir yer tutmaktadır.

2. 2.1. Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Boyutları

1945 yılından günümüze kadar siyasi hareketlilikte özellikle günlük gazeteleri büyük rolü ve etkisi olmuştur. Günümüzde dahi toplumlar üzerine siyasi hareketlilikle rol ve önemini koruyan basılı kitle iletişim araçlarının, toplumun eğitilmesine katkıda bulunduğu görülmektedir.

Toplumsallaşma etmenleri arasında gördüğümüz kitle iletişim araçlarının özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren önemini arttırdığını görmekteyiz. Kitlelerle etkili bir iletişim sağlanmasını isteyen siyasal erkler (hükümetler) ve çeşitli kamu kuruluşları, ve özel kurumlar, kitle iletişim araçlarını kendi yanlarına çekerek, amaçlarını gerçekleştirmek için kullanma eğilimi içine girmişlerdir (Kara 1995).

Gazetecilik alanının baskı gücü, bütün alanlarda, sayı çokluğunun ve pazarın etkisine en fazla boyun eğen kesimlerden oluşan edinimcileri ve kurumları güçlendirmeye yöneliktir. Bu etki, dış zorlanmalar karşısında yapısal olarak daha fazla etkilenmelere boyun eğme temayülü gösteren kesimler üzerinde (boyun eğdikleri ölçüde) daha belirleyici bir rol oynamaktadır (Bourdieu 1997).

Kitle iletişim araçlarının resmi güçle olan ilişkileri siyasal sistemlere göre değişmektedir. Demokratik sistemlere baktığımız zaman medyanın bir çok işlevi üstlendiği ve sistemin vazgeçilmez unsurları arasında yer aldığını görürüz.

UNESCO komisyonunca hazırlanan ve “Mac Bride Raporu” olarak bilinen çalışmada iletişimin işlevleri sekiz başlık altında toplanmıştır.

İletişim araçları ülke ve dünya sorunları hakkında hedef kitlelerine aktardıkları bilgilerle bilgi sahibi olmalarını sağlarlar. Bu işlev toplumun habere, bilgiye ve fikre ulaşmasını onların değerlendirilmesini ve onların yayılmasını içerir. Hedef kitleye, toplumda meydana gelen olayları ve ülke sorunlarını ulaştırarak onların toplumsal hayatın bir parçası olmalarını sağlar. Ülke ile ilgili olarak benzer duygu ve düşüncelerin paylaşılmasını sağlar. Toplumsal amaçları açıklayarak özendirici olur ve bireyin bu amaçlar için çaba harcamasını sağlamasını sağlamak amacıyla güdüleme fonksiyonunu üstlenir. Hazırlayacakları tartışma ortamı ile toplumsal değerlerini ve amaçların belirginleşmesine yardımcı olur ve fertlerin bu amaçlar doğrultusunda çaba harcamalarını sağlar. Bütünleştirme fonksiyonu üstlenir. Hedef kitlenin bilgi ve eğitim düzeyini yükseltir. Kültürün tanımı ve geliştirilmesinde, kültürel mirasın korunmasında ve bireylerin iyi vakit geçirmeleri amacıyla eğlendirilmeleri gibi fonksiyonları diğer işlevlerini oluşturur (Erkal 1992).

Yukarıda ifade edilen sekiz işlevin yerine getirilmesi ile bireylerin karşılıklı anlayış ve uyum içerisinde yaşama ortamları geliştirilerek toplumun daha huzurlu bir ortamda yaşaması sağlanır (Erdoğan 1990).

Bu derece önemli işlevleri olan Kitle iletişim araçlarının(KİA) denetimi ve kontrolü de çok önemlidir. KİA üzerinde sağlanacak denetim, denetimi yapan birime de büyük imkanlar sağlar. KİA ile insanların dikkatlerini belirli sorunlara, çözümlere çekip yönlendirerek güç sahibi olanları kayırıp buna bağlı olarak da rakip birey ya da gruplara yönelmesi kolaylıkla önenebilir. Sağladığı statü ile meşrutiyeti güçlendirir, belli koşullarda inandırma ve seferber etmenin bir kanalı olabilir, belirli toplulukların

oluşmasına ve varlıklarını sürdürmesine yardımcı olabilir. Günümüzde iletişim alanındaki güç ve denetim sorunu, kurumsal olarak Dünya' da olup bitenden anında ya da kısa bir süre sonra haberdar olma olanağına sahip birey ve gruplar için tümüyle çözülmüş değildir (Zıllıoğlu 1996).

2. 2.2.. Kitle İletişim Araçlarının Etkisi

Demokrasi ile ifade edilen ülkelerde medya, demokrasinin gelişme düzeyini gösteren araçlardan birisidir. Demokratik sistem içerisinde bir çok işlevler üstlenmişlerdir. Haber verme ve bilgilendirme ile başlayan fonksiyonları zamanla çoğalan medya, toplumun vazgeçilmez unsurlarından biri olmuştur. İletişim teknolojisinde zaman içerisindeki gelişme akıllara durgunluk veren boyutlara ulaşmıştır (Güz 1996).

Türkiye' de de kamuoyu üzerinde etkisi çoğalan medya, kamuoyunun mahkemesi olarak her alanda kural koyan kurum haline gelmiştir.

Kitle iletişimnin, varolan toplumsal sistemin kendini yeniden üretmesine katkıda bulunabilmesi, insanların gündelik yaşamlarının dışından araçsal bir düzenleme ile gerçekleştirilmektedir (Kara 1995).

İletişim araçları ve bilhassa televizyonun insan üzerindeki olumsuz etkileri bütün dünyanın en önemli meselesi haline gelmiş bulunmaktadır. Televizyon terörü, geniş halk kitlelerini topluca harekete geçirmede, yönlendirmede değişime uğratmada.

kullanılmaktadır. Fertlerin, kişisel standart tepkiler göstermesini sağlayacak kültürel kodlar üretilmekte ve bunlar toplumda hakim hale getirilmektedir.

Kitle iletişim araçları sadece bireyler üzerinde doğrudan etkide bulunmaz, aynı zamanda kültürü, bilgi birikimini bir toplumun norm ve değer yargılarını da etkiler. İzleyicilerin kendi davranış biçimlerini belirlerken kullanabilecekleri bir dizi imaj, düşünce ve değerlendirmeler sunar (McQiail 1997).

Televizyon toplu iletişimin birinci ögesidir. Televizyon yayınının gereksinimler doğrultusunda olması gerektiği hemen herkes tarafından kabul edilmektedir (Aksoy 1995)

Televizyonun ve diğer iletişim araçlarının amacı ve görevleri, toplumu ve fertleri doğru ve saptırmaksızın tarafsız olarak bilgilendirmek, eğitmek, eğlendirmek, öğretmek, bulabildiği her olaydan haberdar etmektir (Batmaz 1995).

2. 2.3. Kitle İletişim Araçları ve Toplumsal Gelişme

Kitlesele haberleşme araçları olan yazılı basın, radyo, televizyon, sinema, tiyatro, bugün artık toplumların yaşamlarına girmiş, yaşamlarının bir parçası olmuştur. Bu araçlar toplumların eğitim, haber alma, eğlenme gibi çeşitli gereksinimlerini ya doğrudan karşılamakta ya da destekleyici olmaktadır. Gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan, hatta birçok bakımlardan geri kalmış ülkeler bile artık bu araçları yönetmekte, yönlendirmektedir. Bu araçlar içerisinde televizyon, kamu yararına sunulan en son kitlesele haberleşme aracıdır. Mesajı ses ve görüntü olarak, anında en uzak yerlere kadar iletibilme özelliğinin olması, ülkeleri, toplumun çeşitli gereksinimlerini bu araç yolu ile karşılamaya yöneltmiştir (Alemdar 1983)

Özellikle “İnsanların içinde bulunduğu problemleri çözümlemesi yanında, okul sıralarından mahrum kalmış kitlenin eğitimde kitle iletişim araçlarının rolü tartışılmayacak kadar büyüktür.

Televizyona yönelenlerin büyük bir bölümünün TV’ ye yönelme nedenleri, TV’ yi sevmelerinden değil, kitap okuma gibi değişik iletişim türlerini hiç denememiş olduklarındanır. Bu kişiler televizyon da ne bulursa bulsunlar, oturup izlemektedirler. Öte yandan toplumsal yaşama yeterince uyum sağlayamayanlar şiddeti körükleyen yönü ağır basan “vur-kır” dolu yayınlara yönelerek bu yayınları “kaçış malzemesi” olarak kullanmaktadır. Toplumsal yaşamda hala yükselmeyi umut edenler ise daha çok belgesel nitelik taşıyan yayınları izlemeyi tercih etmektedirler (Kara 1995).

Haberleşme alanındaki gelişmelerin ekonomik ve kültürel alanda büyük etkileri görülmektedir. Ticari müessese ve kuruluşlar haberleşme sistemleri sayesinde, ülkede veya dünyadaki mal ve piyasaların durumunu, fiyat hareketlerini ve tüm gelişmeleri izleyebilmektedirler.

Kültürel alanda ise haberleşmenin çok yanlı bir etken olduğunu görülmektedir. Bilimdeki gelişmeler, sanat olayları, moda alanındaki yenilikler, günlük olaylar ve haberleri gazetelerde okumak, radyoda duymak, televizyonlarda ve sinemalarda görmek mümkün olmaktadır.

Haberleşme alanındaki gelişmeler toplumlar arasındaki ilgi, yakınlaşma ve bilgi alışverişini kolaylaştırmış ve bir bakıma dünya eskisine göre çok ufalanmıştır (Kara 1995).

2. 2.4. Kitle İletişim Araçları ve Spor

Günümüzde her geçen gün önemi artan KİA tarafından topluma sunulan spor hizmetleri ya da spor dalları ile ilgili bilgilerin temelinde önemsenen bir tek şey vardır o da ticari kuruluşların kar etmesidir.

Önemsenen, televizyon programının ne oranda izleyici topladığı veya gazetenin tirajıdır. Spordaki şiddet öğeleri de, örneğin holiganların saldırganlıkları, sansasyon haberciliği için iyi malzeme oluşturmaktadır. Spor haberleri başarı ve başarısızlık, kazanmak ve kaybetmek çerçevesinde sunulmaktadır. Spor yıldızları başarı durumunda sınırsızca göklere çıkarılmakta, başarısızlık durumunda ise gaddarca eleştirilmektedir.

Ayrıca spor gazetecileri, kendi içgüdülerini daha fazla ön plana çıkartarak olaylara mümkün olduğunca farklı bakış açıları getirmektedir. Bazı durumlarda kısmen de olsa gazeteciler bizzat kendileri haber üretme yoluna giderek olumsuz sayılabilecek durumların ortaya çıkmasına bile sebep olmaktadır.

Gazeteler ve TV' lardaki spor haberlerinin ilk haber olarak verilebilmesi için ulusal bir başarının elde edilmesi, Maradona' nın uyuşturucu kullanması, bir müsabakada çok,

sayıda insanın ölmesi yada benzeri bir skandal ya da felaket içeren bir olay ile bağlantısının olması gerekir. Uluslararası Spor platformda elde edilen olumsuz sonuçlarda hakemlerin yanlı tutumundan ya da Türk düşmanlığından, başarılı sonuçların elde edilmesi durumunda ise milliyetçilik duyguları ön plana çıkartılarak birlik duygularının oluşması yolunda önemli bir görevi üstlenirler (Bora 1994).

Başarı kazanıldığında Türk gücü Avrupa'ya, ya da dünyaya gösterilmiş olur. Başarısızlık durumunda ise, milliyetçi söylemler ile sonuç hemen dış güçlere bağlanır.

Atletin kendisini nasıl toparlayacağı ya da eleştirileri nasıl hazmedeceği pek önemsenmemektedir (Hoffner 1991).

Bu durumda kar etmeyi ön plana çıkaran medya, toplum için önemli olan amatör futbol dahil değişik spor dallarında toplumun aktif katılımı sağlamaya yönelik yayınlar yapmak yerine daha fazla reytinge yönelik yayınları tercih etmektedir.

Medyanın kar amacını öne çıkaran bu ana politikalarında kar amacının esas teşkil etmesi yanında kuşkusuz spor yazarlarının tutum ve davranışları da belirleyici rol oynamaktadır.

İşi spor yazarlığı olan Türkiye'de yetişmiş bir çok değerli insanın, büyük bir bölümünün spor yazarlığı adı altında sadece futbol yazarlığı yaptığı görülmektedir. Hatta bazılarının sadece bir futbol takımının maçları üzerine "maç kritiği" adı altında o takım taraftarlarının duymak istediklerini kaleme alarak görev yürütmekte oldukları görülmektedir.

Spor alanında yazı yazan ya da program yapan bir çok spor yazarının diğer branş gazetecileri gibi araştırma-inceleme ya da eğitici yazı ya da kitaplarına pek rastlanılmamaktadır.

Ergün Hiçyılmaz, Doğan Yıldız, Orhan Boran ve Halit Kıvanç'ın 1970'li yıllarda ortaya koydukları birkaç eserin dışında maalesef başka eserlere rastlanılmamaktadır.

Ülkemizde sporu yöneten ve bu alanda bir çok hizmeti yürüten Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğünün satın aldığı veya bastırıldığı kitaplara bakıldığı zaman durumun vahameti açık olarak ortaya çıkacaktır (Karaküçük 1997).

Basınımızın ayrılmaz parçasını oluşturan spor basınının, güncel olay ve heyecanların aktarılmasından öte bir işlevi yerine getirme çabasında olmadığı ve bilimsel araştırmalara önem vermediği, spor sayfalarında sporla ilgilenen kesim için aydınlatıcı, eğitici bilgileri aktarmak yerine tiraj uğruna ünlü bir iki kulüp başkanından söz etmeyi yeğlemektedirler.

Basının yol göstericiliğini kanıtlayan eleştiriler bu nedenle çok yüzeysel kalmakta ve kişisel hesaplaşmalara dayalı fantezilerden öteye geçmemektedir (Karasüleymanoğlu 1986).

Sansasyonel haber peşinde olan spor yazarları ve programcılar, Profesyonel sporcuların ve kulüp başkanlarının birbirine karşı demeçler vermelerini sağlayacak akıllıca sorularla olay haberler yaratırlar, toplum tarafından ilgi ile izlenebilecek tepkiler oluşturacak fotoğraf ya da görüntülere yer vererek spor alanında kalması gereken rekabetin spor sahaları dışına taşmasına neden olurlar. Medyanın bu saldırgan ve taraflı tutumu seyirci için de şiddet içeren ortamları doğurur (Öztürk 1998).

KİA' nın tamamına yakınında manşetlerde yer alan söylemlere bakıldığı zaman sporla ilgili bir çok ifadenin militarist düşünce tarzının bir yansıması şeklindedir. Maç kazanan sporcular asker, antrenör ya da idareciler de komutan olarak tanımlanmaktadır (Bora 1994).

Geçmişten günümüze, hem sporun medyaya hem de medyanın spora etkisi görülmektedir. Özellikle sporun tüm dünyada bir sosyal olgu olarak gelmiş olduğu konumda kitle iletişim araçlarının büyük rolü olmuştur. Bugün dünyada 65 farklı spor dalı bulunmaktadır. Değişik spor dallarının tanıtılıp yaygınlaştırılması, spor yapma

olanağına sahip olmayan çoğunluğun spora ilgi duyması,KİA' nın spor servisleri ve burada görev yürüten kadrolar tarafından sağlanmalıdır.

Ancak, Medyanın sporun bunca değişik çeşidi, fizyolojisi, anatomisi, antrenman planlaması ve periyotlaması, organizasyon ve yönetimi, psikolojik ve sosyolojik yönü karşısında gerekli uzmanlaşmayı gerçekleştirmediği için geride kaldığı ortadadır. Özellikle profesyonel spor, medyayı istediği gibi yönlendirerek kontrol altına almış ve yazılı ya da görsel basının spor yayınlarının tamamını ele geçirmiştir (Öztürk 1998).

2.3. Spor Kamuoyu ve Spor Kamuoyunun Oluşmasını Etkileyen Faktörler

Kamuoyu gelişmesi için ortak kanaat ve duyguların oluşumunda ailenin önemli bir yeri vardır. Tarihsel süreç içerisinde her çağın özelliklerine göre yapısı biraz değişen ancak bireylerin sosyalleştirilmesindeki görevini hiçbir zaman yitirmeyen aile kavramı evrensel bir sosyal kurumdur. İnsanın toplumsallaşmaya ilk kez ana babanın emeğiyle ulaşabildiğini söylenebilir. Bu yönden kamuoyunun ilk kaynağı ailedir (Tok 1995).

Medya mensuplarına göre, hakimiyeti gerçekte kullanan kamuoyudur! Tıpkı demokraside olduğu gibi!... Oysa konu biraz irdelendiğinde ortaya çıkan zengin ve gelişmiş veya teknolojinin sahibi ülkelerin bu hakimiyet unsurunu diledikleri ölçüde kullandıklarıdır. Kamu oyunun hakimiyet unsurunun sahibi olduğu iddiası, gerçekte medyanın nitelik ve nicelik olarak ayakta kalmasını sağlayan oyunun kuralı gereğidir. Kamuoyu, hakimiyet unsurunu elinde tuttuğu zehabına sokularak yönlendirilen çoğunluktur. Kamuoyu, çokça tartışılması gereken bir mihhumdur! Gerçekte halkın örf ve adetleri, arzuları dilek ve temennileri medya tarafından değerlendirmek durumundadır ama üzerinde durulması gereken yazılı, sözlü ve görsel nitelikli yayın araçları bu dikkat ve itina içinde midir? Veya kamuoyunun gerçek yüzü medya mıdır? Bu soruya kolayca evet demek mümkün değildir. Yayın ve yayım gereği, -kitabı bir tarafa bırakıyorum, ki o bile zaman içinde devlete bağımlı tutulmuştur. Devlete bağımlı olmayan veya bilahare devletle birlikte faaliyete geçen yazılı, sözlü ve görsel yayının giderek artan bir şekilde belli maddi kaynaklara ihtiyaç göstermesi, bu defa iletişim

araçlarının belli güç odaklarının eline geçmesine sebep olmuştur. Bu el değiştirmenin kitle hakimiyet unsurlarının devletten sermaye güçlerine geçişidir. Kamuoyu, yani halk burada yine yoktur (Alemdar 1983).

Kanaatlerin oluşmasında ve biçimlenmesinde diğer bir sosyal etken hiç kuşkusuz okul ve çevredir. Okul “Toplumun bir aracıdır. Görevi: Büyüyen kuşağı yöntemli olarak beceri, bilgi ve anlayışla donatmaktır. Ülkemizde okul çağını 6-18 yaşı kapsamaktadır. Altı-on sekiz yaş kapsamına giren okul çağı, spor ve spor eğitimi yönünden en verimli zamanı içermektedir. Ayrıca bu çağlarda spor, çocuğun yaşam ve karakterinin oluşmasında önemli bir yer tutmaktadır (Tok 1995).

Aile ve okulun dışında, spor kamuoyunun oluşmasında önemli yer tutan faktörlerden, işyeri gelmektedir. Ülkemizdeki iş yerleri ise sporu yaptırmaktan çok seyirci ağırlıklı sporlara yönelerek kendi reklamlarını yapmaktadırlar. Petrol Ofisi, Eczacı başı, Efes Pilsen, Arçelik vs. gibi müessese takımları bu tür takımlarındandır.

Kişiler bulunduğu toplumda kendisini kabul ettirebilmek ve yeteneklerini gösterebilmek için belli kuruluşlara derneklere, vakıflara veya cemaatlere girerek üye olarak kendilerini kabul ettirirler. Bu da sosyal bütünleşmenin temelini oluşturmaktadır. Spor olaylarında da fertler herhangi bir takıma üye olarak veya o takımın taraftarı olarak kendisini bir sosyal tabakaya ait olarak görürler (Kozanoğlu 1993). Haberleşme ve Ulaştırma araçlarının artan etkinliği, spor ve diğer boş zaman faaliyetlerinin ortaya çıkışına ve gelişmesine de yardımcı olmaktadır. Bu bakımdan, kitle haberleşme araçlarının etkinliği, ferdin gelişmesinde irsi faktörün oynadığı role bir de sosyal faktörü katmaktadır. Bu araçlar uyarıcı etki yapmakta: Değişik spor dallarının, toplumda uygulanabilmesi gerçekleşmektedir. Herhangi bir branşa ilgi az iken, bu uyarıcı etki zamanla gerek aktif sporculuğu veya seyir şeklindeki kitlelerin ilgisini artırmaktadır (Avcı 1990).

Kitle haberleşme araçlarının; spor dalları ile ilgili teorik; teknik ve pratik bilgiler kazandırıcı, spor seyircisini eğitici ve yönlendirici, spor alanlarında zaman zaman

görülen terör olaylarını giderici rolü olabilir. Ayrıca, okul dışı gençliğin, ev hanımlarının beden eğitimine yönlendirilmesinde, bilhassa televizyonun tesiri inkar edilemez.

Televizyonun sportif faaliyetleri tanıtıcı, benimsetici ve sosyalleştirici yanı bulunmakla beraber, insanların maalesef esir alındığı boş zamanlarının spor yapmayı engellediği gerçeğini de göz ardı edemeyiz. Televizyonlarda her gün her haber sonrası olayları, ayrıca spor programları, naklen yayınlar, magazin programları, sporu gündemde tutmaktır. Bu yayınlanan spor olayları medyanın yüzde 20'sini işgal etmektedir. Ülkemizde izlenen yanlış spor politikasıyla kamuoyu oluşturuyor. Spor medyası genelde, kamuoyunu yanlış yönlendirirken, zaman zaman olumlu yönde yönlendirebilmektedir (Avcı 1990).

Spor medyası, bir milli maç öncesi veya bir takımımızın Avrupa kupalarında oynayacağı müsabaka öncesi yapmış olduğu yayınlarla ve yazılarla toplumumuzu bir yumruk haline getirip, Vatan Millet Sakarya sloganları ile sokaklara dökmektedir. Maçlar yapılmadan bir iki hafta öncesinden yazılar yazılıp, rakip takım sık sık gösterilip, tanıtılır. Açık oturumlar yapılır ve o güne kadar büyük bir kamuoyu oluşturarak, toplumu bütünleştirir.

Spor medyası, sporun birleştirici ve bütünleştirici yönünden istifade ederek, insanlar ve toplumlar arası bütünleştirmeye katkıda bulunması gerekmektedir. Bu görevini zaman zaman yapsa da bazı zamanlarda bu görevini kötüye kullanarak, kişiler arası sosyal bütünleşmeye olumsuz etkide bulunmaktadır (Döşyılmaz 1998).

Spor basınının kamuoyuna yansıttığı modeller, ülkede yaygın olan spor dallarına göre değişiklik göstermektedir. Çünkü ülkede uygulama alanında yaygın olan spor dalları spor basınında öncelik kazanmaktadır. Bunu örneği futbolun yaygın olduğu ülkemizde ve Arjantin de hakan ve Maradona örnek kabul edilirken basketbol un yaygın olduğu Amerika da Michael jordan boğa güreşlerinin yaygın olduğu İspanya'da el Cordobes in model olarak kabul edilmesi güzel örnek olarak sıralayabiliriz.

Spor basını, yaşamın kendisini aktarmasının yanında toplum içinde bütünleştirici, ve kaynaştırıcı özelliği de bulunmaktadır. Toplumda değişik yaş cinsiyet eğitim gelir ve yerleşim dağılımı içinde bulunan bireylere aynı anda ve fark göstermeksizin seslenmesi nedeni ile spor basını toplum içinde bir köprü işlevi de görmektedir. Ekonomik ve siyasi baskılar nedeni ile günümüz toplumlarında bireyin tepki vermesi önlenmiştir. Bireyler tepkisizliğe alıştırmışlar, kendilerine verileni kabul etmek zorunda kalmışlardır. Spor basını bireyin sisteme tepki vermesini kolaylaştıran bir araçtır. Spor alanlarında olduğu gibi spor sayfalarında da birey psikolojik anlamda boşalma sağlamakta toplumda var olan ve kendisini pasif konuma getiren ekonomik ve siyasi sisteme tepkisini göstermektedir.

Spor ve siyaset kurumlarındaki ilişki karşıt değil şarttır. Basının ve dolayısıyla spor basınının da işlevleri arasında bulunan tepki vermek ve kamuoyu oluşturmanın bir çok örneğine ülkemizde rastlamışızdır. 1970 li yıllarda Milliyetçi cephe ve Demir el hükümetlerinin yaratmış olduğu istikrarsızlık ortamında 1974 yılında oynanan dayanışma kupasında İnönü stadını dolduran seyircinin 'Ecevit Ecevit' tezahüratlarının yansımaları siyasi alanda olduğu gibi spor basınında da olmuştur. Spor basını, bireyin üyesi bulunduğu grubun çıkarlarının zedelendiği durumlarda tepki vermesine imkan tanıdığı gibi grubun ve bireyin kamuoyu oluşturmaya da yardımcı olmaktadır. Örneğin birkaç sezon önce İstanbulspor takımının sürekli hakem hataları ile karşılaşması sonrasında spor basını kullanarak boy boy ilanlar vererek bir kamuoyu oluşturmuş ve kendilerine yapılan hakem hatalarını en aza indirmeyi başarmışlardır. Ülkemizin yurt dışına açılma sürecinde, bu sürecin toplum tarafından benimsenmesini sağlamak içinde spor basını kullanılmıştır. 1980'lerin ortasında başlayan dışa açılma sürecinde gelişme ve yıllardır süren Avrupalı olma hayalinin gerçekleşmesinde Galatasaray'ın Avrupa'da spor alanında büyük başarılarla imza atması ile somutlaşmıştır. Bunun toplum geneline yayılması için kullanılan araç ise spor basını

olmuştur. Bu da göstermektedir ki spor basını toplumun genelini ilgilendiren politikaların belirlenmesi ve uygulanması aşamasında büyük bir görev üstlenmektedir.

Genel medya içerisinde, spor medyası da etkilenmekte ve kamuoyu oluşturmada çok önemli bir yer tutmaktadır. İnsanlar ya televizyondan veya gazetelerden bir kısmı da radyo ve diğer yayınlardan spor olaylarını izlemektedir.

Kitle iletişim araçları denildiğinde tüm yazılı ve görsel basın (gazete, dergi, radyo, televizyon, film vb) anlaşılır. Ancak radyo ve özellikle televizyon her evde bulunduğu ve günümüzün gelişmiş teknolojisi sayesinde çok uzaklardaki olayları bile canlı olarak tüm ayrıntısıyla görüntülü olarak karşımıza getirdiği için en etkili olanlardır. Televizyonun bu etkisi spor faaliyetlerine olan ilgiyi de artırmıştır. Hayatlarında hiç spor yapmamış insanlar bile televizyon sayesinde spor karşılaşmalarına ilgi duymaya başlamışlardır. Türkiye’de spor kamuoyunun oluşmasında önemli rol oynayan spor dergilerinin etkin gücü, sporun 1950’li yıllarda günlük gazete sayfalarına girene kadar devam etmiştir. “Ülkemizde spor basını tanıtın kişi olarak Türk Basın Tarihine geçecek olan Cihat Baban 1950’li yıllarda yayımlandığı “Son Saat” gazetesine ilk kez spor sayfası düzenini kuran gazetecimizdir. Spora olan sevgi ve düşkünlüğünün yanı sıra spor kamuoyu oluşturmak sûretiyle büyük bir okuyucu topluluğu meydana geleceğinin keşfetmiştir. Nitekim, günümüzde 16-20 sayfalı günlük müstakil spor gazetelerinin yanında, günlük gazetelerin de 8-10 sayfasını spora ayırdığını görmekteyiz (Tok 1995).

Kitle iletişim araçlarının ve yapımcılarının görevleri ise halka haber ve bilgi vermek, eğitime ve eğlenceye katkıda bulunmak olarak sıralanabilir. Ancak hızla gelişen teknolojiye bağlı olarak kitle iletişim araçlarının nitelik ve niceliğinde ortaya çıkan artışlar bunlar arasındaki rekabeti de artırmıştır. Sonuçta tiraj kaygısı bilgi verme ve eğitime katkıda bulunma görevini unutturmaya başlamıştır. Ancak tirajı artıracak diye toplumun eğilim ve zaafalarını kullanarak, istismar eden, haber yayım ve fotoğraf seçimi kanımızca kamu aleyhine bir tutum belirtilmektedir (Öztürk 1998).

Bunun için”basın yayın alanında haber ve fotoğraf seçiminden, o organın genel politikasına kadar her yerde “kamu yararı” kavramı basın-yayıncıların temel ilkesi olmalıdır (Tok 1995).

Bu açıklamaların sonucu olarak spor basını, oluşturduğu kamuoyu bireylerini hoşgörü, sevgi ve saygı gibi çağdaş değerlere götürebileceği gibi, spor ahlakına aykırı ve çağdaş olmayan davranışlara da yönlendirebilmektedir.

Medyanın amacı kamuyu ilgilendiren konulara ilişkin çeşitli enformasyonu ve kanırları aktarmak olmalıdır. Bu bilgiler hem yurttaşların eğitimi ve kültürü üzerinde önemli etkiler oluşturacak, hem de onların insanlar ve kurumlar hakkında kendilerine ait kanırlarının oluşumunda bir temel işlev görecektir. Bu durumda medya, enformasyonu başlı başına bir amaç olarak değil, kişinin ve toplumun gelişimine katkıda bulunmanın bir aracı olarak kabul etmektedir. Medya, kamuoyunu önceden belirtmek ya da yaratmak; çok geniş etkileri bulursa bile yalnızca kamuoyunu eğitmek veya kendilerini resmi olmayan kararları veren yargı benzeri karar alma organları olarak fonksiyon üstlenen amaçların ötesinde faaliyetlerini sürdürmelidir (Karaküçük 1997).

Kamuoyunun oluşması için ortak kanaat ve duyguların oluşumunda en önemli faktörden birisi kuşkusuz aile dir. İnsanlık tarihi boyunca görülmüştür ki her çağın özelliklerine göre gelişme ve değişim yaşasa da insanların sosyalleşmesindeki görevini hiçbir zaman yitirmeyen aile kavramı evrensel bir kurum olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumun kültür değerlerinin bir kuşaktan diğerine aktarılması biçimindeki temel eğitsel işlevin yanına, aile özellikle okul öncesi dönemde çocuğun hayatında etkin bir toplumsallaştırma kurumudur (Yavuzer 1982). Aile aynı zamanda sosyal yapıya giren kurumlardan çevresi en dar olanıdır ancak diğer sosyal örgütlenmelerinde çekirdeğini temsil etmektedir. Bu nedenle insan toplusallaşmaya ilk kez ana babanın emeğiyle ulaşabildiğini söyleyebiliriz (Dönmezer 1976). Bu yönden kamuoyunun ilk kaynağı ailedir. İnsanlık için gerekli işlemlerden; toplumsal yaşam, cinsel sevgi, ekonomi, üretim ve eğitimin tümü aile içinde başlayarak aile yaşamında canlılık kazanmaktadır

(Onaran 1984). Çocuğun yetiştiği ailenin genişliği, sosyo ekonomik ve kültürel düzeyi, onun ilk sosyal deneyimlerini, dolayısıyla duygusal ve toplumsal gelişmesini etkileyecektir (Yavuzer 1982).

Bu tanımlardan hareketle ve konumuz spor olduğundan çocuğun yapacağı veya ilgi duyacağı spor türü ve sayısı, sosyo-ekonomik ve kültürel faktöre bağlıdır. Orta ve daha üstün sosyo-ekonomik çevreden gelen çocuklar anne, baba veya spor konusunda uzmanlaşmış kişilerin, çocuğun yapısına uygun buldukları bir veya birkaç sporu yapmalarını önerirler ve bu konuda çocuğa yardımcı olabilirler. Buna karşılık sosyo-ekonomik düzeyi düşük gelen kesimlerden gelen çocuklar, kendilerine yol göstermeksizin istedikleri sporu seçmektedirler veya hiç spor yapmamaktadırlar.

Okul öncesi dönemde her çocuk ailenin özellikleriyle değer yargılarını örnek aldığından, çocuğun gelecekteki kişilik yapısı, duygu ve düşüncelerinin oluşumunda ailenin özellikleriyle, değer yargıları önemli yer tutmaktadır. Bu dönemde oluşan kanaat ve değer yargıları önemli yer tutmaktadır. Aile içinde oluşan kanaat ve değer yargılarındaki etkileşim olumlu yönde olabileceği gibi olumsuz yönde de olabilmektedir. Örneğin babasının tenis maçını kazanmasından gurur duyan 6 yaş çocuğun davranışlarıyla, babası polisçe yakalanan 10 yaş çocuğun davranışları farklı olacaktır. Bu iki örnekteki iki çocuğun duygu ve davranışları kendilerine örnek aldıkları modellerle benzeşecektir. Birinci örnekte olduğu gibi, kendini sosyal yönde etkili bir babayla özdeşleştiren çocuk için baba önemli bir güven kaynağı olacaktır. İkinci örnekte ise çocuk sosyal yönden yetersiz ve güvensiz olan baba örnek alındığından, çocuk ileri ki yaşamında bu yetersizliğin ve güvensizliğin farkına varacaktır. Aynı endişe ve güvensizliği kendisinde yaşayacaktır. Onun içindir ki aile içindeki bireylerin arasındaki iletişim sevgi ve saygı bağları çok önemlidir. Örneğin ailede baba ve ya büyükler Galatasaray futbol takımını tutuyorsa ve bu ailede bireyler arası bağlar güçlü ise büyük bir olasılıkla çocuklarda Galata sarayı tutacaktır. Aile bireyleri arasındaki

iletifim kopuk ise çocuk sevmediği ve saygı duymadığı aile bireyelerine karşı olmak için karşı takımı tutacaktır.

Kanaatlerin oluşmasında ve biçimlenmesinde diğer bir sosyal etken hiç kuşkusuz okul ve çevredir. Okul toplumun bir aracıdır. Görevi büyüyen kuşağı yöntemli olarak beceri ve bilgi anlayışıyla donatmaktır (Santsröm 1982). Ülkemizde okul çağını Milli Eğitim Programı içerisinde inceleyecek olursak bu çağ genellikle 6-18 yaşı kapsamaktadır. Bu çağ spor ve spor verimi açasından en önemli çağ dır. Ayrıca bu dönemde spor çocuğun karakter gelişiminde önemli bir yer tutmaktadır. Kötü alışkanlıkların en çok ilgi gördüğü bu yaşlarda spor, kurtarıcı yönünü oluşturmaktadır. Ancak bugünkü eğitim sistemimizde çocuklarımıza spor adına bir şey veremediğimiz görölmektedir. Sürekli sınavlara sokarak adeta spor unutulmuştur.

Çocuğun ortaokul ve liseye başladığı devre ise çocukta fizyolojik değişmenin olduğu devredir. Çocukluktan erişkinliğe geçişi bu evrede yaşayan çocuk, kanaat ve karakterin oluşmasında çok çeşitli etkiler altında kalmaktadır. Ancak bu dönemde kazanılmış bazı kanaat ve görüşlerin daha sonra başka grupların etkisiyle değişme durumu olasıdır. Örneğin Galatasaray lisesini kazanan öğrencilerin bu okulu kazanmadan önce Galatasaray kulübünün taraftarı olduğunu söylemek, tesadüfler harici kaydıyla pek olası değildir. Ancak bu liseyi kazanarak öğrenimi bu okulda tamamlayan öğrencilerin tamamına yakın bir kısmı Galatasarayspor kulübü taraftarı demek bizi pek yanıltmaz.

Aile ve okul dışında, spor kamuoyunun oluşmasında önemli bir faktörde işyerleridir. Ülkemizde işyerlerinin bir çoğu kendi personeline spor yaptırmaktan çok seyirci ağırlıklı sporlara yönelerek daha çok kendi reklamlarını yapmaktadırlar. Petrol ofisi, Eczacıbaşı, Efes Pilsen gibi.

2.4. Medya ve Spor

Medya denilince tüm yazılı ve elektronik basın anlaşılmalıdır. Kitaplar, dergiler, gazeteler, sinema, tiyatro, radyo ve televizyon da buna dahildir. Bu araştırmanın esas konusu olan ve medyanın en güçlü aracını oluşturan televizyon ilerki bölümlerde

derinlemesine incelenerek, burada ise sadece medya bağlamında genel olarak değinilecektir.

Medya da bireyleri hayatları boyunca etkileyen çok önemli bir siyasal toplumsallaşma aracıdır. Günümüzde etkisi o kadar güçlüdür ki, okul döneminde olduğundan çok daha köklü bir şekilde bireyleri etkileyerek siyasal yaklaşımlarını yönlendirmesi mümkündür. İşin ilginç tarafı genelde insanların bu etkinin derecesinden haberdar olmamaları, yani farkında olmadan etkilenmelidir.

İnsanların günde 3-4 saatlerini TV başında geçirmeleri bu aracın siyasal toplumsallaşma sürecinde ne kadar etkili olabileceğinin en açık delilidir. Çocuklar da çok küçük yaşlardan itibaren ekran karşısında yerlerini almaktadırlar. Evin içerisinde zaten açık olan TV alıcısını küçük bebeklerin bile çevrelerinde olup bitenlerin farkına varmalarıyla seyretmeye başladıkları düşünülebilir. İnsanların daha çok kendi yaklaşımlarına paralel olan programları seyrettikleri ispatlanmıştır. Genel olarak kendi fikirlerine uymayan programları ise ya hiç seyretmemekte ya da hemen unutmaktadır. İlerki bölümlerde ayrıntılarıyla inceleneceği gibi sosyologlar genel olarak medyanın siyasal yaklaşımları güçlendirmekle beraber, bu sebepten dolayı yerleşmiş yaklaşımları kolay kolay değiştirmedeği görüşü üzerinde birleşmektedirler (Turam 1994).

Görsel-işitsel alandaki yeni teknolojik silah olarak adlandırılan yüksek tanımlı televizyon (HDTV) iletişim teknolojisinin son yıllardaki en önemli buluşudur. Siyah-beyaz televizyon ile renkli televizyondan sonra, “üçüncü kuşak medya” adını verilen HDTV’da amaç geliştirilmiş daha net görüntü ile, televizyon, büyük ekranlı görüntü izleme kapasitesine sahip olmayı içermektedir.

Televizyonun etkili bir kitle iletişim aracı olduğu tartışmasız kabul edilmektedir. Ancak televizyonun etkisinin izleyici üzerinde oluşabilmesi için öncelikle onun seyredilmesi gereklidir.

Bu konuda yapılan araştırmalar televizyonun bir pasif rekreasyon aracı olarak çeşitli yaş kategorileri, eğitim ve cinsiyet gibi faktörlere dayalı yeterince rağbet gördüğünü ortaya koymaktadırlar. Norveç'te geniş nüfus üzerine yapılan bir araştırma sonuçlarına göre, gençlerin %77 si hergün bunların %21'i günde bir saatten az, %32'si bir ile iki saat arası ve %24'ü ise iki saatten fazla televizyon seyretmektedirler. (5:93). Fransa'da ise, 8-15 yaş grubunda bir çocuk yılda toplam 900 saat televizyon karşısında kalmaktadır. Genç insanların ise %40'ı televizyonu bir numaralı eğlenceleri olarak görmektedirler. (8:40). Bütün bu sonuçlar kuşkusuz televizyonun geniş halk kitlesine rahatça ulaşabildiğini ortaya koymaktadır. Bu durumda televizyon insanları yakinen ve her konuda rahatça etkileyebilmektedir (Yengin 1994).

Bu yaklaşım içerisinde televizyon spor programlarının yayın politikalarına göre insanlar üzerine spora aktif katılımı veya sadece pasif seyirciliği teşvik edecek bir etkileme gücünden söz edilebilir.

Medyanın en önemli kurumu kuşkusuz televizyondur. İnsanların günde ortalama 3-4 saat televizyon izlemeleri bunun en büyük kanıtıdır. Yazılı basın ise televizyondan sonra toplumları etkileme gücüne sahip kitle iletişim araçlarıdır.

Televizyonun rakipsiz bir dinlenme, boş zamanlarını değerlendirme, haber iletme ve bilgilendirme aracı olduğu tartışmasız kabul edilmektedir. Ancak insanların tercihleri; hangi kitle iletişim araçlarını hangi ortamlarda kullanacakları ve hangisini daha güvenli bulacaklarına göre değişebilmektedir. Bu durumda televizyon yine öne planda yer alırken gazeteler ikinci sıraya gelmekte ve önemli bir güç olma özelliğini de devam ettirmektedir (Karaküçük 1997).

Medya içerisinde spor önemli bir yer teşkil etmektedir. Olmazsa olmaz kuralı medyadaki spor için de geçerlidir. Medyanın aşağı yukarı %50'sini spor olayları doldurmaktadır. Reyting olayı açısından spor, medyanın en önemli ögesini teşkil etmektedir (Koloğlu 1986).

Spor programları, haber sonrası spor haberleri, naklen yayımlar, spor için yapılan açık oturumlar, gazetelerin spora ayırdığı sayfalar spor magazin programları ve daha niceleri medyanın büyük bir kısmını oluşturmaktadır.

Spor, Medya içerisinde artık ticari bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu fikrimiz yaptığımız anketimizde doğrulanmaktadır. Spor dediğimizde aklımıza Türkiye’de 34 branş olan spor branşları ve dünyadaki diğer spor branşları gelmesi gerekirken bizde sadece futbol, spor olarak düşünülmektedir, diğer branşlar üvey evlat muamelesi görmektedir. Medya, sporu futbol olarak gördüğü için sporun kalkınmasına da katkısı maalesef görülmektedir. Ülkemiz spor medyasının, futbola ilgi duyanların çokluğu nedeniyle, seyirci ve okuyucu sayısını artırabilmek düşüncesiyle futbola ilgi duyanların çokluğu nedeniyle, seyirci ve okuyucu sayısını artırabilmek düşüncesiyle futbola çok ağırlık verdiğini açıkça söyleyebiliriz (Döşyılmaz 1998).

Televizyon yayınının getirdiği baskılar, olimpiik sporların seçimini, yarışmaların yapılacağı yerleri ve zamanları, hatta karşılaşmaların ve ödül töreninin nasıl cereyan edeceğini dahi, giderek daha fazla etkilemektedir. Nitekim Seul Olimpiyatları’nda, atletizm karşılaşmalarının Amerika Birleşik Devletleri’nde akşamın ilk saatlerine rastlayan en fazla izlenme dilimine denk düşecek şekilde tespit edilmesiyle sonuçlanmıştır (Bourdieu 1997).

Spor Medyası, medyanın tarihi gelişimine de baktığımızda medyanın en önemli bölümünü teşkil etmektedir. Spor, medyanın vazgeçilmez bir unsurudur. Zaman zaman tiraj artıran, zaman zaman Türkiye gündemini değiştiren bir olgu haline gelmiştir. Spor sayfaları, televizyonda spor programları, ülkemizin genç nüfusa sahip olması hasebiyle de en çok ilgi çeken ve talep edilen medya olaylarıdır. Yayın hayatına başlayan Gazete ve Televizyonlar, spor sayfaları ve spor programları yapmak zorundadırlar. Seyirci TV önüne oturduğunda % 50 spor sayfasından okumaya başlamaktadır. Özellikle spor müsabakalarının yapıldığı günün ertesi günü tirajlar artmakta; yorumlar okunmakta ve kritikler takip edilmektedir.

Spor gazeteciliğinin pek çok özelliği vardır. Okur taraflı olduğu için daima kendi takımı lehinde haber ve yazı arar. Ancak spor okuru okunmaktan çok heyecan yaşamak ister, ciddi eleştirilerden çok sansasyon öne çıkar. Bu dünyada sembol isimler vardır. Onlara dokunulmasından hoşlanmaz, fotoğraf çok ilgi çeker ve bunun yanı sıra beynelmilel özelliği vardır. Spor okuru sadece ülkesinde olup bitenleri izlemekle yetinmez, dünyada olup bitenleri de takip etmeye çalışır. Çünkü senenin her ayında mutlaka yabancı bir müsabaka vardır. Üstelik bunların bir bölümü de bizim muhtemel rakiplerimizdir (Demirkent 1996).

Ülkemiz spor medyasının spor bakış açısı tamamen ticari bir amaca yönelmiştir. Önemli olan gelirin yükselmesi reyting olayının en yükseklere çıkmasıdır. Toplumun spor anlayışıyla tamamen ters düşmesidir. Topluma medya tarafından ne sunulmuşsa o alınmak zorunda bırakılmıştır.

Medya, kamuoyu böyle istiyor! Anlayışını sürdürdüğü müddetçe Türkiye’de sporun kalkınması değil Futbolun kalkınması söz konusu olacaktır. Bu konuda otoriteler tarafından şüphe ile takip edilmektedir. Amatör spor ruhu medya tarafından tamamen ortadan kaldırılmaktadır.

Spor alanında dünya ölçülerine varmamız henüz mümkün olmamıştır, buna karşın gazetecilik konusunda büyük mesafe almış ve bazı arkadaşlarımız dünya spor gazeteciliği literatürüne geçmişlerdir. Bunun nedenleri arasında spordan gelme bir disiplin ve işini seven insanların varlığı bulunmaktadır. Ayrıca beynelmilel iletişim gerektiği için sporda çalışanların lisan bilen kişiler olması şart olmuştur.

Spor bir medya haline gelince bu alanda uğraş verenlerin işleri de değişmeye başlamıştır. Spor gazetecileri eskisi kadar tutucu değillerdir, hatta bazıları organizasyonlar tertiplemekte, yeni medyaların yaratılmasına ve orada ekonomik bazı işlevlerin gerçekleştirilmesine katkıda bulunmaktadır. O halde bu alana meraklı olanların öncelikle kendilerini yetiştirmeleri gerekir. Dünden farklı, ancak dünden daha büyük düşünen kişilere ihtiyaç vardır.

2.4.1. Yazılı Basının Sporla Buluşması

Yazılı basının sporla buluşması ilk olarak cumhuriyet döneminden öncesine kadar rastlamaktadır. İkinci meşrutiyetin ilanından sonra Burhan felek tarafından 1908 de çıkarılan futbol dergisi tarihimizdeki ilk yayın olma özelliği taşımaktadır. Türkçe ve Fransızca yayın yapmakta idi daha sonra 1911 yılının temmuzunda Terbiye ve Oyun adını taşıyan dergi yayınlanmaya başlamıştır. 1913 yılında cem'i beyin İdman dergisini çıkarmıştır. Bu dönemde gazetelerde ilk spor haberlerine de rastlamaktadır. Tasvir-i Efkâr, Tanin, Sabah, Peyam gibi gazetelerde spor haberleri yer almıştır (Hiçyılmaz 1985).

İlk spor haberleri 1911 yılında Tasvir-i Efkâr gazetesinde Galatasaray ile Macar takımı Temeşvar arasındaki karşılaşmalarının yazılarının Abidin Daver tarafından yayınlanması ile olmuştur. Bu dönemde İstanbul dışında Ahenk, Anadolu, Köylü gibi adlarla yayın yapan gazetelerde futbolla ilgili haberlere yer verilmiştir. Daha sonra 1914 yılında İleri gazetesi spor haberlerine geniş yer ayırmıştır (Perin 1985)

1919 yılında Sait çelevi tarafından Spor Alemi dergisi yayınlanmaya başlamıştır. 1922 yılında Akşam gazetesinde spor haberleri oldukça fazla yayınlanmıştır.

Cumhuriyetin ilanından sonra bu alanda ciddi çalışmalar yapılmıştır. 1923 yılında Yusuf Ziya Öniş tarafından Türkiye İdman Dergisi yayınlanmış bunu 1925 yılında Refik Osman Top' un 'gol' adlı dergisi izlemiş, 1926 da Suat Hayri Ürgüplü 'Şa Şa Şa' adlı dergiyi yayınlamış, yine aynı dönemde Kerim Kanok' un boks ve güreşi konu olarak çıkardığı 'Gong' adlı dergide yayınlanmıştır (San 1985).

1922 yılında Eskişehir de Sakarya adlı gazete spor haberlerine geniş yer ayırmıştır. Tek parti döneminde yayınlanan Ülkü adlı dergide de (1933-1950) arası spor yazıları ve haberleri yer almıştır.1937 de 'Kırmızı- beyaz', 1939 da 'Stat' yayınlanmış 1944 yılında ise 'Şut' adlı dergilerde yayınlanmıştır (Baraz 1988).

Gazetelerin arka sayfasının tamamının spora ayrılmaya başlaması ilk olarak 1934 yılında Haber Gazetesinin İzzet Muhittin Apak tarafından düzenlenmesi ile yapılmıştır. Bu gelişmeyi Akşam, Yarın, Son Posta, Tan, Ulus, Vakit gazeteleri izlemiştir. 1952 yılında Habib Edip Törehan 'Türkiye sporu' günlük olarak çıkarmaya başlamıştır. Bu dönemden sonra son derece önemli gelişmeler olmuş ve bağlı bulunduğu Yeni İstanbul gazetesinden fazla tiraj yapmış ve buna rağmen kapatılmıştır. 1950 den sonra günlük gazetelerin tamamı spor haberlerine iki üç ay sayfaya kadar çıkarmışlar ve günümüze kadar devam etmişlerdir (Hiçyılmaz 1985). Milliyet Gazetesi, Dünya Gazetesi, Tan Gazetesi, Yeni Gazete, Yeni Sabah Gazetesi spor servisleri oluşturmuşlar ve bugünkü basının temelleri de o zamanlarda atılmış oldu. 1968 yılında Tercüman Gazetesi çok sayfalı renkli spor ekleri vermeye başlamış yılın sporcusu gibi ödül törenleri ve organizasyonları ilk olarak gerçekleştirilenler sınıfına dahil olmuştur.

1980'li yıllarda ise gazeteler bir çok ünlü ismi transferler yaparak tiraj kazanmaya çalışmış ve bu dönemler spor sayfaları sayesinde gazetelerin tirajlarının arttığı dönemler olmuştur. O dönemde güneş gazetesinin bir çok ünlü spor adamını bünyesine toplaması, 1988 yılında tekelleşmeye ilk adım olan Asil Nadirin oğlu tarafından çıkarılan Foto Sporun yayınlanmaya başlaması, buna rakip olarak bir başka grubun Foto Maçı çıkarması hemen ardından Spor Gazetesinin yayına başlaması, 1995'li yıllarda Taraftar, Fanatik gibi gazetelerin yayın hayatına atılması basın tarihinin spor açısından zirvedeki dönemi olmuştur.

Bu kadar günlük spor gazetesinin yanında günlük gazetelerinde üç dört sayfası spor haberlerine yer vermesi ile zirveye ulaşmıştır. Günümüzde ise iki adet spor gazetesi yayın hayatını sürdürürken (Fotomaç- Fanatik) ulusal anlamda yayın yapan Hürriyet, Milliyet, Akşam, Türkiye, Zaman, Star, Sabah, Posta, Cumhuriyet, Yeni Şafak, Radikal, Akit gibi gazeteler bir ila beş sayfaya kadar spor sayfası yayınlamaktadırlar.

2.4.2. Radyonun Sporla Buluşması

Sözlü ve görüntülü basın yavaş yavaş ortaya çıkarken, ilk naklen Radyo yayını taksim stadından Said Çelebi tarafından gerçekleştirilmiş ve yeni bir spor olayı gündeme gelmiştir.

Said çelebiden sonra 'spor sesi' Eşref Şefik Atabey tarafından seslendirilmeye başlanmıştır. Eşref Şefik Bey Güreş, Boks, Balıkçılık, Futbol gibi spor dallarında güzel üslubu ile dinleyicilere ulaşması nedeniyle sporla ilgilenmeyenler tarafından bile ilgiyle dinlenmekteydi. 1960'lı yıllarda genç bir spiker olan Pertev Tunaseli ortaya çıkmış daha sonraları Doğan Yıldız, Tansu Polatkan, Ümit Aktan, İlker Yasin gibi usta spikerler birbirini takip etmiştir.

Radyo yayınlarının ülkemizde başlamasıyla spor yayıncılığı alanında da önemli bir yenilik gerçekleşmiştir. Spor müsabakalarının özellikle Futbol maçlarının naklen yayınlanması 20 Temmuz 1934 de İstanbul da Kadıköy de eski Fenerbahçe stadında Fenerbahçe ile Avusturya nın W.A.C takımları arasındaki karşılaşma o zaman deneme yayını yapan İstanbul radyosu tarafından yayınlanmıştır. Naklen spor yayınları 1946 da yurt dışından futbol maçlarının yayını ile devam etmiştir. İlk zamanlar radyolarda naklen maç yayınları gazeteleri büyük bir kokuya kapılmalarına sebep olmuşsa da yazılı basının görüntüye ve fotoğrafa ağırlık vermesiyle bu sıkıntı aşılmıştır (Kıvanç 1985).

2.4.3. Televizyonun Sporla Buluşması

2000'li yılların eşiğine geldiğimiz şu günlerde, medya günlük hayatımızın bir parçası haline gelmiştir. Yazılı basın, Televizyon sinema ve video gibi iletişim ürün ve araçları toplumun gündemini oluşturmada en etkili noktaya ulaşmıştır. Neredeyse medya ile yatıp kalkan topluma dönüştük. Özellikle teknolojinin artan gücü, en etkili medya olan Televizyonu her yerde seyredebilecek bir yaygınlığa ulaştırdı. Bir başka deyişle

teknoloji ve Medya el ele vererek, okullarımıza, yurtlarımıza, kahvehanelerimize ve evlerimizin en yüce köşesine kadar girdi.

Ülkemiz spor medyası, yazılı basınla ilk yıllarını sürdürdükten sonra sözlü olan Radyo ile devam etmiştir, daha sonra Televizyonun icadı ve ülkemize girmesiyle Spor Medyamız daha da gelişerek geniş kitlelere ulaşmıştır. Teknolojinin hızla gelişmesi, Televizyonların çeşit çeşit modellere ayrılması, Televizyon kanallarının çoğalması ve özelleşmesi Spor medyamıza da olumlu bir şekilde katkıda bulunmuştur (Döşyılmaz 1998).

1920'lerde John Baird'in görüntü ve sesi elektronik olarak bir yerden bir yere aktarması ilk adım olarak Televizyonun icadına ışık tutmuştur. TV 1930'lu yıllarda İngiltere ve Amerika'da çok az sayıdaki zengin kişilerin izlediği araç olmuştur.

Türkiye'de ilk televizyon yayını İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından 9 Temmuz 1952 tarihinde gerçekleştirilmiştir. 1957 de İstanbul'da tahmini olarak 160-170 alıcı bulunmaktaydı. Daha sonra TRT kuruldu ve ilk deneme yayını 31 Ocak 1968 yılında yapıldı. 1980 yılının sonunda birdenbire özel televizyonlar ortaya çıktı ve rekabet ortamı doğdu.

Günümüzde, spor da bu rekabete alet olarak hayatını spor medyamızın içinde devam ettirmekte. Genel Medya içerisinde Spor Medyası da çok önemli bir yer teşkil ederek ayrı bir önem arz etmektedir.

Karaküçük ve arkadaşlarının 1996 yılında Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Dergisi cilt 1, sayı 3, Temmuz sayısında yayınlanan Türkiye'deki TV kanallarında spor programları konulu araştırmalarında sonuç aşağıdaki gibi çıkmıştır.

Topluma karşı, haber verme, eğitim, eğlence, çeşitli mal ve hizmetlerin reklamlar aracılığıyla tanıtılması ve propaganda gibi bir çok önemli fonksiyon üstlenmiş olan televizyon, kitlelerin yoğun ilgisi altında bulunmakta ve onları yakından etkileyebilmektedir.

Televizyon programları genellikle sinema, tiyatro ve diziler, aktüalite ve magazin, müzik, eğlence ile haber programları ağırlıklı olmaktadır. Bu yayınlar içerisinde spor programları ise son sıralarda yer almaktadır. Araştırma örneklerini oluşturan televizyon kanallarından Star'da bu oran % 5.6, Kanal D'de % 3.4, ATV'de % 3.3 , TRT 1'de % 3.2, Show TV ve Kanal D'de ise % 2.9 dur.

Bu kanalların spor programlarının içeriklerine bakıldığında ise branşlara göre dağılımın en fazla futbol ağırlıklı olarak gerçekleştirildiği görülür. TRT1, bir haftalık spor programları içerisinde futbola %59.8 , Kanal D %75, ATV % 66, Show TV %62, Kanal 6 %50.6 ve Star % 86.7'lik bir yer ayırmaktadır.

Bu durumda televizyon kanalları genel yayın politikaları içerisinde Avrupa televizyon yayınlarına oranla spor programlarına daha az yer vermektedirler. Buna mukabil, spor programları içerisinde de genellikle ve öncelikle rating ön plana alınarak futbola ağırlık vermektedirler. Bu da yine Avrupa'nın bir çok ülkesine bağlı televizyonların futbola ayırdıkları süreden çok fazla bir dengesiz yayın politikasını ortaya koymaktadır.

Televizyon pasif bir rekreasyon aracıdır ve insanlar büyük bir oranla boş zamanlarında televizyon seyretmeyi tercih etmektedirler. Bu durumda televizyon yapımcıları da onların bu isteklerinden yararlanarak ve daha da çoğaltarak, sporun pasif izleyicilikle heyecan ve rekabeti kolay yaratabilen futbol branşına ağırlık vermektedirler . Böylece, futbol dışında insanları ekranlarda aktif spora katılıma yönlendirebilecek diğer branşların tanıtımları konusunda çok yetersiz kaldıkları görülmektedir.

Ayrıca, televizyonların iştahları kabarak yaklaştıkları futbol, yayıncıların rating mücadelelerine boyun eğmek zorunda kalarak sporun özüne aykırı sayılabilecek kurallar , organizasyonlar ve programlar açısından birçok değişime uğramaktadır. Bu değişim, televizyonların isteği doğrultusunda evinden televizyon izleyen insanların ilgilerini çekecek şekilde gelişmektedir.

Devlet televizyonlarının da bu konuda yetersizlikleri ortadadır. Oysa öncelikli amaçları topluma hizmet olan devlet kanallarının daha sorumlu ve toplumu aktif katılıma yönlendirici bilinçli programlara yer vermesi gerektiği düşünülebilir.

Bu çalışma sonuçlarına göre: televizyon yayın politikalarının, sadece rating düşünülerek değil, aynı zamanda televizyonun insanları çok rahat yönlendirebilecek bir kitle iletişim aracı olarak, toplumsal sorumluluklar taşıdığı da göz önüne alınarak gerçekleştirilebilmesi önerisinde bulunabilir. Bu anlayışla, öncelikle spor programlarının içerikleri, insanları sadece televizyon karşısına mahkum edecek ve pasif bir futbol izleyicisi durumuna sokacak yapıdan uzak hazırlanabilmelidir.

Sporun; boş zamanların aktif sporlarla değerlendirilmesi gibi toplumların beklentileri doğrultusunda üstlendiği yeni hizmetler, televizyonun yayın politikalarında göz ardı edilebilmektedir. Çok sayıda insan futbolun dışında doğa sporları başta olmak üzere bir çok sporu tanımak, izlemek eğilimindedir.

Kuşkusuz futbolun popülaritesi ve yaygınlığı da göz önüne alınmalıdır. Ancak televizyon insanları boş zamanlarında sadece pasif izleyici konumundan uzaklaştırarak, doğa sporları, açık ya da kapalı alan, ferdi veya grupla yapılabilen, futbol dışındaki bir çok spor branşını, aktif katılmaya yönelik tanıtıcı, yönlendirici ve bilgilendirici olarak programlarına alabilmelidir.

Televizyon spor programları toplum yararına olan “herkes için spor” sloganı yaşama geçirecek ve bunu belki de “hareketsizlik-ölüm tehlikesi” mesajıyla çarpıcı ve ilgi çekici hale getirip insanların aktif spora katılımlarına öncülük edebilmelidir.

Televizyon kanallarının, özellikle de aktif spora yönlendirici mesajların verilebileceği spor programlarının yayın saatleri önem arz etmektedir. Nitekim, hedef kitlelerin cinsiyetleri, meşguliyetleri, boş zamanları, ders çalışma, uykuya çekebilme gibi durumları, iyi ayarlayabilmeli ve ona göre programlar yayına sokulmalıdır.

Televizyonların bütün bu sorumluluklarını yerine getirirken, spor organizatörleri veya yöneticileri ile işbirliği içinde olmaları kaçınılmazdır. Televizyon yayıncıları, spor yöneticilerinden gerek spor yarışmalarının yayın saatleri göz önüne alınarak ayarlamaları konusunda, gerekse değişik branşların tanıtımı ve cazibesinin ortaya konulabilmesinde yardım alabilmelidir. Spor yöneticileri ise, televizyonlardan bu konuda yararlanabilmelidir. Örneğin, sporun topluma yaygınlaştırılması bakımından televizyon kanallarına, çeşitli spor branşlarının tanıtımına nerede ve nasıl yapılabileceğine yönelik bilgilendirici ve cezbedici ücreti mukabili reklamlar verilebilir. Bunlar bir futbol maçının devre arasında verilerek spora ilgisi sadece pasif izleyici konumunda olan insanların aktif katılımına yönlendirilmesine yöneliktir.

Basın bu görevi yerine getirememektedir. Televizyonda aynı paralelde fonksiyon üstlenmiştir. Türkiye'deki televizyon kanalları futbola %50.6 ile %86.7 ve ortalama %68.7 oranında geniş yer verirken diğer branşlara çok az yer ayırmaktadır.

Basının bu eksikliği, kar amacının öne çıkarılması şeklindeki ana politikaların olması yanında, kuşkusuz spor yazarlarından kaynaklanmaktadır. İyi spor yazarlığı olan Türkiye'de yetişmiş çok değerli insanlar vardır. Ancak bunlar, belki de ana politikalar paralelinde görevlerini sadece futbol maç kritikleri ve heyecanlı, tiraj artırıcı taraftar yazıları yazmakla yerine getirmektedir. Bu saygıyla karşılanabilir. Ancak bu çalışmalar dışında spor yazarlarının diğer branş gazetelerinin aksine pek fazla araştırma inceleme kitaplarına pek fazla rastlanılmamaktadır. Ergün Hiçyılmaz'ın , Doğan Yıldız'ın, Orhan Boran'ın, Halit Kıvanç'ın 1970'li yıllardaki yapıtlarının ve daha birkaç eserin dışında maalesef başka eserlere rastlanılmaktadır. Ayrıca bu yazarlarımızın bilimsel dergilerde de yazılarına rastlanılmamaktadır. Gençlik Spor Genel Müdürlüğü'nün satın aldığı veya bastırıldığı kitaplar arasında bir gezinmek durumu daha açık olarak ortaya koyacaktır.

Ayrıca spor gazetecileri, kendi içgüdülerini daha fazla ön plana çıkartarak olaylara mümkün olduğunca farklı bakış açıları getirmektedir. Belki de bu durum kismende olsa gazetecilerin bizzat kendilerinin haber üretme yoluna gitmelerleriyle olumsuz

sayılabilecek durumların ortaya çıkmasına da sebep olmaktadır. Bütün bunlar spor basınının yıpranmasına da neden olmaktadır. Kuşkusuz bunda iyi yetişmiş spor basını artık tercih etmemeleri ve düşük ücret politikalarında rolü bulunmaktadır.

Bu durumda kar etmeyi ön plana çıkaran medya, toplum için önemli olan amatör futbol dahil değişik spor dallarında aktif katılımı sağlayacak ve topluma yayacak yayınlar yapmaya yönlendirecektir.

2.5. Spor Yazarlığı

Dünyada, on dokuzuncu yüzyılın başlarında kurallar uygulanarak yapılmaya başlanan modern spor dallarını ilgi ile izleyen seyircilerin, bu karşılaşmalar için yapılan eleştirileri öğrenmek üzere büyük bir kitlenin gazeteleri okumaya başlamasıyla, ortaya çıkan ihtiyaçtan dolayı gazeteler spor konusunda bilgili yazarlar aramaya başladılar. Gazetelerde bu yazarların yazılarının sütunlar halinde yayınlamaya başlamasıyla spor yazarlığı gündeme geldi.

Bu yüzyılın ortalarından sonra İngiltere’ de futbol, Amerika’ da Boks ve Fransa’da güreş sporları ile ilgili organizasyonların profesyonel olarak düzenlenmeye başlanması sonrasında seyirci kapasitesinin artmasıyla birlikte okuyucu ve izleyici sayısında da büyük bir artış görüldü.

Buna bağlı olarak ta spor yazarlığı gelişmeye başladı. On dokuzuncu yüzyılın sonlarına doğru Fransa, İngiltere, Amerika, Almanya, Belçika ve İtalya’da yalnız spor yazan dergiler yayınlanmaya başlamıştır.

Türkiye’de kitle iletişim araçlarının sporla tanışması yazılı basın yoluyla ilk defa 1891 yılında yayınlanan eskrim ile ilgili bir yazıyla başlamıştır. Bunu Selanik’te çıkan Asır gazetesinin spora yer vermesi ve 1911 yılında Tasviri Efkarde ilk maç yazısı takip etmiştir. 1933’de Haber gazetesi ilk spor sayfasını yapmıştır. 1952’de ise Türk Spor adlı ilk günlük spor gazetesi çıkarılmıştır. 1968 yılında Tercüman gazetesi renkli ve çok

imzalı spor ekini yayınlandı. Bu tarihlerde spor basını % 90'a varan bir oranda futbola yönelikti (Karasüleymanoğlu 1986).

Bu gün ise 15 günlük gazete yayımlanmakta ve her birine 1-4 arasında değişen spor sayfası yer almaktadır. Günlük spor gazetesi sayısı ise 2'dir. 1997 yılında yapılan bir araştırmada günlük gazetelerin spor sayfalarında futbolun yine ağırlıklı olarak yer aldığı görülmektedir. Sabah gazetesi %56,47, Cumhuriyet gazetesi % 72,88, Zaman gazetesi %55,88, ve Emek gazetesi %53,68 oranında spor sayfalarında futbola yer vermişlerdir.

Kanalların spor programlarının içeriklerine bakıldığında ise, branşlara göre dağılımın en fazla futbol ağırlıklı olarak gerçekleştirildiği görülür. TRT1, bir haftalık spor programları içerisinde futbola %59,8, Kanal D %75, ATV %66, Show TV %62, Kanal 6 %50,6 ve Star %86,7'lik bir yer ayırmaktadır (Karaküçük 1996).

Televizyon pasif bir rekreasyon aracıdır ve insanların büyük bir kısmı boş zamanda televizyon seyretmeyi tercih etmektedirler. Televizyon yapımcıları da, onların bu isteklerinden yararlanarak yayınlarında pasif izleyiciler için heyecan ve rekabetin doruğa çıktığı spor dallarından birisi olan ve ilk sırayı alan futbol branşına ağırlık vermeye başlamışlar ve görülen ilgiden duyulan memnuniyet sonrasında da futbol dışında diğer sporlarla ilgili programlardan her geçen gün biraz daha uzaklaşmışlardır.

Televizyon başlangıçta spor dallarının değişen oyun kurallarını duyurmada, yeni sporları tanıtmada eğitici ve sporu yaygınlaştırıcı bir işlevi yerine getirirken daha sonraları, sporun büyük bir izleyici kitlelerinin ilgi odağı olması sonunda ortaya çıkan ekonomik boyutu (daha fazla reklam, daha fazla para kazanma) televizyonlardaki spor programlarını eğlence yönü ağır basan spor-magazin programlarına dönüştürmüştür (Öztürk 1998).

Sporu hobi olarak ya da sağlıklı yaşam sürmek için yapan milyonlarca insan medya tarafından neredeyse yok sayılmaktadır.

2.5.1. Türkiye de Spor Yazarlığının Tarihi Gelişimi

Türk basının da spor konusunda ilk yazıya 1891 yılında rastlanır. Ahmet İhsan Bey (Tokgöz), Türk edebiyatında önemli bir devre adını veren ünlü dergisi Servet-i Fünunu çıkarırken, bu derginin ilk sayısının sayfaları arasında spora da yer vermiştir. Ali Ferruh Bey adında bir kişinin Paris ten yazdığı 'Eskrim' konusundaki makale, Türk basınında ilk spor yazısı olması bakımından büyük önem taşımıştır. Tarih 14 Mart 1891.

'ilk spor kitabı' ise yine aynı yıllara rastlamaktadır. Mekteb-i Sultani (Galatasaray lisesi) Terbiye-i Bedeniye (Beden eğitim) öğretmeni olup memleketimizde jimnastik sporunun temel direklerinden biri olan Faik hoca (Üstün İdman) 1891 yılında yazıp yayınladığı 'Jimnastik veyahut Riyaziyat-ı Bedeniyye' adlı eserinde bu konuda öncülük etmiştir (Perin 1985).

Faik Üstün İdman hoca sporcuların olduğu kadar spor yazarlarının da piri olarak kabul edilmektedir. Gazetelerimizde ilk spor yazısı Osmanlı imparatorluğunun en büyük kentlerinde olan Selanik'te yayınlanan 'Asır' Gazetesinin 30 Mart 1895 tarihli 4. sayısının ikinci sayfasında 'yeni bir müsabaka' başlığı altında, İngiltere de yapılan bisiklet yarışları ile at yarışlarından bahsedilen bir yazıydı.

Türk basınında ilk spor dergisi ise 1910 yılında yayımlandı 'Futbol' adını taşıyan bu dergi, 28 Eylül 1910 günü yayın hayatına başladı. Derginin sahibi Üsküdarlı Mehmet Burhaneddin bey, daha sonraki adıyla ünlü spor adamı ve spor yazarımız Burhan Felek tir. Bu dergi aynı zamanda yarı Türkçe yarı Fransızca yayınlanmakta idi. Dergi ancak sekiz sayı yayının sürdürebilmiştir.

Burhan Felek, yayınladığı kitaplar ve yazılarıyla dönemine damgasını vuran en ünlü spor adamlarımızdan ve yazarlarımızdan biri olmuştur. Daha sonra Selim Sırrı (Tarcan) bey bu ekolü devam ettirmiş o da 'Terbiye ve oyun' adlı bir dergi yayınlamıştır. Bu dergide on sayı çıktıktan sonra kapanmıştır. 1913 yılında Cem-i bey 'İdman' dergisini yayınlamış, daha çok haberler yer vermiştir. Derginin yayın hayatı bir yıl kadar sürmüştür. Bu yıllarda en önemli ve ciddi olarak yayınlanan 'Donanma Mecmuası' idi.

Bu dergi donanma cemiyeti tarafından yayınlanmakta idi. Cumhuriyetten sonra günlük gazetelerin spor konusuna daha fazla eğildikleri görülmüştür. Ali Naci Bey (Karacan) o yıllarda akşam gazetesinin birinci sayfasını dahi spora açması Türk basınında yeni bir çağır açılmasına neden olmuştur. Çelebi Said Tevfik bey (Said çelebi) 1919 da ilk çağdaş spor gazetesi olan 'Spor Alemi'ni yayınlanmış ve ömrü fazla sürmeden kapanmıştır. Yusuf Ziya Öniş ve Tahir Yahya Kepkep tarafından 1923 tarihinde yayınlanan ' Türkiye İdman' adlı dergi 1925 tarihinde kapanmıştır (Bülbül 1999).

Suat Hayri Bey (Ürgüplü) Şa Şa Şa adlı spor dergisi, Refik Osman Beyin Gol dergisi o yılların ünlü dergileri idi. Daha sonra Türk spor dergisi 1928 yılında yayın hayatına başladı 'Türk Spor' dergisi o dönemde gerçekten güzel bir yayın yapmakta idi.

1934 yılında yepyeni bir akımın doğuşu görüldü. Akşam gazetesinin son sayfasının tamamen spora ayrılması bugünkü spor basınına da temel teşkil etmiştir. Bu dönemde 'Türk Spor' dergisine rakip olarak 'Olimpiyat' dergisi çıkartıldı. 'Olimpiyat' dergisinden sonra 'Kırmızı Beyaz' adlı dergi yayın hayatına başladı tarih 1937 (Hiçyılmaz 1985).

Tarafı ilk spor dergisi ' Sarı Lacivert' adıyla 'Can Kemal' namıyla bilinen Kemal Onan tarafından yayınlanmıştır. 1938 de 'Futbol' adıyla yeni bir dergi, 'Sporcu' adıyla başka bir dergi ard arda yayına başlamıştır. Hızla artan spor dergilerine 1939 yılında 'Stad' adı altında yeni bir dergi daha eklendi. 'Ankara Spor' adlı dergi mahalli olmaktan öteye geçemedi. 1943 yılında 'Şut' isimli başka bir dergi daha diğerlerini takip etti. Gazete şeklindeki 'Spor' isimli dergide 1944 yılında yayın hayatına girdi. Tarafı spor dergilerinden en önemlileri 'Fener' 'Sarı Lacivert' 'Öz Fenerbahçe' 'Beşiktaş' 'Galatasaray' dergileri de bu dönemlerde yayın hayatlarına başlamışlardır.

Spor basının da ilk ansiklopediler ise 1943 yılında görünmüş ve bu yıl 'Türkiye Spor Ansiklopedisi' yayınlanmıştı. Aradan 2 yıl geçtikten sonra 'Aylık Spor Dergisi' yayın hayatına girdiği görülmüştür. Bunca spor yayınının ortaya çıkması beraberinde spor yazarlığı gibi bir mesleğinde ortaya çıkmasına neden olmuştur. 22 Kasım 1953 yılında

ilk spor ajansı kurulmuştur. Spor yazarlığının bir meslek haline gelmesi o yıllarda günlük spor gazetelerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Türkiye de ikinci olarak yayınlanan spor gazetesi 1954 yılında 'Türkiye Spor' gazetesi olarak yayın hayatına başlamıştır. Bu gazete o dönemin zorluklarına rağmen 50 bin gibi çok büyük bir tiraja ulaşmış ve spor gazeteciliği ve spor yazarlığı alanında Reform' un gerçekleşmesine neden olmuştur. Bu dönemde fotoğrafında devreye girmesi tirajın artışında etkili olmuştur. Bu alanda çalışan insanların daha sonra (1960) yılında büyük bir olay gerçekleştirmişler ve 'Spor Yazarları Derneğinin' kurulması sağlanmıştır. 1968'li yıllarda tüm günlük gazeteler spor sayfalarına ve spor yazarlarının yazılarına geniş oranda yer vermeye başlamışlardır. Bugün Türkiye de yayınlanan on beş civarında günlük gazete ve üç dört kadar günlük spor gazetesi yaklaşık aylık haftalık yayınlanan yedi sekiz kadar spor dergisi yayınlanmakta, bu yayınlarda yaklaşık iki yüze yakın spor yazarı veya spor adamı faaliyet göstermektedir. (Atabeyoğlu 1992)) 21 Mart 1953 yılında Eskişehir de yayın hayatına atılan Amatör spor gazetesi 4 sayfadan oluşmuş ve on beş günde bir yayınlanmıştır. Yerel basın alanında sayılı şehir olan Eskişehir in spor basının yerellik potası içinde eriterek spor basını alanında önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir (Baraz1988).

Yaşanan bu gelişmelerden sonra 1957 yılında Ankara da da Yeni gün gazetesinin Mehmet ali kışlalı yönetimindeki fotoğrafa fazla önem vermeyen spor basınına yeni bir sayfa düzeni anlayışı getiren spor servisinde aralarında hıncal uluç ve Kurt han fişek gibi ünlü isimlerin bulunduğu bir kadro görev yapmıştır (Hiçyılmaz 1985).

13 Eylül 1981 Tarihinde ' spor yazarlığının ve gazeteciliğin en eksantrik adlarından İslam Çupi milliyet gazetesi spor servisine katılmıştır. (Karaca) Çupi bu tarihten sonra tarzı ile diğer spor yazarlarından farkını hissettirmiştir. 19 Şubat 1982 Yılında yayın hayatına başlayan Güneş gazetesi daha önceleri milliyet ve tercüman gazetesinin başlattığı star imza kadro uygulamasına devam etmiştir. Spor ve spor basını dünyasından bir çok ünlü güneş gazetesi spor sayfalarında görev yapmışlardır. 1988

yılında Foto spor, 1991 yılında Foto maç, 1995 yılında Taraftar ve fanatik adlı gazeteler ile sarı kanarya, cim bom, kara kartal gibi dergiler yayınlanmıştır.

2.5.2. Günümüz Spor Yazarlığının Durumu ve Bugünkü Yapısı

Bu gün ülkemizde mevcut spor yazarlığı kavramı büyük tartışmalara sebep olmaktadır. Ülkemizde son yıllarda medyanın ticari kaygılar nedeniyle spor yazarlığı kavramının da bir bakıma yozlaştığı ve spor da bugün meydana gelen şiddet yada bir çok olayda önemli rol oynadığını düşünmekteyiz. Sporun evrenselliğinden hareket ile spor yazarlığının tüm dünyada aynı şekilde yapıldığı düşüncesinde bulunabiliriz. Ancak uluslar arası spor yazarları birliği başkanı Togay Bayatlı, spor yazarlığını dört grupta toplamaktadır; Bunları birincisi, Amerika birleşik devletleri Yazarlığı, İkincisi Avrupa tipi spor yazarlığı, üçüncüsü gelişmekte olan ülkeler tipi spor yazarlığı ve Türkiye tipi spor yazarlığı şeklinde sıralamaktadır (Bayatlı 1986).

Amerika Birleşik Devletleri tipi spor yazarlığı, ülkenin çok geniş bir coğrafyaya yayılması ve ülkede yaygın olan spor anlayışı nedeni ile bölgesel niteliktedir. Eyalet ve bölgelerde benimsenen spor dalları ile ilgili haber ve yorumları o bölgede uzmanlaşmış olan spor yazarları tarafından yapılmaktadır. Eyaletlerde spor basınında yer alan haber ve yorumlar, konu olarak o eyalette yaygın olan spor dalları, bu dallarda mücadele eden takım ve sporcular ve spor örgütlerini ele almaktadır.

Bununla birlikte A B D spor basını diğer ülkelerde uygulanan spor basınlarından ayrılan bir diğer yön ise, spora ayrılan sayfa sayısıdır. Bayatlı, spor karşılaşmalarının yoğun olduğu dönemlerde spora ayrılan sayfa sayısını 10 ila 20 arasında değiştiğini belirtmektedir. Bununla birlikte 1996 Atlanta olimpiyatları sırasında USA to day gazetesi 16 sayfa spor haberi verirken, yerel bir gazete olan Atlanta journal ise 32 sayfa spor haberi vermiştir (Sabah Gazetesi 1996).

Ancak, A B D görev yapan spor yazarlarının derinlemesine uzmanlaşmış olmaları ve eyaletlere göre değişik spor dallarının popüler olması haber-konu sıkıntısının önlemiştir. Eyaletler göre popüler olan Basketbol, rugby, beyzbol, buz hokeyi gibi spor dallarına

ağırlık vermesi, yurt dışındaki spor olaylarına yeterince yer ayıramamalarına neden olmuştur (Bayatlı 1986).

Avrupa tipi spor yazarlığında ise Futbol ağırlıklı bir spor yazarlığı mevcuttur. Genellikle hafta sonu müsabakalar döneminde gazetelerin sayfa sayıları A B D de olduğu gibi artmaktadır. Avrupa ülkelerinde, spor takımları arasındaki ekonomik, teknik ve sahip olunana oyuncular açısından farklılıkların çok büyük olamaması nedeniyle her takım şampiyonluğa oynayacak güçtedir.

Gerek spor basının hafta sonları artan sayfa sayıları gerekse takımların değişik kentlere dağılmış olması, üretim sürecinin bir getirisi olan uzmanlaşmanın spor basınına da taşınmasını sağlamıştır. Toplumsal yaşam ve üretim sürecinin tüm alan ve aşamalarında uzmanlaşmanın yaygınlaşması, spor yazarlığında uzmanlaşmaya neden olduğu gibi spor basını okuyucularının uzmanlar tarafından hazırlanan eserleri büyük beğeni toplamasına neden olmuştur. Fransa da kimi okuyucuların L' Equipe gazetesinde 17 yıldır spor yazarlığı yapmakta olan futbol uzmanı ve bu konu ile ilgili 7 kitabı yayınlanmış olan Gerard Erno' nun değerlendirilmelerinden başka bir yorum okumak istememeleri (Belgin 1985) uzmanlaşmanın okuyucu tarafından ne derece benimsendiğini göstermektedir. Avrupa tipi spor yazarlığını kolay kılan diğer bir faktörde uzmanlaşmanın kaçınılmaz gerekleri olan araştırma ve inceleme imkanlarının bol olmasıdır. Bunun için gerekli olan zaman, yazılı kaynak ve mali imkanlar spor yazarlarının kullanımına sunulmaktadır. Ortaya konan ürünler spor basınında sürekli olarak yer bulmaktadır. Bu eserlerin sürekli yer alması moral açısından da yazarlara büyük motivasyon sağlamaktadır.

Avrupa tipi spor yazarlığında bireylerin aldıkları eğitimin yanında en az bir yabancı dil öğrenmeleri, spor yazarlığının yabancı dil sorunun ortadan kaldırmaktadır. Bu da yazarların sporcu ve meslektaşlarını ve yabancı yayınları takip etmelerini ve daha kolay diyalog kurmalarını sağlamaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde uygulanmakta olan spor yazarlığı, daha öncekilere göre gerek teknik gerekse içerik olarak geri durumdadır. Bu tipteki spor yazarlarının geneli daha önceden spor yapmış kişilerden oluşmaktadır. Bununla birlikte bu tür spor yazarlığında uzmanlaşma bulunmamaktadır. Ülke genelinde yaşanmakta olan ekonomik siyasi bilimsel ve sanatsal ve teknolojik yetersizlikler, spor basınına ve spor yazarına yansımaktadır. Bu olumsuzluklar uzmanlaşmanın gerçekleşmemesine, haber yorumlarının sağlıklı yapılamamasına, haber ve konu seçiminde isabetsiz kararlar alınmasına neden olmaktadır.

Bizim için önemli olan Türkiye de ki spor yazarlığı tipi tam anlamıyla bir geçiş süreci yaşamaktadır. Spor yazarlığı gerek yurt içinde gerekse yurt dışında başlangıç aşamasında sporun için gelen kişilerce yapılmıştır (Bayatlı 1986).

Türk spor yazarlığı tarihinde önemli yer tutan Burhan felek, Refik Osman top, Selim Sırrı Tarcan birer spor yazarı olmanın ötesinde sporun içinden gelen kişilerdir. Spor yapmış olan bu kişilerin aynı zamanda spor yazarı olmaları yukarıdaki düşüncüyü desteklemektedir.

Özellikle 1950 lerde başlayan sanayileşme hamlesi, sporun gelişmesine yol açtığı gibi spor basını ve spor yazarlığının da gelişmesini sağlamıştır. Spor dergilerinin ve gazetelerin spor sayfalarının artması bu sayfalarda yazacak insan sayısının da artmasına neden olmuştur. Ülkenin o dönemdeki ekonomik siyasi ve eğitimsel koşulları spor yazarlığı konusunda eğitim almış kişilerin bulunmaması, daha önce spor yapmış, spor ve basına yabancı olmayan kişilerin spor yazarı olarak istihdam edilmesine yol açmıştır.1970-1980 lerde başlayan ekonomi iletişim eğitim alanındaki gelişmeler, spor yazarlarının önceki dönemlerde taşıdıkları özelliklerden farklı özellikler getirmiştir. Spor yazarlarının gazetecilik ve spor eğitimi almış olması, Türkçe yi iyi konuşup yazabilmesi en az bir yabancı dil bilmesi objektif yorumlar yapabilmesi gerekli sayılmıştır. 1990'lı yıllar ise sanayi sürecinin hız kazanması ve üretim sürecinde ileri teknoloji kullanımı ile emekten kazanım elde edilmiş ve sonucunda boş zaman

çoğalmıştır. Bununla birlikte çeşitli siyasi ve ekonomik oluşumlar nedeni ile toplum içindeki bireyin tepkisini ancak seçimlerde gösterecek ortam yaratılması nedeni ile spor ve spor basını bir tepki verme aracı olarak görülmüştür. Toplumsal olaylardan kaçış olarak görülmüş ve kullanılmıştır. Bunlara paralel olarak dağıtım kanallarında sermayenin yoğunlaşması, dağıtım kanallarının maliyetini yükseltmiş bu maliyetin azaltılması ve beliren finans sorununun giderilmesi için spora ağırlık veren bulvar gazeteleri çıkarılmıştır.

Spor basınının bu yeni organlarda yorum yapacak gerekli spor yazarlarının bulunmaması, eskiden spor yapmış kişilerin spor yazarı olarak istihdam edilmesine yol açmıştır. Özellikle jübile yapmış futbolcular ve futbol hakemleri spor yazarlığı ile ilgili bir eğitim almamalarına karşın spor sayfalarında yorumlara imza atmışlardır. Kozan oğlu na göre ‘Biraz tecrübeleri ve bilgileri, daha çok imzaları için spor sayfalarına davet edilirler. Kimisi saygın yorumcu izler düşünür, oturup yazar. Kimisi izler, az düşünür, bir şeyler anlatır, profesyoneller oturur yazar. Bazıları da yalnızca bir imza, iki kelimeyi bir araya getirip yanındakilere anlatana kadar, onun imzası ile yazılan yazı sayfaya konmuştur bile (Kozanoğlu 1990).

Benzer şekilde Fatih Terimin milliyet gazetesinde spor yazarlığı yaptığı döneme ilişkin, spor yazarı Orhan Aldinç’e gönderme yapan sözleri bu konu açısından büyük önem taşımaktadır.” Orhan Aldinç yazıyordu biz ise çiziktiriyorduk” (Terim 1996).

Spor yazarlarının gerekli eğitimi almaması yaptıkları yorumculuk işini dahi tam anlamadan yaptıklarını göstermektedir. Yorum eleştirinin olumlu ve olumsuz olduğunu bilmeyen yazar, sadece olumsuz yorum yapmakla, olumsuz eleştirilerde bulunmakla spor yazarlığının gereklerini yerine getirdiğini sanmaktadır. Yazarlar yaptıkları yorumlarda eleştirdikleri sporcuların bir makine değil, bir insan olduğunu sporcu yada yönetici eleştirmeden ve suçlamadan önce savunma yapmasına olanak tanınması gerektiğini, yazdıklarının ne tür etki yapacağına, yorumun ancak bilgi sahibi kişilerce yapılabileceğini, bu nedenle de kendilerini geliştirmenin gerekli olduğunu

unutmamalıdır. Spor yazarlarının gerekli eğitimi almamış olmaları tamamen bilgisayarla donanmış ortamlarda bile yorumlarını bilgisayarlara geçirmelerine engel olmaktadır. Spor basının da hizmet içi eğitim olmaması yazarların ya deneme yanılma yöntemi yada başka çalışanlarca yazılmasına yol açmaktadır. Bu gün ülkemizde spor basınına yöneltilen eleştirilerin başında gelen, taraftar spor basını hatasının en önemli nedenleri arasında eski sporcuların spor yazarı olarak istihdam edilmesi bulunmaktadır. Eski sporcu yeni spor yazarlarının duygusal olarak formasını giydiği takımı desteklemesi doğal olarak karşılanabilir. Ancak bu tutumu haber ve yorumlarda taraftarlığa ve fanatikliğe ulaştırması da aynı doğallık referansı içinde reddedilir. Aynı zamanda taraftarlık olgusu tutarsızlığında beraberinde getirmektedir. Spor yazarlarının taraf tutarak yaptığı haber ve yorumlar, sahada oynanan oyun ve sergilenen performansı ile spor basınında yer alan yazıların farklı olmasına yol açmaktadır.

Spor yazarlarının Abdi İpekçi, Nezih Demir kent, Necmi Tanyolaç, Erdoğan Arı pınar, ve Rahmi Turan örneklerinde olduğu gibi bir basın organında en üst konum olan genel yayın yönetmeni olmaları, basın çalışanlarının kendilerini yetiştirecekleri en iyi yer spor basını olduğunu doğrulamaktadır (Gökçe 1985).

Spor basınının içeriği hazırlayan muhabirlerin ve yazarların eğilimleri, çalışma koşulları, ücret ve sosyal güvenlik politikaları göz ardı edilmekte ve sadece teknolojiye yapılan yatırımlarla spor basınının gelişebileceği gibi hatalı bir düşünceye kapılmıştır. Tanyolaç a göre ‘ Spor yazarlığının okulu yoktur. Tecrübeyle, gelenekle, doğruyu aramak için bazen yanlışlarla tutunu larak öğrenilir. Ancak kişisel yeteneğe bağlı, ancak eğitimden uzak bir atmosferde başlayan spor yazarlığı, tecrübe potasında olgunluğa kavuşuncaya kadar çok seneler geçmekte, bu da hem verimliliği, hem de yönetimde genç yaşta söz sahibi olmasını engellemektedir (Tanyolaç 1985).

Genellikle ülkemizde dört yılda bir yapılan olimpiyatlardan dolayı sporlara da eğiliyor gözükten bir spor medyasına sahip durumdayız. Yazarlarımız da ki lisan eksikliği, eğitim düzeyi, meslek içi kursların veya programların yetersizliği ortaya sığ bir spor

medyası çıkarmaktadır. Ülkemiz spor medyasında branşlaşma olmamış bazı gazete ve televizyonlarımızda birkaç kişi değişik branşlar peşinde koşarak görev yapmaktadır. Halbuki gelişmiş ülkelerde görev yapan spor yazarları branşlara ayrılmışlardır. Türkiye de futbolu bilen bilmeyen, oynayan oynamayan spor servisine yolu düşmüş bir kişi dahi olsa mesleği ne olursa olsun yazı yazar yorum yapar. Spor yazarı adı altında görev yapan insanların büyük bir bölümü sadece bir dalla oda işin en kolay tarafı olan futbolla ilgili yazılar yazmışlardır. Bu gün ülkemizde spor yazarı adı altında olanların %97 veya 98 i futbol yazarıdır. Arı pınara (1985) göre 1956 senesinde tanıştığım kişinin adı Sportsy Beyefendi bir insan Bu gün Avrupa nın başkanı değil mi bir gün bana sordu Arı pınar senin mesleğin ne? Spor yazarıyım dedim. Dur ya Arı pınar ne yazarsın dedi. Anlamadım ben spor yazarıyım dedim. Ne yazarsın ne, dedi bak ben 33 senedir otomobil yazıyorum Bir numarayım Yunanistan'da. Ha abı ben kayak yazarıyım o kursu bitirdim, futbol hakem kursu bitirdim onları yazarım dedim ve hah şimdi oldu öyle 36 branşı yazmak gibi bir allamelik yok dedi.

Dünyada spor yazarı olarak 30.000. civarında insanın bu işle uğraştığı bilinmektedir. Bunlardan 8000 kadarı A.I.P.S üyesidir.(Dünya Spor Yazarları Birliği) Ülkemizde bu durum Türkiye Spor Yazarları Derneğine üye yaklaşık 700 civarında üyesi mevcut olup 400 civarındada ayrı serbest giriş kartlı spor yazarı olduğu bilinmektedir. Bu rakamlara bakarak ülkemiz Almanya dan sonra en çok spor yazarına sahip ülke konumundadır. Bu da ülkemizde spora bir başka deyişle Futbola ne kadar önem verildiğini göstermektedir.

Yukarıda da belirttiğimiz gibi yazarların büyük çoğunluğu Futbolla ilgili yazılar yazdıkları için yaptıklarının Futbol yazarlığı olduğunu söylemekte yanlış olmaz.

3. MATERYAL ve METOD

3.1. Materyal

2001 yılı içinde Türk medyasının spor ile ilgili birimlerinde (gazete, dergi ve Tv'lerde) spor yazarlığı ve yorumculuğu yapan Türkiye Spor Yazarları Derneği (TSYD) üyesi 100 tane spor yazarı ve Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden Random usulü seçilen illerde(Afyon-İzmir-Konya-Ankara-Karaman-Adana-Mersin-Trabzon-Erzurum-Malatya-Diyarbakır-İstanbul-Kocaeli) Türk Spor Kamuoyunu oluşturan (seyirci, yönetici, hakemler, antrenörler, ile amatör ve profesyonel sporcular vs.) 800 denek araştırmanın materyalini oluşturmuştur.

3.2. Metod

Araştırmada öncelikle alan ile ilgili Literatür taraması yapılmıştır. Daha sonra; Veri toplamak için 'Anket Survey' tekniği kullanılmıştır. Deneklerin görüşleri anket yoluyla belirlenmiştir.

Alanında uzman olan kişilerin görüşlerinden faydalanarak hazırlanan anketler geliştirilerek spor yazarları ile spor kamuoyundan oluşan iki gruba ayrı ayrı uygulanmıştır.

Bilgi toplama araçlarından elde edilen veriler hazırlanan kod yönergelerine göre bilgi formlarına işlenmiş ve bilgisayarda değerlendirmeye hazır hale getirilmiştir. Bilgilerin analizinde SPSS 10.0 programı kullanılmıştır. Her soruya deneklerin verdikleri cevapların frekans ve yüzdeleri alınmıştır. Kişisel bilgiler için frekans ve yüzdelerle yetinilmiştir.

Ki-kare (χ^2) ve Sd' ne göre belirlenen sonuçlardan elde edilen bulgular tablolastırılarak $p<0.05$ değerine göre yorumlanmıştır.

4. BULGULAR

Spor medyası ve Spor kamuoyuna yöneltilen ve aynı sorulardan oluşan anketler iki bölümden oluşmaktadır.

Anketin birinci bölümü, spor yazarları ve spor kamuoyunun oluşturduğu deneklere kişisel bilgiler ile ilgili olarak yöneltilen sorulardan elde edilen bilgilerle oluşturulan tablolardan (Tablo 1-10 arası),

İkinci bölümü ise spor yazarlarının mesleki yeterliliği ve spor kamuoyu üzerindeki etkilerinin neler olduğunu ortaya koymasını hedefleyen sorulardan elde edilen bilgilerin istatistiksel işleme tabi tutulması ile elde edilen tablolardan oluşmuştur. (Tablo 11-41 arası)

4.1. Kimlik Bilgileri İle İlgili Bulgular.

Tablo 1.Spor yazarları ve spor kamuoyunun cinsiyetlerine göre dağılımı

Cinsiyetler	Spor Yazarları		Spor Kamuoyu	
	Sayı	%	Sayı	%
Bayan	12	12	74	9.25
Erkek	88	88	726	90.75
GENEL TOPLAM	100	100	800	100

Tablo 1’de görüldüğü gibi spor yazarlarının %88’i ve spor kamuoyunun %90.75’ini erkekler oluşturmaktadır. Bayanlar spor kamuoyunda %9.25, spor yazarlarının dağılımında ise %12 oranındadır. Bu sonuç ise bayanların spor yazarlığını meslek olarak pek tercih etmediklerini bunun yanında spor yazarlarını ve spor kamuoyunu oluşturan kesimin büyük bir kısmının erkek olması ise erkeklerin spor daha fazla ilgi duyduklarını göstermektedir.

Tablo 2. Spor yazarları ve spor kamuoyunun yaş gruplarına göre dağılımı

Yaş Gurupları	Spor Yazarları		Spor Kamuoyu	
	Sayı	%	Sayı	%
25 yaş altı	24	24	376	47
26-30 yaş arası	14	14	208	26
31-35 yaş arası	12	12	76	9.5
36-40 yaş arası	16	16	64	8
40-yaş ve yukarısı	34	34	76	9.5
Genel Toplam	100	100	800	100

Tablo 2’de yer alan sonuçlar, spor yazarlarının büyük bir bölümünün 30 yaşın üzerinde olduğunu (%62), bunun yanında spor kamuoyunun ise %73’ünün 30 yaşın altında olduğunu göstermektedir.

Elde edilen veriler medya kuruluşlarının kadrolarını oluştururken alanında yeterli bilgi birikimi olan tecrübeli yazarlara daha çok yer vermeyi tercih etmelerini ve hedef kitlenin ise %73’ünün 30 yaş altında olduğu görülmektedir. Bu da Türkiye’nin nüfus dağılımı ile benzer bir görünüm taşıdığını göstermektedir.

Tablo 3. Spor yazarları ve spor kamuoyunun öğrenim durumlarına göre dağılımı

Mezun Oldukları Okullar	Spor Yazarları		Spor Kamuoyu	
	Sayı	%	Sayı	%
Orta Dereceli Bir Okul Mezunu	2	2	98	12.25
Lise ve Dengi Bir Okul Mezunu	24	24	324	40.5
Yüksekokul Mezunu	74	74	378	47.25
Genel Toplam	100	100	800	100

Tablo 3, medyada görev yapan yazarların %24’ünün lise ve dengi bir okul, %74’ünün yüksek okul mezunu olduğunu, bununla birlikte spor kamuoyunun da %40.5 lise ve dengi okul, %47.25 ininde yüksek okul mezunu olduğunu göstermektedir. Medya mensuplarının büyük bir kısmının yüksek tahsil sahibi olduklarını ve hedef kitlelerinin de tahsil seviyelerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Spor yazarlarının ve spor kamuoyunun gelir seviyelerine göre dağılımları

Gelir düzeyleri	Spor Yazarları		Spor Kamuoyu	
	Sayı	%	Sayı	%
100-250 milyon TL.	6	6	412	51.5
251-400 Milyon TL	24	24	262	32.75
401-600 Milyon TL	32	32	74	9.25
600 milyon TL ve Yukarısı	38	38	52	6.5
GENEL TOPLAM	100	100	800	100

Tablo 4 de yer alan spor yazarları ve spor kamuoyunun gelir seviyelerine göre dağılımlarını gösteren Veriler spor yazarlarının %70'inin 400 milyon ve üzeri %30'unun ise 400 milyon TL'nin altında aylık gelire sahip olduklarını spor kamuoyunun ise %51.5'inin 100-250 milyon TL, %32.75'inin 250-400 milyon TL arası bir ekonomik gelire sahip olduklarını göstermektedir. Sonuç olarak spor yazarlığını meslek olarak icra eden kesimin aylık kazancının Türkiye şartlarına göre iyi sayılabileceği, Spor kamuoyunu oluşturan kitlenin ise Türkiye şartlarına göre yetersiz bir aylık gelire sahip olduklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 5. Yüksek okul mezunu olan spor yazarlarının mezun oldukları okullara göre dağılımı

Mezuniyet Alanları	Spor Yazarları	
	Sayı	%
İletişim Fak.	48	64.86
İktisadi ve İdari Bilimler	8	10.08
Hukuk Fak.	2	2.7
Müh. Mim. Fak.	4	6.1
Besyo	6	8.1
Diğer	6	8.1
Genel Toplam	74	100

Tablo 5'te yüksek okul mezunu olan spor yazarlarının mezuniyet dallarına göre dağılımları görülmektedir. Spor yazarlarının %54'ünün iletişim ve spor alanında bir okul mezunu olmaları, medya kuruluşlarının kadrolarını oluştururken bu alanda eğitim almış kişilere daha çok yer verdikleri şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 6. Spor kamuoyunun mesleklerine göre dağılımı.

Meslek grupları	Sayı	%
Memur	130	16.25
Serbest meslek	270	33.75
Öğrenci	248	31
İşçi	152	19
Genel Toplam	800	100

Tablo 6. Spor kamuoyunu oluşturan kesimin meslekler açısından dağılımını göstermektedir. Verilere göre %16.25'i memur, %33.75'i serbest meslek, %31'i öğrenci,%19'unun ise işçi olduklarını göstermektedir. Dağılımın bu şekilde olması ise, Türkiye nüfusunun mesleki dağılımı ile büyük bir benzerlik göstermektedir.

Tablo 7. Spor yazarlarının ve spor kamuoyunun spor yapma durumlarına göre dağılımları.

Cevapları	Spor Yazarları		Spor Kamuoyu	
	Sayı	%	Sayı	%
Evet	54	54	314	39.25
Hayır	46	46	486	60.75
GENEL TOPLAM	100	100	800	100

Tablo 7'de spor yazarlarının ve spor kamuoyunu oluşturan deneklerin spor yapma dağılımlarını göstermektedir. Spor yazarlarının %54'ünün, spor kamuoyunun ise %39.25'inin spor yaptığını, spor yazarlarının %46'sının ve spor kamuoyunun da %60.75'inin spor yapmadığını göstermektedir. Bu sonuçlar ise spor yazarlarında aranan tahsil, yaş, gibi kriterler yanında spor yapmanın da bir kriter olarak dikkate alındığını, spor kamuoyunun ise %60.75'inin spor yapmamış olmasının onların spora pasif katılma olarak yönelmesinde belirleyici bir faktör olmadığını göstermektedir.

Tablo 8. Spor yazarlarının ve spor kamuoyunun uğraştıkları spor dallarına göre dağılımları.

Spor dalları	Spor Yazarları		Spor Kamuoyu	
	Sayı	%	Sayı	%
Futbol	38	70.3	206	65.6
Basketbol	6	11.1	28	8.9
Voleybol	6	11.1	18	5.7
Diğer	4	7.5	62	19.6
Genel Toplam	54	100	314	100

Tablo 8. Spor yazarları ve spor kamuoyunun uğraştıkları spor dallarına göre dağılımlarını göstermektedirler. Spor yazarlarının %38'inin spor kamuoyunun da %65.6'sının futbol ile

uğraştıkları görülmektedir. Bu sonuçlarda; Günümüzde futbol sporunun dünyada neden kabul edildiğinin açık bir göstergesidir.

Tablo 9. Spor yazarları ve spor kamuoyunun spor kulüplerine üye olmaları

Cevapları	Spor Yazarları		Spor Kamuoyu	
	Sayı	%	Sayı	%
Hayır	76	76	648	81
Evet	24	24	152	19
GENEL TOPLAM	100	100	800	100

Tablo 9'da spor yazarları ile spor kamuoyunu oluşturan kesimin spor kulüplerine üye olmaları ile ilgili cevapları görülmektedir. Spor yazarlarının %24'ü üye olmadıklarını spor kamuoyunun %81'i üye olmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu da spor yazarlarının tarafsızlık içinde olduklarını ve spor kamuoyunu aydınlatırken bu ilke doğrultusunda yazdıklarının açık bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Tablo 10. Spor yazarlarının ve spor kamuoyunun yabancı dil bilmelerine göre dağılımları.

Yabancı Diller	Spor Yazarları		Spor Kamuoyu	
	Sayı	%	Sayı	%
Rusça	-	-	-	-
İngilizce	22	22	64	8
Fransa	7	7	8	1
Almanca	6	6	16	2
Bilmiyorum	65	65	710	89
Genel Toplam	100	100	800	100

Tablo 10 deneklerin yabancı dil bilme dağılımlarını göstermektedir. Spor yazarlarının %22'si ile spor kamuoyunun %8'i İngilizce bildiklerini, ancak spor yazarlarının %65'i ile spor kamuoyunun %89'u ise yabancı dil bilmediklerini ifade etmişlerdir. Bu da Türk insanının yeterli seviyede yabancı dil eğitimi almadığı şeklinde yorumlanabilir.

4.2. Spor Yazarlarının Mesleki Yeterliliği ve Spor Kamuoyu Üzerindeki Etkileri İle İlgili Bulgular.

Tablo 11. Deneklerin düzenli olarak her gün bir spor yayını okumalarına göre dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	86	86	8	8	6	6	100	100
Spor Kamuoyu	364	45.50	258	32.25	178	22.25	800	100

$$X^2=58.327$$

$$p=0.000$$

$P=0.000 < 0.05$, Olduğundan her iki denek grubu arasında anlamlı düzeyde bir ilişki vardır.

Tabloda 11'de görüldüğü gibi spor yazarlarının %94 e yakını düzenli bir spor yayını takip ediyor spor kamuoyunda ise %78 inin günlük spor yayınlarını düzenli olarak takip ettiklerini göstermektedir. Bu sonuçlar ise; hem spor yazarlarının hem de spor kamuoyunun spor ile ilgili konularda yeterince duyarlı olduklarını hem de medyanın kamuoyunu sürekli olarak bilgilendirmek için araştırmacı olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 12. Deneklerin her gün düzenli olarak bir spor programı izlemelerine göre dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	56	56	40	40	4	4	100	100
Spor Kamuoyu	506	63.25	194	24.25	100	12.50	800	100

$$X^2=14.787$$

$$P=0.001$$

$P=0.001 < 0.05$, Olduğundan her iki denek grubu da aynı anlamda bir görüş belirtmişlerdir.

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi spor yazarlarının tamamına yakını %96 gibi spor kamuoyunun ise %87 gibi çok büyük bir kesiminin spor programlarını takip ettiklerini göstermektedir. Bu da bize spor programlarının geniş kitleler tarafından takip edilebilecek kadar ilgi ile izlendiğini ve spor kamuoyunun ihtiyaçlarına cevap verdiği söylenebilir.

Tablo 13. Spor yazarlarının mesleki eğiti almaları şartının gerekliliği görüşünün dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	86	86	14	14	-	-	100	100
Spor Kamuoyu	664	83	80	10	56	7	800	100

$$X^2=8.458$$

$$P=0.015$$

$P=0.015 < 0.05$, Tablo 13'te görüldüğü gibi her iki denek grubu aynı yönde görüş belirtmişlerdir.

Tabloda da görüldüğü gibi spor yazarları %86'sı, spor kamuoyunun ise %83'ü spor yazarlarının mesleki bir eğitim alması gerektiğini ifade etmektedir. Bu sonuç ise hem spor yazarlarının hem de spor kamuoyunun alanı ile ilgili eğitim almış kişilerin yazılarını okumak yada yaptıkları programları izlemek amacıyla olduklarının göstergesidir.

Tablo 14. Spor yazarlarının en az bir yabancı dil bilmeleri görüşünün dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	Sayı	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	86	86	8	8	6	6	100	100
Spor Kamuoyu	618	77.25	110	13.75	72	9	800	100

$$X^2=4.035$$

$$P= 0.133$$

$P=0.133>0.05$, Tablo 14'de görüldüğü gibi spor yazarlarının en az bir yabancı dil bilmeleri gerektiği görüşünü ortaya koymaktadır.

Spor yazarlarının %94'ü, spor kamuoyunun %91 gibi çok büyük bir bölümü medyada görev alan yazarların en az bir dil bilmeleri konusunda büyük oranda evet demişlerdir. Bu sonuç ise spor yazarlarının mesleki yeterliliğinde aranan özelliklerden birisinin de en az bir yabancı dil bilmesi gerektiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 15. Spor yazarlarının kulüp yazarı olmalarına göre dağılımları.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	14	14	20	20	66	66	100	100
Spor Kamuoyu	150	18.75	180	22.50	470	58.75	800	100

$$X^2=2.135$$

$$P=0.344$$

$P=0.344>0.05$, Olduğundan her iki denek grubu da büyük oranda hayır cevabı vermişler istatistik açıdan anlamsız bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Tablo 15'de görüldüğü gibi spor yazarlarının %86 sı spor kamuoyunun da %81 i spor yazarlarının sadece bir kulüp ile ilgili yazılar yazmalarını istememektedirler. Bu veriler kulüp yazarlığının her iki denek grubu tarafından da benimsenmediğini ortaya koymaktadır.

Tablo 16.Spor yazarlarının teknik ve taktik konularda ki bilgilerine göre dağılımları.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	2	2	54	54	44	44	100	100
Spor Kamuoyu	88	11	358	44.75	354	44.25	800	100

$$X^2=8.863$$

$$P=0.012$$

$P=0.012<0.05$. Tablo 16' da görüldüğü üzere spor yazarlarının verdikleri cevaplardan teknik ve taktik konularda kendilerini yetersiz bulmaları yanında, spor kamuoyunun da teknik ve taktik açıdan spor yazarlarını yetersiz bulduklarını ifade etmişlerdir.

Bu cevaplar doğrultusunda; sonuç olarak teknik ve taktik ile ilgili konularda spor yazarlarının mutlaka eğitim almaları ve medyanın bu alandaki boşluğu bir şekilde doldurmasının spor kamuoyunun beklentilerinden birisi olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 17. Spor yazarlarının gerçekleri yazma dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	2	2	46	46	52	52	100	100
Spor Kamuoyu	68	8.50	234	29.25	498	62.25	800	100

$$X^2=14.373$$

$$P=0.001$$

$P=0.001<0.05$, Tablo 17'de her iki grubun verdikleri cevaplar spor yazarlarının spor alanında yazdıkları yazıların doğruluğuna inanmadıklarını göstermektedir.

spor yazarlarının her zaman doğruyu yazmadıklarını ortaya koyduğu gibi, spor kamuoyunun da yazılanların tamamına yakınının doğru olmadığını bilincinde olduğunun açık göstergesi dir. Sonuç olarak her iki denek grubunun cevapları spor yazarlarının büyük bir bölümünün haber kaynaklarının ne derece güvenilir olduğuna bakmadan yazılarını yazdıklarını bir kısım spor yazarının ise spor kamuoyuna haber aktarımında pek samimi olmadıkları şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 18.Spor yazarlarının yazılarında hedef kitlenin duymak istediklerini yazmalarının dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	46	46	44	44	10	10	100	100
Spor Kamuoyu	306	38.25	298	37.25	196	24.50	800	100

$$X^2=10.596$$

$$P=0.005$$

$P=0.005<0.05$. Tablo 18’de yer alan veriler spor yazarlarının %90 ı, ile spor kamuoyunun %75 den fazlasının spor yazarlarının yazılarında spor kamuoyunun duymak istediklerine yer verdiklerini göstermektedir. Bu cevaplar spor yazarlarının hitap ettikleri hedef kitleyi iyi tanıdıklarını ve hedef kitlenin neleri duymak istediklerini çok iyi bildiklerinin açık göstergesidir. Sonuç olarak spor yazarlarının yazıları ile spor kamuoyunun beklentilerine yeterince cevap verdikleri ve kamuoyunun da bundan memnun olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 19. Spor yazarlarının yazılarında kendi yayın organlarının politikaları doğrultusunda yazmalarının dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	46	46	42	42	12	12	100	100
Spor Kamuoyu	430	53.75	208	26	162	20.25	800	100

$$X^2= 12.231$$

$$P=0.002$$

$P=0.002<0.05$. Olduğundan her iki denek grubu arasında istatistik açıdan düzenli bir ilişki vardır.Tablo 19’da görüldüğü gibi deneklerin verdikleri cevaplarda %88’i ile spor yazarlarının, %80 ile spor kamuoyunun, spor yazarlarının bağlı oldukları yayın kuruluşlarının politikaları doğrultusunda yazı yazdıklarını ortaya koymaktadır. Bu sonuçlarda gösteriyor ki yazarların büyük bir bölümünün çalıştıkları medya kuruluşlarının politikaları doğrultusunda yazdıklarının ve ulaşmak istedikleri hedef kitlenin de sunulan her türlü haberi kabullendiğinin bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 20. Spor yazarlarının mesleki açıdan yeterli olma dağılımları.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	6	6	48	48	44	44	100	100
Spor Kamuoyu	110	13.75	326	40.75	364	45.50	800	100

$$X^2=6.007$$

$$P=0.050$$

$P=0.05 > 0.050$. Tablo 20’de görüldüğü gibi spor yazarlarının %92 si spor kamuoyunun %95 spor yazarlarının mesleki açıdan yeterli eğitimi almadıklarını ifade etmektedirler.

Bu sonuçlar itibariyle spor yazarlığı yapan kişilerin büyük bir bölümünün alanlarında yeterli bir eğitime sahip olamadığının açık göstergesidir. Kendileri ve spor kamuoyu tarafından yetersiz görülen spor yazarlarının meslek içi eğitim yada benzeri kurslar ile yeterli hale getirilmesi gerektiğini spor kamuoyunu yazıları ile doyuramadıkları şeklinde yorumlamamız daha doğru olacaktır.

Tablo 21. Spor yazarlarının hakemleri etkileme dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	32	32	54	54	14	14	100	100
Spor Kamuoyu	314	39.25	260	32.50	226	28.25	800	100

$$X^2=19.761$$

$$P=0.000$$

$P=0.000 < 0.05$, Tablo 21 her iki denek grubunun spor yazarlarının hakemler üzerinde etkisi ile ilgili olarak yöneltilen soruya verdikleri cevapların istatistik sonuçlarını göstermektedir.

Bu sonuca göre spor yazarlarının %86’sı, spor kamuoyunun da %71’i, spor yazarlarının yazıları ile hakemler üzerinde etkili olduklarının ifade etmişlerdir. Spor yazarlarının hakemler üzerinde bir baskı aracı gibi kullanıldıklarını ve hakemlerinde bu durumdan etkilenecek rahat maç yönetmediklerini veya çok daha fazla hata yaptıklarını söyleyebiliriz.

Tablo 22.Spor yazarlarının seyirci kitlelerini etkileme dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen. Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	48	48	50	50	2	2	100	100
Spor Kamuoyu	392	49	234	29.25	174	21.74	800	100

$$X^2=29.877$$

$$P=0.000$$

$P=0.000<0.05$, Tablo 22’de de spor yazarlarının seyirci kitlelerini yazıları ile etkileme konusunda yöneltilen soruya spor yazarlarının ve spor kamuoyunun verdikleri cevaplarını göstermektedir.

Spor yazarlarının %98 gibi tamamına yakını, spor kamuoyunun ise %78’i , spor yazarlarının seyirci kitlelerini yazıları ile kolayca etkileyerek yönlendirebildiklerini ifade etmektedirler. Bu cevaplardan, seyirci üzerinde medyanın gücünün tartışılmayacak kadar büyük olduğu yanında seyircilerin bekledikleri sonuca kavuşamadıkları zaman gösterdikleri şiddet içeren davranışlar da spor yazarlarının en az seyirci kadar rollerinin olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 23. Spor yazarlarının futbolcuları etkileme dağılımları.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	40	40	58	58	2	2	100	100
Spor Kamuoyu	412	51.50	240	30	148	18.50	800	100

$$X^2=37.908$$

$$P=0.000$$

$P=0.000<0.05$, Tablo 23’te spor yazarlarının futbolcular üzerinde etkileri ile ilgili soruya spor yazarlarının %98’i, spor kamuoyunun %81’i, spor yazarlarının futbolcular üzerinde etkili oldukları şeklinde aynı yönde görüş belirtmişlerdir.

Ülkemizde profesyonel olarak spor yapan futbolcuların spor yazarlarından bu derece etkilenmesinin Türk futbolcularının profesyonelliği tam anlamıyla yaşayamadıkları yada Türk futbolcularının çok duygusal olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 24.Spor yazarlarının yazılarında tutarlı olmalarının dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	12	12	62	62	26	26	100	100
Spor Kamuoyu	116	14.50	290	36.25	394	49.25	800	100

$$X^2=25.757$$

$$P=0.000$$

$P=0.000<0.05$. Olduğundan her iki denek grubu arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmış aynı yönde görüş belirtmişlerdir.

Tablo 14 de spor yazarlarının yazılarının tutarlı olup olmamasıyla ilgili olarak spor yazarları ve spor kamuoyuna yöneltilen soruya spor yazarlarının %88'i, spor kamuoyunun da % 85'i spor yazarlarının yazılarının tutarsız olduğu şeklinde cevap vermişlerdir. Sonuç olarak spor kamuoyunun cevapları spor yazarlarının yazılarını okuyan spor kamuoyunun spor yazarlarına fazla güvenmedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 25.Spor yazarlarının yazıları ile toplumu psikolojik etkileme dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen. Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	10	10	34	34	56	56	100	100
Spor Kamuoyu	110	13.75	256	32	434	54.25	800	100

$$X^2=1.098$$

$$P=0.578$$

$P=0.578>0.05$. Tablo 25 spor yazarlarının psikolojik açıdan spor kamuoyunu etkileme rolleri ile ilgili olarak spor yazarı ve spor kamuoyuna yöneltilen soruya deneklerin verdikleri cevaplar görülmektedir. Spor yazarlarının %90'ı, spor kamuoyunun %84'ü spor yazarlarının yazılarının çoğunda toplum psikolojisini dikkate almadıklarını ifade etmektedirler. Bu sonuçlar Özellikle takımların maçları öncesinde yazılan yazıların spor kamuoyuna yansımalarının müsabakaların sonunda cadde ve sokak aralarında hatta oto yollarda bile fanatik teröre dönüşen psikolojik etkilemelere yol açtığı, bu nedenle de spor yazarlarının yazılarında daha dikkatli olmalarını zorunlu kılmaktadır. Spor kültürünün henüz gelişmediği ülkemizde istenmeyen sonuçların böylece önlenebileceği sonucuna varılmıştır.

Tablo 26. Spor yazarlarının seyirci sayısı artışındaki etkilerinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	34	34	32	32	34	34	100	100
Spor Kamuoyu	230	28.75	202	25.25	368	46	800	100

$$X^2= 5.259$$

$$P=0.072$$

$P=0.072>0.05$. Tablo 26'daki soruya spor yazarları ile spor kamuoyunun verdikleri cevaplar görülmektedir.

Spor yazarlarının %34'ü,seyirci artışındaki faktörlerden birinin de kendileri olduğunu belirtirlerken,spor kamuoyunun ise %70'i maçlara gitmeleri ile ilgili olarak yazarlardan etkilenmediklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçlar ise, spor yazarlarının seyirci artışında önemli bir etken olmadıklarının göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 27. Spor yazarlarının asparagas haberler yapmalarına göre dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	46	46	44	44	10	10	100	100
Spor Kamuoyu	348	43.50	284	35.50	168	21	800	100

$$X^2=7.327$$

$$P=0.026$$

$P= 0.026<0.05$. Tablo 27' de spor yazarlarının asparagas haber yapmaları ile ilgili sorunun cevapları görülmektedir.

Spor yazarlarının %90'ı, spor kamuoyunun ise %78'i, spor yazarlarının yazılarında ve yorumlarında abartılı olduğunu beyan etmişlerdir. Bu sonuçlar; spor yazarlarının yazılarında asparagas haberlere itibar ettiklerini ve yazılarının da spor kamuoyu tarafından bilinerek okunduğunun yani spor kamuoyuna ne verilirse, spor kamuoyunun da verileni olduğu gibi kabul ettiğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Tablo 28. Spor yazarlarının futbolcuların özel hayatları ile ilgili yazı yazmalarının futbolcuların oyunlarına etkisinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	48	48	46	46	6	6	100	100
Spor Kamuoyu	458	57.25	196	24.50	146	18.25	800	100

$$X^2=24.532$$

$$P=0.000$$

$P=0.000<0.05$. Tablo 28' de deneklerin cevaplarının dağılımında spor yazarlarının %92'si spor kamuoyunun da %81'i futbolcuların özel hayatlarının onlara ait olduğu görüşünü ifade etmişlerdir. Bu görüş her ne kadar spor yazarları yada spor kamuoyu tarafından kabul gören bir görüş olarak ortaya çıkmış olsa da spor programlarında ve medyada futbolcuların özel yaşantıları ile ilgili yazıların ve görüntülerin fazlaca yer aldığı günümüzde spor medyasının inandıklarını yazamadıklarının açık bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 29. Eski futbolcuların iyi birer spor yazarı olabileceği inancının dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	8	8	50	50	42	42	100	100
Spor Kamuoyu	318	39.75	288	36	194	24.25	800	100

$$X^2= 40.057$$

$$P= 0.000$$

$P=0.000<0.05$. Tablo 29' deki verilere göre istatistik açıdan anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır. Ancak her iki grup birbirinden farklı düşünmektedir.

Spor yazarlarının %92'si eski futbolcuların iyi bir spor yazarı olamayacaklarını belirtirlerken, spor kamuoyunun ise %70'e yakını eski futbolcuların iyi bir spor yazarı ve yorumcusu olabileceğini belirtmektedirler. Bu sonuçlar; Spor kamuoyunun eski futbolcuları spor yazarı olarak okumak, dinlemek istediğini, ama spor yazarlarının ise onları aralarında görmek istemedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 30. Spor yazarlarının yazıları ile takım fanatizmine etkilerinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	44	44	46	46	10	10	100	100
Spor Kamuoyu	336	42	252	31.50	212	26.50	800	100

$$X^2=15.539$$

$$P=0.000$$

$P=0.000 < 0.05$. Tablo 30'da her iki denek grubu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Spor yazarlarının %90 gibi tamamına yakını, spor kamuoyunun ise %73'ü takım fanatizminin oluşmasında spor yazarları ve TV yorumcularının etkili olduklarına katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar; Spor yazarlarının müsabakalar öncesinde yazdıkları yazılarında çok dikkatli davranarak takımların seyircilerini tahrik edici davranmamaları gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Tablo 31. Spor yazarlarının spor kamuoyu üzerinde etkilerinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	82	82	26	26	2	2	100	100
Spor Kamuoyu	352	44	328	41	120	15	800	100

$$X^2=52.234$$

$$P=0.000$$

$P=0.000 < 0.05$. Olduğundan istatistik sonuç anlamlılık ifade etmektedir.

Tablo 31'de her iki denek grubuna spor yazarlarının spor kamuoyu üzerindeki etkileri ile ilgili olarak yöneltilen soruya verdikleri cevaplar görülmektedir. Spor yazarlarının %98'i ile spor kamuoyunun %85'i, Spor yazarlarının spor kamuoyu üzerinde etkili olduklarını ifade eden cevaplar vermişlerdir. Bu cevaplardan da anlaşılacağı gibi her iki grupta spor medyasının spor kamuoyu üzerindeki siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerinin yanında spor alanında da çok belirleyici bir güç olduğunun açık bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 32. Eski hakemlerin iyi birer spor yazarı olmalarının dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	16	16	24	24	60	60	100	100
Spor Kamuoyu	214	26.75	314	39.25	272	34	800	100

$$X^2=25.813$$

$$P=0.000$$

$P=0.000<0.05$. Tablo 32’de deneklerin hakemlerin iyi birer spor yazarı olabilmeleri ile ilgili soruya verdikleri cevaplar görülmektedir.

Spor yazarlarının %84’ü ve spor kamuoyunun %73’ü, eski hakemleri iyi birer spor yazarı olarak görmediklerini ifade etmişlerdir. Bu sonuçlar ise, her ne kadar spor yazarları ve spor kamuoyu eski hakemlerden spor yazarı olmaz dese de spor medyası içinde eski hakemlerin oyun kuralları ile ilgili programlar içinde medya kuruluşları istemektedirler ve görev vermektedirler.

Tablo 33. Spor yazarlarının yazıları ile takımların transfer politikalarına etkilerinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	22	22	60	60	18	18	100	100
Spor Kamuoyu	224	28	296	37	280	35	800	100

$$X^2= 20.817$$

$$P=0.000$$

$P=0.000<0.05$ Tablo 33’ de her iki denek grubu arasında anlamlı düzeyde bir ilişki vardır. Ancak sorulara verilen cevaplar arasında farklılık ortaya çıkmıştır.

Spor yazarları kendilerinin %82 oranında transfer üzerinde etkili olduklarını belirtmişler, spor kamuoyuna göre ise tam aksi bir cevap verilmiş ve %75 oranında yazarların etkili olmadıklarını belirtmişleridir. Bu sonuca göre yazarların kalemlerini kullanarak kulüpler üzerinde etkili olduklarını ifade etmeleri yanında kamuoyu cevapları spor yazarlarının transferlerde etkili olmadıkları şeklinde bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Bu sonuçlar ya yazarların hakikaten etkili olmadığı transfer işlerinde kendilerini etkili gibi gösterme çabasında olduklarını yada hakikaten etkili olduklarını bu konuda kamuoyunun spor yazarlarına inanmadıkları şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 34. Spor yazarlarının yazıları ile, Türk Futbol Politikasının belirlenmesinde etkilerinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	40	40	56	56	4	4	100	100
Spor Kamuoyu	274	34.25	424	53	102	12.75	800	100

$X^2 = 6.771$ $P = 0.034$

$P=0.034 < 0.05$, Olduğundan her iki denek grubu da aynı yönde görüş beyan etmişlerdir.

Tablo 34’de görüldüğü gibi spor yazarlarının cevaplarının %96’sı, Türk spor politikasının bugünkü durumunun belirlenmesinde etkili olduklarını belirtmişler, spor kamuoyu da %85 oranında yazarların etkili olduklarını kabul etmektedirler. Bu sonuç dan yola çıkacak olursak doğal olarak medyanın etkisinin günümüzde küçümsenemeyecek boyutlarda olması ve onun bir alt grubu olan spor yazarlarının kamuoyu oluşturması kaçınılmaz olmaktadır. Özellikle son yıllarda spor yazarlarının belirli konularda federasyon ve kulüpleri çeşitli alanlarda bilgilendirmeleri futbolda bugün geline nokta etkili olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

Tablo 35. Spor yazarlarının yazıları ile kulüp yöneticilerini etkilemelerinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	30	30	66	66	4	4	100	100
Spor Kamuoyu	214	26.75	300	37.50	286	35.75	800	100

$X^2 = 45.909$ $P = 0.000 P = 0.000 < 0.05$

Olduğundan istatistik sonuç olarak her iki denek grubu arasında anlamlı düzeyde bir ilişki ortaya çıkmıştır. Tablo 35 Spor yazarlarının yazıları ile kulüp yöneticileri üzerindeki etkileri ile ilgili olarak yöneltilen soruya spor yazarlarının %96’sı spor yazarlarının kulüp yöneticileri üzerinde etkili olduğu şeklindedir. Spor kamuoyuna göre ise %74’ü, ise etkilerinin olmadığı şeklindedir. Tüm bu sonuçlar; Spor yazarlarının yöneticiler üzerinde etkili oldukları yöndeki ifadelerine spor kamuoyunun büyük bir bölümünün inanmadıklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 36.Spor yazarlarının spor ile ilgili programlarında spor kamuoyunu bilgilendirme ve eğitebilmelerinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	38	38	48	48	14	14	100	100
Spor Kamuoyu	218	27.25	346	43.25	236	29.50	800	100

$$X^2= 11.757$$

$$P=0.003$$

$P=0.003<0.05$. Tablo 36’da anlaşıldığı gibi spor yazarlarının cevaplarının %86’sı televizyon veya radyo ile yapılan spor programlarında spor kamuoyu üzerinde eğitici ve bilgilendirici bir rol oynadıklarını ifade etmektedirler. Ancak bilgilendirildikleri belirtilen spor kamuoyunun %45 gibi yüksek bir oranda kararsızlık içinde olduğu geriye kalan %29’u hayır derken %27’si evet demektedirler. Spor kamuoyunda bu kadar büyük kararsızlık içinde olması spor programları düzenleyerek yürüten birimlerin çalışmalarını gözden geçirerek daha kaliteli programları hazırlamalarının gerektiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 37. Spor yazarlarının yazı ve spor programlarında tarafsızlık ilkesine uymalarının dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	14	14	34	34	52	52	100	100
Spor Kamuoyu	116	14.50	276	34.50	408	51	800	100

$$X^2= 0.039$$

$$P=0.981$$

$P=0.981>0.05$. Olduğundan anlamlı bir ilişkiye rastlanmamış her iki denek grubu da olumsuz görüş beyan etmişlerdir.Tablo 37 den anlaşıldığı gibi spor yazarlarının %86’sı, spor kamuoyunun %85’i spor yazarlarının yazı ve tv yorumları ve programlarında tarafsızlık ilkesine uymadıklarını belirtmişlerdir. Bu da gösteriyor ki yazarların kendi doğrularını yada tuttıkları kulübü bir başka ifade ile de mensup oldukları medyanın görüşlerini aktarmaları kamuoyunu bu alanda memnun etmemektedir. Bu yüzden bu programlarda kamuoyunun isteklerine cevap verebilecek ve her kulübe zaman ve haber açısından eşit davranılarak, kamuoyunun daha fazla bilgilendirilmesini hedefleyen programlara yer vermesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 38. Spor programlarının spor kamuoyu üzerinde olumlu etkilemesinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	30	30	46	46	24	24	100	100
Spor Kamuoyu	210	26.25	348	43.50	242	30.25	800	100

$$X^2 = 1.770$$

$$P = 0.413$$

$P = 0.413 > 0.05$, Olduğundan her iki grup arasında anlamsız bir ilişki mevcuttur.

Yukarıdaki tablodan anlaşıldığı gibi deneklerden spor yazarları %76 oranında yapılan programları olumlu bulduklarını ifade etmektedirler. Ancak, bu programlardan etkilenmesi gereken spor kamuoyunun cevapları ise % 73 oranında programların olumlu olmadığı yönündedir. Bir çok müsabaka dan önce ve sonra fair play gibi önemli bir konuda yayın yapılmasına rağmen bir sonuç alınamaması ve hatta tam tersi bir sonuç olarak sporda şiddet ve fanatizmin öne çıkması yapılan spor programlarından olumlu yönde etkilenmediğinin açık bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 39. Sporda ki şiddet olaylarında spor medyasının rolünün dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	26	26	52	52	22	22	100	100
Spor Kamuoyu	286	35.75	338	42.25	176	22	800	100

$$X^2 = 4.388$$

$$P = 0.111$$

$P = 0.111 > 0.05$, Olduğundan istatistik olarak her iki denek grubu arasında anlamsız bir ilişki ortaya çıkmış.

Tablo 39'da deneklerden spor yazarlarının %78'i ile spor kamuoyunun %78'inin sporda şiddetin artmasında spor yazarlarının rolünün üst düzeyde olduğu cevabı, spor kamuoyunun spor yazarları tarafından yazılan yazılardan olumsuz yönde etkilendikleri görülmektedir. Bu sonuçlar; Yazarların yazılarını yazarken şiddeti artırıcı konulara yer vermemeleri, kulüp yazarlığını yönetici yada teknik adamların teknik amaçlı demeçlerini kendi kurumlarının politikaları doğrultusunda düşünerek yazılarında bu konuları işlememelerini gerektirmektedir.

Tablo 40. Spor yazarlarının kulüp teknik kadrolarının değiştirilmesindeki rolleri.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	18	18	60	60	22	22	100	100
Spor Kamuoyu	228	28.50	296	37	276	34.50	800	100

$$X^2= 19.668$$

$$P=0.000$$

$P=0.000<0.05$, olduğundan her iki denek grubu da aynı yönde görüş belirtmişlerdir.

Tablo 40 Spor yazarlarının kulüplerin teknik kadrolarının değiştirilmesinde spor yazarlarının etkilerinin olup olmadıkları ile ilgili soruya deneklerin verdikleri cevaplar görülmektedir. Spor yazarlarının %78'i antrenör değişikliğinde etkili olduklarını ifade ederlerken spor kamuoyunun %71.50'si spor yazarlarının etkilerinin olmadığı şeklinde cevap vermişleridir. Bu sonuçlar ise spor yazarları kendilerinin antrenör değiştirebilecek güce sahip olduklarını ifade etmelerine rağmen spor kamuoyuna göre ise bu etkilemenin bu boyutlarda olamayacağını göstermektedir.

Tablo 41. Spor kamuoyundaki anarşinin sona ermesi yolunda spor yazarlarının rolleri.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	34	34	28	28	38	38	100	100
Spor Kamuoyu	144	18	274	34.25	382	47.75	800	100

$$X^2= 14.351$$

$$P= 0.001$$

$P=0.001<0.05$. Olduğundan her iki denek grubu arasında anlamlı düzeyde bir ilişki mevcuttur.

Tablo 41 spor kamuoyunda meydana gelen spor anarşisinin önlenmesinde spor yazarlarının yazılarının etkileri ile ilgili olarak denek gruplarına yöneltilen soruya verilen cevaplar görülmektedir. Spor yazarlarının %66'sı ile spor kamuoyunun %82'si spor anarşisinin önlenmesinde spor yazarlarının etkili olmadıkları fikrini benimsedikleri görülmektedir. Deneklerin verdikleri cevaplarda da görülmektedir ki spor yazarlarının spordaki anarşinin önlenmesinde gereken çabayı yeterince göstermedikleri ve fair play kavramının toplumda gelişmesi için ciddi anlamda bir mücadele içinde olmadıklarını ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 42. Spor Yazarlarının spor kulüpleri ile organik bağ içinde olma durumlarının dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	22	22	62	62	16	16	100	100
Spor Kamuoyu	394	49.25	272	34	134	16.75	800	100

$$X^2= 33.088$$

$$P=0.000$$

$P=0.000<0.05$. Tabloda görüldüğü gibi anlamlı bir sonuç ortaya çıkmıştır.

Tablo 42 Spor yazarlarının spor kulüpleri ile organik bağ içinde olup olmadıkları ile ilgili olarak yöneltilen soruya deneklerin verdikleri cevapları göstermektedir. Spor yazarlarının %84'ü ile spor kamuoyunun %73.25'inin cevapları spor yazarları ile spor kulüpleri arasında organik bağ olduğunu ifade etmektedirler. Bu sonuçlar; Spor yazarlarının yazılarında objektif olmalarının mümkün olmadığı, taraftarı olduğu kulüp menfaati doğrultusunda yazdıkları yazılar ile de diğer kulüp taraftarları için olumsuz tepkinin oluşması ve buna bağlı olarak ta sporda anarşinin oluşmasına yol açtıklarını göstermektedir.

Tablo 43. Tv spor yorumcularının yetkililiklerinin dağılımı.

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen.Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarları	8	8	50	50	42	42	100	100
Spor Kamuoyu	124	15.50	360	45	316	39.50	800	100

$$X^2= 4.037$$

$$P=0.133$$

$P= 0.133>0.05$, Olduğundan her iki denek grubu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Tablo 43 de TV spor yorumcularının yetkililikleri ile ilgili olarak yöneltilen soruya verilen cevaplar görülmektedir. Spor yazarlarına göre %92'si spor kamuoyuna göre ise %84.5'u spor yorumcularının yetersiz olduklarını göstermektedir. Her iki denek grubunun da yetersiz gördüğü yorumcuların seçimlerinde medya kuruluşlarının daha özen göstermesi sonucuna varılmıştır diyebiliriz.

5. TARTIŞMA ve SONUÇ

19.yy. Başlarında yeni kurallar ile yapılmaya başlanan modern spor dallarındaki aktif katılımcı sayısının artması yanında pasif katılımcı sayısındaki (seyirci taraftar vs) artış günümüz dünyasında spor ve spor ile ilgili tüm konuların toplum tarafından ilgi ile takip edilmesine yol açmıştır. Dünyadaki bu gelişime paralel olarak yurdumuzda da yayınlarının %50'sini spor olaylarının doldurduğu medya kuruluşları spor birimlerini oluşturmuş ve spora ilgi duyan hedef kitlenin ihtiyaçlarına cevap verebilecek kadroları istihdam ederek bu alandaki boşluğu doldurmayı hedeflemişlerdir (Döşyılmaz 1998).

Medya büyük kitlelerin ilgi odağı haline gelen ve rayting açısından ciddi boyutlara ulaşan spor ve spor olaylarının kamuoyuna aktarımı için alanında uzman kişilerden oluşturulacak spor birimlerinin önemini ciddi boyutlarda artırmıştır.

Bu çalışmada spor medyası içinde yer alarak görev yürüten spor yazarları ve hitap ettikleri hedef kitle olan spor kamuoyunun kimlik bilgileri ile ilgili sonuçlara birinci bölümde, spor yazarlarının mesleki yeterlilikleri ile ilgili sonuçlar ikinci bölümde, spor kamuoyu üzerindeki etkileri ile ilgili sonuçlara da üçüncü bölümde yer verilmiştir.

Spor yazarları ve spor kamuoyunun kimlik bilgileri ile ilgili sonuçlar;

Spor yazarlarından oluşan deneklerin %88'i erkek, %66'sı 40 yaş ve üzeri, %76'sı bir yüksek okul mezunu ve %70'inin de aylık gelirin 400 milyon TL. üzeri olduğu (Tablo 1.2.3.4), yüksek okul mezunu olanların %70'inin meslekleri ile ilgili bir okul mezunu oldukları (İletişim fak ve Besyo), %54'ünün daha önce bir spor dalı ile uğraştıkları ve sporla uğraşanlarında %70'inin futbol oynadıkları (Tablo 5.7.8). %76'sının bir spor kulübüne üye ve %65'ininde bir yabancı dil bildikleri sonucuna varılmıştır (Tablo 9.10).

Spor medyasında görev yapan spor yazarlarının çoğunlukla erkek ve 40 yaş üzeri oldukları, gelir seviyesi 400 milyon tl üzerinde oldukları, büyük bir bölümü yüksek okul mezunu ve sporculuk yaşamı olan $\frac{3}{4}$ 'ü yabancı dil bilen ve kulüplerle organik bağları olan kişiler oldukları sonucuna varılmıştır.

Spor kamuoyunu oluşturan deneklerin; %90.5'inin 40 yaş ve altı, %90'ı erkek ve %47.25'i yüksek okul mezunu ve aylık geliri de %84'ünün 400 milyon TL ve altında olduğu (Tablo 1.2.3.4), %16.25' memur, %33.75'i serbest meslek, %35'i öğrenci ve %19'u da işçidir. %60.75'i spor yapan grubun %65.6'sının futbol oynadığı ve %81'inin hiçbir kulübe üye olmadıkları ve %89'ununda her hangi bir yabancı dil bilmedikleri sonucuna varılmıştır (Tablo 6.7.8.9.10). Spor kamuoyunun %90'ı erkek ve %70'den fazlası işçi memur yada öğrenci olan, 40 yaş altında, aylık geliri 400 milyon tl altında olan, %60'dan fazlasının

aktif spor yaşamı olan ve her hangi bir kulüp üyesi az olan kişilerden oluştuğu görülmüştür.

Spor yazarlarının mesleki yeterlilikleri ile ilgili sonuçlar.

Spor yazarlarının spor olaylarını takip etmek için her gün düzenli olarak bir spor yayını okudukları (Tablo 11), ve bir spor programını da düzenli olarak izledikleri (Tablo 12).

Meslekleri ile ilgili bir eğitim almaları yanında en az birde yabancı dil bilmeleri gerektiği (Tablo 13.14), ancak böyle bir eğitim almadıkları (Tablo 20). Teknik ve taktik konularda bilgi sahibi olduğunu ifade eden spor yazarlarının, spor kamuoyu tarafından yetersiz bulunduğunu (Tablo 16), Tv yorumculuğu yapanların yetersiz kaldıklarını (Tablo 43), Spor yazarlarının büyük bir bölümünün kulüp yazarı olduğu (Tablo 15), gerçekleri yazmadığı gibi (Tablo 17.27), yazılarında hedef kitle olan spor kamuoyunun duymak istediklerine yer verdikleri (Tablo 18), yada bağlı oldukları yayın kuruluşlarının politikaları doğrultusunda yazılar yazdıkları (Tablo 19).

Spor yazarlarının yazılarında asparagas haberlere yer verdikleri (Tablo 27), tutarlı olmadıklarını (Tablo 24), tarafsızlık ilkesine sadık kalmadıklarını (Tablo 37), yazıları ile spor kamuoyunu eğittiği ve bilgilendirdiğini iddia eden spor yazarları ile spor kamuoyunun aynı görüşte olmadığı, televizyonlarda eğitici spor programları yapılamadığı (Tablo 36), eski futbolcuların spor yazarlığının spor yazarları tarafından yeterli görülmemesi yanında spor kamuoyunun eski sporcuların yazılarını okuduklarını, eski hakemlerin ise iyi birer spor yazarı olamadıkları sonucuna varılmıştır. Spor olaylarını yakinen takip eden spor yazarlarının spor alanında gündemi belirledikleri, yeterli bilgi birikimi ve mesleki tecrübeye sahip olmaları yanında, teknik ve taktik konularda yeterli olmadıkları, spor yazarlığından çok kulüp yazarlığı yapan spor yazarlarının yazılarında asparagas haberlere çokça yer verdikleri, çalıştıkları kurumun politikaları doğrultusunda ve spor kamuoyunun duymak istediklerini yazan, tarafsızlık ilkesine pek dikkat etmeyen ve yazılarında kamuoyunu eğitmek, bilgilendirmek yerine daha çok bağlı olduğu medya kuruluşunun reytingini artırıcı yazılara yer verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Spor yazarlarının spor kamuoyu üzerine etkileri ile ilgili sonuçlar.

Spor yazarlarının yazıları ile hakemler futbolcular üzerinde önemli ölçüde etkili oldukları (Tablo 21.23), bunun yanında seyirci üzerinde etkili olmadıkları (Tablo 22), futbolcuların özel yaşamlarının kendilerine ait olması gerektiği (Tablo 28), spor kamuoyunu psikolojik olarak etkiledikleri ancak seyirci sayısında artışı sağlayamadıkları (Tablo 25.26), kulüplerle organik bağ içinde oldukları (Tablo 42), takım fanatizminin oluşmasında etkili olan spor yazarlarının (Tablo 30), spor kamuoyundaki spor anarşisinin önlenmesinde

katkılarının olamadığı (Tablo 41), hatta yazıları ile spor da şiddetin artmasına neden oldukları (Tablo 39), ve Türk spor politikasının belirlenmesinde etkili oldukları (Tablo 34), kulüp yöneticileri ve takımların transferleri ve teknik kadroların değiştirilmesinde spor yazarlarının etkili olduğu (Tablo 33.35.40), spor yazarlarının yazılarının ve Tv' ler tarafından hazırlanan spor programlarının spor kamuoyu üzerinde etkilerinin önemli olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 31.38).

Spor yazarlarının spor kamuoyu üzerinde mutlak bir etkisinin olduğu, hatta spor kulübü yöneticilerini, hakemlerin yönetimini, futbolcuların oyunlarını etkilediklerini, teknik adam ve futbolcu transferinde bile belirleyici rol oynayan spor yazarlarının büyük bir bölümünün bu önemli güçlerini Türk sporuna olumlu katkılar sağlamak yönünde pek kullanmadıkları, spordaki şiddetin kalkması yerine bu şiddeti körükleyen bir tavır sergiledikleri ama Türk sporunun gündemini belirleyecek kadarda spor kamuoyu üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.



6. ÖZET

S.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü
Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı
YÜKSEK LİSANS TEZİ / KONYA-2001

Hasan ŞAHAN

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Ali Niyazi İNAL

Bu araştırmada Türk spor medyası içinde görev yapan spor yazarlarının mesleki yeterlilikleri tespit edilerek, spor yazarlarının hedef kitlesi olan spor kamuoyu üzerindeki etkilerinin boyutları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

İlk olarak konu ile ilgili literatür taranmış daha sonra ise spor yazarları ve spor kamuoyunun mevcut durumlarını belirlemek ve veri toplamak için “Anket survey tekniği” kullanılmıştır.

Deneklerin bilgi toplama aracına verdikleri cevaplar statiksel işleme tabi tutulmuş, kimlik bilgileri için sadece frekans ve yüzdelerle yetinilmiştir. Ki-kare X^2 ve sd'ne göre belirlenen sonuçlardan elde edilen bulgular tablolaştırılarak $p < 0.05$ değerine göre yorumları yapılmıştır.

Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinde random usulü ile seçilen illerinde 2001 yılı içinde spor yazarlığı yapan ve Türkiye Spor Yazarları Derneği (T.S.Y.D) üyesi olan 100 spor yazarı ve bu illerdeki spor kamuoyundan rasgele seçilen 800 denek araştırmanın materyalini oluşturmuştur.

Araştırmanın sonucunda elde edilen bulgular aşağıda özetlenerek verilmiştir.

1. Spor yazarlarının tamamına yakınının erkek ve gelir seviyelerinin 400 milyon tl ve üzeri, yarısından fazlasının spor yapmış ve yabancı dil bildikleri ve spor kulüpleri ile organik bağları olduğu.
2. Spor olaylarını yakinen takip eden tahsil seviyesi yüksek ama mesleki bir eğitime tam olarak sahip olmayan hedef kitlenin beklentilerini bilecek kadar tecrübeli, asparagas haberlere sıkça yer veren ve yazılarında genellikle bitaraf olan, organik bağı olduğu spor kulübünün çıkarları doğrultusunda yazdıkları.
3. Bütün bunlara rağmen bağlı olduğu kuruluşun reytingi ve çıkarlarını ön planda tutarak kalemlerini bu amaç uğruna kolayca kullandıkları.

4. Türk futbolunu yöneten Türkiye Futbol Federasyonu ile spor kulüplerinin yönetilmesini, hakemleri etki altında tutabilen, teknik adam ve sporcu transferlerinde bile önemli rol oynadıkları tespit edilen spor yazarlarının Türk sporunun gündemini belirleyecek kadarda spor kamuoyu üzerinde etkilerinin oldukça fazla olduğu sonucuna varılmıştır.



7. SUMMERY

S.Ü. Health Science Institue

Physical Education And Sport Science

MASTER THESIS / KONYA-2001

Hasan ŞAHAN

Advisor

Assos. Prof. Ali Niyazi İNAL

In this study, it has been gimed at de termining the professional competensy of sports journalist working in Turkish spor media and has been tried to detect the dimensions of their influence in sports puplik opinion.

Firstly, a literature survey pertaining to the issve has been conducted and then questionnaire technique has been employed in order to gather data and to determine piesent situation of sports journalist and sports puplik opinion.

Responses obtained by participants have been processed by statistical application, for their Id information frquency and percentage have been made use of.

By forming tables through the results gotten by x^2 & Sd, evaluations have been performed regarding $p < 0.05$ valve.

The material of the study has been composed of participants selected in seven diffrent geographical region rondomly and 100 by sports journalist occipied in 2001 and who are members of association of Turkish Sports Journalist and selected rondomly 800 by interested in sports people.

Findings of the study have been summeried as the following. It has been reached to the decision that;

1. Most of the sports journalist are male and their income is more than 100 million, more than half of the journalist had dealt with sports and they are proficient in a foregion language and they are affliatet with sports clubs
2. They closely pursue the sports events and they have a universty degiee but they don't have any training as to their and they are experienced to sense the expectation of target community and they have always produced take-news and in their articles they are usually biased and that they write articles in direction of the sports clubs they are offiliated with.
3. Despite all the things listed above, having too much considiration on be half of the interest and rating of the compony they are working for they always write articles for the purpose mentioned above.

4. They play an extremely significant role on Turkish Football Federation, governing body of football in Turkey, sports clubs directors and referees, trainers and footballers transfers as well as to determine the agenda of sports public opinion.



8. KAYNAKLAR:

- Aksoy A Ö (1971)** *Atasözleri ve Deyimler sözlüğü*, TDK Yayınları, Cilt 1, Ankara.
- Alemdar K (1983)** *Kitle iletişimine Temel Yaklaşımlar*, Savaş Yayınları, Ankara.
- Arıpınar E (1985)** *Günümüz Türk spor Gazeteciliği ve Basının Durumu*, Hürriyet vakfı yayını, İstanbul.
- Atabeyoğlu C (1992)** *Türkiye de Spor Yazarlığının Yüzyılı*, AB Kitapçığı, İstanbul.
- Avcı N (1990)** *Kitle Kültürü ve Enformatik Cehalet*, Rehber Yayınları, Ankara.
- Baraz T (1988)** *Başlangıçtan Günümüze Eskişehir Basını*, Açık Öğretim Fakültesi yayınları, Eskişehir.
- Batmaz V Aksoy A (1995)** *Türkiye de Televizyon ve Aile*, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, Ankara.
- Bayatlı T (1986)** *Dış Ülkelerde Spor Basını*, Genç Gazeteciler Eğitim Semineri, Gazeteler cemiyeti Yayını, İstanbul.
- Belgin K (1985)** *Spor Gazeteciliği Konusunda Çağdaş Gelişim*, Hürriyet vakfı Yayını, İstanbul.
- Bora T (1993)** *Dur Tarih Vur Türkiye, Futbol ve Kültürü*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bourdiev P (1997)** *Surla Televizyon*, Çev. Turhan Ilgaz; Televizyon Üzerine, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık Ticaret ve Sanayii A.Ş., İstanbul.
- Bülbül R A (1999)** *Genel Gazetecilik Bilgileri*, İletişim Kitapları, İstanbul.
- Demirkent N (1996)** *Medya ve Spor*, Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı 2, Yıl 2, Ankara.
- Dönmez S (1984)** *Sosyoloji*, Savaş Yayınları, Ankara.
- Dönmezer S (1976)** *Sosyoloji*, Hüsnü tabiat Matbaası, İstanbul.
- Döşyılmaz E (1998)** *Ülkemiz Spor Medyasının Toplum Üzerindeki Etkileri ve Sonuçları*, Marmara Ü, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- Erdemli A (1996)** *İnsan Spor ve Olimpizim*, Spor Felsefesi Yazıları, Birinci Baskı, Ekim, İstanbul.

- Erkal M (1992)** *Sosyolojik Açıdan Spor*, Türk Dünyası vakfı Yayınları, İstanbul.
- Erdoğan İ (1990)** *İletişim ve Toplum*, Bilge Yayınevi, İstanbul.
- Gökçe A (1986)** *Genç Kuşakların Eğitiminde Spor*, Gazeteciler cemiyeti Yayını, İstanbul.
- Güz N (1996)** *Türk Basınında Gündem Oluşturma*, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, Sayı. 2, Yıl 2, Ankara.
- Hiçyılmaz E (1985)** *Türkiye de Spor Gazeteciliğinin ve haberciliğinin tarihi*, Hürriyet vakfı Yayını, İstanbul.
- Hürriyet GAZETESİ** 24 Ekim 1995.
- Hoffner S (1991)** *Spor Medyalar ve Toplum*, Çev. Günay Develi, Spor Ahlakı ve Spor Felsefesine Yeni Yaklaşımlar Sempozyumu, İstanbul.
- Kara M (1995)** *Kitle İletişim Araçlarının Toplumsal Gücü* Sakarya Ü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Karküçük S (1996)** *Sporun Topluma Yaygınlaştırılması Bakımından Televizyon Programlarının Etkinliği*, Gazi Ü, Spor Bilimleri Dergisi, Cilt 1, No:3, Temmuz, Ankara.
- Karaküçük S Yenel F (1997)** *Türk Sporunun Geliştirilmesi ve Topluma Yaygınlaştırılması Bakımından Basının Etkinliği*, Gazi Ü, Spor Bilimleri Dergisi, Cilt,1, No:2, Nisan, Ankara.
- Karasüleymanoğlu A (1986)** *Basın Açısından Spor, Yeni Boyutlarıyla Spor*, Engin Yayınları, Ankara.
- Kıvanç H (1985)** *Spor Basınında Yazılı Basın ile Radyo TV ilişkileri*, Hürriyet vakfı Yayını, İstanbul.
- Koloğlu D (1986)** *Türk Basınında Spor*, Genç Gazeteciler Semineri, Gazeteciler cemiyeti Yayını, İstanbul.
- Kozanoğlu C (1993)** *1980'lerden 1990'lara Türkiye starları imaj Devri*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Kurt M Atayman V (1997)** *Arenada Show Modern Sporun Dünyü Bugünü*, Mart, Ankara.

MEYDAN LOURSSSE *Büyük Lügat Ansiklopedisi*, Cilt 20, S 37.

MC. Qiail D Windalh S (1997) *Kitle İletişim Modelleri*, Çev. Kona Yumlu, imge Yayıncılık, Ankara.

Onaran Ş A (1984) *Kamuoyu El Kitabı*, Filiz Kitapevi, İstanbul.

Özkök E (1980) *Uluslar arası Anlayış ve kitle iletişim araçları*, Seminer, Hacettepe Ün, Ankara.

Öztürk F (1998) *Toplumsal Boyutlarıyla Spor*, Bağırğan Yayınevi, Ankara.

Öztürk F Şahin M (1996) *Günlük Gazetelerde Sporun Yer Alışı*, Spor Bilimleri Dergisi, Cilt 7, sayı 2, Ankara.

Perin M (1985) *Türkiye de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğin Tarihi*, Spor Basını ve Basında Spor, Hürriyet Vakfı Yayını, İstanbul.

Sabah GAZETESİ, 12 Temmuz 1996.

San H (1985) *Spor Basının ve Basında Spor Semineri*, Hürriyet Vakfı Yayını, İstanbul.

Santröm C (1982) *Çocuk ve Gençlik Psikolojisi*, çev. Prof. Dr. Refia Uğurel, İstanbul.

Sümer R (1990) *Sporda Demokrasi ve Federasyonların Tarihsel Gelişimi*, Ankara.

Tanyolaç N (1985) *Günümüz Türk Spor Gazeteciliği ve Basının Durumu*, Hürriyet Vakfı Yayını, İstanbul.

Terim F (1996) *'İnterstar Televizyonu Amanin Boo Programı'*, 30.6.1996.

Turam E (1996) *2000 li Yillara Doğru Türkiye de TV*, Altın Kitaplar, İstanbul.

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

Tok M (1995) *Sporun Basın ve Halkla İlişkiler Yönünden Kamuoyuna Etkisi*, Marmara Ü, Sosyal Bilimler Enstitüsü ve Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.

Tokgöz O (1987) *Temel Gazetecilik*, Ankara Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, Ankara.

Uzoğlu S Yılmaz R (1996) *Medyanın Gücü*, Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı. Yıl 2 No 1 Ankara.

Yavuzer H (1982) *Çocuk ve suç*, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.

Yelekçi R (1985) *Spor Basınında Fotoğraf Ögesi ve Fotoğrafların Değerlendirilmesi*, Hürriyet Vakfı Yayını, İstanbul.

Yengin H (1994) *Ekranın Büyüsü Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye de Özel Televizyonlar*, İstanbul.

Zıllıoğlu M (1996) *İletişim Nedir*, Cem Yayınevi, (1996)İstanbul



9. ÖZGEÇMİŞ

1969 yılında Kayserinin Develi ilçesinde doğdu. İlk orta ve lise tahsilini Ankara da tamamladı. 1990 yılında Selçuk Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Muhasebe bölümünü kazandı. Aynı okuldan 1992 yılında mezun oldu. Aynı yıl aynı üniversitenin Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu özel yetenek sınavını kazandı. 1996 yılında buradan mezun oldu Daha sonra 1997 yılında Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsünde Yüksek lisansa başladı. 1999 yılında Karaman Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulunda Öğretim görevlisi olarak çalışmaya başladı ve halen bu göreve devam etmektedir.



10. TEŞEKÜR

Bu tez çalışmam sırasında bana fikir ve düşünceleri ile yardımcı olan Türkiye Spor Yazarları Derneği (T S Y D) yönetim kurulu üyesi Doğan Bulgun beyefendiye, Literatür tarama da yardımcı olan Gazi Ü Besyo Araş. Gör. Mustafa Yaşar Şahin'e, İstatistik çalışmalarında yardımcı olan Gazi Ü Besyo Araş. Gör. Hüseyin Eroğlu'na. Çalışmalarında her zaman desteklerini esirgemeyen Selçuk Ü Karaman Besyo Araş. Gör. Vedat Çınar ,Araş Gör.Çağrı Çelenk ve Konya Besyo Arş.Gör. Uğur Abakay'a teşekkür ederim.

Anket çalışmalarım sırasında yardımlarını esirgemeyen Hürriyet, Akşam, Milliyet, Sabah, Türkiye, Radikal, Fanatik, Foto maç, gazeteleri ile Anadolu ajansı, ATV, Kanal D, Show Tv, Işık Tv, TRT ve TGRT televizyonlarının Ankara spor servislerine sonsuz teşekkürlerimi sunarım.



11. EKLER

EK: 1 ANKET FORMU

A-KİMLİK BİLGİLERİ

1. Cinsiyetiniz.

Bay ()

Bayan ()

2. Yaş Grubunuz?

25 ve altı ()

26-30 yaş ()

31-35 yaş ()

36-40 yaş ()

40 ve yuk. ()

3. Öğrenim Durumunuz?

Orta Okul Mez ()

Lise ve Dengi ()

Yük. Okul ()

4. Aylık Gelir Seviyenizi Belirtiniz?

100-250 Milyon ()

251-400 Milyon ()

401-600 Milyon ()

600 ve Yuk. ()

5. Yüksek Okul Mezunu İseniz Bitirdiğiniz Bölüm?

İletişim Fak. ()

İkt. ve İdari Bil. ()

Hukuk Fak. ()

Müh.Mih.Fak. ()

Besyo ()

6. Ait Olduğunuz Meslek Grubu?

Memur ()

Serbest Meslek ()

Öğrenci ()

İşçi ()

7. Her hangi Bir Branşta Faal Spor Yapıyor musunuz?

Evet ()

Hayır ()

8. Faal Spor Yapıyorsanız Branşınız Nedir?

Futbol ()

Basketbol ()

Voleybol ()

Diğer ()

9. Her Hangi Bir Spor Kulübüne Üyemisiniz?

Evet ()

Hayır ()

10. Bildiğiniz Her Hangi Bir Yabancı Dil Varmı?

Rusça ()

Fransızca ()

İngilizce ()

Almanca ()

Bilmiyorum ()

B- KONU BİLGİLERİ

11. Her gün düzenli olarak okuduğunuz bir spor yayını varmı?

Evet () Kısmen () Hayır ()

12. Her gün düzenli olarak Tv de izlediğiniz bir spor programı varmı?

Evet () Kısmen () Hayır ()

13. Spor yazarlarının mesleki bir eğitim alması fikrine katılırmısınız?

Evet () Kısmen () Hayır ()

14. Spor yazarlarının en az bir yabancı dil bilmeleri görüşüne katılırmısınız?

Evet () Kısmen () Hayır ()

15. Spor yazarlarının kulüp yazarı olmasını mesleki etik açıdan uygun buluyomusunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

16. Spor yazarlarının teknik ve taktik konulardaki bilgilerini yeterli buluyormusunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

17. Spor yazarlarının şartlar ne olursa olsun gerçekleri yazdıklarına inanıyormusunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

18. Spor yazarlarının yazılarında hitap ettikleri hedef kitlenin duymak istediklerini yazdıkları fikrine katılıyormusunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

19. Spor yazarlarının mensubu oldukları yayın organlarının politikaları doğrultusunda yazdıklarına katılıyormusunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

20. Spor yazarlarının mesleki açıdan yeterli eğitim aldıklarına katılıyormusunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

21. Spor yazarlarının yazıları ile hakemler üzerinde etkili olduklarına katılıyorsunuzuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

22. Spor yazarlarının yazılarıyla seyirci kitlelerini kolaylıkla etkileyerek yönlendirdikleri fikrine katılıyorsunuzuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

23. Spor yazarlarının futbolcular üzerinde etkili olduğu fikrine katılıyorsunuzuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

24. Spor yazarlarının yazılarında tutarlı oldukları fikrine katılıyorsunuzuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

25. Spor yazarlarının yazılarıyla toplum psikolojisini dikkate alarak yazılarına gerekli özeni gösterdiklerine katılıyorsunuzuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

26. Spor yazarlarının yazılarının müsabakalardaki seyirci sayısındaki artış yada azalmasına etkili olduğuna inanıyor musunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

27. Spor yazarlarının yazılarında asparagas haberlere yer verdiklerine katılıyorsunuzuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

28. Spor yazarlarının futbolcuların özel yaşantıları ile ilgili olarak yazdıkları yazılarla onların futbollarını olumlu yada olumsuz etkilemelerinin mümkün olduğuna katılıyorsunuzuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

29. Eski futbolcuların iyi birer spor yazarı olabileceği fikrine katılıyorsunuzuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

30. Takım fanatizminin oluşmasında yada gelişmesinde spor yazarlarının yazılarının rolü olduğu fikrine katılıyormusunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

31. Spor yazarlarının spor kamuoyu üzerinde etkilerinin olduğu görüşüne katılırmısınız?

Evet () Kısmen () Hayır ()

32. Eski hakemlerin iyi birer spor yazarı olabileceği fikrine katılırmısınız?

Evet () Kısmen () Hayır ()

33. Spor yazarlarının takımları transfer konusunda yönlendirdikleri fikrine katılıyor musunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

34. Türk futbol politikasının belirlenmesinde spor yazarlarının rolü olduğuna inanıyor musunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

35. Spor yazarlarının kulüp yöneticileri üzerinde etkin rol oynadıkları görüşüne katılır mısınız?

Evet () Kısmen () Hayır ()

36. Spor yazarlarının spor iye ilgili programlarda spor kamuoyunun konuşmaları ile aydınlattıkları ve eğittikleri fikrine katılıyor musunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

37. Spor programlarının kamuoyuna aktarılmasında tarafsızlık ilkesine uyduğu görüşüne katılır mısınız?

Evet () Kısmen () Hayır ()

38. Spor programlarının spor kamuoyunun olumlu yönde etkilediğine katılıyor musunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

39. Sporda şiddetin artmasında spor yazarlarını rolü olduğuna inanıyor musunuz?

Evet () Kısmen () Hayır ()

40. Spor kulüplerinin sık sık teknik adam değiştirmelerinde spor yazarlarının etkin rol aldıklarına katılır mısınız?

Evet ()

Kısmen ()

Hayır ()

41. Tribün anarşisinin bitmesi yolunda spor yazarlarının gerekli çabayı gösterdiklerine inanıyor musunuz?

Evet ()

Kısmen ()

Hayır ()

42. Spor yazarlarının spor kulüpleri ile organik bağ içinde olmaları fikrine katılıyor musunuz?

Evet ()

Kısmen ()

Hayır ()

43. TV. spor yorumcularını yeterli buluyor musunuz?

Evet ()

Kısmen ()

Hayır ()