

## SPOR BASINI KONULARI, KONULARIN SEÇİM SÜRECİ VE SEÇİM ÖLÇÜTLERİ

A. Yalçın KAYA\*

### *The Subjects Of Sports Press, Selection Process of Sports Subjects and the Criteria of Selection*

By the effects of economic, political, cultural, technological and scientific changing and developments on social life, the sports which published in sports press was changed inevitably. Therefore the subjects of sports press, and its selection process and criteria of this selection process gains importance. In this study, aimed to evaluate the subjects of sports press, and its selection process, and which criteria used in this selection process. The main subjects in Turkish sports press is football, basketball, horse race and sports in television which are tuned to regular and routine subjects of news. Sports press drives many criteria to select the sports subjects, but all criteria are subjective. On the other hand sports press gives more space to visual components such as photographs and headlines than news texts. As a conclusion, the subjects limitation problem exists in

---

\*Araş. Gör. Dr. Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

Turkish sports press. Besides this, sports press is going far away from its main functions such as informing and giving news, and getting in touch with popular culture. In order to prevent all this problems, sports press must give space and importance to other sports besides football and news texts as much as visual components.

**Key Words:** Sports Press, Subjects of Sports Press, Selection Process of Sports Subjects

.....

Spor basını, adından da anlaşılacağı gibi kaçınılmaz bir biçimde sporu konu ve içerik olarak işlemektedir. Ancak toplumsal yaşamda meydana gelen ekonomi, politika, kültür, teknoloji ve bilim kökenli değişme ve gelişmelerin spor alanında da etkili olması, kaçınılmaz olarak spor basınında konu ve içerik olarak işlenecek sporu değiştirmiştir. Bu nedenle de günümüzde spor bilim, teknoloji ve ekonomi dünyasını da yedeğine almış ve çok yön ve boyutlu bir yapıya kavuşmuştur. Toplumsal ve iş yaşamının gün geçtikçe güçleşmesi, aktif veya pasif katılım amaçlı tüm bireylerin spora katılması, ilgi duyması gibi nedenlerle de birleştiğinde sporun, spor basınına konu edilmiş ve işleniş de önem kazanmaktadır.

### **Spor Basınında Konuların Seçimi ve Seçim Ölçütleri**

Tüm basında olduğu gibi spor basınında da haber veya yorum olarak işlenecek olayların bir seçim sürecine tutulduğu açıktır.

Çünkü yaşam içinde birbirleri ile ilintili veya ilintisiz binlerce, milyonlarca olay ve gelişme meydana gelmektedir. Bu denli çok sayıdaki olayın seçimi ve bu seçim süreci sonucu ikna etme, kar sağlama gibi amaçların olması, dikkatleri bu seçim sürecinde kullanılan ölçütlere üzerine çekmektedir.

Söz konusu edilen ölçütlerin ilki ve belki de en önemlisi haber değeri taşımasıdır. Somuta indirgenemeyen ve bu nedenle de öznel olan bu ölçütler ve bu ölçütler kullanılarak yapılan değerlendirme ve seçimler oldukça tartışmalı olmaktadır. Kimi spor dallarının kulüp veya federasyon düzeyindeki sorumlularının spor basınından kendilerine yer vermedikleri gerekçesi ile şikayet ettikleri, spor basını profesyonellerinin ise bu spor dallarının haber değeri taşımadığı gibi savunularda bulunması sıkça karşılaşılan durumlardandır. Bu noktada, habere konu edilecek ve edilmesi istenen spor dalı, olayı, etkinliği veya olgusunun haberi değeri taşıyıp taşımadığının saptanmasında hangi ölçüt ve etmenlerin rol oynadığı sorusu gündeme gelmektedir.

Basının diğer dallarında olduğu gibi spor basınında da geçerli değerlendirme ve seçme ölçütü olan haber değeri; Spor basını çalışanları arasında geçerli olan profesyonel ideolojiler; Bir örgüt olarak spor basınına kuralları ve amaçları; Spor basınına hedef kitlesinin de sahip olduğu toplumsal tutumlar; Habere konu olan olay, olgu veya konunun haber toplama ve aktarımının ekonomik olma düzeyi; Bir örgüt olarak spor basınına psikolojisi ve sosyolojisi; Spor basını çalışanlarının alışkanlıkları şeklinde sıralanabilecek konular bağlamında saptanmaktadır (Cramer 1994: 166). Diğer yandan Galtung ve Ruge, haber ve haber konusu

seçiminde önem taşıyan etmenleri zamanlama, yoğunluk, açıklık/netlik, kültürel uygunluk, uygunluk, ani gelişen olaylar, devamlılık, kompozisyon ve sosyo-kültürel değerler olarak sıralamaktadır (Mc Quail ve Windahl 1994: 161-162). Konu ile ilgili olarak haber değeri gibi haber değerinin saptanmasında kullanılan ölçütlerin de spor basını tarafından belirlendiği ve hatta belirlenmesi gerektiği, her kurum için farklı olduğu, ancak kurum içinde aynı olduğunun altı çizilmelidir. Bu da, herhangi bir spor gazetesinde yayınlanan bir habere konu olan spor dalı veya etkinliğinin veya olayının, neden bir diğer spor gazetesinde yayınlanmadığının yanıtını belli ölçüde vermektedir.

### **Spor Basınında Yer Alacak Konuların Taşınması Gereken Özellikler**

Uygulamada da gözlemlendiği gibi tüm spor dalları, sporun tüm yön ve boyutları, spor basınında konu ve içerik olarak işlenmemektedir. Bu da herhangi bir spor dalının spor basınında işlenebilmesi için bazı özellikleri taşınması gerektiğini sonucu ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle de hangi spor dalının spor basınında konu ve içerik olarak işleneceği sorusunun yanıtı aranmalıdır. "Hangi spor dalı?" sorusunun yanıtlanmasında, kuşkusuz spor dalının sahip olduğu niteliklerinden çok "sahip olması gereken" nitelikleri önem taşımaktadır. Bu bağlamda, herhangi bir spor dalının, spor basınında konu ve içerik olarak işlenebilmesi için sahip olması gereken nitelikler şu şekilde sıralanabilir:

1. *Kamuoyunun ve spor basını okuyucusunun, spor basınında yayınlanması beklenen o spor dalını bilmesi, tanınması ve o spor*

*dalı ile etkin veya edilgen olarak ilgilenecek düzeyde bilgi sahibi olması gerekmektedir. Buz hokeyi ile ilgili herhangi bir haberi anlamasına yardımcı olacak düzeyde bilgisi olmayan bir okurun, buz hokeyini konu alan bir haberi okumakta ne denli istekli olacağı kuşkuludur. Diğer yandan o spor dalını, bir boş zaman uğraşısı ve eğlence aracı olarak görülmelidir. Spor basınına konu olacak olan spor dalının, toplumsal yapı ve yaşam içinde popüler ve yaygın olması da gerekli koşullardan birini oluşturmaktadır (Rowe 1996: 190). Gerçekten de rafting veya Amerikan futbolunun bilinmediği bir toplumsal yapı içinde, bireyler tarafından eğlence aracı olarak kabul edilmesi, bireylerin boş zamanlarını geçirmede etkin veya edilgen olarak bu spor dalına katılmaları oldukça düşük bir olasılıktır. Bu nedenle de bu özellikteki spor dallarının yaygın ve popüler olmasını beklemek hatalı olacaktır.*

*2. Herhangi bir spor dalının spor basınında yer alması için kaçınılmaz olan bir diğer niteliği ise ticaret sektörünün taleplerine uygun, güvenilir bir yönetim ağına sahip olmasıdır (Rowe 1996: 190). Sporun, günümüzdeki anlam ve boyutuna ulaşmasında büyük pay sahibi olan reklamcılar ve reklamverenler, söz konusu edilen sonuçta bir yatırım olması nedeni ile öncelikle karşılarında bir muhatap görmek istemektedirler. Reklamcı ve reklamverenlerin böyle bir beklenti içinde olmaları, kâr beklentisi ile yapılan yatırımı resmileştirmek ve ilerideki olası sorunların sorumlularını saptamak ve sorunların giderilmesini kolaylaştırmak amacına dayanmaktadır.*

*3. Diğer yandan, spora hisse alma, takım satın alma, sponsorluk veya reklamlar olarak yapılan yatırımlar, ileride dönüşüm veya beklenen kâr düzeyinde düşüklük olduğu durumlarda, kimi*

revizyonlar gerektirmektedir. Söz konusu edilen revizyonların yatırıma konu olan spor dalında yapılacak olması, o spor dalının örgütlenmesinden sorumlu kurumu ilgilendirmektedir. *Bu nedenle söz konusu edilen kurumun, revizyonları kabul edip, yaşama geçirebilecek düzeyde esnek olması, girişimci yanlısı olması ve tüm bunların yanı sıra girişimciler açısından güvenilir olması gerekli görülmektedir.* Tüm bu koşulları yerine getiren bir örgütlenmeye sahip olan spor dalının diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi spor basınında da konu ve içerik olarak işlenmesi olasılığı daha yüksek olmaktadır.

4. *Spor basınında yer alması beklenen spor dalının, Sponsorlar, reklamcılar ve televizyon istasyonları için cazip olması, taşınması gereken bir başka özelliktir (Alemdar ve Erdoğan 1994: 85; Rowe, 1996: 191.). Söz konusu edilen spor basınında yayınlanması olsa da, herhangi bir spor dalının öncelikle ve özellikle başta televizyon olmak üzere, canlı olarak yayınlanmaya uygun bir tekniğe sahip olması gerekmektedir.* UOK Başkanı Samaranch da yatçılık örneğini göstererek "Televizyonu ilgilendirmeyen bir sporun geleceği yoktur" (Simson ve Jennings 1993: 306.) diyerek hem spor anlayışını hem de televizyonun günümüz spor dünyasındaki rolü ve etkinliğini ifade etmiştir. Diğer yandan televizyon programları ve dizilerine konu olabilmesi, o spor dalının kitle iletişim araçlarında konu olarak yer edinmesi olasılığına artırmaktadır.

5. *Video dünyasına, Gençlik modasına, şöhretlerin dedikodusuna, kullanılan araç - gereç ve giysilerin kitlesele tüketime uygun olması da herhangi bir spor dalının spor basınına konu*

*olmasını kolaylaştırmaktadır* (Rowe 1996: 191. Gerçekten de günümüzde takım halinde uygulanan, grafik olarak video oyunlarına uyarlanabilir olanak tanıyan seyir sporları, kitle iletişim araçları tarafından daha çok desteklenmekte, konu ve içerik olarak işlenmektedirler.

Genel anlamda moda, özel de ise gençlik modasının en etkili ve verimli tüketim yöntemi olması, spor dallarının spor basınında yer almasında da etkili olmuştur. Herhangi bir spor dalında kullanılan araç-gereç ve giysilerin günlük yaşamda da kullanılabilir hale gelmesi, spor amaçlı olarak üretilen bu ürünlerin, üretim ve tüketim boyutunu daha da artırmaktadır. Basketbol ve futbol takımlarının formaları (2), yine basketbol ve atletizmde kullanılan ayakkabılar, golfçülerin kullandığı tişört ve şapkalar, yine tüm sporcuların kullanımına açık olan spor içecekleri, günümüzde kitlesel olarak üretilmekte ve spor amaçlı kullanımlar dışında da tüketime sunulmaktadır. Diğer yandan spor dalının merchandising adı verilen pazarlama yöntemine de uygun olması gerekmektedir. Spor dalı, kulüp veya takımın, bayrağını, flamasını, formasını, anahtarlık ve maskotlarını ve diğer ürünlerini pazarlayabilmelidir.

*6. Konu ve içerik olarak spora yer veren diğer kitle iletişim araçlarının herhangi bir spor dalı üzerinde yoğunlaşmaları, o spor dalının spor basınında yer alma şansını yükseltmektedir.* Bu da en yaygın kitle iletişim aracı niteliği taşıyan televizyon aracılığıyla topluma yansıyan spor dalının, spor basını için tüketicisi hazır olan bir ürünü yeniden üretmesine olanak tanımaktadır. Gerçekten de televizyon istasyonları tarafından yayınlanan spor dalları spor basınında da konu edilmektedir. Türkiye’de futbolun yanı sıra,

1990'lı yılların sonlarına doğru, televizyon istasyonlarınca yayınlanmaya başlayan voleybol, tenis, atletizm, Formula ve araba yarışları, spor basınında da önceden de var olmalarına karşın, içerik ve hacmini genişletmiştir.

7. *Herhangi bir spor dalında uluslararası nitelikte bir başarı kazanılması, kaçınılmaz olarak diğer kitle iletişim araçları gibi spor basınında da yer almasını kolaylaştırmaktadır.* Uygulamada da söz konusu edilen herhangi bir spor dalında ulusal takım, kulüp veya bireysel olarak uluslararası bir başarı kazanılmış olmasının, spor basınında konu ve içerik olarak yer verilme gerekçesi olarak kabul edildiği görülmektedir. Futbolda 3 Büyükler ve Trabzonspor'un dışında Inter-Toto Turnuvasına katılmaya hak kazanan Antalyaspor, Gaziantepspor ve Kocaelispor, basketbolde Efes Pilsen Basketbol Takımı'nın Final Four'a kalması, ardından Koraç Kupasını kazanması (Kaya 2000), Avrupa Şampiyon Kulüpler Şampiyonu olan Eczacıbaşı Bayan Voleybol Takımı, halterde Naim Süleymanoğlu ile başlayan şampiyonluklar, Natalia Nasaridze'nin başarıları ile okçuluk uluslararası düzeyde başarılar kazandığı için spor basınında yer almış olan bazı spor dallarıdır. Bu tür haberler ve yorumlarda spor basını, o spor dalı veya sporcunun daha önce görmediği, fark edemediği sorunlarını görmekte, kamuoyuna duyurarak, ilgilileri göreve çağırmaktadır. Ancak spor basının böylesi yayınlarından amacı, o spor dalının kamuoyunda tanınması, sevilmesi ve yaygınlaşması, sorunlarının giderilerek yeni başarılarla imza atması değildir. Spor basını, başarıyı getiren koşulları, sıkıntıları, sorunları, sporcuların güçlük içindeki yaşamlarını



dramatize ederek(3), okuyucusuna farklı bir haber ulaştırmayı amaçlamaktadır.

### **Spor Basınının Konusu Olan Spor Dalları**

Günümüzde seyir sporları, seyir sporları arasında yer alan takım sporları ve bunların profesyonel nitelikte olanları, etkin veya edilgen spor katılımcısının ilgi odağı durumundadır. Spor basını da gerek bilgilendirme, haberdar etme gibi işlevlerinden, gerekse tecimsel kaygılarından ötürü takımlar halinde uygulanan ve profesyonel olarak uygulanan seyir sporlarına ağırlık vermiştir.

Herhangi bir konunun ağırlık kazanmasının, gelecekte kendisi için sorun yaratacağının bilincinde olan ABD spor basını, okuyucularının profesyonel seyir sporlarına karşı olan ilgilerini azaltma girişiminde bulunmuş, ancak okurların bu değişimden kaynaklanan şikayetleri nedeni ile bu yayın politikasını terk etmek zorunda kalmıştır. Gerçekten de ABD’de kolej futbolu ve diğer atletik karşılaşmalar gibi amatör olan spor dalları, göz ardı edilemeyecek kadar büyük finansal boyuta sahiptirler. ABD’de günlük olarak yayınlanan küçük şehir gazeteleri, metropol gazeteleri ve spor basınından daha fazla lise ve diğer gerçek amatör spor dallarına ve etkinliklerine yer vermektedir. Diğer yandan bayanların spor etkinliklerinde etkin olarak yer almalarındaki artış da spor sayfalarına yeni okuyucular kazandırmıştır (Mac Dougall 1982: 547-548). Ancak, 19. yüzyıldan bu yana futbol, kriket ve rugby gibi takım halinde uygulanan ve profesyonelleşmiş olan seyir sporları ulusal gazeteler ve spor basını tarafından, hem içerik olarak hem de okuyucuyu cezbetmek amacı

ile kullanılmaktadır (Blain ve Boyle 1998: 367). Tüm bu sıralananlar da göstermektedir ki spor basınında amatör veya profesyonel spor dallarının tümüne eşit yer ayırmanın olanağı bulunmamaktadır.

Bu zorunluluk Türk spor basınına farklı bir uygulamaya götürmüştür. Türk spor basını da takım halinde uygulanan ve profesyonellik boyutu bulunan seyir sporlarından futbolu işlemekte, ancak bunu da 3 Büyükler ve Trabzonspor'un futbol takımları ve bu takımların karşılaşmalarından ibaret olarak görmektedir.

Günümüz Türk spor basını böylesi bir konu sınırlaması içinde iken, geçmiş dönemlerde de durumun aynı olduğu görülmektedir. Başkut, 1967 yılında spor basınında yer verilen konular arasında futbolun birinci, güreşin ikinci, "dünyanın en yeni sporu addedilen" basketbolün ise üçüncü sırada yer almakta olduğunu söylemiştir (Başkut 1967: 181). Uluç ise Türkiye'de günümüzde yaşanmakta olan toplumsal dönüşümler ve televizyonun gündelik yaşama girmesi öncesinde, başta güreş ve atletizm olmak üzere birçok spor dalının izleyici bulduğunu ve doğal olarak da spor basınında yer aldığını söylemektedir (Uluç 1996: 1447). Azak da, 1955-1965 yılları arasında güreş haberlerinin yanı sıra 300-400 gün süre ile yayınlanan pehlivan tefrikalarının da okuyucu tarafından ilgi ile izlendiğini ifade etmektedir (Azak 1997:52). Ancak her üç yazarın da basketbol, güreş, atletizm gibi spor dallarının spor basınında konu edildiğini belirtmeleri, futbolun yine birinci sırada olduğunu gerçeğini değiştirmemektedir.

Geçmiş dönemlerde, spor basınında ağırlıklı konunun futbolun ardından, basketbol ve güreş olmasına karşın, günümüz Türk spor basınında at yarışları azımsanmayacak bir hacimde işlenmektedir.

Spor basınının konu ve içerik olarak at yarışlarını bu denli yoğun işlemesi sadece tarihten gelen ve bir gelenek halini almış olan at ve at yarışları merakının Türk kültürünün de bir parçası olması ile açıklanamaz. Günümüzde spor basınının at yarışlarına bu denli geniş bir hacimde yer vermesinin nedeni kültürel değil ekonomik gerekçelere dayanmaktadır. Toplumsal yapının ekonomik göstergelerinin gün geçtikçe gerilemesi, bireyleri yeni arayışlara itmiştir. Var olan kaynakların hali hazırda paylaşılmış olması ve alınan payın artırılmasının bilgi, eğitim ve statü gibi elde edilmesi güç hazırlıklar gerektirmesi, daha kolay ve hızlı olanı cazip hale getirmiştir. Toplum, 12 Eylül 1980 sonrası yaşadığı kültürel dönüşümlerin de katkısı ile lotaryaya ağırlık vermiştir. Bu bağlamda önceleri Spor Toto ve Spor Loto ardından da at yarışları toplumun ilgi odağı olmuştur. Spor Toto ve Spor Loto'nun, dağıttığı ikramiye bedellerinin düşük kalması, sadece futbol sezonu ile sınırlı bir dönemde oynanması, seçenek sayısının çok olması nedeni ile kazanma olasılığının daha düşük olması, at yarışlarını popüler yapmış ve yaygınlaştırmıştır. At yarışları, tüm sezona yayılmasının yanı sıra hafta içi değişik günlerde de koşulması, İkili, Çifte, Sıralı veya Altılı oynanabiliyor olması nedeni ile kazanma şansı, diğerlerine göre daha yüksek bir oyundur. Tüm bu gerekçeler nedeni ile toplumun at yarışlarına ilgi göstermesi, at yarışlarının konu ve içerik olarak spor basınında yer almasına neden olmuştur.

Konu sıkıntısı ve haber/bilgi alamama, günümüz spor basınının en büyük sorunları olarak gösterilse de Türkiye'de etkinlik gösteren 36 spor federasyonu bulunmaktadır. Söz konusu edilen spor federasyonları; Atıcılık ve Avcılık; Atletizm; Bedminton; Basketbol;

Bilardo; Binicilik; Bisiklet, Motorsiklet ve Triathlon; Boks; Buz Sporları; Jimnastik; Dağcılık; Eskrim; Futbol; Geleneksel Türk Sporları; Güreş; Halter; Hentbol; Herkes İçin Spor; İzcilik; Judo; Karate; Kayak; Kürek ve Kano; Masa Tenis; Okçuluk; Otomobil Sporları; Özürlüler; Satranç; Su Altı, Cankurtarma-Su Kayağı ve Paletli Yüzme; Taekwan-Do; Tenis; Voleybol; Vücut Geliştirme; Yelken; Yüzme-Atlama ve Sutopu Federasyonu şeklinde sıralanmaktadır.

Söz konusu edilen bu federasyonlar ise kendilerini ifade edememe, kendilerini topluma tanıtamama sıkıntısı içindedirler. Federasyon çatısı altında düzenlenen etkinlikler, yönetsel değişiklikler, yurtiçi ve yurt dışı ilişkiler gibi spor basını konularının yön ve boyutları, basın bülteni/bildirisi biçimde, spor basınına haber veya yorum olarak işlenmesi amacı ile ulaştırılmaktadır. Spor federasyonlarının bu girişimleri, spor basınına haber verme konusunda istekli olduklarına göstermektedir. Bu durumda da, spor basınına haber ve bilgi alamama gibi gerekçeleri geçerliliğini yitirmektedir. Daha kolay ve ekonomik olarak ulaşılabilecek olan her federasyona ait bir haber yayınlanması halinde spor basınında 36 adet farklı konuda haber yer alacak, böylece spor basını içine düştüğünü iddia ettiği konu sıkıntısı sorunundan da kurtulmuş olacaktır. Diğer yanda da spor basını farklı spor dallarını konu ve içerik olarak işleyerek, hem bu spor dallarının gelişmesine katkıda bulunmuş hem de potansiyel bir okuyucu kitlesini harekete geçirerek tirajını artırmış olacaktır (Kaya 2000).

Spor basınına konu bağlamındaki ısrarcı tutumuna karşın günümüz Türk basını spor servislerinde, futbol kadar ağırlıklı

olamasa da basketbol, voleybol, tenis, avcılık, atıcılık ve jimnastik dallarında haberler yer almakta, makaleler yazılmaktadır. Günlük gazetelerin spor servisleri, yukarıda adı geçen spor dallarında sporculuk veya yöneticilik yapmış olan spor yazarlarını istihdam etmeye başlamış, bu yazarlar yorumlarına konu olan spor etkinlikleri ile ilgili haberleri de toplamıştır. Günlük gazetelere sahip grupların, spor gazetelerine de sahip olması ve farklı konularda uzmanlaşmış olan bu yazarların, spor gazetelerinde de yazı yazdırmamaları ilginçtir.

Spor basınında, özellikle futbol liglerinin tatile girmesi nedeni ile daha da belirginleşen konu sıkıntısını aşmak amacı ile “Yılın sporcusu”, “Yılın takımı”, “Yılın Teknik Direktörü” gibi seçimlerin yapıldığı gözlemlenmektedir. Her yıl yapılan anketler ile saptanan yılın takımı, sporcusu, teknik direktörü vb. seçimi, spor gündeminin yoğunluğunun düşük olduğu, haber sayısının az olduğu dönemlerde spor basınında yer almaktadır. Seçimde kullanılan ölçütler her ne kadar nesnellik ve tarafsızlıktan uzak olsa da, bu tür seçimler ve seçimler ile ilgili haberler taraftarların ve okuyucuların ilgisini çekmektedir. 1990’lı yıllardan önce gazetelerde yayınlanan kuponlar ile yapılan tercihler, yapılan genel bir sınıflamanın ardından yayınlanmaya başlamıştır. Sonul verilere ulaşılmadan, gün gün yayınlanan adayların aldıkları oylar, rekabeti artırmış, okuyucular yeni kuponlar göndererek taraftarı olduğu takımın veya sporcunun kazanmasını sağlamaya çalışmıştır. Bu durumda okuyucunun taraftarı olduğu takımın veya beğendiği sporcunun yılın takımı veya sporcusu unvanını kazanması olasılık dahilinde iken, spor basınının tiraj kazandığı kesin bir gerçek olmuştur.

Diğer yandan konusu doğrudan spor olmamakla birlikte spor basınında kimi konu ve köşeler de düzenli olarak yer almaktadır. Spor basınının düzenli olarak yer verdiği bölümler arasında “Fal Köşesi” de bulunmaktadır. Toplumsal yapı ve yaşamın bir parçası olan okurun, diğer fal meraklıları gibi fala inanmasının toplumsal ve ekonomik gerekçeleri bulunmaktadır. Öncelikle fal, bireyin belirsizliklerle dolu yaşamında bir olasılık, bir ümit ışığı olarak belirmektedir. Yaşamın her alanında kötümserlik krizi ile karşı karşıya kalan bireye, genelde duymak istedikleri söylendiği için gerçekte olmasa da bir umut verilmiş olur. Bireyi belirsizlik ortamından, bir nebze de olsa kurtaran, onun “ayaklarını yere basmasını sağlayan” fal, kimliksizlik fırtınasına tutulan bireylere zayıf da olsa bir kimlik sunmaktadır (Kozanoğlu 1995: 179). Fal, her şeyin maddileştiği, dünyevileştiği bir ortamda ortaya çıkan manevi inanç açığının bir nebze de olsa doldurmaktadır. “Herkesin burcu olduğu gibi bir de futbol takımı vardır” (Bostancı 1999: 60) genellemesinin bilincinde olan spor basını, geleceğe hakim olamama korkusunu yaşayan ve bu korkuyu yenmek isteyen okurlarına fal köşeleri ile “hizmet” sunmaktadır.

Yine doğrudan spor ile ilgili olmamakla birlikte spor basını içerikleri arasında yer alan diğer bölümler ise Bulmaca ve Televizyon Programlarıdır. Genellikle futbolcu adlarını soran, spor ile ilgili bilgilerden çok genel kültür ağırlıklı olan bulmacalar, basit bir dil üzerine inşaa edilmişlerdir. Diğer yandan televizyonun günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiş olması, aynı zamanda televizyon istasyonlarının da sahibi olan gruplara ait olan spor basınının televizyon programlarını da vermelerine neden olmaktadır

Yukarıda sıralanan kuramsal bilgiler, çalışma evreni olarak Türk spor basınına alan tüm ampirik çalışmaların sonuçları ile desteklenmektedir. Örneğin 1996 yılında Kaya tarafından yapılan çalışma, yukarıda sıralananları kanıtlamaktadır (Kaya 1996: 260-323).

Günümüz toplumsal yaşamı ve kurumlarının yanı sıra bireyleri üzerinde de büyük öneme sahip olan spor ve onu aktaran spor basınına ulaştığı nokta, içerdiği haber ve yorum konuları, bu konuların dağılımı, görsel malzemelerin ne şekilde kullanıldığına saptanması problemi doğrultusunda yapılan çalışmada 1-10 Nisan, 11-20 Mayıs ve 21-30 Haziran 1996 tarihleri arasında yayınlanan Sabah, Milliyet, Zaman ve Cumhuriyet gazeteleri iradi örneklem yöntemi ile seçilerek, ilk spor sayfaları incelenmiştir. Çalışmada İçerik Çözümlemesi Yöntemi izlenmiş, elde edilen veriler konulaştırılmış ve sayısallaştırılmıştır. Verilerin elde edilmesi için kategoriler oluşturulmuş, bu kategorilere uygun kodlama formu hazırlanarak veriler amacı ile kodlanmış ve ardından elde edilen veriler manyetik ortama aktararak; paket programda istatistiksel veriye dönüştürülmüş ve yorumlanmıştır.

Genel Dağılım başlıklı tablo incelendiğinde spor basınına çalışmaya konu olan dönemde en fazla haberi futbol ve basketbol konularında yaptığı görülmüştür. Futbol ile ilgili haber sayısı 855, Basketbol ile ilgili haber sayısı ise 77'dir. Bu spor konularını 23 haberle At Yarışı, 21 haberle TV'de Spor ve 20 haber ile de Güreş izlemektedir. Elde edilen veriler de göstermektedir ki At Yarışı ve Televizyonda Spor gibi özel ilgi alanları ile ilgili haberlerin spor basınına rutin haberleri arasında yer almıştır. Öte yandan

Cimnastik, Kayak, Okçuluk ve Tenis gibi spor dallarına sadece 3'er haberle en az yer verilen spor dalları olmuştur (4). Çalışmadan elde edilen bir diğer ilginç veri de spor basınının kendisini de haber değerinde görmesi, konu olarak Spor Basını ve Spor Tarihi şeklinde işlemesidir. İncelenen gazetelerde, spor basını kendisine spor basını ve tarihi olarak toplam 19 haberde yer verilmiştir.

Futbol ile ilgili haber ve yorumların sayısı, futbolun tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de en yaygın, popüler ve sevilen spor dalı olması ile açıklanırken, Basketbole ayrılan haber sayısının diğer konulardan daha fazla oluşu, özellikle klüp takımları bazında özel sektörün sponsorkluk ve işletme klüpleri kurması, son yıllarda bu dalda büyük başarıların elde edilmesi ile açıklanabilmektedir.

Haber metni alanı açısından da futbol diğer spor dalları ile oranlandığında ilk sırada yer almıştır. Futbol, 4.121.643 mm<sup>2</sup> ile en fazla haber metni alanına sahip iken, Günün Programı ve TV'de Spor gibi konuların sunumu Grafik Alanı olarak kabul edilmesi nedeni ile bu kategorideki haberlere ayrılan metin alanı (0) olarak değerlendirilmiştir. Konulara göre yorum sayılarının dağılımında 100 yorum ile Futbolun ilk sırayı almıştır. Futbol yorumlarını 3'er yorumla Basketbol ve Resmi Spor haberi, 2 yorumla Güreş, 1'er yorumla Tenis ve Diğer konuları izlemiştir.

Çalışmadan elde edilen bir diğer ilginç veri de başlık, fotoğraf gibi görsel öğelerin, haberin en önemli bölümünü oluşturan haber metninden daha fazla yer kaplıyor olmasıdır. Haber metnine ayrılan toplam alan 5.035.177 mm<sup>2</sup> iken, başlık alanı için toplam 4.252.973 mm<sup>2</sup>, fotoğraf alanı için ise toplam 6.383.280



İLETİŞİM FAKÜLTESİ DERGİSİ/Spor Başını Konuları, Konuların Seçim Süreci ve Seçim Ölçütleri

| GENEL DAĞILIM                  | Haber Sayısı | Haber Alanı | Başlık Alanı | Yorum Sayısı | Yorum Alanı | Logo Alanı | Yorum Alanı | Fotoğraf Alanı | Fotoğraf Sayısı | Fotoğraf Alanı | Fotoğraf Alın Alanı | Gratik Sayısı | Gratik Alanı | TOPLAM |
|--------------------------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|------------|-------------|----------------|-----------------|----------------|---------------------|---------------|--------------|--------|
| Futbol                         | 855          | 4.121.643   | 3.847.124    | 100          | 727.111     | 77.137     | 86.872      | 771            | 5.556.988       | 214.888        | 534.182             | 130           | 15.167.801   |        |
| Basketbol                      | 77           | 297.650     | 147.666      | 3            | 44.302      | 1.319      | 0           | 34             | 209.748         | 3.456          | 28.217              | 11            | 732.493      |        |
| A1 Yarışı                      | 23           | 3.624       | 5.423        | -            | -           | -          | -           | -              | -               | -              | 72.292              | 21            | 81.393       |        |
| Boks                           | 21           | 124.297     | 32.352       | -            | -           | -          | -           | 14             | 48.609          | 1.734          | -                   | -             | 207.027      |        |
| TV'de Spor                     | 21           | -           | 9.802        | -            | -           | -          | -           | -              | -               | -              | -                   | 21            | 25.098       |        |
| Güreş                          | 20           | 140.811     | 48.314       | 2            | 21.957      | 1.986      | 848         | 18             | 113.878         | 4.951          | -                   | -             | 332.795      |        |
| Spor ile ilgili Resmi Kurumlar | 17           | 63.265      | 32.920       | 3            | 19.454      | 2.730      | 1.274       | 6              | 36.323          | 13.108         | -                   | -             | 169.100      |        |
| Aletizm                        | 13           | 65.700      | 27.418       | -            | -           | -          | -           | 9              | 65.042          | 6.201          | -                   | -             | 154.393      |        |
| Voleybol                       | 13           | 37.668      | 14.884       | -            | -           | -          | -           | 3              | 13.243          | 2.496          | 5                   | 9.818         | 77.930       |        |
| Spor Basını                    | 11           | 29.838      | 34.550       | -            | -           | -          | -           | 17             | 143.291         | 18.047         | -                   | -             | 225.754      |        |
| Günün Programı                 | 9            | -           | 2.192        | -            | -           | -          | -           | -              | -               | -              | -                   | 9             | 27.597       |        |
| Hentbol                        | 8            | 31.201      | 11.827       | -            | -           | -          | -           | -              | -               | -              | -                   | -             | 43.037       |        |
| Spor Tarihi                    | 8            | 10.317      | 600          | -            | -           | -          | -           | 10             | 22.385          | -              | -                   | -             | 33.320       |        |
| Halter                         | 7            | 37.061      | 7.733        | -            | -           | -          | -           | 10             | 75.328          | 3.721          | -                   | -             | 123.660      |        |
| Çirrnastik                     | 3            | 4.908       | 3.170        | -            | -           | -          | -           | 2              | 20.758          | 3.006          | -                   | -             | 31.847       |        |
| Kayak                          | 3            | 10.828      | 3.675        | -            | -           | -          | -           | -              | -               | -              | -                   | -             | 14.506       |        |
| Okçuluk                        | 3            | 11.295      | 4.950        | -            | -           | -          | -           | 2              | 6.045           | -              | -                   | -             | 22.295       |        |
| Tennis                         | 3            | 4.388       | 2.420        | 1            | 10.952      | 518        | -           | 2              | 18.276          | 1.672          | -                   | -             | 38.232       |        |
| Diğer                          | 24           | 40.683      | 15.953       | 1            | 9.405       | 1.464      | -           | 37             | 53.366          | -              | -                   | -             | 120.933      |        |
| TOPLAM                         | 1.140        | 5.035.177   | 4.252.973    | 110          | 833.181     | 85.164     | 88.994      | 935            | 6.983.280       | 273.280        | 697.004             | 197           | 17.651.435   |        |

mm<sup>2</sup> yer ayrılmıştır. Bu veriler, televizyon ile girdiği rekabette kazanç sağlama, okuma için az zamanı olduğu varsayılan okurların kazanılması için içeriklerinin daraltılması, konuların magazinleşmesi gibi nedenlerden ötürü spor basınının görsel öğelere daha fazla ağırlık verilmesi ile açıklanabilir.

## **Sonuç**

Değişen ve gelişen toplumsal, ekonomik, politik, kültürel, bilimsel ve teknolojik koşullar nedeni ile sporun ve spor basınının önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bu bağlamda spor basınında konu ve içerik olarak işlenecek konular ve bu konuların seçimi de da önem kazanmaktadır. Spor basınının kullandığı ölçütler somut değil soyut ölçütlere dayandırılmakta, bu nedenle de öznel bir değerlendirme sonucu eleştirilere konu olmaktadır.

Spor basını başat konu olarak futbolu işlemektedir. Futbolun ardından ise basketbol, at yarışları, boks ve televizyon programlarının duyurusu gibi konular gelmektedir. Öte yandan spor basını bilgilendirme ve haberdar etme işlevlerini yerine getirmek için kullanması gereken haber metninden çok, başlık ve fotoğraf gibi görsel öğelere, bir diğer ifadeyle boş zaman geçirme ve eğlendirme işlevine ağırlık vermektedir. Tüm bunlar da göstermektedir ki spor basını konu açısından sorun yaşamakta, popüler kültür ile neden sonuç ilişkisi içine girmekte ve kaçınılmaz olarak da asıl işlevlerinden uzaklaşmaktadır.

Spor basını, kuşkusuz futbol konusunu işlemelidir, ancak futbol dışında haber ve bilgi toplaması kolay, çaba gerektirmeyen, üstelik de ekonomik olan diğer spor dallarına da konu ve içerik

olarak yer vermelidir. Öte yandan asıl işlevlerini yerine getirmek için görsel öğeler kadar, hatta daha fazla haber metnine eş değişle bilgiye yer vermelidir.

### **Notlar**

- (1) Aralarından Real Madrid, Manchester United ve Galatasaray Spor Kulübü futbol takımlarının da bulunduğu bir çok takım, formalarının kitlesel olarak tüketilebilmesi için geleneksel renk ve biçimleri içeren formlarını dönem dönem değiştirmektedirler
- (2). Sabah Gazetesi Halterci Fedail Güler'in işsiz olduğunu, artık ekonomik sıkıntılarının bittiğini, çünkü Sabah Gazetesi, spor servisinde "kadrolu ve maaşlı" olarak çalışmaya başlayacağını duyurmuştur. Bkz. "Sabah'ın Kadrolu + Maaşlı Elemanı Oldu Dünya Şampiyonu Fedail Güler Artık İşsiz Değil!", **Sabah Gazetesi**, 24 Kasım 1994.
- (3) Haber konusu açısından incelenen gazetelerde yer alan kimi haberler, belli bir kategori içerisine yerleştirememiştir. Bu nedenle örneğin; Boęaziçi Üniversitesi Spor Bayramı, sporda cinsel taciz, spor sorunları gibi konuların işlendiği bu gibi haber ve yorumlar "Diğer" başlığı altında verilmiştir.

## **Kaynaklar**

- ALEMDAR, Korkmaz ve İrfan Erdoğan (1994). Popüler Kültür ve İletişim, Ümit Yayıncılık, Ankara.
- AZAK, Gürbüz (1997). Gazeteci Milleti, Zafer Yayınları, İstanbul.
- BAŞKUT, Cevat Fehmi (1967).Gazetecilik Dersleri, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü Yayınları, İstanbul.
- BLAIN, Neil ve Raymond Boyle (1998). "Sports as Real Life: Media Sport and Culture", The Media: An Introduction, Ed.: Adam Briggs ve Paul Copley, Longman, Hong Kong.
- BOSTANCI, M. Naci (1999) . "Futbolun Anlattığı", Düşünen Siyaset, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2.
- CRAMER, Judith A. (1994). "Conversations With Women Sports Journalists", Women, Media and Sport Challenging, Gender, Values, Ed.: Pamela J. Creedon, Sage Publications Inc., California.
- KAYA, Ahmet Yalçın (2000). "Spor Medyasının İşlevleri ve İlgili Alanları", Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği'nce düzenlenen Uluslararası "Spor ve Medya" Sempozyumu'na sunulan poster bildiri, Manisa: 27-28 Ocak 2000.
- \_\_\_\_\_ (1996). "Dünya'da ve Türkiye'de Basının Gelişimi ile Türk Basınında Sporun Haber Öğeleri Açısından İncelenmesi Kavram ve Kapsam Açısından Uygulamalı Bir Çalışma", Yayınlanmamış Yüksekisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- KOZANOĞLU, Can (1995). Pop Çağı Ateşi, 2. Basım, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Mac DOUGALL Curtis D. (1982), Interpretative Reporting, 8. Edition,: Macmillian Publishing Co., Inc., New York.
- Mc QUAIL, Denis ve WINDAHL Sven (1994). Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri, Yayına Hazırlayanlar: Banu Dağtaş ve Uğur -Demiray, Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, Eskişehir.
- ROWE, David (1996). Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası, Çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- “Sabah’ın Kadrolu + Maaşlı Elemanı Oldu Dünya Şampiyonu Fedail Güler Artık İşsiz Değil!”, Sabah Gazetesi, 24 Kasım 1994.
- SIMSON, Vyv ve Andrew Jennings (1993). Olimpiyatlar, Sahtekârlık ve Mafya Güç, Para ve Doping, Çev.: Mehmet Harmancı, Milliyet Yayınları, İstanbul.
- ULUÇ, Hincal (1996). “Spor ve Medya”, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, Kasım – Aralık 1996, S. 12.

