

# SPOR YAZARLARININ FUTBOL KAMUOYU ÜZERİNE ETKİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Hasan ŞAHAN•

## ÖZET

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.

Deneklerin bilgi toplama aracına verdikleri cevaplar statiksel işleme tabi tutulmuş, kimlik bilgileri için sadece frekans ve yüzdelerle yetinilmiştir. Ki-kare X2 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.

## 1.GİRİŞ

Tüm dünyada olduğu gibi yurdumuzda da medya, yazılı ve elektronik basından( dergi, gazete, Tv, sinema, tiyatro vs) oluşmaktadır. ( Karaküçük 1997) Teknoloji ve kitle iletişim araçlarından faydalanan medyanın 20.yy ikinci yansından itibaren izleyici ve okuyucu kitleleri üzerindeki etkisi önemli ölçüde artmıştır.

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.

Ülkemiz sosyal yapısı içinde toplumun büyük bir bölümünün aktif yada pasif olarak spora katılımı göz ardı edilemeyecek boyutlardadır. Medya içerisinde kamuoyunun spor alanındaki beklentilerine cevap verebilmek amacıyla yeni bir

---

• S.Ü. Karaman BESYO Öğr.Gör.

\*\* Bu makale 2001 yılında Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsünde Savunulan ve Kabul Edilen" Türkiye'de Spor Yazarlığı ve Futbol Kamuoyu Üzerine Etkileri" adlı yüksek lisans tezimin bir özettir.

alan olarak spor medyasının oluşumu ve bu oluşumda yer alan kadroların üstlendiği görevler her geçen gün arttığı gibi farklılıklarda göstermeye başlamıştır.

Bu çalışmada yapmaya çalıştığımız medyanın önemli bir kısmını teşkil eden spor yazarlarının spor kamuoyu diye tabir ettiğimiz sporcu seyirci yönetici hakem ve tüm sporla ilgilenen kişiler üzerine etkisinin olup olmadığının ortaya konması amaçlanmıştır.

## 2.Spor Yazarlığı Kavramı ve Bugünkü Yapısı

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.

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.

Türkiye’de kitle iletişim araçlarının sporla tanışması yazılı basın yoluyla ilk defa 1891 yılında yayınlanan eskrim ile ilgili bir yazıyla başlamıştır. 1968 yılında Tercüman gazetesi renkli ve çok imzalı spor ekini yayımlandı. Ve günümüzde ki spor medyasına da örnek teşkil etmiştir.(Karasüleymanoğlu 1986)

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. o eyalette yaygın olan spor dalları, bu dallarda mücadele eden takım ve sporcular ve spor örgütlerini ele almaktadır. ( Sabah gazetesi 1986)

Avrupa tipi spor yazarlığında ise Futbol ağırlıklı bir spor yazarlığı mevcuttur.Gerek spor basınının 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.

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 önceliklere 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. (Bayatlı 1986)

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.

### **3.Spor Kamuoyu ve 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! 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 düşüncesine sokularak yönlendirilen çoğunluktur.

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 tartışılır. (Alemdar 1983)

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.(Tok 1995)

Buradan 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.(Kozanoğlu 1993)

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 modelle 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 iletişim kopuk ise çocuk sevmediği ve saygı duymadığı aile bireylerine karşı olmak için karşı takımı tutacaktır.

Aile ve okul dışında, spor kamu 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.(Santsröm 1982) Ülkemizde okul çağını 6-18 yaş 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)

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)

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.

## 4.MATERYAL ve METOD

### 4.1.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.

### 4.2.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 ( $\chi^2$ ) ve Sd' ne göre belirlenen sonuçlardan elde edilen bulgular tablolaştırılarak  $p < 0.05$  değerine göre yorumlanmıştır.

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
<b>Genel Toplam</b>	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.

**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 yukarı	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. Bu da gösteriyor ki Türkiye nin nüfus yapısını oldukça yakın bir özellik taşımaktadır.

**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 yüksekokul mezunu olduğunu, bununla birlikte spor kamuoyunun da yarıdan fazlasının orta öğretim mezunu geri kalanının da yüksek okul mezunu olduğu gözükmektedir.

**Tablo 4. 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 5. 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 6. Spor Yazarlarının Hakemleri Etkileme Dağılımı.**

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen. Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarlar							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.

**Tablo 7. Spor Yazarlarının Seyirci Kitlelerini Etkileme Dağılımı.**

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen. Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarlar	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.

**Tablo 8. Spor Yazarlarının Futbolcuları Etkileme Dağılımları.**

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen. Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarlar							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.

**Tablo 9. Spor Yazarlarının Yazıları ile Toplum Psikolojik Etkileme Dağılımı.**

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen. Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarlar							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 yazarın ve spor kamuoyuna yöneltilen soruya deneklerin verdikleri cevapları görülmektedir.

**Tablo 10. Spor Yazarlarının Seyirci Sayısı Artışındaki Etkilerinin Dağılımı.**

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen. Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarlar							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.

**Tablo 11. Spor Yazarlarının Yazıları ile Kulüp Yöneticilerini Etkilemelerinin Dağılımı.**

	EVET		KISMEN		HAYIR		Gen. Top.	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Spor Yazarlar							100	100
Spor Kamuoyu	214	26.75	300	37.50	286	35.75	800	100

$$\chi^2 = 45.909 \quad P = 0.000 \quad P = 0.000 < 0.05.$$

Olduğundan istatistik sonuç olarak her iki denek grubu arasında anlamlı düzeyde bir ilişki ortaya çıkmıştır.

## SONUÇ

1. Spor yazarlarını %86 sı spor kamuoyunun %71 i spor yazarlarının yazıları ile hakemler üzerinde etkili olduklarını ifade etmişler .(Tablo 6) Bu sonuca göre hakemlerin yazarlardan etkilenmesi sonucu daha fazla hata yaptıkları düşüncesi kabul edilebilir.
2. Tablo 7 de olduğu gibi spor yazarlarının %98 i spor kamuoyunun ise %78 i yazarların seyircileri etkileyip yönlendirdikleri, bunun sonucunda seyircilerin beklentilerinin gerçekleşmediği durumlarda şiddet içeren davranışlar sergiledikleri ve bu duruma en az kendileri kadar yazarlarında rolünün olduğunu söyleyebiliriz.
3. Tablo 8 de görüldüğü gibi profesyonel futbolcuların yazarlardan etkilendikleri bu kadar etkilenme sonucu profesyonelliği tam olarak yaşayamadıkları yada Türk futbolcusunun çok duygusal olduğunu söyleyebiliriz.
4. 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 önlenilebileceği sonucuna varılmıştır.
5. Spor yazarlarının seyircileri etkileyip yönlendirmelerine karşın seyirci sayısının artışı fazla bir rollerinin olmadığı görülmektedir.

6. Spor yazarlarının büyük çoğunluğu yöneticileri etkiledikleri düşüncesine hakimken kamuoyu buna inanmadıklarını belirtmektedirler.

### ABSTRACT

In this study, it has been aimed at determining the professional competency of sports journalist working in Turkish sports media and has been tried to detect the dimensions of their influence in sports public opinion.

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

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

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

### KAYNAKLAR

- Alemdar K (1983)** *Kitle İletişimine Temel Yaklaşımlar*, Savaş Yayınları, Ankara.
- Avcı N (1990)** *Kitle Kültürü ve Enformatik Cehalet*, Rehber Yayınları, Ankara.
- Bayatlı T (1986)** *Dış Ülkelerde Spor Basını*, Genç Gazeteciler Eğitim Semineri, Gazeteler Cemiyeti Yayını, 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.
- Karküçük S (1996)** *Sporun Topluma Yaygınlaştırılması Bakımından Televizyon Programlarının Etkinliği*, Gazi Ü, Spor Bilimleri Dergisi, Cilt 1, No:3, Temmuz, Ankara.
- Karasüleymanoğlu A (1986)** *Basın Açısından Spor, Yeni Boyutlarıyla Spor*, Engin Yayınları, Ankara.

---

**Kozanoğlu C (1993)** 1980'lerden 1990'lara Türkiye starları imaj Devri, İletişim Yayınları, İstanbul. **Sabah GAZETESİ**, 12 Temmuz 1996.

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

