

## Türk Medyasında Dijital Spor Yayıncılığı Üzerine Bir Araştırma

EMRAH BUDAK

### Öz

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile medyada üretilen içerikler dijital alana aktarılmıştır. İletişim teknolojileri haberciliğin yanı sıra yayıncılığın da dijital olarak kullanıcıya aktarılmasına olanak sağlamıştır. Dijital yayıncılığın yapıldığı alanlardan biri olan spor yayıncılığı, çevrimiçi mecralarda sıkça yer almakta, geleneksel spor yayıncılığı yapan televizyon kanalları yayınlarını eş zamanlı dijital olarak da yayımlamaktadır. Spor yayıncılığı için yayın haklarını satın alan yayın kuruluşları daha fazla bireye ulaşmak adına dijital televizyon ve uygulamalarla yayınlarını aktarmaktadır. Kurumsal spor yayıncılığının yanı sıra dijital dünyanın getirdiği olanaklarla bireysel spor yayıncılığı da oldukça yaygınlaşmıştır. Toplumun ilgi gösterdiği, izlemek için ücret ödediği spor yayıncılığındaki dijital gelişmeleri konu edinen bu çalışma Türkiye'de futbol yayıncılığının dijital boyutlarını literatür taraması yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmada elde edilen bulgularda Türkiye'de dijital spor yayıncılığının Batı ülkeleri kadar çeşitli olmasa da dijital araçlar, internet televizyonları, Youtube ağırlıklı olarak sosyal paylaşım ağları ve podcast üzerinden yapıldığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Spor Yayıncılığı, Dijitalleşme, Dijital Spor Yayıncılığı

### Derleme Makale

Geliş Tarihi : 01.05.2019

Kabul Tarihi: 29.05.2019

ORCID ID: 0000-0001-6896-7558

E-mail: bdkemrah78@gmail.com

## A Research on Digital Sports Broadcasting in Turkish Media

EMRAH BUDAK

### Abstract

With the development of new communication technologies, the contents produced in the media were transferred to the digital space. In addition to reporting, communication technologies have also enabled broadcasting to be digitally transferred to the user. Sports broadcasting, which is one of the areas where digital broadcasting is carried out, takes place frequently in online channels and broadcasts of traditional TV broadcasting channels simultaneously. Broadcasters who buy the broadcast rights for sports broadcasting are broadcasting digital television and applications in order to reach more individuals. In addition to corporate sports broadcasting, individual sports broadcasting has become widespread with the opportunities brought by the digital world. Showed interest of society, in order to learn the issues of digital developments in paid to watch sports broadcasting digital, this study aims to examine the size of football broadcasting in Turkey with the literature survey. According to the finding obtained in this study, in Turkey digital sport broadcasting has been shown in YouTube which is made mainly through social networking, digital tools, internet televisions and podcasts despite not as diverse as Western countries.

**Keywords:** Sport Broadcasting, Digitalization, Digital Sport Broadcasting

### Review Paper

---

Received: 01.05.2019

Accepted: 29.05.2019

---

ORCID ID: 0000-0001-6896-7558

E-mail: bdkemrah78@gmail.com

## 1.Giriş

Spor, hayatın hemen her alanında yer alan, büyük bir kitlenin ilgi duyduğu ve etkilendiği bir uğraş olarak karşımıza çıkmaktadır. Farklı spor dallarında oynanan maçlar, yaşanan gelişmeler, perde arkası olayları topluma medya kanalı ile aktarılmaktadır. Küresel ölçekte yapılan spor karşılaşmalarının tamamının tribünden izlenmesi mümkün olmadığından, karşılaşmalara ilişkin gelişmelerin ve yorumların aktarılmasında, toplumun bu konularda bilgi sahibi olmasında medyanın katkısı yadsınmaz bir noktadadır. Spor organizasyonları küresel anlamda toplumlarda heyecan yaratmakta, televizyon yayınlarının başlamasıyla oldukça fazla izleyici çekmektedir. Bu anlamda 1996 yılında Atlanta'da gerçekleşen Olimpiyat oyunlarını 3 milyar kişi izlemiştir. 1996 yılı rakamlarına göre 3 milyar izleyici dünya nüfusunun yarısına tekabül etmektedir (Fanizadeh, 2000'den akt. Alver, 2008: 239). Böylesine ilgi duyulan bir olgunun toplumla buluşması için medya araçları aktif bir rol üstlenmektedir.

Spor yayıncılığı gazete ve radyo ile başlamış televizyon yayınları ile devam etmiş ve günümüzde dijital teknolojilerin de dâhil olduğu bir duruma evrilmiştir. Bu teknoloji habercilik ve yayıncılık yapan kurum ve kişilerin işlerini kolaylaştırmakta, veri ve yayını daha hızlı ve daha kaliteli bir biçimde aktarmasına olanak sağlamaktadır. Dijital içerikler, içerikleri üretenlere avantaj sağlamasının yanı sıra izleyicinin de mekan ve zaman ayrımı olmaksızın içeriğe erişimini mümkün kılmaktadır. Dijital medya içeriklerinin erişim kolaylığı, daha büyük bir kitleye hitap etmesi, geri bildirim sağlaması ve büyük bir yatırıma ihtiyaç duymaması, geleneksel medya kanallarını dijital alana açılma konusunda teşvik etmiştir. Kitlelerin ilgisini çeken alanlardan biri olan spor olayları geleneksel ortamların yanı sıra çağdaş sosyal medya kanallarında da kitlelere sunulur hale gelmiştir. Bu anlamda giderek yaygınlaşan Facebook, Twitter (Özsoy, 2012: 85) ve Youtube gibi sosyal paylaşım mecraları sporla ilgili içeriklerin yayımlanması için yoğun bir şekilde kullanılan ortamların başında gelmektedir. Küresel anlamda ilgi çeken, toplumlara bir araya getiren, bazen de olumsuz gelişmelere sebebiyet veren spora ilişkin yayıncılıkta yaşanan dijital dönüşümün incelenmesi dijital yayıncılığın niteliğinin, geldiği noktanın belirlenmesi ve geleceğine ilişkin ipuçları sunması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma, Türkiye'de daha önce kapsamlı ve güncel olarak ele alınmamış spor yayıncılığındaki dijital gelişmeleri incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Çalışma ile ilgili veriler dünyada ve Türkiye'de dijital spor yayıncılığı yapan medya kuruluşlarının web sayfalarından ve konu üzerine yapılmış akademik çalışmalardan elde edilmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde spor haberciliğinden spor yayıncılığına geçiş süreci aktarılmakta ikinci bölümde ise dünyada ve Türkiye'de spor yayıncılığında yaşanan dijital gelişmeler ele alınmaktadır.

Çalışma kapsamında şu sorulara yanıt aranmaktadır?

1- Türkiye’de dijital spor yayıncılığı, hangi platformlar üzerinden, nasıl ve hangi niteliklerle yapılmaktadır?

2- Türkiye’de yapılan spor yayıncılığı dünyada yapılan spor yayıncılığı ile kıyaslandığında hangi konumda bulunmaktadır?

## 2. Spor Yayıncılığı

İletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte toplumun hemen her kesimi iletişim araçları ile çevrilmiş durumdadır. Toplumda yaşanan gelişmeleri aktaran basılı ve elektronik medyanın önem verdiği politika, ekonomi, kültür-sanat, magazin gibi alanlardan biri de spordur. Bu bağlamda spor haberciliği ve yayıncılığı oldukça geniş bir kitleye yayılan gazetecilik türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Spor yayıncılığı, yayıncılık alanında yaşanan teknolojik gelişmelere paralel olarak sürekli gelişme göstermiştir. Bu anlamda, telgraf (Sowell, 2008) ile başlayan spor yayıncılığı basılı gazetelerle devam etmiştir. Teknolojik gelişmelerin yaşanması ile sırasıyla radyo, televizyon ve web tabanlı dijital mecralar spor yayıncılığının yapıldığı alanlar olmuştur (Özsoy, 2012). Gazetelerde spor yayıncılığı, spor sayfaları ya da yalnızca spor içeriği üretip köşe yazıları sunma şeklinde iken, radyoda spor programları, naklen anlatımlar, televizyonda naklen maç yayınları ve yorum programları formatında kullanıcılarla buluşmaktadır. Naklen maç yayınları, yorum programları, futbolseverlerin de katıldığı sosyal medya ağları ile yapılan spor içerikli paylaşımlar, spor yayıncılığının dijital mecradaki çıktıkları olarak karşımıza çıkmaktadır. Spor yayıncılığının günümüzde yaşadığı dijital dönüşümü açıklamadan önce spor yayıncılığının tarihsel gelişim sürecine bakmak gerekmektedir.

### 2.1. Dünyada Spor Haberciliği ve Spor Yayıncılığı

Başlangıcından bu yana spor, toplumların her dönem ilgisini çekmiş ve spor karşılaşmaları insanların heyecanla takip ettiği bir aktiviteye dönüşmüştür. Toplumun bu denli takip ettiği bir olguya medya sessiz kalmamış ve spor karşılaşmaları ile ilgili gelişmeleri topluma aktarma işlevini üstlenmiştir. Medya ve spor ilişkisine değinen Scanlon (2006), medya karşılığı olmadan spor tarihinin bir anlamı olmadığını belirtmektedir. Bu anlamda spor basını doğmuş ve gazetelere spor sayfaları eklenmiş ya da yalnızca spor içerikli gazeteler ortaya çıkmaya başlamıştır. Gazete ve dergilerin ardından radyo ve televizyonda spor yayıncılığına adım atılmıştır.

Spor haberciliği 200 yıldan fazla bir zaman önce Amerika’da politika gazetelerinin tamamlayıcı bir haber unsuru olarak yayımlanmaya başlamıştır. O dönemde

gazete ve dergiler, amatör spor ve yerel müsabakalardan, basketboldaki Final Four maçlarına, buz pateninden avcılık ve balıkçılığa dek birçok spor alanındaki gelişmelere yer veriyordu (Özsoy, 2011: 213). Amerika’da spor basını için kesin bir tarih belirtilmese de Enriquez’e göre (2002), spor basını için milat Boston gazetesinde 1733 yılında bir ödül savaşını konu edinen haber metnidir. Sowell’e göre (2008) ise, 1849 yılında oynanan bir boks maçı hakkındaki bilginin telgraf aracılığıyla duyurulması ilk spor haberciliği örneğidir. Zamanla artarak devam eden spor haberciliği beyzbolun ulusal bir eğlence olarak yükselişini ve bir milli takım sporu olarak doğmasını sağlamıştır (Mc Chesney, 1989: 52). Amerika’da spor yayıncılığının temellerinin atıldığını gösteren Time of Spirit dergisi 1840’lı yıllarda 100 binden fazla okuyucuya ulaşmıştır (Sell, 2015: 24). Spor haberciliğinin yaygınlaşması, spor dalları ve karşılaşmaları hakkında gelişmeleri aktarırken toplumda sporun giderek daha popüler hale gelmesini sağlamış ve spor da basının daha çok ilgi görmesini ve yüksek satış rakamlarına ulaşarak daha fazla kar elde etmesine katkı vermiştir.

Spor haberciliğinde 20. yüzyılın başlarına kadar gazete ve dergilerin hâkimiyeti devam ederken radyonun icadı ile müsabakaları canlı takip etmenin olanağı doğmuştur. 4 Nisan 1921’de bir radyo istasyonu ilk defa bir spor olayını, bir boks karşılaşmasını yayımlamıştır. NBC, radyo setlerini tiyatro ve balo salonlarına kurmuş, 300 bin kişi giriş ücreti ödeyerek karşılaşmayı takip etmiş ve bu durum radyo yayınlarını ateşleyen önemli gelişmelerden biri olmuştur (Beck ve Booshart, 2003: 9).

Radyo yayınlarının ardından televizyonun icadı yalnızca sesin aktarımı değil artık görüntünün aktarımını sağladığı için “orada olma” hissini uyandırmış ve evinden karşılaşmayı anbean takip etme, pozisyonu tekrar izleme gibi fırsatı sunmuştur. Amerika’da beyzbol, Fransa’da bisiklet, Japonya’da sumo gibi geleneksel spor karşılaşmaları televizyon ile aktarılmış, Olimpiyatlar ve Futbol Dünya Kupası gibi uluslararası organizasyonlar canlı olarak yayımlanmıştır (Beck ve Booshart, 2003: 11).

Büyük Britanya’da BBC, 1937’de Wimbledon Tenis Turnuvasındaki bir maçı 25 dakika boyunca canlı olarak televizyondan yayımlamıştır (Cashmore, 2005). ABD’de 1939’da NBC aracılığıyla sunulan bir kolej beyzbol maçı, televizyondan naklen yayımlanan ilk spor organizasyonu olmuştur (Crabb ve Goldstein, 1991). 1970’li yıllara gelindiğinde daha fazla fonksiyona sahip mobil kamera, küresel uydu yayını, renkli televizyon gibi teknolojiler spor yayıncılığının çehresini değiştirmiştir. Televizyon kanal sayısı artmış, 1979 yılında ABD’de spor alanında uzmanlaşmış bir ağ olarak ESPN (Entertainment and Sport Programming Network) kurulmuştur. 1980’li yıllarda Avrupa’da spor kanalları kurulmuş, Almanya’da Eurosport ve DSF

spor kanalları yayın hayatına başlamıştır. Spor etkinliklerinin toplumla bütünleşmesi TV yayıncılarını, maç yayınlarını aktarıırken lisans ücreti ödemek zorunda bırakmıştır. TV yayıncıları lisans ücretini karşılamak ve kar elde etmek için reklam sayılarını ve ücretlerini artırmıştır. 1960'lardan bu yana Amerika'da başlayıp 1980'lerde İngiltere ve Avusturalya'da devam eden reklam gelirleri artışı muazzam bir seviyeye ulaşmıştır (Beck ve Booshart, 2003: 11).

## 2.2. Türkiye'de Spor Haberciliği ve Spor Yayıncılığının Kökenleri

Türkiye'nin spor basını ile tanışması 1891 yılında Ali Ferruh Bey'in Servet-i Fünun dergisinde Eskrim ile ilgili yazısında olmuştur (Karaküçük, Yanal & Yaman, 1996: 47; Büyükbaykal, 2004: 37). Bu yazıyı Asır gazetesinin sportif gelişmelere yer vermesi ve Tasviri Efkar'da Abidin Daver'in ilk maç yazısı takip etmiştir. 1910 yılında Burhan Felek'in çıkardığı "Futbol" adlı dergi (Büyükbaykal, 2004: 41) ve 1911 yılında Selim Sırrı Tarcan'ın çıkardığı "Terbiye ve Oyun" (Özsoy, 2011b: 214) dergisi ilk spor dergilerinden bazıları olarak karşımıza çıkmaktadır. 1933'de Haber gazetesi ilk spor sayfasını oluşturmuş, 1952'de ise Türk Spor adı ile ilk günlük spor gazetesi çıkarılmıştır (Karaküçük, Yanal & Yaman, 1996: 47; Kaya, 2002: 164). 1948 Olimpiyatları ile önemi daha da artan spor haberciliğinde 1950'den sonra Hürriyet, Milliyet, Tercüman gibi gazeteler spor bölümleri oluşturmuş ve 1980'den sonra Foto Spor, Foto Maç, Spor, Fanatik, Taraftar gibi renkli ve bol fotoğraflı gazeteler yayın hayatına başlamıştır (Kaya, 2002: 164; Özsoy, 2011: 215). Spor haberciliği zamanla nitelik ve nicelik anlamında daha çok yaygınlık kazanmış, teknolojinin getirdiği olanaklarla da sürekli dönüşen ve farklı bir boyuta evrilen bir duruma gelmiştir.

Spor haberciliği 1920'li yılların sonuna gelirken radyo yayınlarının yayın hayatına başlamasıyla farklı bir noktaya evrilmiştir. Radyo yayınları sportif gelişmeleri özellikle maç yayınlarının naklen anlatımını sağlamıştır. Bu anlamda radyoda spor yayıncılığı 1933'de Türkiye-İtalya arasındaki oynanan güreş müsabakasının naklen verilmesiyle başlamış, 1934'de de Fenerbahçe-Avusturya WAC takımı arasındaki müsabaka telefonla Eşref Şefik tarafından naklen anlatılmıştır (Karaküçük, Yanal & Yaman, 1996: 47; Güler ve Demir, 1995: 292). 1950'li yıllardan sonra radyoda spor yayıncılığı ivme kazanmıştır. Radyo aracılığı ile yapılan spor yayıncılığı 1946 yılına gelindiğinde yurt dışından naklen yayınlarla devam etmiştir.

Radyo yayınları iletişim teknolojileri ve serbest piyasa ekonomisinin etkisiyle yalnızca devlet tekelinde olmaktan çıkarak özel teşebbüsün de atılım gösterdiği bir alan olmuştur. 1990'lı yıllarda açılan özel radyo ve televizyonlarda izleyici ve reklam vereni çekebilmek adına futbol liginin maç yayınları için adeta yarışa

girilmiştir (Seçkin, 2008: 451). TRT Radyo 2019 yılı itibari ile Spor Toto Süper Lig maçlarının naklen yayını sunmaktadır. Türkiye'nin ilk spor radyosu 2006 yılında kurulan Lig Radyo ise 2007-2008 ve 2008-2009 yıllarında Süper Ligin resmi radyo yayıncısı olmuştur (www.ligradyo.com.tr). Radyo aracılığı ile yapılan spor yayıncılığı zaman geçtikçe radyo ve program sayısı açısından ve nitelik bakımından gelişme göstermiştir. TV yayıncılığına bağlı holdinglerin kurduğu NTV, CNN Türk gibi radyolar sportif gelişmelere ilişkin programlar yayımlamaktadır.

Televizyon yayınlarının başlaması ile spor yayıncılığı bambaşka bir boyut kazanmıştır. Naklen yayın ile evleri stadyuma çeviren televizyonlar Arık'ın ifade ettiği gibi (2008: 199) futbolu televizyon futboluna dönüştürmüş ve futbolu kendisi ile var olabilir bir gerçekliğe büründürmüştür. Cashmore, televizyon ve spor arasındaki ilişki için, "Eğer cennette yapılmış bir evlilik olsaydı bu spor ve televizyon arasında olurdu" demiştir (1994: 130).

Spor yayıncılığına televizyonun girişi Türkiye'de 1968 yıllarına denk gelmektedir. Türkiye Futbol Liglerinin önemli maçlarını kapsayan spor yayınları, İstanbul Teknik Üniversitesinden başlatılmıştır. 1971 Akdeniz oyunlarında televizyondan ilk naklen yayın gerçekleştirilmiş ve akabinde ulusal ve uluslararası yayınlarda çok hızlı bir gelişme süreci yaşanmıştır (Karaküçük vd, 1996: 47). Türkiye'de kamu yayıncısı TRT'nin yanı sıra 1990 yılında özel TV yayıncılığının başlaması spor yayıncılığında da bir dönüm noktası olmuştur. Özel TV kuruluşları da spor yayıncılığını önemsemiş, özellikle futbol liginin yayın hakları için kıyasıya bir mücadele içine girmiştir. Güler ve Demir'e göre (1995: 293), Magic Box kanalı ile TRT arasındaki çatışma Magic Box'un futbol ligi yayın haklarını satın almasıyla başlamıştır. TRT, Magic Box'un yasa dışı yollarla yayın yaptığını öne sürerek naklen yayın haklarını almak istemiştir. Tartışma, Magic Box'un, 3 büyük kulübün de dâhil olduğu 11 kulüple yayın hakkı anlaşması yaptığı duyulduktan sonra başlamış, TRT, anayasal olarak ülkenin yayın tekelinin kendisinde olduğunu belirterek yayın haklarını istemesiyle alevlenmiştir. Bu tartışmalar devam ederken Magic Box, ilk maç yayınlarını Köln'de gerçekleştirmiş, akabinde de Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor ile anlaşma yapmıştır (Yengin, 1994: 127). Yeni yayın hayatına başlayan ve kendini kabul ettirmek isteyen kanalların ilk başvurduğu alan maç yayınları olmuştur. Bu kanallar maçların yayın haklarını satın alarak ve maçları yayımlayarak izleyici çekmeye çalışmıştır. Futbol maçları, izleyici çekebilmenin en iyi yolu olarak görülmüş, bu durum da kanallar arasında bir yayın hakkı çekişmesini beraberinde getirmiştir (Güler ve Demir, 1995: 293). Ücretli televizyon örneği olarak karşımıza çıkan Cine 5 kulüplerle anlaşma yaparak abone sayısını arttırmaya çalışmıştır (Güler ve Demir, 1995: 294). Elde edilecek reklam gelirlerinin maksimi-

mum boyutta olacağı düşüncesi ile özel televizyon kuruluşlarının özellikle futbol yayın hakları için büyük mücadele verdiği görülmektedir. Kamu yayıncısı TRT ise, spor yayıncılığı hayatına başladığı günden itibaren her türlü spor desteğini sunmuş, canlı yayınlar gerçekleştirmiş, programlar yapmıştır. Güreş, halter şampiyonaları, Olimpiyatlar, Futbol Dünya Kupası, Futbol Avrupa Şampiyonası, Erkekler ve Kadınlar Voleybol Ligi, Ampute Futbol Ligi, motor sporları gibi farklı birçok spor dalında yayın yapmaktadır.

Özel TV kanallarının giderek artması, spor yayıncılığında hibrit ve tecimsel kanalların çıkmasını sağlamıştır. CNN Türk, NTV, Habertürk gibi haber kanallarının spor programı ve bültenleri bulunmaktadır. Tecimsel spor yayıncılığında ise Digitürk grubunun Lig TV seri kanalları Süper Lig yayın haklarını alarak uzun bir dönem maç yayını gerçekleştirmiştir. Lig TV süper lig maçları için abonelik ve dekoder sistemi açarak ücretli bir yayıncılık anlayışı benimsemiştir. Aydın Doğan'ın sahibi olduğu Doğan TV, D-Smart platformunu kurmuş, D Spor kanalı ile futbol 1.lig yayın hakları ve voleyboldan hentbola birçok spor dalında yayınlar yapmıştır. D-Smart Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş gibi büyük takımlarla anlaşarak sezon öncesi hazırlık maçları ve Avrupa ligi maçlarının yayın haklarını satın almıştır. Televizyon platformları varlıklarını naklen maç yayınlarına dayandırmış ve yayın hakları alınmadığında giderek gözden düşmüş ve abone sayıları azalmıştır. Bu anlamda naklen yayın geliri olmayan TeleOn ve Cine 5 kapanmak zorunda kalmıştır (Arık, 2008: 207).

Süper lig yayın haklarını elinde bulunduran Digitürk, Katarlı grup Bein Sports tarafından 1 milyar doların üzerinde bir anlaşma ile satın alınmıştır. Bein Sports grubu süper lig yayın haklarına 2016 yılı itibariyle yapılan ihalede 5 yıllığına 590 milyon dolar teklifle sahip olmuştur. Bein Sports ücretli izleme sistemi ile yayın hayatına devam etmektedir. Bein Sports süper ligin yayın haklarının yanı sıra futbol 1. ligi, Erkekler Basketbol Ligi, Euroleague, İngiltere Premier Lig, La Liga, İtalya Seria A, Brezilya Ligi, Tenis Turnuvaları gibi birçok spor dalında yaptığı yayınlarla spor yayıncılığına adeta tekelleşmiştir.

2010 yılında kurulan, bir diğer platform Tivibu da farklı kanal seçenekleri ve spor içeriği üretmiş ve ücretli abonelik sistemi oluşturmuştur. Bir dönem basketbol süper ligi, Hollanda ve Rusya liglerini yayınlayan Tivibu, süper lig ihalesine girse de kazanamamıştır. Şampiyonlar ligi ve Avrupa ligi maç yayın haklarını bir süre elinde bulundursa da 2018 yılı itibariyle bu hakları Bein Sports'a geçmiştir. Televizyonda spor yayıncılığının gelişimi incelendiğinde TV yayıncılığında özel kanalların çıkması ve teknolojik gelişmeler teknik anlamda daha kaliteli, zamanla program ve kanal çeşitliliği sunan bir değişim geçirmiştir.



### 3. Spor Yayıncılığında Dijitalleşme Süreçleri

İletişim teknolojilerinin gelişmesi habercilik alanına da etki etmiş, dijital medyanın belirleyici niteliklerinden biri olan dijitalleşme (Manovich, 2002) sayesinde haber üretim ve yayımlama süreci ve spor yayıncılığı dijital kanallar aracılığı ile yapılmaya başlanmıştır. Dijital yayıncılık kitlelerin zaman ve mekan ayrımı olmaksızın gelişmeleri, naklen takip etme fırsatı sağlamıştır. Bu anlamda internet ve bilgisayar teknolojilerinin etkili olduğu bir yayıncılık anlayışı hâkim olmuştur. Dijital alana aktarılan yayınlar dijital kanal ya da birçok kanalı içine alan platform ile izleyicilere aktarılmaktadır. Bu anlamda (Turner, 2007) dijital televizyon, geniş ekran formatında, yayıncı ile izleyici arasında etkileşim seçenekleri sunan, daha geniş bir potansiyel kanal yelpazesine sahip, daha net görüntü sağlayan bir niteliğe sahiptir. Yayıncılık çağını analog, kablolu ve dijital olarak 3 döneme ayıran Todreas'ın (1999) dijital çağ olarak adlandırdığı üçüncü çağın içinde bulunmaktadır. Todreas, 1990'ların ortalarında başlayan ve giderek evrim geçiren yayıncılık hizmetlerinin spor içeriği sağlayanlar için harika fırsatlar sunduğunu belirtmektedir. Dijital çağ, karasal yayınların ötesine geçerek sayıca fazla kanal sunan ve özgürce izlenebilen dağıtım olanaklarını sunmaktadır.

Dijital teknolojiler yayıncılık alanında izleyicilere oldukça farklı seçenekler sunmaktadır. Günümüzde karasal yayın, kablolu yayın, uydu yayını ve dijital uydu yayınları mevcuttur. Van Tassel (2013), dijital televizyonları teknolojik özelliklerine göre çeşitlendirmiştir. Bu televizyonlar, dijital medya cihazlarıyla içerik sağlamakta, kablolu yayın, kablolu veya kablosuz internet ağına bağlı olarak yayın gerçekleştirmektedir. Van Tassel'e göre (2013), dijital televizyonda çözünürlüğe bağlı olarak HDTV, SDTV, eTV, bilgisayar, internet ve mobil destekli olarak ITV, TTV, TVonPC, PConTV, geniş bant dijital televizyon yayıncılığı olan teknoloji BBTV gibi teknolojiler mevcuttur. Çözünürlüğe göre dijital televizyonlar günümüzde 4K ve 3D olarak daha da gelişmiş teknolojilerle donatılmıştır (Diaz ve Santamaria, 2019: 419). Belirtilen dijital teknolojilerin yanı sıra yaygın bir teknoloji olan IPTV (İnternet Protokol Televizyonu) televizyona ait dijital ses, video ve her türlü verinin internet üzerinden aktarılması anlamını taşımaktadır. IPTV'nin yeni bir versiyonu olan OTT (Over the Top TV), farklı programlama seçeneklerine sahip, içeriğin farklı kalitelere göre sınıflandırılabilirdiği bir video dağıtıcısı olarak karşımıza çıkmaktadır (Kim, Kim ve Nam, 2015: 1). Amerika'da internet televizyonu olarak ortaya çıkan DirecTV (Bass, Gordon, Ferguson & Githens, 2001), Netflix, Hulu, Youtube, Apple TV, Smart TV, Google gibi dijital mecralar, TV şovları, filmler, spor karşılaşmaları gibi eğlence içeriklerini sunarak dijital eğlence için interneti önemli bir mecra haline getirmiştir.

### 3.1. Dünyada Dijitalleşen Spor Yayıncılığı

Spor müsabakalarının yayın haklarını satın alan yayıncı kuruluşlar ödedikleri yüksek yayın hakkı bedellerini karşılayabilmek adına ücretli abonelik sistemi getirmişlerdir. Ülkelerde sporların popüleritesine göre yayın hakları anlaşmaları da farklılık gösterebilmektedir. Amerika'da basketbol (NBA), Amerikan futbolu (NFL), beyzbol (MLB) ve hokey (NHL) oldukça sevilen ve izlenen spor dallarıdır ve hepsinin yayıncı kuruluşu ESPN'dir. Her spor dalındaki yayın hakları için ESPN milyarlarca dolar yayın hakkı bedeli ödemiştir. İngiltere Premier Ligi'nin ana yayıncı kuruluşu olan Sky Sports 2019-2022 yılı için yayın haklarını 3.58 milyar Euro, diğer yayıncı BT Sports ise 885 milyon Euro bedelle satın almıştır (BBC, 2018). Yayıncılık alanındaki gelirin en büyük payı yayın haklarından gelirken sosyal medya giderek artan bir öneme sahip olmuştur. Bugün birçok TV şirketi etkileşimli portallara yatırım yapmış, çevrimiçi TV ekranlarını sosyal medya ile birleştirmişlerdir. Bu şirketler, dijital dünyaya açılırken medya haklarını çevreleyen ve değerlerini de güçlendiren çevrimiçi bir sosyal ve bilgi ortamı sağlamışlardır (Lelyukhin, 2013: 104). Öyle ki, UEFA ve diğer medya ortakları her zaman izleyiciler için çevrimiçi, mobil ve genel ekran deneyimini geliştirmiş, UEFA'nın TV aracılığıyla sunduğu temel değer, bu dijital ortamın iş modelinin merkezinde kalması ve önemli ticari değeri üretmesi sağlanmıştır (Boyle, 2014: 748).

Spor yayıncılığı yapan kanallar, daha fazla gelir elde etmek adına dijital teknolojilere ağırlık vermiş, kullanıcıların dilediği yerde ve zamanda yayınları izleyebilmesini ve zamanla içeriğin bireyselleşmesini sağlamışlardır. Karasal yayınlardan itibaren başlanan ödemeli TV ve PPV (Pay Per View – izlediğin kadar öde) (Lelyukhin, 2013: 107-108), dijital yayınlarda da devam etmiştir. Golf, Rugby, Kriket, Tenis NBA, NFL, MLB, İtalya Futbol Ligi Seria A, Şampiyonlar Ligi, UEFA Avrupa Ligi gibi devasa spor organizasyonlarının yayıncı kuruluşlarından olan ESPN, kullanıcılarına kablolu yayının yanı sıra çevrimiçi yayın hizmeti de vermektedir. ESPN, kullanıcılarına kablolu TV üyeliğini zorunlu kılarken PC ve mobil uygulamaları ekstra ücret mukabilinde sunmaktadır. Bu uygulamalardan yararlanmak için öncelikle kablolu yayın üyeliği gerekmektedir. ESPN, dijital yayıncılıkta Android, Amazon Fire TV, Apple IOS, XBOX, PS4, HD TV'ye bağlanabilen ve mobil cihazlar tarafından kontrolü sağlanabilen Chromecast, Roku, Samsung Smart TV, Apple TV, Sling TV, DirecTV Amazon tarafından üretilen tablet Kindle Fire, sanal gerçeklik sağlayan Oculus gibi uygulama ve araçlarla içeriklerini kullanıcılara aktarmaktadır (espn.com). NBA'nın diğer yayıncı kuruluşu olan TNT de yayınlarını dijital mecralarda sunmaktadır. TNT kablolu yayının yanı sıra dijital televizyon mecrası Sling TV, Hulu TV, Youtube ve DirecTV'ye de yayın aktarmaktadır. 4 dijital televizyonda farklı pa-

ket ve farklı ücret tarifeleri ile Chromecast, Roku, Apple TV, Amazon Fire, İOS/Android LG/Samsung Smart TV ve XBOX One gibi uygulamalarda izlenebilmektedir (flixed.io, 2018).

İngiltere Premier Ligi yayıncı kuruluşu Sky Sports ve BT Sports ücretli abonelik şeklinde dijital televizyonlardan yayın yapmaktadır. Android ve İOS telefonlarda da izlenebilen Now TV ve Amazon Fire TV üzerinden yapılan yayıncılıkta İngiltere Premier Ligi'nin yanı sıra NFL ve Rugby maçları da aktarılmaktadır (techadvisor.com, 2019). İspanya Futbol Ligi La liga yayınlarını satın alan Telefonica Movistar kanalı üzerinden kablolu yayıncılık sunmaktadır. Abonelerine dijital yayıncılık hizmeti de veren Movistar kanalında futbol maçlarının yanında Moto GP yarışları ve Euroleague, Smart TV, Nvidia, Amazon Fire TV, Movist gibi uygulamalarda izlenebilmektedir (Movistar.es). Movistar yayın haklarını Netflix'e de satarak kendi içeriklerini farklı paket programlar üzerinden Netflix'te de yayımlanmasını sağlamıştır (Advanced-television.com, 2018).

Spor yayıncılığında içeriklerin yayımlandığı bir diğer mecra olarak YouTube karşımıza çıkmaktadır. Pek çok ülkede Youtube, spor yayıncılığının kurumsal ve bireysel anlamda yapıldığı ve yaygın olarak izlendiği bir mecradır. Bu anlamda dijital spor yayıncılığının amiral gemisi Amerika'da spor yayıncılığının en büyük kuruluşu ESPN Amerikan futbolundan, futbola, basketboldan tenise, rugbyden golf'e kadar birçok spor dalında Youtube üzerinden yayın yapmaktadır. ESPN, genel olarak tüm spor dallarından maç görüntüleri ve yorumlarını içeren bir Youtube kanalının yanı sıra Avrupa futbol ligleri, şampiyonlar ligi, NFL, NBA, NHL, MBL, E-Sport gibi farklı spor dallarına ayrılmış toplamda 10 milyondan fazla takipçiye sahip kanallardan da içerik sunmaktadır (Youtube/ESPN). İngiltere Premier Ligi'nin yayıncısı Sky Sports ve BT Sports Youtube kanalı üzerinden 2 milyonun üzerinde aboneye maç görüntüleri ve eski futbolcu Roy Keane, Scholes ve Joe Cole gibi yorumcularla maç değerlendirmeleri aktarmaktadır (Youtube/Sky Sports Football). La Liga yayıncısı Movistar maç görüntüleri, futbolcuların maçtaki anları ve maç yorumları üzerine 1 milyon takipçisi bulunan bir kanala sahiptir. Avrupa basketbolunun şampiyonlar ligi Euroleague, Euroleague Basketball adıyla 300 bine yakın aboneye sahip Youtube kanalından, maç görüntüsü, oyuncu, koç ve yorumcuların değerlendirmelerini de içeren yayınlar paylaşmaktadır (Youtube/Euroleague Basketball). Olimpiyat oyunlarının 3.5 milyon aboneli resmi Youtube kanalı Olympic olimpiyatlardan eşsiz görüntüleri paylaşmaktadır (Youtube/Olympic).

Dijital spor yayıncılığının yapıldığı mecralardan biri de podcast içerikleridir. Günümüzde podcast yayıncılığı küresel bir şekilde sürmekte ve podcastte oldukça kaliteli yapımlara imza atılmaktadır. Özellikle Amerika'da podcast yayıncılığı ol-

dukça yaygındır. ESPN'in, Sports with Katie Nolan, Baseball Tonight, Jalen Jacoby, Golic and Wingo, Pardon the interruption, The Lowe Post, First Take adıyla yayınladığı podcastlerde günün sportif gelişmeleri ele alınarak yorumlanmaktadır (espn.com). ESPN dışında NBA üzerine The Ringer NBA Show, The Starters, The Woj Pod, Around the NFL gibi onlarca kanal NBA üzerine podcast yayını sunmaktadır (podbay.fm). BBC 50'ye yakın spor dalına ilişkin podcast yayını küresel ölçekte paylaşmaktadır (BBC.co.uk.). İngiltere Premier Ligi'nin yayıncı kuruluşu Sky Sports podcast üzerinden aktif futbol oynayan ve emekli olmuş futbolcuları konuk alarak futbolcuların yaşamları ve karşılaşmalara dair yorumları dinleyiciye sunmaktadır. Podcast yayınları medya kuruluşlarının yanı sıra bağımsız kişi ve gruplar tarafından da hazırlanarak aktarılabilmektedir. Amatör ve profesyonel birçok spor yayıncısı, emekli futbolcu podcast yayınlarında spor üzerine yayınlar yapmaktadır.

### 3.2. Türkiye'de Dijital Spor Yayıncılığı

Küresel anlamda yaşanan dijital gelişmeler Türkiye'de de kendisini göstermiş ve yayıncılık alanında dijital dönüşüm yaşanmıştır. Bu anlamda Blu TV, Puhu TV, Netflix gibi internet televizyonu platformları içerik üreterek yayınlarına başlamıştır. Televizyon yayıncılığının ilk döneminden 2000'lere doğru dijital teknolojiye geçiş hızlanmıştır. Televizyonlarda görüntü kalitelerinin artması ile HDTV, Ultra HD TV, Smart TV, 3K ve 4K çözünürlüğünde yayınlar yapılmaktadır. TRT'nin belirli yayınları sunduğu 4K kanalının yanı sıra Spor Toto Süper Ligi yayıncı kuruluşu Bein Sports da 4K kalitesinde içerikler sunmaktadır. D-Smart dijital platformu HDTV ve HDTV+ çözünürlüğünde yayın kalitesine ulaşmıştır.

Spor Toto Süper Ligin yayıncı kuruluşu Bein Sports'un dijital televizyon uygulamaları ödemeli TV şeklinde izleyicilere sunulmuştur. İlk olarak Bein Connect uygulaması ile kullanıcının dilediği yer ve zamanda içerikleri izleme fırsatı sunulmuştur. Bein Connect uygulamasına kişisel bilgisayar, mobil cihaz ve tabletlerden erişilmekte ve abonelik karşılığında içerikler izlenebilmektedir. Bein Connect'te Süper Lig karşılaşmalarının canlı izlenilebilmesi için mobil süper lig paketinin aktif edilmesi şartı koşulmuştur. Bein Connect, tüm içeriklerin kaydedilerek sonra izlenmesi, istenildiği yerde durdurulup yeniden oynatılması gibi imkanlar sunmaktadır (Digiturk.com.tr).

Bein Sports, Spor Toto Süper Ligin yanı sıra İngiltere Premier Ligi, İspanya La Liga, Fransa Ligue 1, İtalya Seria A, Brezilya Futbol Ligi, UEFA Şampiyonlar Ligi, UEFA Avrupa Ligi, Euroleague, Grand Slam ve ATP Tenis turnuvası, motor sporları gibi farklı dallarda naklen yayınları ve ilgili programları ekranlara taşımaktadır. Digi-

türk ailesinin üyesi olan Bein Sports Digitürk Play uygulaması ile de dijital yayıncılık hizmeti sunmaktadır. Paket program olarak farklı aboneliklerin olduğu ödemeli TV uygulaması Digitürk Play üyeliğinde kullanıcılar paketleri dâhilinde canlı maç yayınlarını mobil cihazlar, tablet ve kişisel bilgisayarın web ekranından farklı çözümlüklerde takip edebilmektedir. Yalnızca dijital üyelik gibi görünse de Digitürk Play kişisel bilgisayarın Smart TV HDMI bağlantısı kurulmasıyla televizyon ekranından da izlenebilmektedir (Digiturkplay.com.tr).

Türkiye’de yayın yapan bir diğer platform olan D-Smart, kullanıcılarına D-Smart GO uygulaması ile dijital spor yayıncılığı hizmeti vermektedir. D-Smart, İngiltere Preimer Ligin yayıncı kanalı S Sports’u bünyesine alarak naklen maç yayınlarını ekrana taşımaktadır. Bunun dışında S Sports NBA, ATP Tenis maçları ve Formula 1 yarışlarını canlı olarak yayımlamakta, D-Smart GO uygulaması ile kişisel bilgisayar, tablet ve mobil cihazda takip edilebilmektedir. D-Smart S Sports’un yanı sıra, NBA TV, Tay TV, Eurosport 1, Eurosport 2, Spor Smart ve Fox Sports gibi spor kanallarının da yayınlarını dijital araçlarla aktarmaktadır. D-Smart 3 büyük takım olarak adlandırılan Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş’ın sezon öncesi ve sezon arası hazırlık maçlarının yayın haklarını da elinde bulundurmaktadır (Dsmart.com.tr). Televizyon platformlarından biri olan Tivibu 2018 yılına kadar UEFA Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Liginin yayın haklarına sahiptir. 2018 Eylül ayından beri Bein Sports’un Şampiyonlar Ligi ve Avrupa Liginin satın alması ile futbol yayıncılığında geri planda kalmıştır. Ancak Tivibu, S Sports kanalının yayın haklarını satın alması ile İngiltere Premier Ligi, NBA maçları ve Formula 1 yarışlarının yanı sıra Tahinci-oğlu Basketbol Ligi ve Kadınlar Basketbol Liginin maçlarını yayımlamaktadır. Tivibu GO paket uygulaması ile Tivibu’nun kapsadığı spor kanallarının tamamı kişisel bilgisayar ve mobil cihazdan da izlenebilmektedir (Tivibu.com.tr).

Turkcell Lifecell’in TV+ ismiyle ortaya çıkardığı dijital platform bir dizi kanalı içine alarak ödemeli TV formatında ekrana sunmaktadır. Bu platforma dahil olan kanallar televizyon, tablet, mobil cihaz ve kişisel bilgisayarlarda izlenebilmektedir (Superonline.net). TV+nın Life+ kanalında sportif gelişmeler üzerine içerikler yayımlanmaktadır. Bu yayınlarda haftanın futbol karşılaşmaları, basketbol üzerine değerlendirmeler, spor üzerine gazete haberleri değerlendirilmektedir (Superonline.net).

17 Mart 2008’de yayın hayatına başlayıp 17 Mart 2018’de başka bir isim ve konsepte dönüşen NTV Spor, karasal yayından çekilse de dijital anlamda bazı yayınlarına devam etmektedir. NTV’nin bünyesinde yer alan NTV Spor, ntvspor.net üzerinden Futbol Net adıyla futbol üzerine yorum ve görüntülerin aktarıldığı dijital bir programı ekrana taşımaktadır. Çok uzun bir dönemden beri NTV ve NTV Spor

ortak yayınında Rıdvan Dilmen'in konuk olduğu Yüzde Yüz Futbol programını izlemek isteyenler için geçmiş bölümler web sitesi üzerinden izleyicilere sunulmaktadır (ntvspor.net).

Spor yayıncılığında dijitalleşmenin en önemli adımlarından biri de Youtube kanalıdır. Bu anlamda hemen her kanalın kendi web sitesi üzerinden canlı yayın ve eski yayınların videolarını görmek mümkündür. Youtube kanalı üzerinden yapılan spor yayıncılığında birçok kanal canlı yayını Youtube üzerinden de gerçekleştirmektedir. Bu anlamda CNN TÜRK, Bein Sports Haber, Tivibu Spor gibi birçok kanal Youtube kanalı üzerinden yayın yapmaktadır. Karasal yayında ücretsiz olarak izlenen Bein Sports Haber Youtube üzerinden de canlı yayınlarını ve program videolarını yayımlamaktadır. Bein Sports ayrıca Bein Sports Türkiye adıyla açtığı Youtube kanalında 400 bine yakın abonesiyle Süper Lig, Euroleague, spor üzerine yapılan programların yayınlarını paylaşmaktadır (Youtube/Bein Sports Türkiye).

Spor dergisi olarak karşımıza çıkan Sokrates Dergi, Youtube üzerinden spor yayınları yapmaktadır. 100 bine yakın bir aboneye sahip olan Sokrates Dergi, basketbol ağırlıklı bir yayın olmakla birlikte futbolda Avrupa futbolu ve Süper Lig üzerine değerlendirmeler ile efsane sporcular ile yapılan röportajlar sunmaktadır. Basketbol yayınlarında Kaan Kural'ın konuk olduğu programlarda NBA ve Euroleague üzerine görüşler aktarılmaktadır (Youtube/Sokrates Dergi).

Tivibu Spor kanal olarak canlı yayınlarını Youtube üzerinden yapmasının yanı sıra bünyesinde bulunan programları da kesitler halinde Youtube kanalı üzerinden de yayımlamaktadır. Futbol yorumcusu Ali Ece ve Kaan Kural'ın Ters Köşe programının bölümleri, kadınlar ve erkekler Türkiye basketbol ligi görüntüleri, NBA ve Süper Lig yorumları, efsane sporcular ile röportajlar Youtube kanalı üzerinden izleyicilere sunulmaktadır (Youtube/Tivibu Spor).

Youtube yayınlarında televizyon kuruluşlarının yanı sıra bireysel spor yayıncılığı da öne çıkmaktadır. Özellikle spor gazetesi ve spor televizyonlarında çalışan yorumcular ve sunucuların Youtube kanalı üzerinden dijital spor yayıncılığı yaptığı görülmektedir. Bu anlamda, NTV Spor'da bir dönem yayımlanan Mehmet Ayan ve Serdar Ali Çelikler'in konuk olduğu Kırmızı Çizgi programı Hisseli Harikalar Youtube kanalı üzerinden yayımlanmaktadır. Kırmızı Çizgi programında futbol ağırlıklı bir konsept ile sporun birçok dalında yaşanan gelişmeler yorumlanmaktadır. Hisseli Harikalar kanalında Kırmızı Çizginin yanı sıra Spor Sayfası, Bizim Tribün gibi programlar da yapılmaktadır. Bu programlarda toplumda daha popüler olan futbolun yanı sıra güncel sportif gelişmeler değerlendirilmektedir (Youtube/Hisseli Harikalar).

Bir diğ er Youtube kanalı olan Asist Analiz, tribün programı olarak Açık Tribün programını sunmaktadır. Basketbol, Avrupa'dan futbol gibi farklı programların yanı sıra maçlar üzerine bahis ve iddia yorumlarının aktarıldığı programlar dikkat çekmektedir. Özellikle iddia üzerine yapılan yayınlar ve maçların ardından değerlendirmelerin yer aldığı 90+4 programının sayıca çokluğu göze çarpmaktadır (Youtube/Asist Analiz). 29 bin aboneye sahip De Marke Youtube kanalında taraftar ile yapılan spor üzerine röportajlar, efsane eski maçlar ve futbol takımlarının şehir ve stadyumlarından özel görüntüler, futbol ve basketbol yorumlarının yapıldığı programlar sunulmaktadır (Youtube/De Marke).

Spor yayıncılığının yapıldığı bir başka alan sosyal medya araçlarıdır. Sosyal medya araçları ile her türlü görüş görüntü, video ve metinlerle aktarılmaktadır. Öyle ki, 2011 yılında oynanan Belçika-Türkiye A Milli futbol maçı Türkiye'de ilk defa Facebook üzerinden naklen yayınlanan maç olmuştur (Özsoy, 2012: 85-86). Türkiye'de faaliyet göstermeye başlayan, tamamen Türk girişimcilerin kurduğu ücretsiz Vole uygulaması Türkiye'de sporseverlerin sosyal medya uygulaması olarak karşımıza çıkmaktadır (Hürriyet, 2017). Vole üzerinden hesap açan taraftar ve spor medyası ilgili görüşlerini vole üzerinden metin, fotoğraf ve video aracılığıyla aktarmaktadır. Bu anlamda Vole, Futbol yorumcusu Ahmet Çakar'dan Ali Ece'ye, Erman Toroğlu'ndan Ersin Düzen'e kadar birçok spor dalından yorumcunun bulunduğu bir alandır. Genellikle spor medyası profesyonelleri Vole hesabı üzerinden sportif gelişmelere ilişkin anket yayımlayarak taraftarların görüşünü almaktadır. Ali Ece ve Serdar Ali Çelikler'in Son Raund adı ile kesit kesit sunulan programı, sunucu Ceyla Büyükkuzun'un Süper Lig Panaroma programı gibi yapımların yanı sıra onlarca spor içerikli video Vole uygulamasında yer almaktadır. Vole uygulaması üretilen içerikleri, Youtube kanalı üzerinden aktarmaktadır.

Sosyal medya mecralarında spor yayıncılığı genellikle televizyon kanallarının, gazetelerin ya da spor programlarının adı ile kurularak kanala, gazeteye ya da programa ilişkin spor yayınlarının paylaşılması şeklinde olmaktadır. Bu anlamda Süper Lig yayıncı kuruluşu Bein Sports'tan voleybol maçlarını yayımlayan TRT Spor'a, Tivibu'dan D-Smart kanallarına kadar bütün mecraların Facebook, Twitter ve Instagram sayfaları açarak kendi ürettikleri programlardan ve maç görüntülerinden kesitler sundukları görülmektedir.

Dijital spor yayıncılığının aktarıldığı diğ er mecralardan biri de podcast yayıncılığıdır. Türkiye'de podcast üzerinden spor, habercilik, edebiyat, bilim ve teknoloji de dahil olmak üzere farklı birçok yayın yapılmaktadır. Podcast yayınları medya kuruluşlarının bünyesinde yapıldığı gibi bireysel anlamda da yayımlanmaktadır. Kurumsal anlamda yapılan podcast yayınlarında Socrates Derginin yayınları ör-

nek olarak gösterilebilir. Sokrates Dergi, podcast yayınlarında basketbol ağırlıklı olmak üzere futbola da daha çok Avrupa özellikle İngiltere futboluna odaklanmaktadır. Bu anlamda Euroleague üzerine değerlendirmeler, Şampiyonlar Ligi ve 2018 yazında gerçekleşen dünya kupası için bölümler hazırlamıştır (soundcloud.com). NTV radyonun bünyesinde sunulan Çift Forvet adlı podcast programında usta gazeteci Gürcan Bilgiç ve Cem Dizdar futbol üzerine düşüncelerini haftada 4 gün boyunca dile getirmektedir (ntvradyo.com.tr). Habercilik alanında dijital yayınlar yapan Medyascope'un podcast ağına haberler ağırlıklı olsa da spor üzerine programlara da rastlanmaktadır. Bu anlamda güncel gelişmelere paralel olarak Süper Lig, Euroleague, Şampiyonlar ligi organizasyonların değerlendirilmesi ile iddia tahminleri aktarılmaktadır (soundcloud.com).

Futbol ve basketbol üzerine konuşmaların, sohbetlerin ve değerlendirmelerin yer aldığı 1 Oyundan Fazlası (listelist.com) programı spor podcast yayınıdır. Basketbol üzerine sohbet ve değerlendirmelerin yapıldığı basketbolda da bir terim olan İkili Oyun (listelist.com) ve Dip Çizgi programı toplamda 500'ün üzerinde bölüm aktarmıştır. İkili Oyun, Ali Aktin, Tancan Fümen ve Serkan Mutlu'nun hazırladığı programda genellikle NBA, Euroleague, Türkiye Basketbol Liginde yaşanan gelişmeler ve görüşmeler değerlendirilmektedir. Farklı Kaydet programı temelinde birçok programı bünyesinde bulundurmaktadır. Çok farklı alanlarda yapılan podcast yayınları Farklı Kaydet adı altında yayımlanmaktadır. Bu anlamda tenis, futbol efsaneleri, basketbolda NBA ve Euroleague, güreş gibi spor alanlarında yayın yapılmaktadır (soundcloud.com). Boş Adam İşçi podcast yayınında mizah anlayışı ile futbol üzerine yorumlar, Türk futbolu üzerine eleştiriler ve değerlendirmeler dile getirilmektedir (Medyapod.com).

#### 4.Sonuç

Bu çalışmada spor yayıncılığında dijital gelişmelerle birlikte ortaya çıkan dijital teknolojiler incelenmiştir. Çalışmada Türkiye'de spor yayıncılığında dijitalleşmenin boyutları ve ne yönde olduğu araştırılmıştır. Bu bağlamda Türkiye'de spor yayıncılığında dijital atılımların gerçekleştiği görülmektedir. Özellikle dijital televizyon platformlarının yayınlarını kişisel bilgisayar, tablet ve mobil cihazlara aktardığı, yayınların görüntü kalitesine göre HD, 3K, 4K ve Smart TV gibi seçenekler sunduğu saptanmıştır. Spor yayıncılığında yaşanan dijitalleşmenin dijital cihazlar, sosyal medya kanalları, podcast yayınları ve web sayfaları üzerinden gerçekleşmektedir. Avrupa ve Amerika ile karşılaştırıldığında özellikle yayıncı kuruluş olarak sunulan yayınlarda, yayınların Türkiye'de yalnızca dijital cihazlara aktarılırken Amerika ve Avrupa'da bu cihazların yanı sıra yaygın olan Netflix, Hulu TV, DirecTV, NOW TV,



Amazon Fire TV, Sling TV gibi internet televizyonlarından da yayımlandığı dikkat çekmektedir. Bu anlamda Türkiye’de dijital spor yayıncılığının daha kısıtlı olduğu söylenebilir. Bu duruma Türkiye’de internet televizyonların yaygın olmayışı, internet televizyonlarının yayıncı kuruluşa yayın hakları için yüksek bir ücret ödemesi gibi durumlar sebep olarak gösterilebilir. Ancak; batıda yaşanan dijital gelişmeler zamanla Türkiye’de uygulanmaya başladığından dolayı gelecekte internet televizyonlarından spor yayıncılığının takip edilmesi olasıdır.

Kurumsal spor yayıncılığının genellikle yayıncı kuruluş ve tematik spor kanalları üzerinden gerçekleştiği, spor kanallarının Youtube kanalı üzerinden de program ve maç görüntülerini kesitler halinde sunduğu gözlenmiştir. Kurumsal yayıncılığının yanı sıra bireysel yayıncılıkta Youtube üzerinden spor medyası profesyonellerinin yayınları dikkat çekmektedir. Bireysel yayıncılıkta Youtube’nin dışında podcast yayınları da mevcuttur. Podcast yayınlarında ağırlıklı olarak basketbol ve ardından futbolun konuşulduğu görülmüştür. Spor yayıncılığında Türkiye’de ağırlıklı olarak futbola ve maç görüntülerine ayrıldığı ve diğer spor dallarına minimum yer verildiği ya da hiç yer verilmediği sonucuna da varılmıştır.

Spor yayıncılığı alanında yapılmış çalışmalara göz atıldığında spor haberciliği üzerine yapılmış çalışmalar (Özsoy, 2012; 2011; Kazaz, 2007; Köktener, 2013) bulunmaktadır. Bu çalışmalar spor haberciliğinin gelişimi ve internet medyasına geçiş sürecini ele alırken bu çalışmada spor haberciliğinin gelişiminden söz edilse de ele alınan konu spor yayıncılığı ve dijitalleşme süreçleridir. Spor yayıncılığının ele alındığı bir çalışmada (Gayretli ve Tunçkol, 2018) dijital televizyonlara abonelik sistemi görüşme yapılarak incelenmiştir. Bu çalışmanın farklı bir yanı Türkiye’de spor yayıncılığının dijitalleşmesini temel alan bir noktaya ışık tutma çabasıdır. Bu bağlamda çalışma dijitalleşmenin süreçlerini aktarmaya çalışmıştır. Dijital spor yayıncılığının nitelik ve nicelik bakımından artırılması daha fazla bireyin izlemesi ve spora olan ilginin artmasını sağlayacaktır. Dijital spor yayıncılığında futbol ağırlıklı bir yayıncılık anlayışının olması diğer spor dallarının geri planda kalmasına, diğer spor dallarına ilgi duyan bireylerin spor yayıncılığına mesafeli bakmasına sebep olmaktadır. Bu anlamda sporun her dalının dijital spor yayıncılığı içine dahil edilmesi, spor yayıncılığının internet televizyonları gibi paket platformlara aktarılması sporun yaygınlaşması ve benimsenmesi açısından önem taşımaktadır. Dijital spor yayıncılığının daha fazla platformdan aktarılması, spor yayıncılığına ilgi duyan bireylerin seçeneğini arttıracaktır. Spor yayıncılığındaki dijital gelişmeler üzerine akademik çalışmaların artırılması, dijital yayıncılıkta yaşanan sorunların ortaya konulması daha nitelikli, kapsamlı ve bireyselleştirilmiş yayıncılığın gelişmesine olanak sağlayacaktır. İleriki çalışmalarda spor yayıncılığı ile geleneksel

yayıncılık arasındaki içeriklerin karşılaştırılması, dijital abonelik sistemi ve spor yayıncılığının ekonomi politikası incelenebilir.

### Kaynakça

- Advanced-television (2018). Spain: Movistar launches Netflix. Erişim <https://advanced-television.com/2018/12/10/spain-movistar-launches-netflix/>
- Díaz, A.G. & Santamaría J. V. (2019): Football broadcasting rights in Spain in the digital age: between pay television and streaming services. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 418-433.
- Alver, F. (2008). Kapitalist Üretim Sürecinde Irkçılık, Futbol ve Medya. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 223-248.
- Arık, M.B. (2008). Futbol ve televizyon bağı: Simbiyoz beslenme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 197-222.
- Bass, F.M., Gordon, K., Ferguson, T. L. & Githens, M.L. (2001). (2001) DIRECTV: Forecasting Diffusion Of A New Technology Prior To Product Launch. *Interfaces* 3, 182-193. <http://dx.doi.org/10.1287/inte.31.3s.82.9677>
- BBC, (2018). Premier League TV rights: Amazon to show 20 matches a season from 2019-2022. Erişim: <https://www.bbc.com/sport/football/44396151>.
- Beck & Booshart (2003). *Sports and Media. Communication Research Trends*, 22 (4), 1-43.
- Boyle, R. (2014). Television Sport in the Age of Screens and Content. *Television & New Media*. 15 (8) 746–751.
- Büyükbaykal, G.N. (2003). Geçmişten Günümüze Türkiye'deki Yazılı Spor Basınında Futbolun Yeri ve Önemi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cashmore, E. (1994). *And there was television*. London - New York: Routledge.
- Crabb, P. B. & Goldstein, J. H. (1991). The social psychology of watching sports: From Ilium to living room. (Ed.) J. S. Bryant, D. Zillmann, *Responding to the screen: Reception and reaction processes içinde* (s. 355- 371). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Enriquez, J. (2002). "Coverage of Sports," (Ed.) W.D. Sloan and L.M. Parcell, *American Journalism: History, principles, practices*, 198-208. Jefferson, NC: McFarland.
- Fixed.io. (2018). How to Watch TNT Without Cable – Your Top 4 Options. Erişim <https://fixed.io/watch-tnt-without-cable/>
- Gayretli, A.G. & Tunçkol, H.M. (2018). A Consumption Tool in Sport: Buying Sport Channel in Digital Television Platforms. *International Journal of Science Culture and Sport* 6(2), 165-171.
- Güler, L. & Demir, V. (1995). Spor ve Medya İlişkisi ve Türkiye'de Spor Medyası, *Marmara İletişim Dergisi*, 9, 285-306.
- Hürriyet Gazetesi, (2017). Tüm sporseverleri bir araya getiren uygulama: Vole <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/kobi/tum-sporseverleri-bir-araya-getiren-uygulama-vole-40561005>
- Kaya, A.Y. (2002). Dünyada ve Türkiye Spor Basınının Gelişimi ile Türk Basınında Sporun Haber Öğeleri Açısından İncelenmesi, *Selçuk İletişim Dergisi* 2(3) 161-167.
- Kazaz, M. (2007). Geleneksel Habercilikten İnternet Haberciliğine Geçiş Sürecinde Spor Basını. *Selçuk İletişim Dergisi*. 4(4), 220-229.

- Karaküçük, S. Yenal, F. & Yaman, M. (1996). Sporun Topluma Yaygınlaştırılması Bakımından Televizyon Programlarının Etkinliği, *Beden Eğitimi Spor Bilimleri Dergisi*, 1(3), 44-56.
- Köktener, A. (2013). Spor Gazeteciliği Örneğinde İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Gazeteciliğe Etkisi. *Selçuk İletişim Dergisi* 8(1), 233-250.
- Lelyukhin, A. (2013). The impact of EU on sport broadcasting: what does the line of recent ECJ cases signal about? In *Sports Law J*, 13, 104-131.
- Manovich, L. (2002). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- McChesney, R. (1989). "Media Made Sport: A history of Sports Coverage in the United States" in *Media, Sports, and Society*, edited by Matthew Wenner. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Özsoy, S. (2012). Türkiye'de Bilişim Teknolojisi İle Değişen Spor Gazeteciliği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 41, 81-102.
- Özsoy, S. (2011). Spor Basını Açısından Türkiye'de 1950'den Günümüze Milliyet Gazetesinde Yaşanan Değişim. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(1), 212-221.
- Scanlon, Thomas. (2006). "Sports and Media in the Ancient Mediterranean", Arthur A. Raney and Jennings Bryant (Ed.) *Handbook of Sports and Media* içinde (s. 1-19). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Seçkin, G. (2008). 1994 Terör ortamında Vanspor'un Fenerbahçe yengisinin siyasallaştırılması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 249-272.
- Sell, J. (2015). *E-Sports Broadcasting*. Master Thesis, Science in Comparative Media Studies, University of Pittsburgh.
- Sowell, M. (2008). The Birth of National Sports Coverage: An Examination of the New York Herald's Use of the Telegraph to Report America's First "Championship" Boxing Match in 1849. *Journal of Sports Media* 3(1), 51-75.
- Techadvisor, (2019). How to watch the Premier League online, on TV and abroad Erişim <https://www.techadvisor.co.uk/how-to/internet/how-watch-premier-league-online-3640389/>
- Todreas, T. M. (1999). *Value creation and branding in television's digital age*. Westport, CN: Quorum Books.
- Turner, P. (2007). The Impact of Technology on the Supply of Sport Broadcasting. *European Sport Management Quarterly*, 7(4), 337-360.
- Van Tassel, J. (2013). *Digital TV over broadband: Harvesting bandwidth*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Yengin, H. (1994). *Ekranın Büyüsü*, İstanbul: Der Yayınları.
- Kim, J., Kim, S. & Nam, C. (2015). Competitive dynamics in the Korean video platform market: Traditional pay TV platforms vs. OTT platforms. *Telematics and Informatics*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.014>
- <https://www.youtube.com/channel/UCNAf1k0YljyGu3k9BwAg3lg> Erişim Tarihi, 12 Nisan 2019
- <https://www.youtube.com/user/ESPN> Erişim Tarihi, 14 Nisan 2019
- <http://www.movistar.es/particulares/television/tv-futbol/> Erişim Tarihi, 27 Nisan 2019
- <http://www.espn.com/> Erişim Tarihi, 01 Nisan 2019
- <https://www.youtube.com/user/Euroleague> Erişim Tarihi, 20 Mart 2019
- <https://www.youtube.com/user/olympic> Erişim Tarihi, 22 Mart 2019
- <http://podbay.fm/browse/sports-and-recreation> Erişim Tarihi, 27 Mart 2019
- <https://www.bbc.co.uk/podcasts/category/sport> Erişim Tarihi, 28 Nisan 2019

- <https://www.digiturk.com.tr/> Erişim Tarihi, 20 Nisan 2019
- <https://www.digiturkplay.com.tr/> Erişim Tarihi, 20 Nisan 2019
- <https://www.dsmart.com.tr/> Erişim Tarihi, 21 Mart 2019
- <https://www.tivibu.com.tr/> Erişim Tarihi, 21 Mart 2019
- <https://www.superonline.net/turkcell-tv> Erişim Tarihi, 20 Nisan 2019
- <https://www.ntvspor.net/> Erişim Tarihi, 26 Nisan 2019
- <https://soundcloud.com/socratesdergi> Erişim Tarihi, 22 Nisan 2019
- <https://www.ntvradyo.com.tr/Podcast> Erişim Tarihi, 23 Nisan 2019
- <https://listelist.com/turkce-podcast-listesi/> Erişim Tarihi, 23 Nisan 2019
- <https://soundcloud.com/farklikaydet> Erişim Tarihi, 23 Nisan 2019
- <https://medyapod.com/podcast/bos-adam-isi/> Erişim Tarihi, 23 Nisan 2019
- <https://www.ligradyo.com.tr/sayfa/lig-radyo-kurumsal> Erişim Tarihi, 23 Nisan 2019
- Bein Sports Türkiye <https://www.youtube.com/channel/UCPe9vNjHF1kEEExT5kHwc7aw>  
Erişim Tarihi, 25 Nisan 2019
- Sokrates Dergi <https://www.youtube.com/channel/UCvgwLFmnpZoPVBQJwPaNsA> Erişim Tarihi, 25 Nisan 2019
- Tivibu Spor <https://www.youtube.com/channel/UCzzyIIZKbelDhohxAaQFy1Q> Erişim Tarihi, 25 Nisan 2019
- Asist Analiz, <https://www.youtube.com/channel/UCkyMPrjYvghkJZblZyrl4hQ> Erişim Tarihi, 25 Nisan 2019
- De Marke, <https://www.youtube.com/channel/UCZP96BPIHXQUm4ILOTX8p0w> Erişim Tarihi, 25 Nisan 2019
- Hisseli Harikalar [https://www.youtube.com/channel/UC-YqmQNetzkrw\\_8FN\\_BDE6A](https://www.youtube.com/channel/UC-YqmQNetzkrw_8FN_BDE6A) Erişim Tarihi, 25 Nisan 2019