

DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE BASININ GELİŞİMİ İLE TÜRK BASININDA SPORUN HABER ÖGELERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ*

Ahmet Yalçın KAYA**

ÖZET

Sporun toplumsal yapı ve yaşam üzerinde güçlü etkileri bulunmaktadır. Spor, doğası ve özellikleri gereği kitle iletişim araçları ile güçlü bir ilişki içindedir. Basın, en eski kitle iletişim aracı olması ve kurumsallaşmış yapısı nedeni ile diğer kitle iletişim araçlarından ayrılmaktadır. Bu nedenle basın ve spor arasındaki birliktelik güçlü ve farklı anlam ve öneme sahiptir.

Bu çalışmada basın ve spor basınının tarihsel gelişiminin değerlendirilmesi ile spor konularının ve haber öğelerinin spor haberlerindeki kullanımının saptanması amaçlanmıştır.

Sonuç olarak spor ve spor basınının önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bu doğrultuda spor basını nitelik ve nicelik olarak gelişme göstermiştir. Ancak bu gelişmeler sadece futbol haberleri ile sınırlı kalmıştır. Araştırmada elde edilen en önemli sonuçlardan biri de fotoğraf ve başlık gibi görsel öğelere haber metninden daha geniş bir alan ayrılmasıdır.

Anahtar Sözcükler: Spor Basını, Basın, Gazetecilik, Spor

THE DEVELOPMENT OF PRESS IN WORLD AND TURKEY AND STUDY TURKISH PRESS ABOUT NEWS PATTERNS

ABSTRACT

The sports have very strong effects on the social life and structure, and a strong relationship with media because of its nature and characteristics. The press differs from other media because of being the oldest media and its institutionalized structure. For this reason the association between sports and press has a different and strong both meaning and importance.

In this study aimed to evaluate the historical development of press and sports press, and usage of sports subjects and news patterns in the sports news.

As a conclusion, the importance of sports and sports press is rising day by day. In this direction sports press develops about quantity and quality. But this development is limited only the football news. As a most important data handed at the end of study is visual patterns as photographs and headlines is used widely than the news text pattern.

Key Words: Sports Press, Press, Journalism, Sports

GİRİŞ

Yaratıldığı günden bu yana hayatta kalma mücadelesi veren insanoğlu, bu amaç doğrultusunda iletişim kurduğu gibi hiçbir canlıda olmayan tasarım ve alet yapabilme becerisini kullanmıştır. Zaman içinde hayatta kalma mücadelesinde başarılı olan insanoğlu yaşamını daha kolay kılmak için çabalarda bulunmuştur. Bunun için de yine iletişim süreci ve araç-geçerleri kullanmıştır.

Avcı ve toplayıcı toplumun ardından geçilen yerleşik düzen ve tarım toplumu olma süreci insanın "mekanik ve organik dayanışma" olarak adlandırılan işbirliği ve işbölümü içinde yaşamasına yol açmıştır (Aziz 1982: 49). İnsanlar birbirleri ile iletişim kurarak kendilerini ve amaçlarını ifade etmişler, böylece hem toplumsal yaşamın temelini atmışlar hem de kurulan toplumsal yapının devamını sağlamışlardır. Toplumsal yapının giderek karmaşık bir hal alması, toplumsal yaşamın güçleşmesi, üretim koşullarının insan aleyhine işlemesi onun yalnızlaşmasına ve güçsüzleşmesine yol açmıştır.

Bu da farklı ihtiyaçları gündeme getirmiştir. Söz konusu edilen ihtiyaçlar arasında ait olma, sevilme, grup içinde güçlü olma sıralanabilir. Sayısı daha da artırılacak olan bu gereksinimlerin ortaya çıkmasında kuşkusuz ekonomik, politik ve kültürel koşullar da etkili olmuştur.

Gereksinimlerini gidermede zorlanan insan gelişen ve değişen teknolojiye uygun olarak kitle iletişim araçlarından yararlanmaya başlamıştır. Böylece maddi gereksinimlerini giderme yoluna giderken, manevi gereksinimlerini gidermek için de kimi kültürel ve bedensel etkinliklerde bulunmuştur. Kültürel yapıların farklı olması, kültürel etkinliklerin ve ürünlerin pahalı olması ve zaman istemesi bu anlamda spora yönelim sağlamıştır. Bu koşullara bir de modern toplumlarda tek ve geçerli bilgi kaynağının kitle iletişim aracı olması eklendiğinde spor ve kitle iletişim araçlarının birlikteliği kaçınılmaz olmuştur.

Tüm bu sıralananlar doğrultusunda spor ve önemli kitle iletişim araçlarından olan basın ara-

* Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce kabul edilen yüksek lisans tez özeti

** Arş. Gör., Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

sındaki ilişki önem kazanmaktadır. Bu nedenle iletişim, kitle iletişimi, basın, spor, spor basını, basında spor, ve sporun basında sunum biçim ve içeriklerinin incelenmesi gerekmektedir.

1. İLETİŞİM VE KİTLE İLETİŞİMİ

İlk insandan bu yana var olan ve insan neslinin günümüze kadar ulaşmasını sağlayan iletişim olgusunu tanımlanması ve bu tanımın üzerinde uzlaşma sağlanması oldukça güçtür. Latince "Communis" kökünden türeyen İngilizce "Communication" kavramı "Communa", "de Communis", "Communicare" gibi kavramlarla toplumsallaşma, ortaklık, birliktelik, katılım gibi anlamları ifade etmek için kullanılmıştır (Oskay 1993: 309). Türkçe'de "Haberleşme", "Bildirişim" gibi sözcüklerle de ifade edilmeye çalışılan iletişim kavramının farklı bilim dallarından farklı yazarlar tarafından yine farklı amaç ve anlamlarla kullanılması da kaçınılmazdır. Benzer şekilde iletişim süreci de farklı şekillerde tanımlanmıştır: "Bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci" (Dökmen 1994: 15); "Bireyler, gruplar ya da toplumlar arasında söz, mimik, jest, yazı, görüntü vb. yollarla bilgi, düşünce, duygu ve inanç alışverişini sağlayan etkileşim süreci" (Demiray 1994: 15); "Kişilerin paylaştıkları karşılıklı anlamlar ve içerikler" (Gökçe 1993: 52).

Çok geniş bir kapsam üstüne oturan iletişim sürecinin ileti, kaynak, alıcı, kanal veya araç ve geri besleme gibi 5 temel ögesi bulunmaktadır. En genel ifade ile ileti anlatılmak istenen, haberdar edilmek istenen, duygu, düşünce, bilgi, tecrübe ve beceridir. İleti, alıcının dikkatini çekmeli, ortak semboller içermeli, onda gereksinim hissettirmeli ve onu istendik yönde harekete sürüklemelidir. (Schramm 1992: 113-117). Gönderici, kodlayıcı, iletişimci gibi adlarla da ifade edilen kaynak ise algılama, seçme, düşünme, yorumlama süreçlerinde ürettiği anlamlı iletileri simgeler aracılığıyla gönderendir (Zillioğlu 1993: 98). Alıcı yerine Hedef kavramını kullanan Gökçe kavramı "Gönderilen mesajı algılayan, algıladığını ve anladığını gösteren kimse" olarak tanımlamıştır (Gökçe 1993: 54). Media, medyum, kanal, oluk, kitle iletişim araçları olarak adlandırılan araç ise fiziksel ve teknolojik olanaklardan yararlanarak iletiyi taşıyandır. İletişim sürecinin başarılı olması için en gerekli unsur ise geri beslemedir. Yansıma, geri dönüş, feed back gibi adlarla da anılan geri besleme, iletinin amaçlanan doğrultuda, etkide amaçlanan hedefe ulaşmış olmasının ölçümüdür.

İletişim sürecinin sınıflanmasında da bir uzlaşma bulunmamaktadır. Ancak genel hatları ile i-

letişim sürecinin sınıflandırılması şu şekilde yapılabilir: 1) Toplumsal İlişkilere Göre: Kişilerarası İletişim, Grup İletişimi, Örgütsel İletişim, Toplumsal İletişim 2) Grup İlişkilerine Göre: İnfomal/Yatay İletişim, Formal/Dikey İletişim 3) Kullanılan Kodlara Göre: Sözlü İletişim, Yazılı İletişim, Sözsüz İletişim 4) Zaman ve Mekana Göre: Yüzyüze İletişim, Uzaktan İletişim 5) Kullanılan Kanala Göre: Görsel İletişim, İşitsel İletişim, Görsel-İşitsel İletişim, Dokunma ile İletişim, Uzaktan İletişim, Doğal Araçla İletişim, Yapay Araçla İletişim, Kitle İletişimi.

Sayılan iletişim türleri arasında günümüzde en önemlisi Kitle İletişimi olmuştur. Kitle iletişimi iletişim süreci ile aynı öğelere sahiptir, ancak küçük farklılıklar gösterir. Kitle iletişiminde kaynak bir kişi veya kişiler değil, bir kurum olmuştur. Her ne kadar iletişimde bulunan bir kişi de gözüksün o medyanın hükmi şahsiyetini temsil etmektedir. Bu nedenle kaynak artık örgütsel yapıya sahip bir grup olmuştur (Schramm 1992: 121). Öte yandan alıcının niteliklerinde de değişiklikler olmuştur. Kitle iletişiminde alıcı farklı tabaka, kültür ve servete sahip, birbirleri ile zayıf ilişki içinde olan, örgütsüz, bilinmeyen gibi niteliklere sahip bir kitledir artık (Erdoğan ve Alemdar 1990:54). İletiler ise onun varsayılan özelliklerine göre tasarlanır. Kitle iletişiminin en önemli özelliği ise iletilerin kitleye ulaştırılması gerekliliği nedeni ile araç kullanmasıdır. Ancak bu araç iletir teknolojinin ürünü olmalıdır. Kitle iletişiminin olabilmesi için öncelikle iletileri kitlelere ulaştırabilecek bir teknoloji, kitleleşme üretimi, bunun için enerji ve hammaddenin kitleleşme üretimi, içerikleri tüketecek eğitim ve kültür seviyesi, yine içerikleri tüketecek ekonomik erişkinlik ve boş zaman olgusu gereklidir.

Günümüz kitle toplumu içinde geleneksel bilgi ve haber kaynaklarının yeterli olamaması, kitle iletişim araçlarının bilgi ve haber verme işlevi nedeni ile daha da önem kazanmasına yol açmıştır. Öte yandan eğlendirme, kamuoyu oluşumuna katkıda bulunma, yönetenle yönetilen arasında köprü olma, denetleme, kültür aktarımında bulunma, toplumsal birliği sağlama, toplumsal rolleri dağıtma gibi işlevleri ona yansalsal anlamda önem kazandırmıştır (Gökçe 1993: 90; İçel 1986: 17-19; Erdoğan ve Alemdar 1990: 107, Zillioğlu 1993: 83).

Kitle iletişim araçları sahip olduğu işlevleri farklı biçimlerle yerine getirir. Bunda kuşkusuz kullanılan teknolojinin belirleyiciliği büyüktür. Ancak sınıflamayı teknoloji ölçüğüyle yapmak hatalı olacaktır. Örneğin Elektronik Kitle İletişim Aracı olarak televizyon ve radyo kastedilmekte, ancak elektronik olmayan hiçbir kitle i-

İletişim aracının kalmadığı göz ardı edilmektedir. Öte yandan kitle iletişim araçlarının yazılı, sözlü, görsel olarak sınıflamak da hatalıdır. Çünkü yazılı olanın görsel, görsel olanın da yazılı olma özelliği kapsayıcı olmamaktadır. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarını şu şekilde sınıflamak mümkündür: 1) İşitsel Kitle İletişim Araçları, 2) Görse-İşitsel Kitle İletişim Araçları, 3) Yazılı Kitle İletişim Araçları.

2. BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE BASIN

Kitle iletişim araçlarının en eskisi olan basın, genellikle basım kavramı ile karıştırılmaktadır. Basım, basma işlemini ifade ederken, basın "Bir memlekette belirli zamanlarda çıkan gazete, dergi gibi yazılı ürünlerin bütünü"nü ifade etmektedir (Meydan Loursse 1992: 578). Yani basın gazetedir, dergidir, matbuattır.

Diğer kitle iletişim araçları gibi basın da ticarette daha fazla kar etmek için gerekli olan bilgiyi sağlamak için ortaya çıkmış, daha sonra gelişen ve değişen toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik koşullar nedeni ile biçim, içerik ve işlev olarak değişmiştir. Basın bulunduğu toplumu bilgilendirme, eğlendirme, eğiterek toplumsallaştırma, kamuoyu oluşturma, siyasi ve ekonomik güç karşısında tepki verme, toplum adına denetleme gibi görevler üstlenmiştir. Bu nedenle de demokratik toplumlarda basın Yürütme, Yasama ve Yargı'dan sonra Dördüncü Güç olarak kabul edilmektedir. Basına atfedilen bu güç kuşkusuz işlevlerinden kaynaklanmaktadır. Üstlenmiş olduğu işlevleri nedensel başarıyla yerine getirirse basın o kadar güçlü olacaktır. Bu noktada basının sonuçta bir ekonomik işletme olduğu ve kar etmesi gerekliliği de göz ardı edilmemelidir. Ancak bu da basının etik olmayan yol ve yöntemleri kullanmasını kesinlikle meşrulaştırmamalıdır.

Bu açıklamaların ardından basın yani gazete şu şekilde tanımlanabilir: "Belli aralıklarla yayınlanan, okuyucu için belli bir bedel karşılığı haber, yorumsal yazı, fotoğraf, grafik gibi öğelerle bilgilendirme, eğlendirme, eğitime, toplumsallaştırma ve onun adına denetleme işlevini yerine getiren, kağıt üzerinde ulaşan kitle iletişim aracıdır."

Gazete ve gazeteciliği farklı biçimlerde sınıflamak mümkündür ancak en genel hatları ile 1) Fikir Gazeteciliği 2) Magazin Gazeteciliği 3) Radyo-TV Gazeteciliği 4) İnternet Gazeteciliği olarak sınıflamak sağlıklı olacaktır (Tokgöz 1987: 145-167).

Günümüzde yaygın ve etkin bir rol üstlenen

basın köklerini geçmişten almaktadır. Ortaya çıkışı çok daha eskilere dayandırılrsa da gazetenin ilk bilinen örneği MÖ 59'da Roma'da yayınlanan Acta Diurna'dır (Ana Britanica 1987: 376).1455 yılında oynak harflerle baskı yapabilen makinenin bulunması ile o güne kadar elle yazılan ve bilgi aktarımı için kullanılan haber mektupları basılı hale gelmiştir. Haber mektuplarının İtalya'da "Gazetta" adı verilen dönemin en küçük parasına satılıyor olması, ürünün gazete olarak adlandırılmasına yol açmıştır (İnuğur 1993: 43). Değişik konularda düzenli olarak yayınlanan ilk gazete ise 1605 yılında Anvers'te çıkartılan Nieuwe Tijdsinghen'dir Ardından İtalya, Almanya, Macaristan, İspanya, Fransa ve İngiltere'de yayın girişimleri artmıştır (İnuğur 1993: 63-64). Bu ülkelerin ticarete ileri oldukları, özellikle de dış ticaret kapılarına sahip oldukları belirtilmelidir. Ardından Sanayi Devrimi ile birlikte gelişen üretim koşulları, eğitim ve kültür imkanları, ekonomik refah, demokrasinin ve insan haklarının önem kazanması, toplumun bilgilene gereksiniminin artması basının kurumsallaşarak günümüze değin ulaşmasını sağlamıştır (Kaya 1985: 2-3).

Baskı makinesinin icadından 300 yıl sonra Türkiye'ye gelmesi doğal olarak gazetenin de geç yayınlanmasına yol açmıştır. Türkiye'de yayınlanan ilk gazeteler yabancı uyruklulara aittir ve yabancı dilde yayınlanan bu gazeteler genellikle İstanbul ve İzmir gibi ticaret merkezlerinde yayınlanmıştır. Türk topraklarında çıkan ilk Türkçe gazete 1831 yılında yayınlanan Takvim-i Vekai'dir. İkinci gazete ise 1840 yılında yarı resmi olarak yayınlanan Ceride-i Havadis'tir (İnuğur 1993: 176-178). Matbaalar Nizannamesi, Ali Karamname, İkinci Meşrutiyet gibi yasal düzenlemelerle basın daha özgür bir ortamda gelişme göstermiştir. 1918-1923 yılları arasında basın Milli Mücadele'yi destekleyenler ve Milli Mücadele'ye karşı olanlar olarak ikiye ayrılmıştır. İrade-i Milliye, Hakimiyet-i Milliye, Yenigün (İstanbul-Ankara), Yeni Adana (Adana), Babalık (Konya), Doğru Söz (Balıkesir), Albayrak (Erzurum), Açıksöz (Kastamonu) gibi gazeteler Kurtuluş Savaşı heyecanını hep canlı tutmuşlar, milli şuurun uyanmasına ve yaşamasına katkı sağlamışlardır (İnuğur 1992: 23). Cumhuriyet'in ilanı ile sağlanan özgürlük ortamı basını farklı amaçlarla kullanıma itmiştir. İrtica, ayaklanma teşviki gibi yıkıcı ve bölücü faaliyetler için basının kullanılması 4 Mart 1925 tarihinde Tahrir-i Sükun Kanunu ile önlenmiştir. 1930'lu yıllarda devletçi anlayışı güçlendirmek için Kadro, Ülkü, Fikir Hareketleri, Varlık, Yeni Adam, Yeni Gün, Yücel gibi dergiler çıkmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında Tan, Vatan, Akşam ve Tanin gazeteleri "Demokrasi Cephesi"ni, Tasvir-i

Efkar ve Cumhuriyet Nazi Almanyası'nı desteklemiştir. 1950 seçimleri ile birlikte Demokrat Parti iktidarı, ilk yıllarında özgür bir ortam yaratmış ardından da baskıcı bir politika izlemiştir. 27 Mayıs 1960 hareketi başta basın olmak üzere geniş destek bulmuştur. 1970'li yıllarda ülkedeki siyasi karışıklığa basın da dahil olmuş ve tarafsızlığından uzaklaşarak yayın yapmıştır. 1980'li ve 90'lı yıllarda basın Türkiye'deki ekonomi ve politika alanındaki dönüşümden oldukça etkilenmiş, kamusal görevlerini bir kenara bırakarak sadece ekonomik bir işleme olarak çalışmıştır. Promosyon ve lotarya gibi basının inandırıcılığını ortadan kaldıran faaliyetler bu yıllarda her tarafı kaplamıştır.

3. SPOR, SPOR BASINI VE SPOR BASINININ GELİŞİMİ

Oyun, oyalanma, boş zaman geçirme gibi çağrışımlar yapan spor kavramının ayrıca teknik olma, kurallı olma, gelişim sağlama, eğitime, psikolojik boşalım sağlama, saldırganlığı denetim altına alma, ruhsal sağlığı koruma gibi işlevleri de bulunmaktadır (Savaş 1993: 134; Fişek 1980:58). Öte yandan sporun estetik, mesleki, politik ve ekonomik işlevsel yönleri de bulunmaktadır. Sporun bu özellikleri kapsayıcı bir tanım gerektirmektedir: Kitle toplumu içinde yer alan bireylerin seyirci bazında ortaya çıkan boş zaman geçirme, toplumsal realiteden kaçış, aidiyet duygusu verme, sporcu bazında meslek edinerek tüm zaman uğraşısı haline getirdiği daldan statü ve gelir elde etme amacı, siyaset ve ekonomi alanında kar, rant, statü sağlanan sistemin devamını sağlamak amacı taşıyan bireylerin tarih içinde kazandıkları bedensel ve zihinsel yeteneklerin tek başına veya toplu olarak uyguladığı, estetik, teknik, fiziksel ve toplumsal bir süreçtir spor.

Herhangi bir coğrafyada sporun yapılabilmesi için öncelikle boş zaman olması, spor yapacakların üretim sürecine katılmadan artı değerden pay almalarını sağlayacak bir paylaşım mekanizması ve kimin spor yapıp kimin izleyeceğini belirleyen ve uzlaşmış bir seçme mekanizması gereklidir. Öte yandan kitle iletişim araçlarının etkinliği, sanayileşme, eğitim ve kültür seviyesini yüksek olması, statünün eğitim ve yetenek ile kazanılması, genç nüfus, spor yapacak altyapı, devletin gerekli önlemleri alması gibi diğer gerekliliklerin de altı çizilmelidir (Erkal 1992: 72-79).

İnsanlık tarihi kadar eski olan spor, köklerini avcılık, atıcılık, okçuluk, mızrak atma, yumruk vurmaktan almıştır. Gerçekten de ilk spor dalları savunma ve saldırı amaçlı olmuştur. (Fişek 1980: 17). Ardından ulaşım ve ulaştırma amaçlı spor dalları gelmiştir. Atıcılık-binicilik, ka-

yak, kızak, yelken bunlardan bazılarıdır.

İnsan emeğinin köleleştirilmesi, böylece üretim sürecine katılmadan pay alma, paylaşım ve karar mekanizmasının başında olma Antik Yunan'a ati belirgin bir özelliktir (Fişek 1980: 18). Bu nedenledir ki Antik Yunan sporun beşiği, itici gücü ve en etkin uygulandığı yer olmuştur. Kuşkusuz aynı dönemde Orta Asya'daki Türklerde de spor olarak kabul edilebilecek benzer etkinlikler vardır. Ancak bu etkinlikler savunma, saldırı, ulaştırma ve kendini geliştirme amacına yönelik olmuştur.

Tek Tanrılı dinlere geçişle birlikte Hıristiyanlıkta başlayan Kilise baskısı, spor alanında da kendini göstermiştir. "Palastrica diaboli negotium - Beden terimleri şeytan işidir" diyen Katolik Kilisesi'nin Atina'da yapılan Olimpiyat Oyunlarını yasaklaması da beklendik bir durumdur Katolik Ortaçağ Avrupası'nda ata binmek, yüzmek, ok atmak, eskrim, av, satranç ve müziği içine alan Şövalye Becerisi'ne sadece soyluların eğitimi için izin verilmiştir (Fişek 1980: 18-19, 22). Bu ve benzeri baskılar aynı dönemde Osmanlı İmparatorluğu'nda görülmemiş, en azından Katolik Avrupası gibi sporu 17. Yüzyıla kadar karanlığa gömmemiş, aksine spor ve sporcu, sporunun eğitimi desteklenmiştir. Sporcu kayıtları tutulmuş, maaş bağlanmış, şehzade ve padişahlar yaptıkları spor dalı ile anılmış, başarılı sporcuların ismi alanlara, mekanlara ve hatta semtlere verilmiştir (Kahraman 1995: 125,128, 118).

Avrupa'da sporun kurumsallaşması ve bugünkü anlamına kavuşması için Kilisenin toplumsal yapı ve yaşam üzerindeki etkisini azaltan Reform ve Rönesans, eş deyişle laikleşme gerekmiştir. Laikleşme ile birlikte, ticaretin yaygınlaşması, pazarı korumak için ulus devlet girişimlerinin artması, her alanda olduğu gibi spor alanında da olumlu etkisini göstermiştir. Öte yandan insan ve hayvan enerjisi dışında üretim sürecinde makine ve buhar enerjisinin kullanılmaya başlaması, üretim merkezlerinin enerji merkezleri etrafında kurulması kentleşme, sanayileşme, çalışma ilişkileri gibi kavramları doğurmuştur. Bu da kaçınılmaz olarak eski köylü, yeni kentli çalışanların boş zamana sahip olmasını, zaman geçirmek için yeşil alanlara yönelmelerini sağlamıştır. Bu durum ise çalışanların ilgi ve enerjilerini toplumsal, ekonomik, siyasal sorunlar üzerine yoğunlaştırmaları olasılığını doğurmuştur. Bu nedenle de işverenler çalışanlarını spor yapmaya yöneltmiş, spor yapmalarına izin vermiş, uygun alt yapıyı hazırlamıştır. Yine yerel yöneticiler kitlelerin spor yapabileceği ve izleyebileceği alanları kurmuşlardır (Fişek 1980: 23-25). Böylece spor asillerin ve bir grup sermaye sahibi-

nin egemenliğinden kurtarılıp, geniş halk kitlelerine sunulmuştur. Yine bu dönemde spor için kullanılan araç ve gereçlerde de değişiklikler olmuştur. Önceleri savunma ve saldırı amaçlı kullanılan araç-gereçler spor için de kullanılırken, artık sadece spor yaparken kullanılabilen araç-gereçler üretilmeye başlanmıştır. Bu tür araç-gereçlerin kullanımı ve kullanımının zorunlu hale gelmesi ise sporun ulusal ve uluslararası örgütlenmesi ve kurumsallaşması ile sağlanmaya çalışılmıştır.

Aktif ve pasif katılımcıları ile bir sektör olma yolunda spora kitlesel ilgiyi sağlamak için tek gereksinim kitle iletişim araçlarının konu ve içerik olarak sporu işlemesi kalmıştır. Zaten kitlenin spora karşı ilgi duymaya başlaması başta basın olmak üzere kitle iletişim araçlarının spora yönelmesini sağlamıştır. Toplumsal olana karşı duyarsız ve ilgisiz kalamayan basın içerik olarak sporu işlemiş, böylece spor ile ilgili haber verirken spora da bir kitle yaratmıştır. Zaman içerisinde spor ve basın birlikteliği kaçınılmaz bir çıkar ilişkisine dönüşmüştür. Bunda kuşkusuz sporun ve spor basınının işlevleri de etkili olmuştur. Spor basınının statünün eğitim ve yetenekle kazanıldığını aktarması, siyasi ve ekonomik elit tarafından onaylanan toplumsal rol ve modeller sunması, sporun sağlıklı, etkili, barışçıl, ekonomik bir yapı içinde boş zaman geçirme ve gerçeklikten kaçış aracı olduğuna ikna etmesi, ait olma, güçsüzlük ve yalnızlığı giderme, tepki verme, sesini duyurmasına olanak tanıması, rekabet, işbirliği ve işbölümü gibi toplumun ilerlemesini sağlayacak anlayışları yerleştirmesi, aile, okul gibi hatta onlardan daha etkili bir eğitim aracı olması, toplumsallaşmaya katkı sağlaması, toplumsal hiyerarşiyi benimsetmesi, birlik ve beraberliği sağlaması, laik toplumlarda manevi olana inanma gereksinimini gidermesi, sporun aktif katılımcılarının pazarlanmasına katkı sağlaması, sporun izlenmesine, yapılmasına, araç-gereçlerinin üretimine yatırım yapanlara para kazandırması gibi işlevler spor basınına önemli hale getirmiştir. Öte yandan sporun politik kişilerin tanınırlıklarını artırması, spor alanında sağlanan başarının her alana genellenmesi, dış karşı birlik ve beraberlik sağlaması, kimi zaman sorunların unutulmasını sağlaması yönetenler açısından da spor basınına vazgeçilmez yapmıştır.

Spor basınının işlevsel olmasının Sanayi Devrimi ile çakışması ilk spor gazetelerinin de bu dönemde yayınlanmasına yol açmıştır. İlk spor gazetesi 1838 yılında İngiltere'de Sporting Life adı ile yayınlanmış, bunu 1854 yılında Paris'te yayınlanan Le Sport dergisi izlemiştir. Le Sport Dergisinin logosunun altında yer alan "Kibarların gazetesidir" ibaresi bu yayınların okurlarının asiller olduğu ve sporun da asillerin uğraşısı olduğu yönündeki kanıtı desteklemektedir (Perin 1985:2). Kıta Avrupası ve ABD'de spor ve basının kitleselleşmesi ile birlikte spor basını bugünkü anlam ve işlevine kavuşmuştur.

Servet-i Fünun Dergisi'nde 1891 yılında yayınlanan Ali Ferruh Bey'in Paris'ten gönderdiği ve eskrim konusunu işleyen yazısı Türk topraklarında yayınlanan ilk spor haberi olmuştur (Perin 1985: 2; Hiçyılmaz 1985: 11). Dönemin koşulları göz önüne alındığında basında spor haberlerine sıkça yer verilmesi ve bir spor basınından söz etmenin olanaksız olduğu görülecektir. Örneğin ilk modern olimpiyatların 1896'da Atina'da ikincisinin ise 1900'de Paris'te yapılacağı haberi tüm dünyada geniş yankı bulurken, Osmanlı topraklarında sadece İzmir ve İstanbul'da Rumca yayınlanan gazetelerde kısaca duyurulmuştur (Kahraman 1994: 698). 1891 yılında Faik Üstümdan'ın yazdığı "Jinnastik Yahud Rizazet-i Bedeniye" ilk Türkçe spor kitabı olma özelliği taşımaktadır (Hiçyılmaz 1985: 12; Kahraman 1994: 641-643). İlk spor fotoğrafı ise dönemin tüm basın fotoğraflarını çeken ve teknik işlerini yapan Avusturyalı Abdullah Kardeşler tarafından çekilmiş ancak, gerçek anlamda spor fotoğraflarını Ferit İbrahim ve Burhan Felek çekmiştir (Perin 1985: 8). Daha sonra Burhan Felek Türk spor basınına örnek olacak olan Futbol adlı bir dergi çıkarmıştır. 1910-1913 yılları arasında ciddi gazete olarak bilinen Tasvir-i Efkâr, Tanin, Sabah ve Peyam'da spor haberleri yayınlanmaya başlanmıştır. 15 Haziran 1922 tarihli Akşam Gazetesi'nin "Türk milli takımı nasıl oynamalı?" başlıklı anketi, milli bilinç ve birliktelik yaratmaya yönelik olması açısından ilginçtir (Hiçyılmaz 1985: 12-13). Dergilerin ağırlıklı olduğu Türk spor basını futbolda profesyonelliğin kabul edilmesiyle gazete anlamında da büyük atılımlar yapmıştır. 1952 yılında yayınlanmaya başlayan Türkiye Spor bunların en önemlilerindedir. Bu gazete, Cumhuriyet Gazetesi 30 bin satarken, 50 bin tiraja ulaşmıştır (Kıvanç, 1983: 17). Ardından 1954 yılında Abdi İpekçi ve Namık Sevik yönetimindeki Milliyet Gazetesi (Karaca 1995: 218-220), 1960'lı yılların sonuna doğru Nemci Tanyolaç yönetimindeki Tercüman Gazetesi, 1985 yılında Sabah Gazetesi basında sporu, spor basınına dönüştürmüşlerdir. 1988 yılında uzun bir aradan sonra ilk kez bir spor gazetesi Fotospor yayınlanmış, bunu 1991 Dinç Bilgin'in Foto Maç ve Erol Aksoy'un Spor Gazetesi izlemiştir. 1995 yılı içinde Taraftar ve Fanatik gazeteleri de sadece spora yer vererek yayınlanmışlardır. 28 Haziran 1996 tarihinde Bilgin'in sahip olduğu Taraftar ve Fotomaç Gazeteleri, Aydın Doğan'ın sahip olduğu Fanatik Gazetesi ile rekabet etmek için birleşmişlerdir.

Türk spor basını ilk haberin yayımlandığı günlerden bu yana büyük gelişme göstermiş, basının da gelişim motoru olmuştur. Basın tarihinde ilk bağımsız servisler, ilk özel foto-muhabirler spor basını için tahsis edilmiştir. Çünkü spor artık basın için bir promosyon aracı olmuş, gazeteyi sattıran hatta gazetenin ilk okunan bölümü haline gelmiştir. Bu nedenle de yeni ve eski tüm gazeteler en büyük transferleri spor servislerine yapmakta, en ileri araç ve gereçler spor servisleri için alınmakta, en fazla dış görev ve harcama yetkisi yine spor servislerine verilmektedir.

Spor basını kendisine tanınan bu ayrıcalıkları ne yazık ki etkili bir biçimde değerlendirememektedir. Spor basınının futbolun profesyonelleşmesi ile birlikte atılım yapması, konu ve içerik olarak tamamen futbol ile sınırlı kalmasına yol açmıştır. Oysaki birbirinden farklı, faaliyetlerini duyurmaya ihtiyacı olan ve bu konuda istekli 36 spor federasyonu bulunmaktadır. Ancak spor basını futbol ile kendisini sınırlamıştır. Bunda kuşkusuz futbolun sadece Türkiye'de değil tüm dünyada en popüler spor dalı olması, Türk futbol liginde başarılı takımların basının merkezi gibi İstanbul'da bulunması ve bu taraftarların tiraja etki yapmaları, okurun futbol haberi istemesi, futbol haberi toplamının daha ekonomik olması gibi nedenler de bulunmaktadır. Türk spor basını futbolu her yönü ile değil sadece karşılaşma duyurusu, hazırlık ve sonuç değerlendirmesi ile vermektedir. Oysa ki futbol, spor karşılaşmaları, hazırlık, takım ve kulüp yönetimi ile ilgili çalışmalar, transferler, eski ve yeni sporcular, hakemler ve örgütleri, ulusal ve uluslar arası spor etkinlikleri ve örgütleri, spor sahaları, spor eğitimi, sağlığı, sorunları gibi birçok farklı ve renkli açıdan incelenebilir.

Türk spor basını sporu konu ve kapsam olarak daraltmasının yanı sıra futbolu da Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve kısmen de Trabzonspor futbol takımları içine hapsedmektedir. Bunda adı geçen takımların büyük taraftar kitlesine sahip olması ve ticari kaygıların payı vardır, ancak spor basını çalışanlarının da bu takımların taraftarı olması da göz ardı edilmemelidir. Bu da ister istemez spor basınının tarafsızlığına gölge düşürmektedir (Kozanoğlu, 1990: 127-128).

Spor basını, sporun canlı ve hareketli doğasını okurlarına aktarabilmek için kimi zaman haberciliğin temel kuralı olan Ne, Nerede, Ne Zaman, Nasıl, Neden ve Kim sorularının yanıtlanmasında veya yanıtlanma biçiminde değişiklik yapmaktadır. Bu durum spor basınının popüler kültürü ile neden-sonuç ilişkisi içinde olması ile açıklanabilir. Ancak spor basınının

haber yazımında kullandığı kavramlar, bu kavramları Türkçeleştirmemesi, Türkçeleri olanların bile yabancı olanını kullanmakta ısrar etmesi (Aksoy 1970: 21-22), kendine bir argo yaratması, önce Türk diline, ardından da Türk kültürüne zarar vermektedir ve bu zarar kısa dönemde giderilebilecek kadar basit değildir. Çünkü spor basını her yaş grubundan her kültürden okura seslense de ağırlıklı okuru gençlerdir. Bunda kuşkusuz spor basını çalışanlarının muhabir olsun, yazar olsun düşük bir eğitim ve kültür seviyesine sahip olması da etkilidir (Yücelman 1985: 45).

Tüm bu sıralananların ardından spor basını çalışanlarının taşınması gereken nitelikler şu şekilde sıralanabilir: 1) Mesleği ile ilgili eğitim almalı, 2) Türkçe'yi etkili konuşabilmeli ve yazabilmeli, 3)En az bir yabancı dil bilmeli 4) İlgilendiği spor dalını kural, teknik, takım, oyuncu, örgüt ve organizasyon olarak bilmeli, 5) Tarafsız olabilmeli, 6) Gelişmelere açık olmalı.

4. UYGULAMA

Basında spor haberlerinin konu ve haber öğelerinin incelenmesi için İçerik Çözümlemesi Yöntemi (Konulaştırma ve Sayısallaştırma) kullanılmıştır. Bunun için önce kategoriler oluşturulmuş, bu doğrultuda kodlama formu yapılmış, çalışma evreni olarak saptanan Sabah, Milliyet, Cumhuriyet ve Zaman Gazetelerinin 120 sayısında yer alan 1140 haber ve 110 yorum incelenmiş, kodlama formuna konu ve haber öğeleri kodlanmış, elde edilen veriler mantık ortamına aktarılmış ve paket program ile istatistiki bilgilere ulaşılmış ve bu bilgiler yorumlanmıştır. Sonuçta araştırmanın başında belirlenen hipotezler doğrulanmış ve Türk spor basınında en fazla haber yapılan spor dallarının sırası ile futbol, basketbol ve at yarışı olduğu, bu spor dallarının ise en çok Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzonspor'un takımın başarı veya başarısızlığı, karşılaşma duyurusu, karşılaşma öncesi hazırlık, karşılaşma sonucu, teknik direktör açıklamaları ve magazin ile konu edinildiği, haber öğeleri açısından ise fotoğraf alanlarının ilk sırayı aldığı, ardından haber metni alanı ve başlık alanlarının geldiği saptanmıştır. Yorumların ise tamamına yakınının futbol ve adı geçen takımlar ile ilgili olduğu ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- Aksoy ÖA (1970) Gelişen ve Özleşen Dilimiz, Türk Dil Kumru Yayınlar, Ankara.
Ana Britanica Genel Kültür Ansiklopedisi Cilt 2 (1987) Ana Yayıncılık, İstanbul.
Aziz A (1982) Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yük-

sek Okulu Yayını, Ankara.

Demiray U (1994) İletişim Ötesi İletişim (Meta-Communication), Turkuaz Yayıncılık, Eskişehir.

Dökmen Ü (1994) Sanatta ve Günlük Yaşamda İletişim Çatışmaları ve Empati, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Erdoğan İ ve Alemdar K (1990) İletişim ve Toplum, Bilgi Yayınevi, Ankara.

Erkal M (1992) Sosyolojik Açından Spor, Türk Dünyası Araştırma Vakfı Yayınları, İstanbul.

Fişek K (1980) Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara.

Hiçyılmaz E (1985) Türkiye'de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğinin Tarihi, Spor Basını ve Basında Spor, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul.

İçel K. (1986) Günümüzde Basının Kamusal İşlevleri, Genç Gazeteciler Eğitim Semineri, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.

İnuğur N (1993) Basın ve Yayın Tarihi, Der Yayınları, İstanbul.

İnuğur N (1992) Türk Basın Tarihi, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.

Gökçe O (1993) İletişim Bilimine Giriş, Turhan Kitabevi, Ankara.

Kahraman A (1995) Osmanlı Devleti'nde Spor, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Karaca E (1995) Milliyet Olayı, Altın Kitapla-

rı, İstanbul.

Kaya R (1985) Kitle İletişim Sistemleri, Teori Yayınları, Ankara.

Kıvanç H (1983) Gol Diye Diye, Hürriyet Yayınları, İstanbul.

Kozanoğlu C (1990) Türkiye'de Futbol Bu Maçı Alıcaz, Kıyı Yayınları, İstanbul.

Meydan Loursse Büyük Lügat ve Ansiklopedi, Cilt 2, (1992) Sabah Gazetesi Yayınları, İstanbul.

Perin M (1985) Türkiye'de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğinin Tarihi, Spor Basını ve Basında Spor, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul.

Oskay Ü (1993) XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım, Der Yayınları, İstanbul.

Savaş İ (1993) Spor Sözlüğü Terimler ve Açıklamalar, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Schramm W (1992) Haberleşme Nasıl İşler? Ü Oskay (Çev) Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş, Der Yayınları, İstanbul.

Tokgöz O (1987) Temel Gazetecilik, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, Ankara.

Yücelman A (1985) Türkiye'de Spor Basınının Dil ve Sayfa Tekniği Sorunları, Spor Basını ve Basında Spor, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul.

Zıllıoğlu M (1993) İletişim Nedir?, Cem Yayınları, İstanbul. ■