

## TÜRK SPORUNUN GELİŞMESİ VE TOPLUMA YAYGINLAŞTIRILMASI BAKIMINDAN BASININ ETKİNLİĞİ

Suat KARAKÜÇÜK \*  
Fatih YENEL \*\*

### ÖZET

*Yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak kabul gören medyanın topluları bilgilendirme, eğlendirme yoluyla etkileyerek yönlendirmedeki rolünün büyük olduğu tartışmasız kabul edilmektedir.*

*Sporun kitleler tarafından öncelikle aktif olarak yapılmasını sağlayacak, spordaki uluslararası başarıyı getirecek ve sporcu bir toplum yaratabilmek için her türlü çaba içinde olması gereken spor yönetiminin öncelikli konularının başında medya gelmektedir. Kanatımızca spor yönetiminin güncel sorunlarından birini de bu ilişkiler oluşturmaktadır.*

*Bu anlayışla medyanın önemli bir kolu olan yazılı basın, sporun gelişmesinde ve yaygınlaşmasında rolünün incelenmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır.*

*Araştırma 7-21 Ekim 1996 tarihleri arasındaki 15 günlük Türkiye, Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Yeni Yüzyıl gazetelerinin genel haberler, reklam ilanlar ve spor haberleri ile spor haberlerinin konulara ve branşlara göre yüzdesel dağılımları incelenmek suretiyle bir içerik çözümlenmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir.*

*Araştırma sonuçlarına göre Türkiye'deki gazetelerin %12'lik yeterli sayılabilecek bir oranda spor haberlerine yer verdikleri, ancak branşlara göre dağılımlarında %84.5 gibi yüksek bir oranda futbola yer ayrıldığı, diğer branşların tümüne birden ise ancak %15.5 gibi bir yer ayrıldığı görülmüştür.*

*Bu sonuç basının televizyonlarda da olduğu gibi öncelikle para kazanmayı amaç edinen bir yaklaşım içerisinde olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durumda sporu yönetenlerin ise basını, sporun gelişmesi ve yaygınlaşması açısından profesyonel bir yaklaşımla bile kullanmayı düşünmediklerini veya bunda başarılı olmadıklarını ortaya koymaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Spor ve basın

## THE EFFICIENCY OF MEDIA IN TERMS OF THE DEVELOPMENT OF TURKISH SPORT AND THE SPREAD OF SPORT IN SOCIETY

### ABSTRACT

*It is undauntably accepted that media has a great role to inform, and to direct the societies as the fourth force after legislation, execution and judgement media has important place among the priorities subjects of sport administration that it must be in great struggle in order to activate people participation into sports, having success in international area and to create sportsman society.*

*According to our opinion, one of the problems of sport administration is these relations.*

*Aim of this research is to review the role of press which is one of the important branch of media to develop and to wide spread sports.*

\* Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu I ANKARA

\*\* Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü I ANKARA

*The research was done with reviewing the percentage distribution and the content analysis of general news, advertisements and sports news in Türkiye, Hürriyet, Milliyet, Sabah and Yeni Yüzyıl papers between 7-21 October 1996.*

*According to results of this study, the rate of sports news are 12% in the Turkish Papers, however in the distribution of branches, football has high percentage with 845%, all other branches have only 15,5%.*

*This result shows that press approaches to sports from the financial point of view as television. This situation explain that sports administrators have no success to use press in a professional manner to improve and widespread sports.*

**Key Words:** Sport and press

## GİRİŞ

Tüm yazılı ve elektronik basın yani kitaplar, dergiler, gazeteler, sinemalar, tiyatro, radyo ve televizyon medyayı oluşturmaktadır. Medya ise insanları, ulaştığı güçlü nokta itibarıyla okul döneminden olduğundan da köklü bir şekilde hayatları boyunca ve çoğu zaman farkında olmadan yoğun bir şekilde etkileyen önemli bir kitle iletişim aracıdır.

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

Televizyonun rakipsiz bir dinlenme, boş zamanları 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 ön planda yer alırken gazeteler ikinci sıraya gelmekte ve önemli bir güç olma özelliğini de devam ettirmektedir.

Kitle iletişim araçları çok çeşitli konudaki enformasyonla insanlar üzerinde etkili olabilmektedir. Bilgi edinmek ve özellikle de boş zamanlarını değerlendirmek üzere kitle iletişim araçlarına yönelen insanlar, yoğun bir yönlendirme ile karşı karşıya kalabilmektedirler. Eğitim, kültür, coğrafya, ekonomik durum veya diğer faktörlerin etkisiyle çoğu kere alternatifsiz bir rekreatif araç olan kitle iletişim araçları insanlar üzerindeki etkisini daha da artırabilmektedir.

Bu etki olumlu olabileceği gibi olumsuzda olabilmektedir. İzleyiciler veya okuyucular çoğunlukla da bunun farkına varamamaktadırlar. Bunun sonucu güven de azalmaktadır. Örneğin Amerikan halkı televizyonkolik bir toplum olmasına rağmen televizyonların güvenilir olduğuna inanırlar ancak %25 kadardır (Turam 1994, s. 46). Ancak bu güvensizliğe rağmen kitle iletişim araçlarından vazgeçilememekte ve ister istemez etkileme yürüngeşi dışına çıkılamamaktadır.

Demokrasi her alanda medyanın bir dizi işlevi ve hizmeti yerine getirmesini ister. Bu beklentiler de oldukça titiz ilkelere sahiptir. Bu anlamda medyanın işlevi ile ilgili bazı demokratik beklentiler bulunmaktadır.

Bunlar (Gurevitch and Blumler, 1997, s. 200-201):

1. Toplumsal ve siyasal çevrenin gözetimi yurttaşların refahını olumlu yada olumsuz biçimde etkileyecek gelişmelerin haber verilmesi.

2. Anlamlı gündem koyma.

3. Çeşitli çevrelerin görüşlerinin aktarılmasında bir platform görevi görme

4. Çeşitli görüş temsilcileri ile veya iktidarı elinde bulunduranlarla kitleler arasında diyalog sağlama.

5. Resmi görevlilerin yetkilerini nasıl kullandıklarına ilişkin hesap vermeleri için mekanizmalar sağlamak.

6. İnsanların, her alandaki uygulamaları, politikaları izlemek ve konuşmaktan çok, öğrenmeleri, tercih yapmaları ve katılmaları için teşvik etme.

7. Medya bağımsızlığını ve ilkelerini koruyan çalışmalar yapma.

8. Bilgilendirme

Ayrıca, medyanın, dikkat ve ilgi çekiciliği, zayıf davranışları etkilemesi, etkisinin kalıcılığı, elastiki oluşu, aktüaliteyi takip kolaylığı gibi özellikleri insanlara cazip gelmektedir. (Gani, 1996, s. 1363).

Medyanın amacı, kamuyu ilgilendiren konulara ilişkin çeşitli enformasyonu ve kanıları aktarmak olmalıdır. Bu bilgiler hem yurttaşların eğitimi ve kültürü üzerinde önemli etkiler oluşturacak, hem deonların insanlar ve kurumlar hakkında kendilerine ait kanılarının oluşumunda bir temel işlev görecektir (Encabo, 1997, s. 291). Bu durumda medya, enformasyonu başlı başına bir amaç olarak değil, kişinin ve toplumun gelişimine katkıda bulunmanın bir aracı olarak kabul etmektedir. Medya, kamuoyunu önceden belirlemek 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.

Eğer bilgilendirme ve iletişim sağlama amacı eğitime, yargılama ve kamuoyu yaratma şekline dönüşürse, medya okullar ve yargı gibi toplumsal kurumların yani bir bakıma halkın haklarını sahiplenerek demokratik bir dengesizlik yaratabilirler (Encabo, 1997, s. 292).

Yazılı basın, devleşen televizyon yanında fonksiyonunu devam ettirmektedir. Ancak bunu çağdaş evrimleşmesi süreci içerisinde yerine getirebilmektedir. Bu süreçte basın televizyonun duyurduğu haberleri daha detaylı işler. Televizyon toplumun ilgisini üzerine çektiği olayları her çeşit belge, detaylı yazılar, düzenlemeler, demeçlerin tam metinleri ile özel makedelelerle verir. Bu yazılar aynı zamanda kesilip saklanabilir ve arşiv oluşturulabilir. (Gaillard 1991, s. 17). Ayrıca tekrar okunabilme, haberlerin daha ayrıntılı, derinliğine inilerek verilebilmesi zamanın daha elverişli kullanılması nedeniyle gerektiğinde sayfa sayısı artırılarak kapsamın genişletilebilmesi gibi özelliklerinden bahsedilebilir. Kuşkusuz televizyona oranla daha az süratli olması ve yalnız göze hitap edebilmesi gibi durumlar da başka niteliklerini ortaya koymaktadır (Tokgöz, 1985, s. 6).

Bu yaklaşım içerisinde çalışmanın amacını Türk basınının toplumun ilerisinde olabilecek düzeyde, sporun topluma yaygınlaştırılması ve geliştirilmesinde öncülük etme, ve yönlendirmedeki etkinlik düzeyini incelemek oluşturmaktadır.

## YÖNTEM

Araştırma içerik analiziye gerçekleştirilmiştir. Araştırmada 7-21 Ekim 1996 tarihleri arasında yayınlanan Türkiye'nin traj olarak beş büyük gazetesi olan Türkiye, Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Yeni Yüzyıl gazeteleri değerlendirmeye alınmıştır. Tarihler seçilirken sporda olağan yaşanan günler olmasına dikkat edilmiş ve bu tarihler de uluslararası bir

organizasyon gerçekleşmemiştir. Bu tarihlerde Türkiye'de gazetelerin toplam trafi 3.5 milyon civarındadır. Bu traflar içerisinde araştırma örneklemini oluşturan beş gazetenin toplam trafi ise yaklaşık 2.3 milyondur. Genel traj içerisinde %65.7 gibi yüksek bir oranı oluşturmaktadırlar.

Gazeteler; genel haberler, reklam ve ilanlar ile spor haberleri olarak öncelikle üç gruba ayrılmıştır. Daha sonra spor haberleri; köşe yazıları, haberler ve fotoğraflar olarak, ayrıştırılarak ölçülmüşlerdir. Son olarak da köşe yazıları, haberler ve fotoğraflar spor branşlarına göre ayrıştırılarak ve her biri ayrı ayrı olarak ölçülmüşlerdir.

Ölçümler  $cm^2$  olarak ifade edilmiştir. Gazetelerin araştırma içerisindeki sayfa sayıları ve alan toplamaları  $cm^2$  olarak ve ortalamalar alınarak incelemeye tabi tutulmuştur.

## BULGULAR VE YORUM

Örneklem grubunu oluşturan gazeteler ortalama 28 sayfa sayısı ve  $60.170'cm^2$  de alan ortalamalarıyla önemli sayılabilecek bir yoğunlukta yayın yapmaktadırlar.

**Tablo 1:** 7-21 Ekim 1996 Tarihlerinde Yayınlanan ve Değerlendirilen Günlük Gazetelerin Sayfa ve Alan Durumları

Gazeteler	Sayfa sayısı	Toplam alan (cm <sup>2</sup> )
Türkiye	24	51072
Hürriyet	34	74036
Milliyet	28	60830
Sabah	30	63840
Yeni Yüzyıl	24	51072

Gazeteler, genel haberlere %56, reklam ve ilanlara %32 ve spor haberlerine ise %12 oranında yer ayırmaktadırlar. Tablo 2'de de görüldüğü gibi spor haberlerine en fazla % 14.1 ile Milliyet, en az ise % 10.8'lik bir oranla sabah yer ayırmaktadır.

Gazetelerin yaşama kaynağının reklamlar ve ilanlar olduğu ve genel haberler içerisinde de çok çeşitli haberlerin bulunduğu düşünülürse, spora ayrılan %12'lik bir kısmın yeterli olduğu düşünülebilir. Ancak spor sayfasının, gazeteyi satın almadaki nedeninin %31 olduğu ve gazeteyi satın alan her 100 okuyucudan 9.6'sının ilk spor sayfasına baktığı göz önüne alınırsa (Eroğlu, 1987, s. 76-77) bu durumda gazetelerin spora ayırdıkları yer oranlarını daha da arttırmaları gerektiği söylenebilir.

Çalışanlarda gazete okuma alışkanlığı %82.3'dür. Bunların %55.5'i siyasi haber ve yorumları okumaktadır. İkinci tercihlerde ise erkeklerde en çok ilgi spora duyulmaktadır (%7.0). Kadınlar spora hiç ilgi duymamaktadır. Bunun yerine ekonomi ve piyasa haberleriyle ikinci olarak ilgilenmektedirler (%20) (DPT, 1992, s. 234).

Gazete okuma öğrenim durumuna göre de değişmektedir. Genelde ve devamlı okuyanların oranı ilkokul mezunlarında %18.3, ortaokul mezunlarında %30, lise mezunlarında %41.4 ve üniversite mezunlarında %85.7 dir. (DPT, 1992, s. 234; Tokgöz, 1979, s. 99). Bunların gazetede tercihlerine bakıldığında, siyasi haber ve yorumlar üniversite mezunları tarafından %77.7 gibi yüksek bir oranda tercih edilirken spor tercihleri çok düşüktür. İlkokul, ortaokul ve lise mezunlarının siyasi haber ve yorumları tercih oranları kademeli olarak düşerken spor tercihleri üniversite mezunlarına göre yükselmektedir. (İlkokul siyasi %45,7 spor %11,8, ortaokul siyasi 47,8 spor %5,2, lise siyasi %64 spor %2) (Aziz, 1982, s. 86). Ayrıca çocuklar gazetede %33.7 oranında spor ve %32 oranında ise ünlü kişiler sanatçılar ve sporcularla ilgili haberleri okumaktadırlar (Bulgu, 1995, s. 44). Bu durum yaşla olan bir ilişkiyi de ortaya koymaktadır. Buna göre basının spor üzerinde etkileme, yönlendirme rolünün daha da arttığı söylenebilir.

Spor haberleri, çeşitlerine göre değerlendirildiğinde haberlere %68.9, fotoğraflara %20.6 ve köşe yazılarına ise %10.4 oranında yer ayrıldığı görülür (Tablo 3.). Bu oranlar gazetelere göre de pek fazla bir değişiklik göstermemektedir. Sadece Türkiye gazetesi köşe yazılarına %16.6 oranında ve diğerlerine göre daha fazla bir yer ayırmaktadır.

**Tablo 2:** Gazetelerin Haber Dağılımı.

GAZETELER	GENEL HABERLER		REKLAM ve İLANLAR		SPOR HABERLERİ		TOPLAM	
	f (cm <sup>2</sup> )	%	f (cm <sup>2</sup> )	%	f (cm <sup>2</sup> )	%	f (cm <sup>2</sup> )	%
TÜRKİYE	31057	60.8	13360	26.1	6655	13	51072	100
HÜRRIYET	32894	44.4	32820	44.3	8322	11.2	74036	100
MİLLİYET	33927	55.7	18320	30.2	8584	14.1	60830	100
SABAHA	34065	53.3	22850	35.7	6925	10.8	63840	100
YENİ YÜZYIL	35610	69.7	9887	19.3	5575	10.9	51072	100
TOPLAM	167553	56.0	97237	32.0	36061	12.0	300851	100

Köşe yazıları oranının genelde düşük olması gazetelerin; sporda kalıcı, eğitici, düşündürücü, derinlemesine inceleyci ve yorumlayıcı bir politikadan çok fotoğraf ve haberlerle çarpıcı, anlık, etkileyici, traj artırıcı ve geliş geçici bir politikayı tercih ettikleri söylenebilir. Bu Jeani gazetelerin köşe yazılarındaki konu içerikleri analiz edildiğinde daha da belirginleşmektedir. Buna göre; köşe yazılarının konusunu %82.8 oranında (toplam köşe yazıları 3733 cm<sup>2</sup> içinde futbol 3090 cm<sup>2</sup>dir.) futbol oluşturmaktadır. Diğer bütün branşlar ve konular ise ancak %17.2 oranında kalmaktadır.

**Tablo 3:** Spor Haberlerinin Çeşitlerine Göre Toplam Dağılımı.

GAZETELER	SPOR HABERLERİ		KÖŞE YAZILARI		HABERLER		FOTOĞRAFLAR		TOPLAM	
	f (cm <sup>2</sup> )	%	f (cm <sup>2</sup> )	%	f (cm <sup>2</sup> )	%	f (cm <sup>2</sup> )	%	f (cm <sup>2</sup> )	%
TÜRKİYE	1108	16.6	4295	64.5	1252	18.9	6655	100		
HÜRRIYET	766	9.2	6917	72.3	1539	18.5	8322	100		
MİLLİYET	674	7.9	5757	67.0	2153	25.1	8584	100		
SABAHA	549	7.9	4898	69.4	1588	22.6	6925	100		
YENİ YÜZYIL	636	11.5	3985	71.5	952	17.0	5575	100		
TOPLAM	7333	10.4	24863	68.9	7464	20.6	36061	100		

Gazetelerin, spor branşlarına göre sütunlarında ayırdıkları yere bakıldığında ise %84.5'lik yüksek bir oran ve büyük bir farkla futbolun ilk sırada yer aldığı görülmektedir (Tablo 4).

Futbolu, %7.3 ile basketbol takip ederken, at yarışları, voleybolda küçük oranlarla basketbolü takip etmektedir. Bir anlamda futbol dışındaki, federasyonu olan 35 branşa ve daha birçok spora ancak %15.5 lik bir oranda yer ayrılmaktadır. Bu durum ise büyük bir çarpıklığı ortaya koymaktadır.

Ayrı ayrı gazetelere bakıldığında ise, durumun pek fazla fark içermediği, ancak Yeni Yüzyıl gazetesinin futbola %72.8 ile diğer gazetelerden daha az yer ayırarak, öbür spor branşlarına biraz daha fazla ağırlık verdiği görülmektedir (Tablo 4).

**Tablo 4:** Gazetelerin Branşlara Göre Spor Haberlerinin Dağılımı.

BRANŞLAR GAZETELER	FUTBOL	GÜREŞ	HALTER	ATLETİZM	HENTBOL	BASKETBOL	VOLEYBOL	RAKET SPORLARI	JUDO, KA., TAEK	BOKS	AT YARIŞLARI	RALLI	DİĞER	TOPLAM
	TÜRKİYE f cm <sup>2</sup> %	5722 85.9	40 0.6	6 0.0	11 0.1	6 0.0	452 6.7	24 0.2	2 0.0	11 0.1	-- --	4 0.0	13 0.1	364 5.4
HÜRRİYET f cm <sup>2</sup> %	7308 88.0	-- --	10 0.0	37 0.4	19 0.1	543 6.4	47 0.5	11 0.1	-- --	12 0.1	201 2.4	4 0.0	130 1.5	8322 100
MİLLİYET f cm <sup>2</sup> %	7364 86.7	6 0.0	-- --	86 1.0	28 0.2	464 5.5	50 0.4	26 0.2	8 0.0	2 0.0	244 2.8	20 0.1	286 3.2	8584 100
SABAH f cm <sup>2</sup> %	6051 87.3	14 0.2	-- --	4 0.0	19 0.2	458 6.8	34 0.4	11 0.1	5 0.0	5 0.0	255 3.6	1 0.0	67 0.9	6925 100
YENİ YÜZYIL f cm <sup>2</sup> %	4052 72.8	16 0.2	-- --	15 0.2	39 0.7	748 13.4	224 3.9	36 0.6	2 0.0	2 0.0	233 4.3	82 1.5	126 2.1	5575 100
TOPLAM f cm <sup>2</sup> %	30497 84.5	76 0.2	16 0.04	153 0.4	111 0.3	2665 7.3	379 1.1	86 0.2	26 0.08	21 0.06	937 2.5	120 0.3	973 2.6	36061 100

Gazetelerin spor haber çeşitlerinin branşlara göre dağılımına bakıldığında yani köşe yazıları, haberler ve fotoğraflarda yine futbol, diğer branşlara nazaran önemli bir farkla en fazla yer ayrılan ve önem verilen branş durumundadır (Tablo 5, 6,7,8,9).

**Tablo 5:** Türkiye Gazetesin'de Spor Haber Çeşitlerinin Branşlara Göre Dağılımı.

DEĞERLER BRANŞLAR	KÖŞE YAZILARI		HABERLER		FOTOĞRAFLAR		TOPLAM	
	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	F cm <sup>2</sup>	%
FUTBOL	826	12.4	3840	58.2	105	16.3	5722	86.9
GÜREŞ	--	--	36	0.5	4	0.0	40	0.6
HALTER	--	--	6	0.0	--	--	6	0.0
ATLETİZM	--	--	11	0.1	--	--	11	0.1
HENTBOL	--	--	6	0.0	--	--	6	0.0
BASKETBOL	136	2.1	243	3.6	73	1.0	452	6.7
VOLEYBOL	--	--	18	0.2	6	0.0	24	0.2
RAKET SPR	--	--	2	0.0	--	--	2	0.0
JUDO KARATE	--	--	6	0.0	5	0.0	11	0.0
BOKS	--	--	--	--	--	--	--	--
AT YARIŞLARI	--	--	5	0.0	--	--	5	0.0
RALLİ	12	0.1	--	--	1	0.0	13	0.1
DIĞER	134	2.0	122	1.0	108	1.6	364	5.4
TOPLAM	1108	16.6	4295	64.5	1252	18.9	6655	100

**Tablo 6:** Hürriyet Gazetesin'de Spor Haber Çeşitlerinin Branşlara Göre Dağılımı.

DEĞERLER BRANŞLAR	KÖŞE YAZILARI		HABERLER		FOTOĞRAFLAR		TOPLAM	
	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	F cm <sup>2</sup>	%
FUTBOL	648	7.9	5439	65.3	1221	14.8	7308	88.0
GÜREŞ	--	--	--	--	--	--	--	--
HALTER	--	--	5	0.0	5	0.0	10	0.0
ATLETİZM	--	--	27	0.3	10	0.1	37	0.4
HENTBOL	--	--	15	0.1	4	0.0	19	0.1
BASKETBOL	59	0.7	277	3.5	207	2.2	543	6.4
VOLEYBOL	2	0.0	35	0.4	10	0.1	47	0.5
RAKET SPR	11	0.1	--	--	--	--	11	0.1
JUDO KARATE	--	--	--	--	--	--	--	--
BOKS	2	0.0	6	0.0	4	0.0	12	0.1
AT YARIŞLARI	9	0.1	171	2.0	21	0.2	201	2.4
RALLİ	--	--	4	0.0	--	--	4	0.0
DIĞER	35	0.4	38	0.4	57	0.7	130	1.4
TOPLAM	766	9.2	6017	72.3	1539	18.5	8322	100

**Tablo 7:** Milliyet Gazetesin'de Spor Haber Çeşitlerinin Branşlara Göre Dağılımı.

DEĞERLER BRANŞLAR	KÖŞE YAZILARI		HABERLER		FOTOĞRAFLAR		TOPLAM	
	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	F cm <sup>2</sup>	%
FUTBOL	601	7.1	5092	59.3	1671	19.7	7364	86.1
GÜREŞ	--	--	3	0.0	3	0.0	6	0.0
HALTER	--	--	--	--	--	--	--	--
ATLETİZM	--	--	36	0.4	50	0.5	86	1.0
HENTBOL	--	--	15	0.1	13	0.1	28	0.2
BASKETBOL	35	0.4	227	2.7	202	2.4	464	5.5
VOLEYBOL	10	0.1	25	0.2	15	0.1	50	0.4
RAKET SPR	--	--	11	0.1	15	0.1	26	0.2
JUDO KARATE	--	--	4	0.0	4	0.0	8	0.0
BOKS	--	--	1	0.0	1	0.0	2	0.0
AT YARIŞLARI	--	--	234	3.0	10	0.1	244	3.0
RALLİ	--	--	4	0.0	16	0.1	20	0.1
DİĞER	28	0.3	105	1.2	153	2.0	286	3.2
TOPLAM	674	7.9	5757	67.0	2153	25.1	8584	100

**Tablo 8:** Sabah Gazetesin'de Spor Haber Çeşitlerinin Branşlara Göre Dağılımı.

DEĞERLER BRANŞLAR	KÖŞE YAZILARI		HABERLER		FOTOĞRAFLAR		TOPLAM	
	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	F cm <sup>2</sup>	%
FUTBOL	491	7.1	4198	60.6	1362	19.6	6051	87.3
GÜREŞ	--	--	9	0.1	5	0.1	14	0.2
HALTER	--	--	--	--	--	--	--	--
ATLETİZM	--	--	3	0.0	1	0.0	4	0.0
HENTBOL	--	--	15	0.2	4	0.0	19	0.2
BASKETBOL	24	0.3	275	3.9	159	2.6	458	6.8
VOLEYBOL	--	--	23	0.3	11	0.1	34	0.4
RAKET SPR	--	--	7	0.1	4	0.0	11	0.1
JUDO KARATE	--	--	3	0.0	2	0.0	5	0.0
BOKS	--	--	3	0.0	2	0.0	5	0.0
AT YARIŞLARI	14	0.2	237	3.4	4	0.0	255	3.6
RALLİ	--	--	1	0.0	--	--	1	0.0
DİĞER	20	0.3	33	0.4	14	0.2	67	0.9
TOPLAM	549	7.9	4807	69.4	1568	22.6	6925	100



**Tablo 9:** Yeni Yüzyıl Gazetesin'de Spor Haber Çeşitlerinin Branşlara Göre Dağılımı.

DEĞERLER BRANŞLAR	KÖŞE YAZILARI		HABERLER		FOTOĞRAFLAR		TOPLAM	
	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	f cm <sup>2</sup>	%	F cm <sup>2</sup>	%
FUTBOL	524	9.5	2951	52.9	576	10.4	4052	72.8
GÜREŞ	--	--	9	0.1	7	0.1	16	0.2
HALTER	--	--	--	--	--	--	--	--
ATLETİZM	--	--	9	0.1	6	0.1	15	0.2
HENTBOL	--	--	39	0.7	--	--	39	0.7
BASKETBOL	87	1.6	449	8.0	212	3.8	748	13.4
VOLEYBOL	22	0.4	138	2.5	64	1.1	224	3.9
RAKET SPR	--	--	28	0.5	8	0.1	36	0.6
JUDO KARATE	--	--	2	0.0	--	--	2	0.0
BOKS	--	--	2	0.0	--	--	2	0.0
AT YARIŞLARI	--	--	229	4.3	4	0.0	233	4.3
RALLİ	--	--	45	0.8	37	0.7	82	1.5
DİĞER	3	0.0	85	1.6	38	0.6	126	2.1
TOPLAM	636	11.5	3986	71.5	952	17.0	5575	100

### TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırma bulguları, Türk basınının spora yeterli sayfa ayırdığını ancak, spora ayrılan yerlerdeki branşlar dağılımında profesyonel futbol lehine büyük bir dengesizliğin olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim bulgularımıza göre, futbola %84.5 oranında yer ayrılırken, basketbola % 7.3 ve diğer 34 branşa ise %8.2 gibi çok düşük düzeylerde yer verilmektedir.

Bu durum, futbolun 1959'da profesyonel olması ve lig maçlarının başlamasından bu yana süre gelmiştir. Bu süreçte gazeteler profesyonel futbola sürekli, daha fazla yer ayırmışlar ve popüler futbolu öne çıkarmışlardır. 1987'de Türkiye'de 13 gazete ve 24 spor federasyonu vardır. Gazetelerin spor sayfalarında %60 (%50 si profesyonel) futbol, %15 basketbol, %20 voleybol, güreş, boks ve atletizm, %5'de diğer branşlara yer ayrılmaktadır (Eroğlu, 1987, s. 76). Bu değerler araştırma bulgularımıza göre daha dengeli görülmektedir.

Araştırmada, spor köşe yazılarına %10.4, haberlere %68.9 ve fotoğraflara %20.6 düzeyinde yer verildiği ortaya çıkmıştır (Tablo 3). Eroğlu'nun 1987 araştırmasında ise bu bulguların, köşe yazıları %10, haber %35 ve fotoğraf-karikatürlere %55 oranında yer verildiği sonucunun bulunduğu görülmektedir. Buna göre haber oranlarının değiştiği gözlenmektedir. Bu durum TV'nin daha fazla yaygınlaşması okuyucunun görüntü arzusu yerine, daha detaylı haber arzusunun öne çıktığı söylenebilir.

Basının bu yoğunlukta profesyonel futbola yönelmesi, kuşkusuz tiraj kaygısından ileri gelmektedir. Uluç (1996, s. 1447) bu durumu; "Sayfaların ve programların içeriğini satış servislerinden gelen uyarılar belirliyor, yazı işleri değil..." diyerek ifade etmektedir.

Ancak medyanın ve onun önemli bir kolu olan basın da bazı toplumsal sorumlulukları bulunmaktadır.

Medya rekabet ortamının acımasızlığında estetik dahil birçok kuralı ve etik değerleri göz ardı etme pahasına kar etmeyi en önemli belirleyici durumuna getirmektedir. (Gani, 1996, s. 1363; Turan, 1994, s. 38). Oysa medya önemli bir güçtür. Gazetelerin spor sayfalarını özellikle gençler okumaktadır. Gazetenin bu insanlara ve voleybol, basketbol, atletizm, tenis, güreş, cimnastik gibi sporların meraklılarına da birşeyler vermesi gerekir,

Demiray'm sadece Avrupa Güreş Şampiyonalarının yapıldığı günlerdeki gazetelerin bile güreşe ilgilerinin yetersiz olduğunun ortaya koyan çalışması (1993) bulgularımızı doğrulamaktadır. Ata sporu güreş dahi basında yansımaları yeterli düzeyde bulamamaktadır.

Aktif spora ya da değişik branşlardaki aktif spor seyirciliğine yönelimin kendiliğinden olması çok zordur. Bunun için aile ve okulun yanısıra en önemlisi kitle iletişim araçlarına ihtiyaç vardır. Medyanın bu toplumsal sorumluluğu yerine getirmesi beklenir.

Basın bu görevi yerine getirememektedir. Televizyon da 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 (Karaküçük, Yenei ve Yaman, 1996, s. 44).

Basının bu eksikliği, kar amacının öne çıkarılması şeklindeki ana politikalarının olması yanında, kuşkusuz spor yazarlarından da kaynaklanmaktadır. İşi 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 getirmektedirler. Bu saygıyla karşılanabilir. Ancak bu çalışmalar dışında spor yazarlarının diğer branş gazetelerinin aksine pek fazla araştırma-inceleme kitaplarına 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 rastlanılmamaktadır. Ayrıca bu yazarlarımızın bilimsel dergilerde de yazılarına rastlanılmamaktadır. Gençlik Spor Genel Müdürlüğü'nün satın aldığı veya bastırıldığı kitaplar arasında bir gezinmek durumu daha açık ortaya koyacaktır.

Ayrıca spor gazetecileri, kendi içgüdülerini daha fazla ön plana çıkartarak olaylara mümkün olduğunca farklı bakış açıları getirmektedirler. Belki de bu durum kısmende olsa gazetecilerin bizzat kendilerinin haber üretme yoluna gitmeleriyle olumsuz sayılabilecek durumların ortaya çıkmasınada sebep olmaktadır (Miller, 1987, s. 46). Bütün bunlar spor basınının yıpranmasına da neden olmaktadır. Kuşkusuz bunda iyi yetişmiş elemanların spor basınına artık tercih etmemeleri ve düşük ücret politikalarında rolü bulunmaktadır (Demirkent, 1996, s. 1445).

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 yönlendirilmeye çalışılmalıdır. Yani "medya sana gelmiyorsa sen medyaya gideceksin" anlayışı öne çıkarılmalıdır.

TV'nin Türk halkının yaşamına tam olarak girmediği yıllarda atletizm başta birçok branşın yarışmalarında seyirci tıklım tıklım olurdu. İnönü Stadında yapılan atletizm yarışmaları buna örnektir (Uluç, 1996, s. 1448). Büyük gazetelerin bu branşlara biraz fazla yer vermeleri bunları sağlamaya yeterli olabiliyordu. Bugün Türkiye'de durum çok farklı geliyor. Olimpiyatlar artık kapımızda. Ancak olimpiyatların en önemli branşları atletizm, cimnastik ve yüzmede hatta ata sporumuz dediğimiz güreşte seyirci yok denecek kadar az

adeta yok. Bazı olimpik branşların ise sporcusu bile yoktur. Olimpiyatları almak için özellikle yurt dışında çaba harcayan medya mensupları ve tabii TMOK ile spor yöneticileri bu çabalarını öncelikli olarak ülke içinde futbolun dışındaki branşların gelişmesi ve topluma yaygınlaşması için de harcamalıdır.

Özellikle spor gazetecisinin; toplum karşısında spor olayını spora özgü bir anlayışla veren, spor bilincinin gelişmesi topluma yaygınlaşmasını sağlayan, sporun fair-play anlayışıyla yapılmasını ve algılanmasını amaçlayıp, sertlikten kaçınan (Erdemli, 1996, s. 31) ve spora uygun önem vererek sporun bir hayat memet meselesi olmadığı görüşüyle sorumluluk taşıması beklenir.

Bunun için ayrıca öncelikle esas görevi sporun topluma yaygınlaştırılması olan ve yaklaşık 14000 personeli, yurt sathına yayılmış örgütü ve önemli sayılabilecek bütçesi ile Spordan Sorumlu Devlet Bakanlığı ve Gençlik Spor Genel Müdürlüğü devreye girmelidir.

Neler yapılmalıdır:

1. Federasyon faaliyet programları hazırlanırken federasyonlar arasında koordinasyon sağlanmalı ve organizasyonlar dengeli olarak takvime alınmalıdır. Yığılma engellenmelidir.

2. Diğer branş organizasyonları mümkün olduğunca futbol yoğunluğunun azaldığı günlere alınmalıdır.

3. Medyaya reklam verilmelidir. Özellikle basında, bilgilendirmeye ve yönlendirmeye dayalı albenisi olan reklamlar yayınlanmalıdır. Bunun için profesyonel anlamda düşünülmeli ve profesyonel reklam şirketleriyle çalışılmalıdır.

4. Spor basını üzerine düşen sorumluluğun bilincini sürekli yaşmalıdır. Spor gazetecileri öncelikle sporun topluma yaygınlaşması yönünde de çalışmalar yapmalıdırlar. Bu konuda çalışmalar içerisinde olan diğer insanlar ve kamuoyu için geniş bilgi ve birikimlerini araştırmalarla destekleyerek kitaplar yazmalılar ve bilimsel dergilerde yazılar yayınlamalıdırlar.

Sporun futbolla beraber her dalının topluma tanıtılması, insanların aktif katılıma veya aktif seyirciliğe teşvik edilmesi ve yaygınlaştırılması toplumsal bir zaruret olduğu kadar, olimpiyatları düzenlemeye talip Türkiye'nin de bir zorunluluğudur.

Bu balamdan basın yeterince etkin olamıyorsa, profesyonel anlayışla devreye sokulabilmeli ve sporun her çeşidinin topluma yaygınlaştırılmasının sağlanmasına çalışılmalıdır.

## KAYNAKLAR

- Aziz, A.; Toplumsallaşma ve Kitlesele Eğitim, A.Ü. B.Y.Y. Okulu Yayını, No: 2, Ankara, 1982
- Bulgu, N.; "Spor Haberlerinin Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Gazeteden Tüketimi 12-24 Yaş Grubu Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma", Spor Bilimleri Dergisi, H.Ü. B.S.Y.O. Yayını, c. 6, no: 3, Eylül 1995.
- Demiray, U.; Türk Basının Güreş Sporuna Bakışı, İstanbul Güreş İhtisas Kulübü Yayını, no: 7, İstanbul, 1993.
- Demirkent. N.; "Medya ve Spor", Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı II, Yıl: 2, no: 12 Kasım-Ara, 1996.
- DPT, Türk Aile Yapısı Araştırması, DPT Yayını, Ankara, 1992.
- Eroğlu, S.; "Türk Spor Basını", A.Ü. BYYO Yıllık 1986-1987, Ankara 1987.
- Erdemli, A.; "Spor Gazetecisinin Kendi Toplumu ve Dünya Karşısındaki Sorumluluğu", Olimpiyat Dünyası, no: 3, Nisan 1996.
- Encabo, M.N.; "Gazetecilik Etiği ve Demokrasi", Der. S. İrvan; Medya Kültür Siyaset, Ark Kitapları, Ankara, 1997 içinde.
- Gurevitch M. and Blumler J.G.; "Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler", Der: S. İrvan; Medya Kültür Siyaset, Ark Kitapları Ankara, 1997, içinde.
- Güngör, N. ve Binark, M.F.; "Televizyonda ve Başında Haberler Karşılaştırılmalı İçerik Çözümlemesi", Amme İdaresi Dergisi, c. 26, no: 3, Eylül 1993.
- Gaillard, P.; Gazetecilik, (Çev. M.S. Şakiroğlu), İletişim Yayınları, İstanbul, 1991.
- Gani. V.; "Medya ve Eğitim", Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı II, Yıl: 2, no: 12, Kasım - Aralık 1996.
- Kaplan, Y.; Televizyon, (Çev. G. Kaplan), Alternatif Üniversite, İstanbul, 1992.
- Karaküçük, S. Yenel, F. ve Yaman, M.; "Sporun Topluma Yaygınlaştırılması Bakımından Televizyon Spor Programlarının Etkinliği", G.U. Spor Bilimleri Dergisi, C. 1, no: 3, Temmuz 1996.
- Kaçmaz, C.; "Medya Aynı Zamanda Eğitici de Olmalıdır.", Milliyet Gazetesi, 7 Ekim 1996.
- Miller, D.; "The Role of the Sports Journalist", Olympic Message, Comité International Olympique, No: 18, August 1987.
- Tokgöz, O.; Siyasal Haberleşme ve Kadın, A.Ü.S.B.F. Yayını. No: 429, Ankara, 1979.
- Tokgöz, O.; Temel Gazetecilik, A.Ü. Basın Yayın Yüksekokulu Yayını, No: 8, Ankara, 1987.
- Turam, E.; Medyanın Siyasi Hayata Etkileri, İrfan Yayıncılık, İstanbul, 1994.
- Uluç. H.; "Spor ve Medya", Yeni Türkiye Dergisi, Medya Özel Sayısı II, Yıl: 2, no: 1, Kasım-Aralık, 1996.