

**TÜRKİYE'DE SPOR BASINI HABER DİLİ:  
FUTBOL HABERLERİNDE SÖZCÜK SEÇİMİ  
ÜZERİNE BİR İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ**

**(DOKTORA TEZİ)**

**Ahmet Yalçın KAYA**

**Eskişehir- 2001**

## KISALTMALAR LİSTESİ

46

- 3 Büyükler : Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımı, Fenerbahçe Spor Kulübü Futbol Takımı, Beşiktaş Jimnastik Kulübü Futbol Takımı
- a.g.b. : Adı Geçen Bildiri
- a.g.e. : Adı Geçen Eser
- a.g.m. : Adı Geçen Makale
- a.g.t. : Adı Geçen Tez
- a.g.yz. : Adı Geçen Yazı
- AIPS : Association Internationale de la Presse Sportive – Uluslararası Spor Yazarları Derneği
- Bkz. : Bakınız
- Beşiktaş : Beşiktaş Jimnastik Kulübü Futbol Takımı
- BTGM : Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü
- Fenerbahçe : Fenerbahçe Spor Kulübü Futbol Takımı
- FIFA : Fédération Internationale de Football Association – Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği
- FILA : International Federation of Associated Wrestling Styles – Uluslararası Güreş Federasyonu
- Galatasaray : Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımı
- Gaziantepspor : Gaziantepspor Kulübü Futbol Takımı
- Gençlerbirliği : Gençlerbirliği Spor Kulübü Futbol Takımı
- Trabzonspor : Trabzonspor Kulübü Futbol Takımı
- TSYD : Türkiye Spor Yazarları Derneği
- UEFA : Union des Associations Européennes de Football – Avrupa Futbol Federasyonları Birliği
- UOK : Uluslararası Olimpiyat Komitesi

3.1.Araştırma Modeli.....	199
3.2.Evren ve Örneklem Belirlenmesi .....	199
3.2.1.Türkiye'deki spor basını temsil yeteneğine sahip gazetelerin belirlenmesi .....	199
3.2.2.Araştırmada incelenecek örnek olayların belirlenmesi .....	202
3.2.3.Örnek olayların inceleneceği zaman aralığının belirlenmesi .....	205
3.3.Sınırlılıklar.....	205
3.4.Veriler Toplama Yöntemi.....	207
4.VERİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ VE YORUMU .....	210
4.1.Haber Sayıları.....	210
4.2.Haber Dili Öğeleri .....	212
4.2.1.Spor kavram ve söz dizimleri .....	213
4.2.2.Deyimler .....	223
4.2.3.Doğa kavramları .....	229
4.2.4.Mitolojik kavramlar .....	232
4.2.5.Patolojik kavramlar .....	235
4.2.6.Militarist kavramlar .....	239
4.2.7.Ulusal semboller .....	243
4.2.8.Ekonomi kavramları .....	246
4.2.9.Argo sözcük ve söz dizimleri .....	250
4.2.10.Genel değerlendirme.....	252
SONUÇ.....	256
EKLER.....	274
KAYNAKÇA.....	298

Tablo 24.	En Sık Yinelene Patolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı.....	237
Tablo 25.	En Sık Yinelene Patolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı .....	238
Tablo 26.	En Sık Yinelene Patolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı.....	238
Tablo 27.	İncelenen Haberlerde En Sık Yinelene Militarist Kavramlar.....	239
Tablo 28.	En Sık Yinelene Militarist Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı.....	240
Tablo 29.	En Sık Yinelene Militarist Kavramların Tarihe Göre Dağılımı .....	242
Tablo 30.	En Sık Yinelene Militarist Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı.....	242
Tablo 31.	İncelenen Haberlerde En Sık Yinelene Ulusal Semboller.....	243
Tablo 32.	En Sık Yinelene Ulusal Sembollerin Karşılaşmalara Göre Dağılımı .....	244
Tablo 33.	En Sık Yinelene Ulusal Sembollerin Tarihe Göre Dağılımı .....	245
Tablo 34.	En Sık Yinelene Ulusal Sembollerin Gazetelere Göre Dağılımı.....	246
Tablo 35.	İncelenen Haberlerde En Sık Yinelene Ekonomi Kavramları.....	246
Tablo 36.	En Sık Yinelene Ekonomi Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı .....	247
Tablo 37.	En Sık Yinelene Ekonomi Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı.....	248
Tablo 38.	En Sık Yinelene Ekonomi Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı .....	249
Tablo 39.	İncelenen Haberlerde En Sık Yinelene Argo Sözcük ve Söz Dizimleri .....	250
Tablo 40.	En Sık Yinelene Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalara Göre Dağılımı .....	250
Tablo 41.	En Sık Yinelene Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı.....	251
Tablo 42.	En Sık Yinelene Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Gazetelere Göre Dağılımı .....	252



## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.	Yaygın Gazetelerin 1999 Yılı Günlük Ortalama Net Satışları .....	201
Tablo 2.	Yaygın Gazetelerin Spor Sayfaları İçin Tercih Edilme Oranları.....	202
Tablo 3.	Gazetelere Göre Haber Dağılımı .....	210
Tablo 4.	Karşılaşma ve Gazetelere Göre Haber Sayısı Dağılımı.....	211
Tablo 5.	Tarihe Göre Haber Sayısı Dağılımı .....	212
Tablo 6.	Haber Dilini Oluşturan Ögelerin Dağılımı .....	213
Tablo 7.	İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Spor Kavram ve Söz Dizimleri .....	214
Tablo 8.	En Sık Yinelenen Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalara Göre Dağılımı.....	218
Tablo 9.	En Sık Yinelenen Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı .....	221
Tablo 10.	En Sık Yinelenen Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Gazetelere Göre Dağılımı .....	222
Tablo 11.	İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Deyimler.....	224
Tablo 12.	En Sık Yinelenen Deyimlerin Karşılaşmalara Göre Dağılımı.....	225
Tablo 13.	En Sık Yinelenen Deyimlerin Tarihe Göre Dağılımı .....	227
Tablo 14.	En Sık Yinelenen Deyimlerin Gazetelere Göre Dağılımı .....	228
Tablo 15.	İncelenen haberlerde En Sık Yinelenen Doğa Kavramları.....	229
Tablo 16.	En Sık Yinelenen Doğa Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı .....	230
Tablo 17.	En Sık Yinelenen Doğa Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı .....	231
Tablo 18.	En Sık Yinelenen Doğa Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı.....	232
Tablo 19.	İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Mitolojik Kavramlar.....	232
Tablo 20.	En Sık Yinelenen Mitolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı .....	233
Tablo 21.	En Sık Yinelenen Mitolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı .....	234
Tablo 22.	En Sık Yinelenen Mitolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı .....	235
Tablo 23.	İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Patolojik Kavramlar .....	236

## GİRİŞ

“Türkiye’de Spor Basını Haber Dili: Futbol Haberlerinde Sözcük Seçimi Üzerine Bir İçerik Çözümlemesi” adlı tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır.

“Sporun Tarihçesi, Amaç ve İşlevleri” başlıklı birinci bölümde öncelikle, spor basınının konu ve içerik olarak işlediği spor olgu ve süreci tartışılarak, “Spor Nedir?” sorusunun yanıtı aranmıştır. Ardından Sporun Tarihçesi irdelenmiştir. Bu aşamada spor tarihçesi “Dünyada Sporun Tarihçesi” ve “Türkiye’de Sporun Tarihçesi” olarak iki ayrı başlık altında incelenmiştir. Sporun amaç ve işlevleri gene birinci bölümde ayrıntıları ile tartışılmıştır. Sporun sahip olduğu veya ona yüklenen işlevlerin farklı olması, konunun farklı başlıklar altında incelenmesini gerektirmiştir. Bu nedenle de sporun amaç ve işlevleri “Toplumsal ve Kültürel İşlevleri”, “Ekonomik İşlevleri” ve “Politik Amaç ve İşlevleri” olarak üç ayrı alt başlık altında irdelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümü ise “Spor Basını, Tarihçesi, İçerik, Amaç Ve İşlevleri” başlığını taşımaktadır. Bu başlık altında öncelikle spor ve basın ilişkisi tartışılarak, somut gerekçeler ile var olan ilişki ortaya konmaya çalışılmıştır.

Ardından “Bir İletişim Kanalı Olarak Spor Basını” başlığını taşıyan alt bölümde spor basınının bir tanımı yapılmıştır.

“Spor Basını Tarihçesi” başlığı altında “Dünyada Spor Basını Tarihçesi” ve “Türkiye’de Spor Basını Tarihçesi” olarak iki ayrı başlık altında spor basını tarihçesi tartışılmıştır. Spor basını tarihçesi ile birinci bölümde yer alan Sporun Tarihçesi bölümleri arasındaki koşutluklara ulaşılmaya çalışılmış, günümüz spor basını yapı ve işleyişinin geçmişten kaynaklanan gerekçeleri ortaya konmuştur.

Ardından spor basınının amaç ve işlevleri ayrıntılı olarak tartışılmıştır. Bu nedenle de konu “Toplumsal ve Kültürel İşlevler”, “Spor Basınının Ekonomik İşlevleri” ve “Spor Basınının Politik Amaç ve İşlevleri” olarak üç ayrı alt başlık altında incelenmiş, sporun amaç ve işlevleri ile koşutlukları ve bu bağlamda ilişkileri tartışılmıştır.

Yine ikinci bölümde yer alan “Spor Basınında İşlenen Konular” başlığı altında Spor Basınının Konusu Olan Spor Dalları, Spor Basınında Yer Alan Konuların Yön ve Boyutları konuları tartışılarak, Neden Futbol Basını? sorusunun yanıtı aranmıştır.

“Spor Basını Çalışanı” başlığı altında ise spor muhabirleri ve spor basınına yöneltilen başlıca eleştirilerden biri olan spor basınında spor yazarlığı ve spor yazarı konuları tartışılarak, var olan durum saptanmaya çalışılmış ve kimi öneriler getirilmiştir. Bu bölümün ardından spor basını okuyucusu kuramsal anlamda tartışılarak, spor basınına günümüzdeki uygulamaları ile bağlantısı ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde spor basınında haber, yorum ve dil kullanımı konularına yer verilmiştir. Bunun için öncelikle basında dil ve anlatımı konusu tartışılmış, ardından spor basınında haber ve yorum konuları incelenmiştir. Spor basınında haber ve yorum konusu “Haber ve Haber Yazımı”, “Haberlerde İstatistiksel Bilgi Kullanımı ve Dil”, “Yorum ve Yorum Yazımı”, “Haber ve Yorum İçin Haber Toplama”, “Haber ve Yorumlarda Tarafsızlık Sorunu” alt başlıkları altında irdelenmiştir. Bu alt başlıklarda da var olan durum saptanmaya çalışılmış, olması gereken durum aktararak, uygulamaya yönelik kimi öneriler getirilmiştir.

Üçüncü bölümde işlenen son konu ise “Spor Basınında Dil Kullanımı” başlığını taşımıştır. Bu başlık altında öncelikle haber ve yorum dili tartışılmış, uygulamalardan kimi çıkarımlarda bulunularak var olan durum ile olması gereken sergilenmiş ve kimi öneriler getirilmiştir. Bu bölümün ardından spor basını haber dilini oluşturan öğeler “Haber ve Yorumlarda Klişe Kullanımı”, “Spor Basınında Kullanılan Patolojik Kavramlar”, “Spor Basınında Kullanılan Cinsel Kavramlar” ve “Spor Basınında Kullanılan Militarist Kavramlar” alt başlıkları altında kuramsal olarak tartışılmıştır.

“Spor Basını Haber Diline İlişkin Bir Uygulama” adlı bölüm ise çalışmanın uygulama bölümünü oluşturmuştur. Çalışmanın uygulama bölümünde spor basını haber diline yönelik bir araştırma yapılmıştır. Bu çalışmada spor basını haber dilini oluşturan öğelerin neler olduğu, ne yoğunlukta kullanıldıkları, hangi gazetelerde ve hangi dönemlerde yayınlanan haberlerde yinelendikleri saptanmaya çalışılmıştır. Bu bölümde öncelikle araştırmanın konusu, amaç ve varsayımları sıralanmıştır. Ardından çalışmada kullanılacak yöntem, “Araştırma Modeli”, “Evren ve Örneklem Belirlenmesi”, “Türkiye’deki spor basınına temsil yeteneğine sahip gazetelerin belirlenmesi”, “Araştırmada incelenecek örnek olayların belirlenmesi”, “Örnek olayların inceleneceği zaman aralığının belirlenmesi”, “Sınırlılıklar” ve “Veri Toplama Yöntemi” alt başlıkları altında açıklanmıştır. Uygulama bölümünün tamamlanması ile

elde edilen veriler, “Haber Sayıları”, “Haber Dili Ögeleri”, “Spor kavram ve söz dizimleri”, “Deyimler”, “Doğa kavramları”, “Mitolojik kavramlar”, “Patolojik kavramlar”, “Militarist kavramlar”, “Ulusal semboller”, “Ekonomi kavramları” ve “Argo sözcük ve söz dizimleri” alt başlıkları altında ayrıntılı olarak tartışılarak, “Genel değerlendirme” başlığı altında özetlenmiştir.

4-179

## BİRİNCİ BÖLÜM SPORUN TARİHÇESİ, AMAÇ ve İŞLEVLERİ

### 1. SPOR NEDİR?

Bu başlık altında kavram ve süreç olarak sporun özellikleri, bireysel/toplumsal yaşam açısından gereklilikleri sıralanacak ve varolan tanımlardan da yararlanılarak, ayrıntılı ve kapsayıcı bir spor tanımı yapılmaya çalışılmıştır.

Savaş, sporu toplu ya da takım halinde yapılan, kendine özgü kurallar, teknikleri olan, bedensel ve zihinsel yetilerin gelişimini sağlayan, eğitici ve eğlendirici uğraştır<sup>1</sup> olarak tanımlarken, Sage de sporu, insan doğasında bulunan saldırganlığa barışçı boşalma olanakları sağlayan, saldırganlık güdüsünün denetim altına alınması için uygun bir yarışma ortamı yaratan olgu<sup>2</sup> biçiminde tanımlamıştır.

Edwards ise psikolojik bir yaklaşım içinde spora; davranış belirleyici değerleri yaymak ve güçlendirmek, yaşamda karşılaşılan sorunlara benimsenebilir çözümler getirmek<sup>3</sup> için yapılan eylemler bütünü şeklinde tanım getirmiştir. Orhan Koloğlu da, spora biraz daha fantastik bir anlam yükleyerek sporu, yenilmenin ölüm yani geri dönülmez bir son olmadığı, yenilgiyi getiren hatadan ders alıp ertesi sefer yengiyi sağlayan yani her seferinde tekrar tekrar canlanışı simgeleyen bir fiziki ve düşünsel çaba<sup>4</sup> şeklinde tanımlamıştır.

Nixon, sporun biçimsel olarak kurumsallaşması ve örgütlenmesi üzerinde yoğunlaşarak, iki ya da daha fazla karşıtı içeren ve biçimsel olarak örgütlenmiş

<sup>1</sup> İsa Savaş, **Spor Sözlüğü Terimler ve Açıklamalar**, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1993, s. 134.

<sup>2</sup> George H. Sage, "Sport and the Social Sciences" **Annals AAPSS**, Vo. 445, September 1979, s. 7-9'dan aktaran Kurthan Fişek, **Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi**, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, 1980, s. 28.

<sup>3</sup> Harry Edwards, **The Sociology of Sport**, New York: Dorsey, 1973'den aktaran Fişek, 1980, a.g.e., s. 29.

<sup>4</sup> Orhan Koloğlu, "Delikten Geçiremediğimiz İçin Kuyruğuna Kabak Bağlayan Futbolumuz", **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, s. 20

kuruluşları temsil eden ya da bunların parçası olan ciddi rakiplerin sergiledikleri fiziksel çabayı vurgulayan kurumsallaşmış rekabetçi faaliyet<sup>5</sup> olarak sporu tanımlamıştır. Coakley de sporun rekabet boyutuna dikkat, spor; önceden varolan ve sonradan eklenen faktörlerce motive edilen katılımcılar tarafından fiziksel çaba veya fiziksel beceri kompleksinin kullanımını kapsayan kurumsallaşmış rekabete dayalı bir aktivite<sup>6</sup> tanımında bulunmuştur. Atilla Erdemli ise daha geniş ve kapsayıcı bir açıklama ile sporu “bulunması, mükemmelleşme bilinç ve duygusunun yönlendirici olması, yapısı gereği bir ahlak olması, insanın temel özelliklerinden biri olması, sporcudan sportif gücünün ve becerisinin sınırlarına ulaşmayı istemesi, bir çevre olayı olması, bio- psiko-sosyal bir olay olması, sürekli yapılması, yapana haz vermesi gibi özellikleriyle diğer oyunlardan ayrılan bedensel etkinlik”<sup>7</sup> olarak tanımlamıştır.

Tüm bu yukarıda sıralananlar ışığında Kurthan Fişek’in “...insanın doğayla ilk ya da toplumla işbirliği-işbölümüne dayalı ileri ilişkilerinin bir benzetim modeli olarak, doğayla savaşım sırasında edinilen bedensel beceri ve geliştirilen araçlı-araçsız yöntemleri, sonuçları açısından barışçıl, yapan açısından tam-güncü, izleyen açısından eğlendirici biçimde bireysel ya da toplu boş zamana uygulayan; oyun, oyalanma ve işten uzaklaşmanın araçlarını gidererek “işin kendisi” yaparken kendi bağımsız ekonomik aygıtını da geliştiren estetik, teknik, fizik, yarışmacı, mesleki ve toplumsal bir süreç”<sup>8</sup> şeklindeki spor tanımından da yararlanarak spor şu şekilde tanımlanabilir: “Spor, etkin ve edilgen katılımcıları açısından çoklu amaçlar doğrultusunda hizmet veren, toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik sistemlerle etkileşim içinde olması nedeni ile toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik işlevleri olan toplumsal bir alt sistem; rekabete dayalı, teknik, fiziksel, estetik, mesleki ve iletişimsel bir süreçtir.

<sup>5</sup> H. L. Nixon, **Sport and Social Organization**, Indianapolis, IN: Bobbs-Merill, 1976, s. 8’den aktaran David Rowe, **Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikaları**, Çev.: Mehmet Küçük, İstanbul Ayrıntı Yayınları, 1996 a, s. 241.

<sup>6</sup> Jay J. Coakley, **Sport in Society Issues and Controversies**, 4. Edition, St. Louis: Times Mirror/Mosby College Publishing, 1990, s. 15.

<sup>7</sup> Atilla Erdemli, “Günümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği”, **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 40.

<sup>8</sup> Fişek, 1980, a.g.e., s. 58.

## 2. SPORUN TARİHÇESİ

Bu başlık altında dünyada ve Türkiye’de spor tarihçesi, kendisini etkileyen toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik koşullar bağlamında incelenerek aktarılmaya çalışılacaktır.

### 2.1. Dünyada Sporun Tarihçesi

Tarihsel süreç içinde araçlı veya araçsız yapıldığına bakılmaksızın ilk sporların savunma-saldırı amaçlı yapıldığı, insanoğlunun kendisini korumak ve avlanmak için icat ettiği balta, mızrak, ok gibi araçların ise zaman içinde bir spor aracına dönüştüğü görülmektedir. Öte yandan kural olarak araçla yapılan ancak temelde yine insanoğlunun doğayla girdiği savaşta, taşıma ve ulaştırma gereksinimini gidermeye yönelik olan kimi bedensel eylemler yine günümüze binicilik, kürek, kano, yelken, kayak, kızak<sup>9</sup> gibi spor olarak ulaşmışlardır.

İnsanoğlunun üretmeye başlaması, doğa tarihi ve insanlık tarihinin birbirinden ayrılma noktası olarak kabul edilebilir. İnsanoğlu, uyarlık gelişimi içinde homo fabricus olması, öncelikle kendini koruma ve avlanma, daha sonraları saldırı amaçlı olarak da kullanılan, talan ve köleliğin ortaya çıkmasında önemli rol oynayan araçların yapmasına yol açmıştır. Talan, varolan kaynaklara herhangi bir emek harcamaksızın sahip olmak, köle sahibi olmak da kölenin enerjisini sahip olmak anlamı taşımış<sup>10</sup>, köle sahibi olan kişi veya grup aynı zamanda üretim sürecine kendi emeğini katılmaksızın ürünlerden pay almış ve boş zaman sahibi olmasına yol açmıştır. Bu nedenle boş zamanının belli bir gruba ait olduğu, bir diğer deyişle de köleciliğin yaygın olduğu coğrafyalarda bireysel sporlardan çok takım sporları ortaya çıkmış ve gelişmiştir.

<sup>9</sup> M. Hodgson, “Snowboarding for the rest of us”, **Men’s Health**, January 1998, Vol. 13, s. 93’den aktaran Rebecca Heino, “New Sports”, **Journal of Sport&Social Issues**, May 2000, Vol.: 24, Issue 2, s. 176; Doğan Yıldız, **Türk Spor Tarihi**, 2. Basım, Eser Yayıncılık, [Yayın Yeri ve Yılı belirtilmemiş], s. 20.

<sup>10</sup> Fişek, 1980, a.g.e., s. 1.

Bu bağlamda sporun ortaya çıkabilmesi için spor ile uğraşacak birilerinin olmasının yanı sıra spor yapılacak boş zamanın olması, sporun da aralarında bulunduğu üretici olmayan işler ile uğraşılabilmesini sağlayacak olan, ürün fazlasını veren bir üretim sisteminin bulunması ve yaygınlık kazanması ve üretim sürecinden üretim yapmaksızın, sporcu ve benzeri uğraşları meslek edinenlerin ürün fazlasından pay almalarını sağlayacak bir üretim ve bölüşüm mekanizmasının ve anlayışının ortaya çıkması gerekli olmuştur.

Toplumların tek tanrılı dinleri benimsemesi, dinlerin yeryüzünde Tanrının yansıması olarak kabul edilmesi, dünyevi tüm kurum ve kuralların din adamlarınca saptanarak, uygulanması sonucu oluşan dini baskılar sadece bilim, sanat ve kültürde değil sporda da kendini göstermiştir. "Bu dönemde, spor gibi bedensel eylemler eğitimin, eğitim ve bilimin de üç yüz yıldır "küre" olarak bilinen dünyayı "tepsi" sayıp on yedinci yüzyıla kadar döndürmeyen Katolik Kilisesi'nin bağınaz denetimine girmiştir. Katolik mantığının beden ve ruhu sürekli çatışma halinde kabul etmesi, ruhun üstünlüğünün önceliğine yer vermesi, tüm toplumsal yaşam ve yapısının laikleşmesi gibi sporun laikleşmesini gerekli kılmıştır. Bu nedenledir ki, sporu bir estetik unsur olarak kavrayan ve eserlerinde yer veren Rönesans anlayışı<sup>11</sup> büyük ölçüde sporun olumlandığı ve dünyevileştiği bir dönem olmuştur.

Daha sonraki dönemlerde, ağırlığı gittikçe hissedilen burjuvazi, güven içinde ticaret yapabilmek amacı ile Feodal Beylere karşı Krallıklara destek vermiş, daha sonra da gelişen pazar payını korumak, yerel pazarları birleştirmek ve pazarı dış etkilerden korumak amacı ile devleti kurmuştur.

1750-1900 yılları arasında yoğun bir biçimde yaşanan sanayileşme, şehirlerde açılan iş alanları nedeni ile kırsal alanlardan göçe yol açmış, sanayi sürecinde kullanılan makine ve yaşama geçirilen kimi yasal düzenlemeler ise, günde 12 saat, haftada ise 6 gün çalışmayı beraberlerinde getirmiştir<sup>12</sup>. Bu gelişmenin doğal sonucu olarak da artık çalışanlar, para aldıkları işler dışında harcayacak boş zamana sahip olmuşlardır. Üretim ve tüketimin kiteselleşmesi, önceleri sporun tek katılımcısı olan ekonomi ve siyaset

<sup>11</sup> Abdüllatif Tüzer, "İnsan, Spor ve Din", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, s. 129.

<sup>12</sup> Stan Le Roy Wilson, **Mass Media Mass Culture An Introduction**, 3. Edition, New York: Mc Graw-Hill Inc., 1995, s. 27.



elitinin tribünlere çekilmeye başlamasına<sup>13</sup>, ardından da bu grup dışında kalanların kimilerinin “iş” olarak spor yapmasına, kimilerinin de “iş” olarak spor yapanları izlemesine yol açmıştır.

1890'lara gelindiğinde artık, sporun yapılacağı ve seyredileceği fiziksel alanlar olan dev stadyumlar yapılmaya başlanmıştır, spor araç, gereçlerinin üretim ve pazarlaması da bir sanayi kolu durumuna gelmiştir. Fabrika işçilerinin oyuncu olarak yer alacağı şirket ve yerel takımlar kurulmaya başlanmış, bu takımların oyuncularının, eş deyişle fabrika işçilerinin işçi sınıfı bilincini yükseltmemeleri, işverenlere karşı saygılı ve istedik yönde davranmaları karşılığında işverenin takım kurması ya da kurulan takıma mali destek vermesi konusundaki gelişmeler yaygınlaşmıştır. Öte yandan boş zamanların giderek artması ve bu boş zamanları geçirmek için kullanılacak araç olan spor karşılaşmalarından kitleyi haberdar edecek olan kitle iletişim araçlarının nitel ve nicel olarak gelişmesini tamamlaması ile spor tamamen kiteselleşmiştir.

Gerek bağımsız olarak ulusal gerekse uluslararası anlamda spor örgütlenmeye, bir diğer deyişle de kurallara bağlanarak kurumsallaştırılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda Uluslararası Olimpiyat Komitesi, FIFA, UEFA<sup>14</sup> gibi kuruluşlar ile birçok ülkede spor federasyonları örgütlenmeye 1900'lü yılların başında başlamışlardır. Gelişen teknolojiye koşut olarak örgütlenen ve kurumsallaşan sporun, başta televizyon olmak üzere tüm kitle iletişim araçlarında konu ve içerik olarak işlenmesinin gelir kaynağı olarak görülmesi<sup>15</sup>, spor organizasyonlarının sayısının artırılmasına yol açmış, spor etkinliklerine yaz ve kış, gençlik, engelliler, salon, açık hava gibi ön ekler verilerek, arttırılmıştır.

Spor etkinliklerinin kitle iletişim araçlarında yer almaya başlaması, sporun politik anlamda kullanımının yolunu da açmış ve gelenekselleşmesinde önemli rol oynamıştır. Adolf Hitler, 1938 Berlin Olimpiyatları'nda Ari [Aryen] ırkın üstünlüğünü ispat etmek

<sup>13</sup> Seçil Büker, **Tenisten Sonra Sodasız Viski**, Ankara: İmge Kitabevi, 1992, s. 44-45.

<sup>14</sup> Branko Elsner, “Teknik, Taktik, Sistem Futbol Oyununun Karakteristiği Üzerine”, **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 27.

<sup>15</sup> 1948 Olimpiyat Oyunları, yayın hakkı ile gelir elde edilen ilk Olimpiyatlar olmuştur. İngiliz BBC televizyonu UOK'ne yayın hakkı için sadece 1000 pound öderken, 2000 yılında Sidney'de yapılan Olimpiyat Oyunları'nın yayın hakkı için ödenen para ise 1.3 milyar dolara ulaşmıştır. Bkz. “Spor Dünyası”, **Power Ekonomi Dergisi**, Temmuz, 1998, s. 200.

için düzenlemesi, İspanya diktatörü Francisco Franco'nun Real Madrid Kulübü futbol takımı rejim tartışmalarını önlemek için kullanması ile başlayan bu anlayış günümüzde de etkinliğini korumaktadır.

1970'lerin başlarında ise daha önceki dönemlerde geçerli olan futbol kulüplerinin hiyerarşi ve disipline dayanan modelleri geçerliliklerini yitirirken, sporcular artık birer anonim asker olarak değil, yıldız, başarılı takımlar ise kolektif hareketin modeli olarak görülmeye başlamıştır. 1970'li yıllar yaşanan bir diğer gelişme ise Alain Loret'in "macera sporları" olarak adlandırdığı yeni bir çok spor dalı ortaya çıkması olmuştur. Tempolu yürüyüş, rüzgar sörfü, tekerlekli paten-kay kay, dağ bisikletçiliği, yamaç paraşütçülüğü, serbest tırmanış, rafting, vücut geliştirme, aerobik plaj voleybolu, snow board, triatlon, kano, kule atlama gibi bu yeni spor dalları, kendilerini ailelerinin geleneklerinden ve yaşam anlayışlarından soyutlamak isteyen gençler tarafından ilgi ile karşılanmıştır. Bu da gençlerin paylaştığı alt kültürün<sup>16</sup>, sembolik düzene karşı, sembolik bir meydan okuyuşuna<sup>17</sup> işaret etmiştir.

1980'li yıllarda yaşanan en büyük değişim ise sermaye ve şiddetin giderek artan bir yoğunluk içinde spora egemen olmasıdır. 1985 yılında İngiltere'nin Liverpool ve İtalya'nın Juventus takımların arasında Belçika'nın Brüksel kentindeki Heysel Stadyumu'nda oynanan Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası Final karşılaşmasında çıkan olaylarda 41 kişinin yaşamını yitirmesi<sup>18</sup>, Liverpool ve Nottingham Forest takımları arasındaki Sheffield'daki Hillsbrough Stadyumu'nda 15 Nisan 1989 tarihinde oynanan İngiltere Kupası karşılaşması öncesinde tribünlerde sıkışan 95 kişi yaşamını yitirmesi<sup>19</sup>, spor aracılığıyla daha fazla para kazanmak adına şiddetin körüklenmesi nedeni ile ortaya çıkan olaylar olarak tarihte yerlerini almıştır.

<sup>16</sup> Spor alt kültürleri ile ilgili ayrıntılı bilgi için Bkz. Peter Donnelly, "Subcultures in Sport: Resilience and Transformation", **Sport in Social Development Traditions, Transitions, and Transformations**, Ed.: Alan G. Ingham ve John W. Loy, IL Champaign: Human Kinetics Publishers, 1993, s. 119-123.

<sup>17</sup> Dick Hebdige, **Subculture: The Meaning of style**, New York: Routledge, 1979'dan aktaran Heino, a.g.m., s. 177.

<sup>18</sup> Serhat Hürkan, **Yıkılmayan İmparatorluk Futbol**, Ankara: Ümit Yayıncılık, 2000, s. 105; Yaşar, a.g.yz., s. 24.

<sup>19</sup> Ian Taylor b, "Hillsborough, 15 Nisan 1989 Gelenekle Modernleşme arasındaki İngiliz Futbolu", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 59; Mert Aydın, (Haz.), "Dünya'da Yüzyılın Spor Olayları", **Sabah Gazetesi**, 2 Ocak 2000, s. 27.

Sporun, uluslararası politik alanda bir silah olarak kullanılması yine 1980'li yıllarda belirginlik kazanmıştır. ABD'nin başını çektiği İngiltere ve İtalya dışındaki tüm NATO ülkeleri 1980 yılında SSCB'nin başkenti Moskova'da düzenlenen Olimpiyat Oyunlarını, Afganistan işgalini gerekçe göstererek boykot ederken, SSCB de 1984 yılında ABD'nin Los Angeles<sup>20</sup> kentinde düzenlenen oyunlarını güvenlik önlemlerinin azlığını gerekçe göstererek boykot ederek<sup>21</sup> misillemeye bulunmuştur.

Günümüz dünyasında sporun bugün ulaştığı nokta, toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik bağlamları ile toplumsal bir kurum haline geldiğini, kitlelerin ilgisini çekmekle kalmayıp onları peşinden sürüklediğini göstermektedir. Sporun böylesi etkin ve yaygın bir konuma gelmesinde kuşkusuz kitle iletişim araçlarında sergilenmesinin rolü ve katkısı yadsınmaz. Bu nedenle de en yaygın olan spor dallarının başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarında yayınlanmaya değer bulunan futbol, basketbol, voleybol, gibi profesyonel takım sporlarının olması doğal olarak kabul edilmelidir.

## 2.2. Türkiye'de Sporun Tarihçesi

Türkiye'de sporun tarihçesini, öncüllerinden de etkilenen Osmanlı İmparatorluğu'nun spor anlayışı oluşturmaktadır. Güreş<sup>22</sup>, avcılık, atıcılık, binicilik, kılıç, okçuluk, seyirtme (koşu), yaya koşuları, atlama, sıklet kaldırma ve lobut atma, halter amaçlı topuz ve güreş kaldırma, cirit<sup>23</sup>, çöğen<sup>24</sup> (polo), futbolun atası olan tepük,

<sup>20</sup> 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunlarının bir diğer özelliği de; ilk kez ticari sponsorlarca desteklenen ve kâr getiren olimpiyat olarak tarihe geçmiş olmasıdır. Bu da sporun tecimselleşmesinin de hız kazanması anlamı taşımıştır. Bkz. W. James Potter, **Media Literacy**, Thousand Oaks: Sage Publications, 1998, s. 316; Yalçın Aksoy b, "İstanbul'un Olimpiyat Adaylığı ve Medya", Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği'nce düzenlenen **Uluslararası "Spor ve Medya" Sempozyumu**'na sunulan bildiri, Manisa: 27 Ocak 2000.

<sup>21</sup> Vyv Simson ve Andrew Jennings, **Olimpiyatlar, Sahtekârlık ve Mafya Güç, Para ve Doping**, (Çev.: Mehmet Harmancı), İstanbul: Milliyet Yayınları, 1993, s. 61; Cem Çobanlı (Der.), "Yüzyıl 1976-1989", **Bütün Dünya**, Ocak 2000, S. 200001, s.155; Aydın, a.g.yz., s. 27.

<sup>22</sup> Kimi yörelerde Güleş, Küreş, Çuvaş, Hibinski, Küreşmek, Küreşü gibi adlarla anılmaktadır. Bkz. Özbay Güven, **Türklerde Spor Kültürü**, Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kumu Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, 1992, s. 4-5.

<sup>23</sup> Kimi yörelerde Cılint, Kadal gibi adlarla anılmaktadır. Bkz. Güven, a.g.e., s. 30.

<sup>24</sup> Kimi yörelerde Çöğan, Çevgen, Çevgân, Bandal, Çukayon, Tubuk, Tüy, Tepük gibi adlarla anılmaktadır. Bkz. M. Şakir Ülkütaşır, "Geçmiş Çağlarda Türk Hayatı: Atalarımızın Toplu Oyun ve Sporları", **Ülkü**, C. 3, S. 30, Haziran 1949, içinde **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, (Yayına Hazırlayan: Suat Karaküçük), Ankara: 1993, s. 183; Yıldız, a.g.e., s. 90; Güven, a.g.e., s. 33.

tomak, kayak, matrak, gökbörü gibi sporlar<sup>25</sup> Osmanlı İmparatorluğu'nda Orta Asya'dan getirilerek uygulanmış ve uygulanma sürecinden de değişim ve gelişim göstermiştir.

İmparatorluk bünyesinde uygulanan sporlar, ekonomi-politiğe uygun olarak, savaş, cenk fetih gibi fiziksel güç gerektiren etkinlikler için tebaayı hazırlayacak nitelikte olmuştur. Bu da İmparatorluğun, sporun ve sporcunun örgütlenmesinden, spor için gerekli fiziksel alanların yaratılmasına<sup>26</sup> ve fiziksel alanlara sporcuların adlarının verilmesine<sup>27</sup>, sporcunun yetiştirilmesi ve desteklenmesi için gerekli eğitimden, sporcuya verilecek ödülün<sup>28</sup> nizamnamelerde belirtilmesine kadar çok geniş bir spor anlayışına sahip olmasına ve egemenliği altındaki tüm coğrafyada bu spor anlayışını canlı tutup<sup>29</sup>, yaşatmasına yol açmıştır.

İmparatorluğun ilk yıllarında birçok spor dalının uygulama olanağına sahip olmasına karşın duraklama ve gerileme dönemi ile birlikte birçok spor dalının uygulanmadığı görülmektedir. 1800'lü yılların sonlarında Galatasaray Lisesi, eğitimde olduğu gibi sporda da büyük önem taşımıştır<sup>30</sup>. Türkiye'nin ilk spor öğretmeni 1874 yılında meslek yaşamına başlayan Faik Üstünidman, 1891 tarihini taşıyan ilk spor kitabı olan ve Üstünidman tarafından yazılmış olan "Jimnastik Yahud Riyaziyet-i Bedeniyye",<sup>31</sup> ilk spor kulübü Galatasaray Lisesi'nden çıkmıştır.

<sup>25</sup> Atıf Kahraman, **Osmanlı Devleti'nde Spor**, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 1995, s. 125; Yıldız, a.g.e., s. 27; Güven, a.g.e., s. 1-2; Fişek, 1980, a.g.e., s. 255.

<sup>26</sup> Güven, a.g.e., s. 10-11; Kahraman, a.g.e., s. 188-190. Güven, İmparatorluk devrinde 34 yerde ok meydanı bulunduğunu söylemektedir. Bkz. Güven, a.g.e., s. 20.

<sup>27</sup> Cem Atabeyoğlu, **1453-1991 Türk Spor Tarihi Ansiklopedisi**, İstanbul: Fotospor Yayınları, 1991, s. 5-8.

<sup>28</sup> Sporcunun motivasyonunun sağlayacak olan ödüllerin verilmesi de Osmanlı İmparatorluğu zamanında oldukça yaygınlık kazanmıştır. Sporcuların dikey toplumsal hareketliliğini sağlayan bir anlayışa sahip olan Osmanlı İmparatorluğu, sporcuları maddi olarak ödüllendirerek motive ettiği gibi başarılı sporcuların adlarının alanlara verilmesi, adlarına anıtlar ve camiler yaptırılması ve nişan verilmesi yoluyla da sporcuların adlarını yaşatması ile de farklı ve etkili alanlarda onları motive etmeyi bilmiştir.

<sup>29</sup> Yıldız, a.g.e., s. 132-133.

<sup>30</sup> 1869 tarihinde eğitim ve öğretime başlayan Galatasaray Lisesi, Fransızca eğitim yapmış, bu nedenle de eğitim verenlerin çoğunu Fransızlar oluşturmuş ve ders programlarının tümü Fransa'dan almıştır.

<sup>31</sup> Üstünidman'ın ayrıca Cimnastik Tarihi, Amud-u Fiğari'nin Su'-i Teşekkülâtı, Ecdadımız, Jimnastik İlminde Taharri-i Hakikat adlı kitapları da bulunmaktadır. Bkz. Kahraman, a.g.e., s. 642. Atabeyoğlu, Türkiye'de yayınlanan ilk spor kitabı olan Üstünidman'ın kitabının 1899 yılında çıktığını söylemektedir. Bkz. Atabeyoğlu, a.g.e., s. 40; Kahraman, a.g.e., s. 641.

1800'lü yılların sonlarına doğru popüler olmaya başlayan ve günümüzde en yaygın spor dalı olan futbol, yaygın kanının aksine Anglo-Sakson dünyasından çok daha önce, tepük adı ile eski Türkler ve Osmanlı İmparatorluğu'nda yapılmış olan bir spordur<sup>32</sup>. Ancak Türkiye'de futbolun 1890 yılında oynanmaya başlandığına ve ilk futbol oynayan kişilerin, İzmir'de yaşayan ve ticaret ile uğraşan, daha sonra İstanbul'a yerleşerek futbolun burada da yaygınlaşmasını sağlamış olan İngiliz olduğuna ilişkin yaygın bir kanı bulunmaktadır<sup>33</sup>.

Beşiktaş Jimnastik Kulübü 1903<sup>34</sup>, Galatasaray Spor Kulübü 11 Mayıs 1905, Fenerbahçe Spor Kulübü ise 1907 tarihinde kurulmuşlardır<sup>35</sup>. 1903 yılında kurulan İstanbul Ligi'nde mücadele eden ve ilk şampiyon olan ilk Türk takımı ise Galatasaray olmuştur. Galatasaray 1906 yılında katıldığı İstanbul Ligi'nde 1909 yılında şampiyonluğa ulaşmıştır<sup>36</sup>. İşgal altındaki İstanbul'daki Türk kulüplerinin binaları Anadolu'daki direnişe destek sağlayan merkezlere dönüşmüş, bu kulüpler aracılığıyla bir yandan cephane ve mühimmat desteği sağlanırken bir yandan da futbol karşılaşmaları ile kırılan ulusal onur diriltilmeye çalışılmıştır<sup>37</sup>.

<sup>32</sup> Kaşgarlı Mahmut, **Divânü Lügati't-Türk**, Çev.: Besim Atalay, İstanbul: Türk Dil Kurumu Yayınları, 1939-1941, s. 386'dan aktaran Güven, a.g.e., s. 37; **Tarih-i Timur** ve Seyit Ali Ekber'in **Hıtay-Nâme** [Kaynakça bilgilerini verilmemiştir]adlı eserlerinden aktaran Güven, a.g.e., s. 37-38; D. W. Eberhard, "Çin Kaynaklarına Göre Türkler ve Komşularında Spor" Çev.: N. T. Uluğtuğ, **Ülkü Dergisi**, S. 87, Mayıs, 1940 içinde Suat Karaküçük, **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, Ankara: 1993, s. 121-122; Kahraman, a.g.e., s. 620-624, 670; **Büyük Futbol Ansiklopedisi**, Tercüman Gazetesi Yayınları, C. 1, 1990, s. 6.

<sup>33</sup> Hürkan, a.g.e., s. 21; Atabeyoğlu, a.g.e., s. 29; Kahraman, a.g.e., s. 672.

<sup>34</sup> Cem Atabeyoğlu, "İngilizlerin Topunu Çaldılar Beşiktaş'ı Kurdular", **Bütün Dünya**, Temmuz 1998, C. 1, S. 2, s. 36; **Büyük Futbol Ansiklopedisi**, a.g.e., C. 1, s. 11-12. Hürkan Beşiktaş Jimnastik Kulübü'nün 1903 yılında kurulan Beşiktaş Terbiye-i Bedeniye Kulübü'nün 1908 yılında tescil edilen ilk Türk kulübü olduğunu belirtmektedir. Kozanoğlu da Beşiktaş Jimnastik Kulübü'nün 1903 yılında kurulduğunu ancak futbol şubesi bulunmadığını, futbol şubesinin 1909 yılında kurulduğunu söylemektedir. Bkz. Hürkan, a.g.e., s. 34; Can Kozanoğlu, **Türkiye'de Futbol "Bu Maçı Alıcaz!"**, 2. Basım, İstanbul: Kıyı Yayınları, 1990, s. 138, 140.

<sup>35</sup> "Türkiye'de Yüzyılın Spor Olayları", **Sabah Gazetesi**, 1 Ocak 2000, s. 25; Atabeyoğlu, a.g.e., s. 46, 48-49, 52; Kahraman, a.g.e., s. 676, 678; Hürkan, a.g.e., s. 32-33.

<sup>36</sup> Hürkan Galatasaray Spor Kulübü'nün 1905 yılında lige katıldığını ve iki yıl sonra 1907'de şampiyon olduğunu söylemektedir. Bkz. Hürkan, a.g.e., s. 40.

<sup>37</sup> Bu kulüplerden özellikle Fenerbahçe Spor Kulübü, İşgal Kuvvetleri Başkomutanı General Harrington'un kendi adına düzenlediği futbol turnuvalarında aldığı sonuçlar ile tüm ulusun moral kaynağı olmuştur. Daha sonra "Üç Büyükler" olarak anılacak bu kulüpler ve futbol takımları gerçekten de neredeyse yüzyılın spor ve spor basını tarihi ile özdeşleşmiş bir yapı içerisinde tarihsel gelişimlerini sürdürmüşlerdir. Bkz. Yalçın Doğan d, **Fenerbahçe Cumhuriyeti**, 2. Basım, İstanbul: Tekin Yayınevi, 1989, s. 25; Tanıl Bora ve Necmi Erdoğan, "Dur Tarih, Vur Türkiye", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 223.

24 Temmuz 1908 tarihinde Meşrutiyetin ilan edilmesinin ardından Selim Sırrı Bey, Milli Olimpiyat Komitesini kurmuş<sup>38</sup> ve ardından da sporda örgütlenmeler hız kazanmıştır. Fuat Hüsnü'nün Rumlarla futbol oynadığı için tutuklandığı 1901 yılından<sup>39</sup> bu yana spora, özellikle de futbola yüklenen anlam bir hayli değişmiştir.

İzmir'de ilk kurulan Türk kulübü olan Karşıyaka'nın Karşıyaka Terbiye-i Bedeniye adı ile 1912 yılında İttihat ve Terakki Fırkası'nın binasında kurulması<sup>40</sup>, 1910 yılında kurulmuş olan ve asıl adı Progress International olan ve 1914 yılında Türkçülük akımının da etkisi ile Altınordu olarak değiştirilen takım Sadrazam Talat Paşa'nın ilgisini çekmesi<sup>41</sup> tarihe ilkler olarak geçerken, yönetimin spora olan yaklaşımını da özetlemiştir.

Kulüp veya takımların sayısı artarken, ilk federasyon örgütlenmesi olarak kabul edilebilecek olan Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı (TİCİ) 1922 yılında<sup>42</sup> kurulmuştur.

Cumhuriyetin kurulmasının ardından yeni yönetim devrim ve ilkelerini geniş kitlelere aktarmada sporu önemli bir araç olarak görmüş ve bu amaç doğrultusunda kullanmıştır.

<sup>38</sup> Atabeyoğlu, a.g.e., s. 53-53.

<sup>39</sup> Yaşar, a.g.yz., s. 24; San, Ünsi ve Var, ilk Türk futbolcusu olan Fuat Hüsnü (Kayacan) Bey'in Bobi takma adı ile İngiliz takımlarında futbol oynadığını belirtmektedir. Bkz. Haluk San, Tevfik Ünsi ve Samim Var, **Futbol Ansiklopedisi**, İstanbul: Ticaret Postası Matbaası, 1963, s. 30'dan aktaran Fişek, 1980, a.g.e., s. 261; Atabeyoğlu, a.g.e., s. 43, Hürkan, a.g.e., s. 50.

<sup>40</sup> Yaşar Aksoy c, "Gavur İzmir'de Gol Sesleri İzmir'in Takımları", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 323; Hürkan, a.g.e., s. 23; Atabeyoğlu, a.g.e., s. 64. Karşıyaka'nın kurucularından olan Kadızade Zühtü Işıl, aralarında kendisinin de bulunduğu bir grubun İttihat-ı Terakki Cemiyeti'ne himaye amacı ile baş vurduğunu, başvurularının olumlu karşılanarak örgütlenmeleri için kendilerine İttihat ve Terakki Binası'nın bir odasının verildiği söylemektedir. Bkz. Yaşar Aksoy, **Karşıyaka ve Kaf sin Kaf Tarihi**, İzmir, 1987'den aktaran Aksoy c, a.g.m., s. 328.

<sup>41</sup> Kurthan Fişek, "Elhamdülillah Fenerbahçeli'yim!", **Hürriyet Gazetesi**, 16 Aralık 1999, s. 24; Atabeyoğlu, a.g.e., s. 66-67; Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 140, Doğan d, a.g.e., s. 36-37.

<sup>42</sup> TİCİ, 18 Şubat 1936 tarihinde fesih kararı almış ve yerini, ülkedeki tüm sporcuları 1936 yılının Cumhuriyet Bayramı törenlerinde CHP'ye kaydettirecek olan Türk Spor Kurumu'na bırakmıştır. Bu gelişmelerin ardından Türk Spor Kurumu 16 Ağustos 1937 tarihinde aldığı bir kararla Spor Bölge Başkanlıklarına illerin ve ilçelerin parti başkanlarının getirilmesini kararlaştırmıştır. CHP, Beden Terbiyesi Yasası ile sporun de devlet eli ve denetimi ile yürütülmesine sağlamaya çalışmıştır. Türk Spor Kurumu Başkanı olan Aydın Milletvekili Adnan Menderes, kurumun Cumhuriyet Halk Partisi yan örgütüne dönüştürülmek istenmesi üzerine, Türk Spor Kurumu'ndan istifa ederek, ileride Türk siyaset tarihinde bir dönüm noktası olan Adalet Partisi'ni kurmuştur. Bkz. Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 142; Atabeyoğlu, a.g.e., s. 137, 142-143; Doğan d, a.g.e., s. 66; Atilla Erdemli, "75. Yılda Türk Spor Basını" **Cumhuriyet'in 75. Yılında Spor Medyası Semineri 24-26 Aralık 1998 Belek Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Tarihi Belirtilmemiş], s. 15 .

Futbolun giderek yaygınlaşmaya başlaması, 1951 yılında profesyonelliği bir zorunluluk haline getirmiş<sup>43</sup>, ardından da 21 Şubat 1959 tarihinde ulusal lig başlamıştır<sup>44</sup>. 1963 yılında İkinci Futbol Ligi'nin de başlaması<sup>45</sup> ile bir çok kent takımı kurulmuş, futbolda kent kulüpçülüğünün yaygınlaşması ve aidiyet duygusunun aşırılık boyutuna varması da 17 Eylül 1967 tarihinde oynanan Kayserispor-Sivasspor arasındaki futbol karşılaşmasının ardından meydana gelen olaylarda 40 kişinin yaşamını yitirmesine, 300'e yakın kişinin de yaralanmasına yol açmıştır<sup>46</sup>. Türk futboluna Üç Büyükler olarak da anılan Fenerbahçe Spor Kulübü, Beşiktaş Jimnastik Kulübü ve Galatasaray Spor Kulübü futbol takımları damgalarını vurmuş, 1959 yılından bu yana ilk kez 3 Büyükler dışında bir takım, Trabzonspor 1976 yılında şampiyon olmuştur<sup>47</sup>.

Genelde spor, özelde ise futbolun gücünün farkında olan her dönemin iktidarı, futbolu kendi amaç ve çıkarları doğrultusunda kullanmışlar, bir oy deposu olarak görmüşlerdir<sup>48</sup>. Sporda elde edilen başarılar yaşamın tüm alanlarına genellenmiş, siyasal iktidar her alanda başarılı gösterilmiştir. Bu amaç doğrultusunda Türkiye dışında yaşayan ve başarılı olan sporcuların Türkiye adına uluslararası yarışmalara katılmaları sağlanmış<sup>49</sup>, Türk takımlarının başarılı olması için yetenekli ve deneyimli sporcular büyük transfer bedelleri ile Türkiye'ye getirilmiştir.

<sup>43</sup> Doğan d, a.g.e., s. 78.

<sup>44</sup> Atabeyoğlu, a.g.e., s. 281-284.

<sup>45</sup> Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 146.

<sup>46</sup> Zeki Coşkun, "Yiğidolar'ın Tarihsel Yenilgisi İç Anadolu'da "Büyükük" Rekabeti ve Sivasspor", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s., 359; Hürkan, a.g.e., s. 97-98; Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 150: "Türkiye'de Yüzyılın Spor Olayları", a.g.yz., s. 25.

<sup>47</sup> "Türkiye'de Yüzyılın Spor Olayları", a.g.yz., s. 25; Hakan Yaşar, "Yurtta ve Dünyada Asrın Olayları", **Star Gazetesi**, 31 Aralık 1999, s. 24; Atabeyoğlu, a.g.e., s. 409.

<sup>48</sup> 1987 yılında Türkiye Birinci Futbol Ligi'nden küme düşen Bursaspor ve Kocaelispor kulüpleri ikinci ligde karşılaşma yapmalarına karşın tekrar birinci lige alınmasını sağlamıştır. 1988 yılında dönemin iktidar partisi ANAP, çıkardığı yasa ile Futbol Federasyonu'na özerklik hakkı tanımıştır. Bu yasa ile Futbol Federasyonu kulüpleri idari ve cezai yönden denetleme hak ve sorumluluğuna sahip olmuş, kulüpler karşısında daha güçlenmiştir. Bkz. Doğan d, a.g.e., s. 67.

<sup>49</sup> İthalatın serbest bırakıldığı bırakılmasının ardından Bulgaristan'ın Türk kökenli ünlü haltercisi, daha sonra Naim Süleymanoğlu adını alan Naum Şalamanov, 9 Aralık 1986 tarihinde Avustralya'nın Melbourne kentinde düzenlenen bir yarışma sonrası Türkiye'ye iltica ederek, Türkiye adına uluslararası yarışmalara katılmaya başlamıştır. Süleymanoğlu ile başlayan bu akım, daha sonra ivmesini artırmış, yabancı sporcuların Türkleştirilmesine kadar varmıştır.

geçmiş dönemlerde güreş ile yaşadığı ulusal sevinçleri uzun bir süre unutmmuş, ata sporu olan, milli sporumuz olarak nitelendirilen güreşte uluslararası alanda yaşanan başarısızlıklar nedeni ile ulusal futbol takımı ve özellikle de Galatasaray Spor Kulübü futbol takımının başarıları ile övünmek ve kaçınılmaz olarak da yetinmek durumunda kalmıştır. Sadece yabancı sporcu transfer etmiş olmak için yapılan transferler, 1980'li yılların sonuna doğru yetenekli, deneyimli, başarılı sporcuların transfer edilmesi şeklinde yön değiştirmiş, yurtdışında yaşayan Türk kökenli sporcular, Türk takımlarına transfer edilmeye, sınırlı sayıda da olsa Türk sporcuları yurtdışına transfer edilmeye<sup>54</sup> başlanmıştır.

### 3. SPORUN AMAÇ VE İŞLEVLERİ

Toplumsal bir olgu haline gelen sporun toplumsal yapı ve yaşam içinde yer alan diğer sistem ve olgularla ilişki ve etkileşim içinde bulunması kaçınılmaz bir hale gelmektedir. Bu bağlamda spor, kültür, ekonomi, din, politika gibi birçok üst yapı kurumu ve bu üst yapı kurumunun alt kurumları ile ilişki ve etkileşimde bulunmaktadır. Söz konusu edilen ilişki ve etkileşimler, yüklenilmiş olan işlevler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu başlık altında spora yüklenen işlevler genel hatları ile sporun

<sup>54</sup> Türk spor tarihinde Avrupa'ya transfer olan ilk futbolcu 1921 yılında Karlsruhe Phönix Kulübü'ne transfer olan Bekir Beker olmuştur. (Bkz. **Büyük Futbol Ansiklopedisi**, Tercüman Gazetesi Yayınları, C. 2, s. 142; "Türkiye'de Yüzyılın Spor Olayları", a.g.yz.,s. 25; Atabeyoğlu, a.g.e., s. 81.) Yurtdışında yaşayan Türklerin, yabancı spor kültürü ve eğitimi almalarının doğal bir sonucu olarak yurtdışı takımlarında oynayan Türk asıllı oyuncular olmasının dışında, 1979 yılında Fenerbahçeli Engin Verel'in Herta Berlin'e, 1996 yılında Galatasaraylı Hakan Şükür İtalya'nın Torino Kulübü'ne, 1998 yılında Trabzonsporlu Hami Mandıralı Almanya'nın Schalke 04 Kulübü'ne, 2000 yılında ise yine Galatasaraylı Tugay Kerimol İskoçya'nın Glasgow Rangers Kulübü'ne transfer olan sporcular olmuşlardır. Bu futbolcuları 2000 yılında Galatasaray Spor Kulübü futbol takımından Hakan Şükür İtalya'nın İnter, Arif Erdem İspanya'nın Real Sociedad, Mehmet Gönülaçar, Volkan Kilimci'nin Belçika'nın Beveren, Teknik Direktör Fatih Terim'in İtalya'nın Fiorentina, Fenerbahçe Spor Kulübü futbol takımından Tayfun Bozkurt'un İspanya'nın Real Sociedad, Elvir Boliç İspanya'nın Rayo Vallecano, Siirt Jet-Paspor'dan Oktay Derelioğlu'nun İspanya'nın Las Palmas, Alpay Özalan'ın ise İngiltere'nin Aston Villa Kulübü'ne transfer olmaları izlemiştir. İlk kez bir NBA takımında forma giyen Türk basketbolcusu unvanını 1998 yılında önce Houston ardından da New York Nicks takımlarında forma giyen Mirsad Türkcan almıştır. İbrahim Kutluay da 23 Haziran 2000 tarihinde Yunanistan'ın AEK Kulübü basketbol takımına transfer olarak Avrupa'ya transfer olan ilk Türk basketbolcusu unvanını almıştır. Türkcan ve Kutluay'ın ardından Efes Pilsen Basketbol takımı sporcusu Hidayet Türkoğlu da NBA' in Sacramento Kings Takımına transfer olmuştur.



toplumsal-kültürel işlevleri, sporun ekonomik işlevleri ve sporun politik işlevleri incelenmiştir.

### 3.1. Toplumsal ve Kültürel İşlevleri

Uygarlık tarihi içinde geçirdiği gelişim ve aşamalar insanoğlunun bir arada yaşamasını zorunlu kılmıştır. Bu zorunluluk, insanların yaşamlarını sürdürme<sup>55</sup>, daha güvenli, mutlu ve bolluk içinde yaşayabilme gereksinim ve kaygılarından<sup>56</sup> kaynaklanmaktadır. Bu kaygı ve gereksinimleri gidermek için biraraya gelen insanoğlunun oluşturduğu olgu ise “toplum” olarak adlandırılmaktadır. Toplumu, sadece bir nicelik olarak değildir. Toplumun aynı zamanda nitelik boyutuna da sahip olması bir kültüre de sahip olmağa işaret etmektedir.

Kültür, toplumu oluşturan, o toplumsal yapı ve yaşam içinde bulunan bireylerin oluşturduğu, paylaştığı, gereksinimlerini giderdiği bir yapı ve yaşam biçimidir. Gerek toplum gerekse de kültür olguları, “...düzenli ve sürekli yinelenen, toplumsal normlar tarafından onaylanmış ve sürdürülen, toplumsal yapı içinde büyük önem taşıyan toplumsal uygulama”<sup>57</sup> olarak tanımlanan kurumlardan oluşmaktadır. Verilen bu kuramsal bilgiler ışığından farklı sınıflamaları<sup>58</sup> yapılırsa da, spor olgusunun toplumsal bir kurum olduğu söylenebilir.

Toplumsal bir kurum haline gelen sporun kimi toplumsal işlevler üstlenmiş olması da doğal ve beklendik bir durumdur. Sporun üstlenmiş olduğu toplumsal işlevler arasında en göze çarpanı, bireyi toplumsal sistemin katılımcı bir üyesi haline getiren

<sup>55</sup> Bozkurt Güvenç, **İnsan ve Kültür**, 5. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1993, s. 273.

<sup>56</sup> Joseph Fichter, **Sosyoloji Nedir?**, (Çev.: Nilgün Çelebi), Ankara: Atilla Kitabevi, 1996, s. 73.

<sup>57</sup> Nicholas Abercrombie, **Dictionary of Sociology**, Middlesex England: Penguin Books Ltd., 1984, s. 110.

<sup>58</sup> Abercrombie, kurumları; ekonomik kurumlar, politik kurumlar, sınıfsal (stratification) kurumlar, akrabalık kurumları ve kültürel kurumlar şeklinde sınıflarken, Fichter de kurum sınıflamasını; temel ve yardımcı kurumlar olarak yapmakta ve bunları kendi içinde şu şekilde ayırlamaktadır: Aile kurumu: nişanlılık, evlilik, çocuk bakımı, yasal ilişkiler vb.; Eğitim kurumu: not verme, sınav, mezuniyet, ev ödevleri vb.; Siyasal kurumlar: yasal sistem, ordu ve polis sistemi, seçilme, diplomatik ilişkiler vb.; Dini kurumlar: din adamı ve cemaat ilişkisi, dua, dini törenler vb.; Boş zamanı değerlendirme kurumu: oyun, dans, resim, müzik ve spor .Bkz. Abercrombie, a.g.e., s. 111; Fichter, a.g.e., s. 125-126.

süreç olan toplumsallaşmayı sağlamaktır. Spor, toplumsal bir öğrenme olan toplumsallaşmayı, taklit ve rekabet yoluyla yerine getirmektedir. Sporun benzetim yoluyla yapıldığı ve büyük ölçüde rekabete dayandığı, etken veya edilgen katılımcılarının, değişik birey ve gruplarla geniş bir eksenle toplumsal ilişkilere girdiği, böylece kendi dar dünyasından kurtularak farklı kişiliklerden, inançlardan, düşüncelerden diğer bireylerle biraraya geldiği, iletişim ve ilişki kurduğu, diğerlerini etkilediği gibi diğerlerinden de etkilendiği<sup>59</sup> hatırlandığında bu işlevi etkin bir biçimde verdiği anlaşılacaktır.

Durkheim'in organik dayanışma olarak nitelendirdiği, toplumsal işbölümünün gelişmesi, uzmanlaşma ve bireysel farklılaşmayı<sup>60</sup>, farklılaşma da bireyin ilişki içinde olduğu grup ve toplum içindeki yeri ve konumu<sup>61</sup> olarak tanımlanan olan statüyü beraberinde getirmiştir. Sporun yapılış biçiminden izlenme biçimine, kimlerin spor yaptığından kimlerin izlediğine kadar her alanda varolan toplumsal konumlar, bireylere gösterilmekte ve öğretilmektedir. Bu yolla sergilenen bir diğer toplumsal olay da bu konumların kimler tarafından, ne şekilde paylaşıldığı ve bu paylaşımın ne şekilde değişime uğradığıdır.

Sporun üstlenmiş olduğu bir diğer toplumsal işlev ise toplumsal hareketliliği sağlamaktır<sup>62</sup>. Çağdaş toplumlarda toplumsal hareketliliğin aileden, genetik olarak değil, bireyin sahip olduğu yetenek ve bilgi ile belirlenmeye başlaması, sporun eğitim, bilgi, beceri ve uzmanlaşma yolu ile toplumsal hareketliliği sağlamasına yol açmıştır.

Sporun toplumsal hareketliliği sağlaması onun aynı zamanda toplumsal modelleri oluşturma, tanıtmaya ve olumlama gibi işlevler vermesini de sağlamaktadır. Spor

<sup>59</sup> Arthur Asa Berger, **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, (Ed.: Nazmi Ulutak ve Aslı Tunç) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları, 1993, s. 124.

<sup>60</sup> Emile Durkheim, **The Division of Labor in Society**, (Çev: George Simpson), The Free Press, Glencoe, Ill, 1949, s.226-229'dan akt. Emre Kongar, **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, Geliştirilmiş ve Genişletilmiş Yeni Basım-6. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1995, s.101-102.

<sup>61</sup> Joseph Roucek ve Roland L. Warren, **Sociology An Introduction**, New Jersey: Littefield, Adams & Co., 1971, s. 60.

<sup>62</sup> George H. Sage, **Power and Ideology in American Sport A Critical Perspective**, Illinois: Human Kinetics Books, 1990, s. 37; Birol Doğan b, "Profesyonel Futbolcuların Toplumsal Hareketlilik Yönünden İncelenmesi (İzmir-Merkez Örneği)", **Futbol Bilim ve Teknoloji Dergisi**, Yıl: 2, 98/1, S. 1, ss. 26-30.

aracılığıyla sunulan modellerin ortak paydasında uzmanlaşma, sıkıntılara katlanmış olma, çok çalışma, özverili olma, uysal olma, sahip olunan enerji, ilgi ve becerilerin üyesi bulunulan grup ve toplum için kullanma gibi eylem ve özellikler yer almaktadır<sup>63</sup>. Bu ortak payda altında toplananların bir yıldız, bir model olduğu ve sadece bunların sınıf atladığı vurgulanırken, sporun etkin veya edilgen tüm katılımcılarının, bu özelliklere sahip olmaları önerilmektedir.

Gerçekten de bir üst katmana yükselmeleri oldukça güç gözükken alt sosyo-ekonomik ve kültürel katmanlardaki insanların için spor, en kolay dikey toplumsal hareketlilik yolunu oluşturmaktadır. Öte yandan alt sosyo-ekonomik ve kültürel katmanlardaki insanlar, spor aracılığıyla sınıf atlarken diğer mesleklerle kimlerin ilgileneceği sorusu gündeme gelmektedir. Rowe'un konu ile ilgili "... sporla bağlantılı kariyerlere ne kadar fazla rağbet edilirse eğitim, hukuk, tıp ve maliye gibi güçlü ve prestijli "meslekler"de sağlanacak ilerleme derecesi o kadar az olacaktır"<sup>64</sup> saptaması oldukça ilginç ve haklı olarak kabul edilebilir.

Günümüzde bireyler, kültürel, politik ve ekonomik koşullar nedeni ile gittikçe yalnızlaşmakta ve güçsüzleşmektedir. Varolan toplumsal statü ve ekonomik kaynakların paylaşılması, bireyleri kaçınılmaz olarak aidiyet arayışına itmekte, bireyler ise en kolay aidiyet türü olan sporu seçmektedirler. Spor aracılığıyla sağlanan aidiyet ile çok farklı toplumsal tabakalardan, farklı dünya görüş ve ideolojilerine sahip bireyleri aynı takımın taraftarlığı kimliğinde buluşabilmekte, taraftarlık ve spor kulüplerinin taraftarlığı ile bireyleri bir şemsiye altında toplayarak onlara kimlik de sağlamaktadır<sup>65</sup>.

Aidiyet gibi kimlik sorununun çözümü de, kendi bireysel varlığı ile ortaklaş(tırıl)mış bir kimliği temsil eden sporcu ile özdeşleşmekten geçmektedir.

<sup>63</sup> Korkmaz Alemdar ve İrfan Erdoğan., **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara: Ümit Yayıncılık, 1994, s. 95.

<sup>64</sup> Rowe, 1996a, a.g.e., s. 181.

<sup>65</sup> Söz konusu edilen aidiyet istemi, sadece kimlik bunalımı sonucu ortaya çıkmamaktadır. Örneğin 17 Ağustos 1999 tarihinde Marmara Bölgesinde meydana gelen deprem sonucu birçok fiziksel yetersizlik ve güvensizlik içinde bulunan mağdurlarda da aidiyet gereksinimi doğmuştur. Çünkü depremzedelerin kendilerini ait hissedebilecekleri çok az şey kalmıştır. İçel İçişleri Bakanlığı Dinlenme Tesislerine yerleştirilen depremzedeler, kendilerine gösterilen ilgiden dolayı Mersinlilere teşekkür etmek için Mersin İdman Yurdu'nu karşılaştırmada desteklemişlerdir. Kadın, erkek, çocuk yaklaşık 100 kişilik bir grup ile birlikte, stadyumu dolduran binler aynı kimliği paylaşmış, güven duygusu ve aidiyet sağlamıştır. Bkz. "Ana Haber Bülteni", **ATV**, 13 Aralık 1999.

Ortaklaştırılmış kimliğin taşıyıcısı olan sporcu ve ona bu kimliği tanıyan spor, edilgen katılımcılarına toplumsal anlamda birleştirme işlevi de üstlenmektedir. Bu da bireylerin, sanayileşme ve kentleşmenin ile ortaya çıkan yabancılaşma<sup>66</sup> ve anomi gibi sorunları sporun, bireyleri yaşadığı topluma uyumlaştırılması, toplumsallaştırması, aidiyet duygusu aşılması ve biraraya getirmesi ile önlediğini göstermektedir.

Öte yandan spor, önce bireysel ardından da toplumsal anlamda psikolojik kaçışa ve boşalmaya olanak tanımakta, projelendirilmeyen bir yaşamı spontane ve sınırlı zamanlar içinde<sup>67</sup> yaşamaya katkıda bulunmaktadır. Spor ayrıca, günlük yaşamın güçlük ve sıkıntılarından kaçmak, yaşamın yüklediği negatif enerjiyi boşaltmak için gerekli güçlü bir tahliye valfinin işlevini de görmektedir.

Bu bağlamda spor, ilgi ve enerjilerinin çalışma saatleri içinde tamamen uzmanlaştıkları konulara yönelmeleri nedeni ile rutinleşen ve para kazandıkları işler dışında konuşacak konu bile bulmakta güçlük çeken bireyler için gündem<sup>68</sup> ve konuşma konusu olmaktadır<sup>69</sup>. Öte yandan propaganda ve politikaya olumsuz anlamlar yüklenmiş olması nedeni ile insanın doğasında varolan kendisi dışındakilere “muhalif olma” güdüsü, sporun sunduğu taraflık<sup>70</sup>, tepki verme ve boşalım ile tatmin edilmektedir.

Spor, herşeyin maddileştiği toplumlarda bireylerin tinsel olanlara da inanma gereksinimini gidermekte, tinsel inanç açığını doldurmaktadır. Spor bunu yaparken, öncelikle zaman ve mekandan yalıtılmış ve sınırlanmış olmasında yararlanmakta, bu özellikleri ile dünyevi olandan farklılaşmaktadır. Bu nedenle özellikle resmi niteliklere

---

<sup>66</sup> Yabancılaşma; modern toplum içinde güçsüzlük, anlamsızlık, kuralsızlık (normsuzluk), izolasyon ve kendinden uzaklaşma görünümleri ile ortaya çıkmaktadır. Bkz. Lewis A. Coser, **Sociological Theory**, Illionis: Weaveland Press Inc., 1989, s.454.

<sup>67</sup> Ömer Çaha, "Spora Yaslanarak Bir Nefes Almak", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, s. 121.

<sup>68</sup> Can Kozanoğlu, "Beyond Edirne: Football and the National Identity Crisis in Turkey", **Football Cultures and Identities**, Ed.: Garry Armstrong ve Richard Giulianotti, london: Macmillan Press Ltd., 1999, s. 122.

<sup>69</sup> Özellikle eril (erkek egemen) toplumlarda, eril hemcinsler en kolay ve yoğun iletişimi politika, karşı cins ve spor konularında kurabilmektedirler. Politika ve propagandaya olumsuz bir anlam yüklenmişken, karşı cins konusu ise etik ve din gibi ritüeller ile kuşatılmıştır. Oysa spor, sahip olduğu evrensel değerler ve çoklu amaçlara hizmet edebilmesi ile olumlu görülmüştür.

<sup>70</sup> Ahmet Turan Alkan, "İrrasyonel Bir Taraftarlık Analizi Düşünüyorum; Öyleyse Cimbom", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, s. 53.

sahip spor alanları ibadet yerlerini anımsatmakta<sup>71</sup>, gerçek yaşamın karmaşıklığı ve güçlüğünden farklı olarak yaratılmaya çalışılan dünyanın mükemmel olması sağlayacak kurallara<sup>72</sup> göre yapılıyor izlenimini vermektedir.

Sporun toplumsal bir kurum olması, aynı zamanda kültürel bir olgu olmasına ve bir dizi kültürel işlevler üstlenmesine de yol açmaktadır.

Sporun üstlenmiş olduğu kültürel işlevlerin başında mitleri oluşturmak ve aktarmak gelmektedir. Hangi kültürel bağlamda olursa olsun spor, bünyesinde mitler<sup>73</sup> barındırmaktadır. İkel toplumlarda söze dayalı kültür nedeni ile aktarılan mitleri, günümüz çağdaş toplumlarında kitfe iletişim araçları ile topluma ve kuşaklara aktarılmaktadır. Sporun bünyesinde barındırdığı kültürel mitler arasında evrensellik, eşitlik, aşkınsallık, kahramanlık, rekabetçilik, bireysel görünüm ve takım ruhu gibi değerler bulunmaktadır. Sporun bünyesinde yer alan mitlerin iş dünyası, devlet yönetimi ve ulus oluşumu gibi süreçlerde kullanılan mitler ile aynı olması oldukça ilginç ve anlamlıdır.

Öte yandan içlerinde karşıt kültür öğelerini barındıran alt kültürler, egemen kültürden ayrışmalarını sağlayan kendi anlamlandırma pratiklerinin oluşturulmasında popüler kültürden<sup>74</sup> ve popüler kültür ürünü olan spordan yararlanmaktadır. Bu da sporun çok amaçlı kullanımına işaret etmektedir.

<sup>71</sup> Bugün halen İngiltere Süper Liginde mücadele eden Aston Villa, Everton, Southampton, Wolverhampton gibi kulüpler rahipler tarafından kurulan kulüplerdir. Taylor da futbol özelinde spor genelinde uygulandığı alanın "kutsal yer" olarak algılanışında kulüp veya takımların belirleyici olduğunu ve taraftarlar için dinsel denebilecek anlam taşıdığını söylemektedir. Öte yandan Inter'in ünlü oyuncusu Ronaldo'nun Brezilya'nın Rio de Janerio kentindeki deniz seviyesinden 747 metre yükseklikte bulunan Corcovado Dağı'ndaki 30 metrelik İsa Anıtına uyarlanarak yaratılan mistik ortam Napoli'nin azizi Aziz Gennaro'nun adı Maradona'nın da aynı kentin takımında oynaması nedeni ile "Aziz Gennarmando" olarak anılmaya başlanması, stadyumlarda secdeye kapanmış halde görülen taraftarlar bu düşüncenin günlük yaşamdaki kanıtlarıdır. Bkz. Bkz. Hürkan, a.g.e., s. 103; Doğan d, a.g.e., s. 283-284; Taylor b, a.g.m., s. 62; Eduardo Galeano, **Gölgede ve Güneşte Futbol**, (Çev.: Ertuğrul Önalp ve Necati Kutlu), 2. Basım, İstanbul: Can Yayınları, 1998, s. 251.

<sup>72</sup> Johan Huizinga, **Homo Ludens Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme**, (Çev.: Mehmet Ali Kılıçbay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995, s. 26-27.

<sup>73</sup> Levi Strauss miti, "toplum tarafından paylaşılan endişe ve sorunlarla baş etme aracı", Şerif Mardin ise Strauss'a yakın bir biçimde "insanların toplum hayatında karşılaştıkları ve kabul etmeleri kendilerine kolay gelmeyen durumları meşrulaştırmanın bir yoludur" olarak tanımlamaktadır. Bkz. John Fiske, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, (Çev.: Süleyman İrvan), Ankara: Ark Yayınları, 1996, s. 170; Şerif Mardin, **İdeoloji Toplu Eserleri 3**, 3. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 1995, s. 114.

<sup>74</sup> Gökhan Metin, "Futbol, Popüler Kültür ve Geyik Muhabbeti", **Birikim**, Haziran 1994, S. 62, s. 92; Atilla Doğan a, "Kitle Kültürü Karşısında Seçkin Kültürü ve Türkiye'deki Durumu", **Kurgu**, C. 7, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1990, s. 111-112.

### 3.2. Ekonomik İşlevleri

Daha önce de yer verildiği gibi spor, kültür sisteminde olduğu gibi ekonomi sistemi ile de ilişki ve etkileşim içindedir. Bu bağlamda yine benzer şekilde ekonomik anlamda üstlendiği bir dizi işlevler bulunmaktadır. Bu başlık altında sporun üstlenmiş olduğu ekonomik işlevler tartışılmaktadır.

Sporun bireysel anlamda üstlendiği ekonomik işlevlerin en başında profesyonel anlamda her düzeyde katılımcılarına para kazandırması gelmektedir. Ancak günümüzde spor, sadece profesyonelleri ile sınırlı kalmayan bir endüstrisi olan sektöre dönüşmüştür. Bu bağlamda, sporcular, çalıştırıcılar, teknik direktörler, kondisyonerler, masörler ve istatistikçiler, spor kulüplerinde kurumsallaşma ve yönetsel yapılanma gereği kulüp yönetimlerine getirilen profesyonel yöneticiler, hukuk danışmanları, basın ve halkla ilişkileri sağlayan uzmanlar, kulüplerin idari görevlerinde bulunan memurlar, kulüp için çalışan işçiler de spor ile ilgili profesyoneller olarak kabul edilebilir. Öte yandan resmi spor yönetimi tarafından karşılaşmaları yönetmek için görevlendirilen hakemler, stadyumların idari işleri, bakım-onarımları ve işletmeleri için görevlendirilen memur, işçi ve teknisyenler de sporun profesyonelleri arasında yer almaktadır.

Spor ile ilgili iş kollarının spor yönetimi, spor işletmesi, spor pazarlama, sporcu pazarlama, spor turizmi, spor yayıncılığı<sup>75</sup>, spor eğitimi, sportif yiyecek-ıçecek üretimi, spor giysileri üretimi, spor araç-gereçleri üretimi olarak sıralandığında işletme mantığı ile bu iş kollarının bir oldukça yüksek iş ve istihdam potansiyeline sahip oldukları gözlemlenmektedir. Tüm bu iş kollarının etkinliklerinden devletin aldığı vergi de eklendiğinden sporun tam anlamıyla bir endüstri olduğu gerçeği somutlaşmaktadır.

Sporun endüstrisi olan bir sektöre dönüşmesinde spor araç, gereç ve giysilerinin üretimi ve pazarlaması önemli bir rol oynamaktadır. Spor araç, gereç ve giysilerinin sadece spor amaçlı kullanım için üretilmesinin ardından gençliğin jean ile kullandığı

<sup>75</sup> Türkiye’de 2000-2001 futbol sezonunda ulaşılan rakamlar futbol özelinde sporun ulaştığı boyut hakkında bilgi vermektedir. Televizyon yayın haklarının 141 milyon dolar, reklam gelirlerinin 40 milyon dolar, stat gelirlerinin 20 milyon dolar, transfer giderlerinin 250 milyon dolar, banka borçlarının 100 milyon dolar, işletme giderlerinin ise 160 milyon dolar olarak gerçekleşmesi öngörülmüştür. Bkz. “Meşin Yuvarlak Para Basıyor”, *Sabah Gazetesi*, 18 Temmuz 2000, s. 17.

spor ayakkabıları gençlik, dinamizm, özgürlük, rahat ve sağlıklı yaşam gibi ulaşılmak istenen nitelikleri sembolize etmişler ve bu nedenle de pazarları daha da artmıştır<sup>76</sup>.

Spor ürünlerini pazarlayan sektörün bu denli gelişmesinin bir diğer nedeni de; pazarlama dünyasının reklam ve halkla ilişkiler mecrası olarak spora yönelmesidir. Reklam hazırlamak ve bu reklamları kitle iletişim araçlarında yayınlamak pahalı ve güç, hedef kitlesine ulaşım ulaşmayacağı, ulaşsa da istedik-beklendik tutum ve davranış geliştirip geliştiremeyeceği de kuşkulu bir süreçtir. Oysa spor aracılığıyla reklam yapmak hem kolay ve ucuz, hem de bu anlamda daha etkilidir.

Öte yandan alkol ve tütün ürünleri gibi kimi sektörlerde kitle iletişim araçlarında doğrudan reklam yapma yasağının getirilmesi<sup>77</sup>, reklam ortamlarının maliyet açısından yüksek oluşu, boş zamanların artışı ile bireylerin yeni ve farklı olanaklara kavuşması, geleneksel reklam ortamlarında verimsizlik yaşanmaya başlanması, sponsor olarak desteklenen etkinliklerin kitle iletişim araçlarında geniş bir biçimde yer alması<sup>78</sup>, reklamverenleri yeni reklam mecraları arayışına itmiş ve sonuçta spor alanına büyük bir yönelim yaşanmıştır<sup>79</sup>. Günümüzde büyük firmalar artık, tecimsel veya kurumsal amaç doğrultusunda seyir sporlarının yanı sıra bu seyir sporlarının kitle iletişim araçlarında yer almasına da sponsor olmaya başlamışlardır. Bu yöntem, doğrudan kitle iletişim araçlarında yer alınması nedeni ile herhangi bir spor dalına sponsor olmaktan daha etkili ve verimli bir yöntem olarak belirmektedir.

<sup>76</sup> Barcelona, Manchester United, Galatasaray, Borussia Dortmund gibi spor kulüplerinin formaları, günlük kullanım amaçlı tüketime açılmış, ardından kitlenin spor kulübü ve sporcular ile kendisini özdeşleştirilmesi sonucunda "Magic", "Ronaldo", "Jordan", "O'Neill", "Şükür" gibi sporcuların adlarının yazılı olduğu kulüp formaları üretilmeye ve tüketilmeye başlamıştır. Top, kay, roller skatelerin kitlesel üretimi ile bu araç-gereçlere sahip olmak daha kolay ve ucuz hale gelmiş, bu da spor araç-gereçlerini üreten ve pazarlayan sektörün güçlenmesini sağlamıştır. Bkz. "10 Milyar Dolarlık Jordan Endüstrisi", **Hürriyet Gazetesi**, 11 Haziran 1998; "Jordan En Zengin Sporcu", **Hürriyet Gazetesi**, 7 Haziran 1998.

<sup>77</sup> "Altın Yumurtlayan Bir Spor... Formula", **Focus**, S. 5, Mayıs 1995, s. 20.

<sup>78</sup> Tony Meenaghan, "Sponsorship: Legitimising the Medium", **European Journal of Marketing**, Vol. 25, No: 11, 1991, s. 5'den aktaran Rüveyde Akyürek, **Sponsorluk Planlaması**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları, 1998, s. 12.

<sup>79</sup> Sponsorlarca desteklenen 1992 Barcelona Olimpiyat Oyunlarını yaklaşık 1.6 milyar kişi, 2500 saat yayınlanan 1996 Atlanta Olimpiyat Oyunlarını ise 2.6 milyar kişi izlemiştir. Bkz. Gilad Weingarten, "The Media and Sport What Kind of Marriage Is It? – Spor ve Medya: Nasıl Bir Birliktelik", Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği'nce düzenlenen **Uluslararası "Spor ve Medya" Sempozyumu**'na sunulan bildiri, Manisa: 27 Ocak 2000.

Spor olayında asıl yarar ve tecimsel anlamda “kâr” sporu örgütleyen ve sergileyenler tarafından sağlanmaktadır. Sporun başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarında yayınlanması, spor organizasyonlarının sayısının artırılmasına yol açmıştır<sup>80</sup>. Uluslararası spor etkinlikleri coğrafi dağılıma göre, Dünya Şampiyonaları, Avrupa Şampiyonaları, Asya Şampiyonaları, Pan-Amerikan Oyunları, mevsimlere göre Yaz Olimpiyatları, Kış olimpiyatları, katılımcılarına göre Öğrenci Olimpiyatları, Engelliler/Özürlüler Olimpiyatları, Asya Oyunları gibi çeşitlenmiştir.

Herhangi uluslararası bir spor organizasyonunun sağladığı ekonomik yarar, elde edilen gelir ve ülke tanıtımı ile sınırlı değildir. Hangi spor dalında olursa olsun, herhangi bir uluslararası etkinliğe ev sahipliği yapmak, ekonomik girdi başlığı altında da televizyon yayın haklarından ve reklamlardan elde edilecek gelir ve uzun vadeli altyapı sorunlarının çözümünden sağlanacak gelirleri kazandırmaktadır.

Sanayi toplumlarında sanayi kuruluşları, kendi çalışanlarına kulüp kurmaları için izin vermekte ve desteklemektedir. Buradaki amaç bu kulüplerin ve kulüplerde yer alan çalışanlarının duygusal ve fiziksel enerji ve ilgilerinin denetim altına alınması<sup>81</sup>, uysal çalışanlar olmasının sağlanması, çalışanlar arasında, daha sonra üretim sürecine aktarılacak olan işbirliği ve dayanışmanın<sup>82</sup> yapılandırılmasıdır.

Spor aracılığıyla ekonomik fayda sağlamanın diğer bir dolaylı yöntemi ise kulüp veya federasyon ile doğrudan bağlantı içinde olmaktır<sup>83</sup>. Kulüp veya federasyon

<sup>80</sup> “Boynuz Kulağı Çoktan Geçti”, **Binyıl Gazetesi**, 22 Ekim 2000, s. 44.

<sup>81</sup> Berger, a.g.e., s. 128.

<sup>82</sup> Füsün Öztürk, **Toplumsal Boyutlarıyla Spor**, Ankara: Bağırhan Yayınevi, 1998, s. 66-67.

<sup>83</sup> Spor yazarı Ali Sami Alkış da, spor yönetimi açısından kulüp yönetimlerinde işadamlarının bulunduğu dikkat çekerken, işadamı veya müteahhit olup da iş potansiyelini geliştirmek, hükümetle doğrudan ilişki kurmak için kulüp yöneticiliğini araç ve silah olarak kullanan yönetici modellerinin ortaya çıktığını söylemektedir. Aykut Işıklar da Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanı Aziz Yıldırım’ın Ankara’da yeni NATO ihaleleri almak için çaba gösterdiğini, Meriç Tunca ise “Askeriyeden 2 ihale daha kapıldığını” söylemektedir. Fatih Altaylı da Galatasaray Spor Kulübü’nün Ali Sami Yen Stadı’nın yenilenmesi projesinin Galatasaraylı olarak tanınan ANAP Genel Başkanı Mesut Yılmaz’ın desteği ile Yılmaz’ın akredite müteahhidi olduğunu iddia ettiği MNG Holding’e verileceğini ileri sürmüştür. Bkz. Neşe Düzgel, “Ali Sami Alkış Mafya Futbolun Patronu Olabilir”, **Radikal Gazetesi**, 27 Aralık 1999, s. 6; Aykut Işıklar, “Biraz da Futbol Kazanı Karıştıralım”, **Akşam Gazetesi**, 28 Şubat 2000, s. 4; Meriç Tunca, “Aziz Abiye!”, **Star Gazetesi**, 8 Aralık 1999a, s. 31; Ceyhun Canbazoğlu, “Fener’e İnternette Futbolcu Bakıyoruz”, **Milliyet Pazar Milliyet Gazetesi Eki**, 1 Mart 1998, S. 67, s. 3; Fatih Altaylı, “Ali Sami Yen’in Adı Değişiyor mu?”, **Hürriyet Gazetesi**, 20 Eylül 2000b, s. 21, Fatih Altaylı, “Galatasaray Yönetimi Utanmayacak mı?”, **Hürriyet Gazetesi**, 22 Eylül 2000c, s. 21.



bağlamında spor yöneticisi olan özel sektör kişilikleri kendilerine daha sonra ekonomik anlamda fayda da sağlayabilecek olan büyük bir popülerlik kazanmakta ve gelir elde ettikleri işlerini daha kolay bir biçimde yapmaktadırlar<sup>84</sup>.

### 3.3. Politik Amaç ve İşlevleri

Bu başlık altında toplumsal bir olgu haline gelen ve yukarıda aktarılmaya çalışılan kültürel, toplumsal ve ekonomik işlevler üstlenmiş olan sporun politik amaç ve işlevleri incelenmiştir.

#### 3.3.1. Ulusal politik amaç ve işlevleri

Kültür ve ekonomi gibi üst yapı kurumları ile ilişki ve etkileşim içinde bulunan, toplumsal, kültürel ve ekonomik işlevleri üstlenmiş olan sporun politik üst yapı kurumu ile etkileşmemesi, politik işlevler üstlenmemesi beklenemez. Bu bağlamda sporun üstlenmiş olduğu bir dizi politik işlevlere bu başlık altında yer verilmiştir.

İnsanların yaşamları ve diğer insanlarla olan ilişkilerini güç ve denetim temeli üzerine yapılandırdıkları ve sporun onu yaratan ve süreçleyen insanlardan bağımsız olarak varlığını sürdüremeyeceği göz önüne alındığında spor ve politika arasında bir ilişki olması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Öte yandan gerek spor gerekse de politika, kitleleştiği kadar, kitlelerin ilgisi ve desteği ile varolabilen, taraftarlık, kimlik ve aidiyet sunan, örgütlü, ulusal ancak uluslararası bağlantıları olan, paylaşılmayı

---

<sup>84</sup> Ümit Kıvanç'ın bu konudaki "...Türkiye'de devletin ekonomik faaliyetlerin her yanına batmış pençesi, her türlü 'iş'e devlet içinden birileriyle dirsek temasını gerektirdiğinden, futbol kulüplerinin yöneticileri de 'asıl işleri' dolayısıyla devlet içinden birileriyle temastadırlar" saptaması oldukça dikkat çekicidir. Fenerbahçe Spor Kulübü eski Başkanlarından Tahsin Kaya ve Aziz Yıldırım'ın, Trabzon Spor Kulübü eski Başkanı Mehmet Ali Yılmaz'ın, dönemin Eskişehir Spor Kulübü Başkanı Aydın Begiter'in devlet ihalelerinden iş almaları veya Fenerbahçe Spor Kulübü eski Başkanlarından olan Ali Şen'in arıtma tesisi olmadığı için üçüncü kez kapatılan İzmit'teki deri fabrikasının çalışmasına izin verilmesi örneğinde olduğu gibi devlet ile olan ilişki ve sorunlarında çözüme ulaşmalarında spor yöneticilikleri nedeni ile kolay olmuştur. Bkz. Ümit Kıvanç b, "Futbolun Yeniden Anlamlandırılması Çağruları Üzerine Aşka Bahane Aramasak ..?", **Birikim**, Aralık 1993, S. 56, s. 23; Doğan d, a.g.e., s. 131, 235-236.

gerektiren büyük bir ekonomik ranta sahip, boşalım sağlayan ortak yapısal özelliklere de sahiptirler. Öte yandan spor, formaların renklerinden, seyircilerin yerleşimine, oyunun kurallarından tezahüratlara kadar göstergelerle ve politikanın göndermek istediği iletiler ile doludur<sup>85</sup>. Politik ve ideolojik iletilerin etkin bir biçimde toplum ile buluşmasında, sporun doğasında bulunan zevk, heyecan ve özgüven duyguları ve belli değer sistemleri ile biçimlendirilmiş olan sporcu kişilikleri kullanılmaktadır.

Genelde sporun, politikanın üzerinde veya politikadan uzak bir kavram olarak düşünülmesi gerektiği yönünde yaygın bir kanı bulunmakta, gerek sporu politik amaçla kullananlar, gerekse de sporun etkin ve edilgen katılımcıları spora saf bir anlam yüklemektedir. Çünkü spor, siyaset gibi, modernitenin kitle iletişim araçlarının yardımıyla ters yüz ettiği hiper bir gerçeklik alanına katılmanın kolay bir biçimi<sup>86</sup> olarak belirlemektedir.

Politika, parti, partizanlık ve bunların devamlılığını sağlayan propagandaya olumsuz anlamlar yüklenmiş olmasına karşın, spor barış ve kardeşlik gibi çok daha olumlu ve evrensel anlam ve değerlerle çevrelendirilmiştir. Sporun bu özelliği, politika, parti ve propagandanın spor aracılığıyla yapılmasına, böylece çok daha geniş kitlelere ulaşılmasına olanak tanımaktadır. Bu nedenle sporu ideolojisiz, politika ile ilgili olmayan bir olgu olarak açıklamak, var olan iktidarı ve iktidar ilişkilerini yeniden üreterek, sürdürmek<sup>87</sup> anlamı taşımaktadır. Sporun politikaya bulaştırılmaması düşüncesi, Menotti'nin ifadesi ile de "ben politikaya bulaşmam, spor ile politika karıştırılmamalıdır" demek "egemen politikaya ve egemen politikanın kararlarına razıyım"<sup>88</sup> demek anlamını taşımaktadır.

Spor ve politika arasındaki ilişki, biçimsel politik ilişki, etkinlik ve promosyonların örgütlenmesi ve bunlara kaynak bulunması<sup>89</sup> bağlamında gerçekleşmektedir. Günümüzde devlet ve siyaset elitinin spora müdahale etmesinin

<sup>85</sup> Berger, a.g.e., s. 121.

<sup>86</sup> M. Naci Bostancı, "Futbolun Anlattığı", *Düşünen Siyaset*, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, s. 62.

<sup>87</sup> Alemdar ve Erdoğan, a.g.e., s. 78.

<sup>88</sup> Cesar Luis Menotti, "Halkın Derinliklerinden Gelen Futbol", [Çeviren Belirtilmemiş], *Papirüs*, Haziran 1998, S. 16, s. 6.

<sup>89</sup> Rowe, 1996a, a.g.e., s. 203.

gerekçeleri ise; kamu düzenini korumak, vatandaşların fiziksel yetenek ve sağlıklarını korumak ve geliştirmek, ulusun, topluluğun veya bir grubun prestijini geliştirmek, kimlik, ait olma ve vatandaşlar arasındaki birlik duygusunu artırmak, topluluk veya toplum içindeki tüm politik ideolojiyle ilgili değer ve yönelimleri vurgulamak, vatandaşların devlet/hükümet memurları/yetkilileri veya devlet/hükümetin meşruiyetine olan inançlarını artırmak<sup>90</sup> şeklinde sıralanabilir.

Dağınık ve bağlantısız yerel pazarların, mal-para ilişkilerinin gelişmesine koşut olarak tek bir ulusal pazar çevresinde örgütlenmeleriyle oluşan "ulus devlet" olgusu, yüceltilmesi, bütünlüğünün ve sınırlarının korunması gibi kaygıları da beraberinde getirmiştir. Ulusun bütünlüğünü sağlamaya yönelik olan bu güçlü simgelerin yaratılmasında kullanılan yöntemlerden bir de spordur<sup>91</sup>. Spor içte ulusal-birlikçi, dışa karşı militarist-saldırgan bir siyasetin emrinde olmuştur.

Küresel politik, ekonomik ve kültürel bütünleşmenin bileşimi, kaçınılmaz olarak ulusal sınırların madde ve anlam olarak önemini yitirmesine ve dolayısıyla da milliyetçilik, emek ve yabancı sermayenin gittikçe serbestleşen dolaşımı ve kültürlerarası ilişki, yabancı düşmanlığı, bayrak, ulus, vatan gibi olguların genç, kentli ve kozmopolit nüfus için anlamsızlaşmasına yol açmaktadır. Dunning'in "yurtiçinde yatışmış"<sup>92</sup> olarak nitelendirdiği bu ulus devletler, sporu ulusal simgeler yaratmak için kullanmaktadırlar. Gerçekten de yenilgi, savaş, kin, rekabet, düşman korkusu, hırs ve kendi zayıflıklarının bilinir olması, bireyleri ve insanlığın ümmet, millet, şirket, takım, taraftar, partili gibi değişik sosyolojik birimlerini dinç tutmaktadır<sup>93</sup>. Özellikle uluslararası karşılaşmalarda kitle içindeki bireyin bir taraftar, taraftarın ise ulusun bir vatandaşı olarak sunulması yukarıda sıralanmış olan önemsizleşen olguların yeniden canlandırılması amacına dayanmaktadır.

Sporda başarı kazanmak, az gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlarda daha belirgin bir biçimde ulusun moral ve motivasyonunun olumlu yönde etkilerken, aksi durumda toplum genelinde komplekslere yol açmaktadır. Öte yandan spor ve spordaki

<sup>90</sup> Coakley, a.g.e., s. 303.

<sup>91</sup> Sage, a.g.e., s. 80-81.

<sup>92</sup> E. Dunning, "The Dynamics of Modern Sport: Notes on The Social Sources of Masculine Identity and Its Transformation" (Ed.: N. Ellias ve E. Dunning) **Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process**, Oxford: Basil Blackwell, 1986, s. 233'den aktaran Rowe, 1996a, a.g.e., s. 224.

<sup>93</sup> Dursun Ayan, "Aşırı Taraftarlık Etik Bir Sorun mudur?", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, s. 68.

gelişime, ulusal ekonomik, teknolojik, askeri<sup>94</sup>, demografik ve diğer gelişim söylemlerine de eklenmekte, böylece statü, oy potansiyeli, meşruiyet de yükselmektedir. Bu nedenle spor, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası bir vitrin niteliği taşımakta, sporda başarı kazanmanın ötesinde uluslararası nitelikte bir spor organizasyonu düzenlemek<sup>95</sup> bile gurur kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

Öte yandan spor, egemen grupları ve destekleyicilerini birleştirme, diğer grup ve tabakaları bölme, örgütsüz bırakma amaçları için de kullanılabilir<sup>96</sup>. Modern toplumlarda kitlelerin duygusal ilgi ve enerjilerinin politik ve toplumsal konular üzerinde yoğunlaşmaması için toplumsal gerçeklerden uzaklaştırmak ve enerjilerini tüketecek ortamlar yaratmak gerekmektedir. Kitlelerin sporla ilgilenmelerini sağlamak, aynı zamanda onların enerji ve duygusal ilgilerinin olumlanmış bir alana yönelmesi ve kitleleri karşı karşıya getirilmesi<sup>97</sup> anlamına gelmektedir.

Toplum içindeki tüm politik ideolojiyle ilgili değer ve yönelimleri vurgulayan spor, ekonomik söyleme eklenerek de söz konusu değer ve yönelimleri<sup>98</sup> de vurgulamaktadır.

Bir model üzerinde işleyen politikleştirme süreci, taraftarları ve sempaticianları üzerinde çok daha kolay etkili olmaktadır<sup>99</sup>. Kimlik ve aidiyet sunan spor örgütlenmesi

<sup>94</sup> Rowe, 1996a, a.g.e., s. 225.

<sup>95</sup> Simson ve Jennings, olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapmak için ülkelerin ve kentlerin mücadele etmesinin yanı sıra kentlerin artık sadece UOK toplantılarına ev sahipliği yapmak için yarışıklarına dikkat çekmektedirler. Bkz. Simson ve Jennings, a.g.e., s. 29.

<sup>96</sup> Alemdar ve Erdoğan, a.g.e., s. 94.

<sup>97</sup> Gerçekten de futbol kulüpleri yıllarca sanayi şehirlerinin işçi sınıfı kitlelerini genellikle iki rakip yerel kutup etrafında gruplandırmıştır. Futbolun Türkiye örneğinde İstanbul, İzmir, Adana, Bursa gibi sanayi şehirlerinde öncelikli olarak geliştiği bilinen bir gerçektir. Bu şehirlerdeki taraftarların -ki çoğu erkek ve işçi sınıfına mensup kişilerdir- genellikle Adanaspor- Adana Demirspor, Göztepe-Altay- Karşıyaka, Galatasaray-Beşiktaş-Fenerbahçe örneklerinde olduğu gibi karşı karşıya getirilmiş olmaları, birleşmiş kulüplerin bile zaman içerisinde geçmişteki rekabeti kulüp bünyesinde muhalefet olarak yaşattıkları ve başarılı olamadıkları açıktır.

<sup>98</sup> Rekabet, öz kaynak kullanımı, alt yapı, halka açılma, özelleştirme, şirketleşme, profesyonelleşme gibi kavramlar, spor alanında olduğu gibi iş dünyasında da sıkça kullanılan kavramlar haline gelmiştir. Spor bu kavramları kullanarak, iş dünyasının yönelimlerini de bir anlamda yinelemektedir.

<sup>99</sup> II. Meşruiyet ve sonrası Cumhuriyet döneminde 1922 yılında kurulan Gençlik Dernekleri ve İdman Ocakları, dönemin ideolojik yapılanmalarının temel taşıyıcıları olarak işlev vermişlerdir. Cumhuriyetin ilanından "devrim ahlakı" ve "sağlam kafa sağlam vücutta bulunur" düşüncesinin eğitim yoluyla vurgulanması Cumhuriyet ideolojisinin toplumda yaygınlaştırılması amacına yönelik olmuştur. İnönü'nün Tek Parti Dönemi'ndeki "bir lokma bir hırka" anlayışı ile Demirel'in Adalet Partisi'nin "borç yiğidin kamçısıdır" anlayışı kulüp yönetimlerinde de tartışma konusu olmuştur. 1960'larda ve sonlarına doğru Beşiktaş Jimnastik Kulübü başkanlığı için çekişmekte olan Baba Hakkı [Yeten] ile Adalet Partisi Milletvekili Talat Asal bu iki ekonomik görüşün çarpışmasını kulüp yönetimine taşımışlardır. Bkz. Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 152.

eş deyişle semt, işyeri, okul veya kent kulüpçülüğü, taraftarlarını örgütsel yapı ve ekonomik çıkar anlamında temsil etmemekte, aksine olanları sömürü aracı<sup>100</sup> olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda kulüplerin yönetim ve denetimi de önem kazanmaktadır. Kulüp yönetimlerinin önemli görülmesi ve kulüplerin de bundan yarar sağlamaları, spor kulüplerinin başkanları ve yönetim kurulu üyeleri ile federasyon başkanlarının, dönemin siyasi iktidarına yakın kişilerden seçilmesine yol açmıştır<sup>101</sup>.

1980'lerin ortasına kadar bu eğilim, milletvekili ve bakanların kulüp başkanı olması doğrultusunda olmuştur. 1980'li yıllar ile birlikte "hayırseverler" kulüp yönetimlerindeki yerlerini, tamamen sanayici, işadamı, genellikle de müteahhitlere bırakmışlardır.

Bu da sanayi ve işyerlerindeki başta üretim ilişkileri olmak üzere kültür ve anlayışın kulüp yönetimlerine yerleşmesine neden olmuştur. Ardından spor kulüpleri

---

12 Eylül 1980 sonrası Türkiye'de yapılandırılmaya çalışılan merkeziyetçi ideolojik görüşü desteklemek amacı ile merkeziyetçi yapının başkenti Ankara'nın bir takımı olmaması nedeni Ankaragücü, Türkiye Birinci Futbol Ligi'ne çıkartılmıştır. Yürürlükte olan yönetmeliklerde bazı değişiklikler yapılması Ankaragücü Kulübü'nün Türkiye Kupası'nı kazanması durumunda Türkiye Birinci Futbol Ligi'ne çıkmasını sağlama amacına yönelik olmuştur. Çünkü Ankaragücü bir başkent takımıydı, belli bir ideolojinin taşıyıcısı olmuştur.

<sup>100</sup> İrfan Erdoğan a, **İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş**, Ankara: İmge Kitabevi, 1997, s. 209.

<sup>101</sup> Galatasaray Spor Kulübü Başkanı Ali Tanrıyar (İçişleri Bakanı), Necmettin Sadak (Dış İşleri Bakanı), Cihad Baban (Kültür Bakanı), Sadık Giz (Milletvekili-Dönemin Başbakanı Adnan Menderes'in yeğeni) Milletvekili Seçilenler: Nihat Bedik (İstanbul Milletvekili 1957); Altay'ın kurucusu ve Fenerbahçe Kulübü Başkanı Şükrü Saraçoğlu (Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanı-Başbakan-Adalet Bakanı-Dış İşleri Bakanı), Agah Erozan (TBMM Başkan Vekili), Yönetim Kurulu Üyesi Milletvekilleri: Zeki Rıza, Osman Kavrakoğlu, Firuzan Tekil; Beşiktaş Jimnastik Kulübü Başkanı Recep Peker (Başbakan-Bayındırlık Bakanı), Nuri Togay (Çanakkale Milletvekili); Trabzonspor Kulübü Başkanı Mehmet Ali Yılmaz (Spordan Sorumlu Devlet Bakanı); Bursa Spor Kulübü Başkanı Cavit Çağlar (Devlet Bakanı) Darüşşafaka Kulübü futbolcusu Danyal Akbel Milletvekili, Fenerbahçe Spor Kulübü yöneticisi Ertuğrul Akça Erzurum ve Manisa AP Milletvekili ve AP Genel Başkan Yardımcılığı, Nihat Akpak Milletvekili, Beşiktaş Jimnastik Kulübü Yöneticisi Talat Asal Milletvekilliği ve Bakan, Futbol hakemi Adnan Akın Milletvekili, Galatasaray Spor Kulübü Yöneticisi Abidin Daver Milletvekili, Gençlerbirliği Kulübü Başkanı İsmet Sezgin Devlet Bakanı ve Türkiye'nin ilk Gençlik ve Spor Bakanı [Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 149], Fenerbahçeli Futbolcu Ogün Altıparmak ANAP Kadıköy İlçe Başkanı, Beden Terbiyesi ve Spor Eski Genel Müdürü Yücel Seçkiner ANAP Milletvekili, Ziraat Bankası eski Müdürü Cihan Paçacı DYP Elazığ Milletvekili, Eskişehirspor Başkanı Aydın Begiter ANAP Milletvekili, Gaziantep Milletvekili Ata Aksu Futbol Federasyonu Asbaşkanı olarak görev yapmıştır. Diğer yandan Fenerbahçe Spor Kulübü futbol takımı eski oyuncusu Cemil Turan MÇP Kadıköy Belediye Başkan adayı, Galatasaray Spor Kulübü Başkanı Alp Yalman DYP milletvekili adayı, yine Galatasaray Spor Kulübü Futbol Şubesi Başkanı Adnan Polat da CHP İstanbul Belediye Başkan adayı olarak seçimlere girmişlerdir. Bkz. M. Orhan Bayrak, **Türkiye'yi Kimler Yönetti? (1920-1992)**, İstanbul: Yılmaz Yayınları, 1992; Ergun Hiçyılmaz, **15. Yüzyıldan Günümüze Sporda Ünlüler Ansiklopedisi**, İstanbul: Ekol Basın-Yayın-Tanıtım, 1986, s. 15, 16, 20, 38; **Büyük Futbol Ansiklopedisi**, a.g.e, C. 1, s. 33, 35; Jale Özgentürk, "Politika Virüsü Damarlarında", **Star Gazetesi**, 10 Nisan 2000, s. 8; Aksoy c, a.g.m., s. 331, 342.

siyasi ve mali çıkar sağlamaya çalışanların etkinlik alanı haline gelmiştir. Öte yandan Anadolu kulüplerinin ekonomik yapılarının zora girmesi ve Türkiye Üçüncü Futbol Liginde yer almalarında ısrarcı olmaları, yöre belediye başkanı veya valisinin<sup>102</sup> kulübe sahip çıkmalarını zorunlu hale getirmiştir<sup>103</sup>. 1980'li yıllarda sporda yaşanan bir diğer gelişme de toplumsal ve siyasal yaşam ile ilintili olmuştur. Özellikle sivil toplum kurumlarının gelişemediği, katı siyasal yapıların bulunduğu toplumlarda, toplumsal bağlar erimekte ve bireylerde kitle ruhu uyanmaktadır<sup>104</sup>. Çünkü kitle toplumu içindeki birey, yabancılaşmış, kimliksizleşmiş ve aidiyet arayışı içinde girmiştir. Bu nedenle spor, 1980'lerden sonra Türkiye'de askeri yönetimin biraz da olsa teşvik edici politikalarıyla kitlelerin ruhunu okşayacak bir sosyal etkinlik olarak hızla yayılmıştır. Bu bağlamda Türkiye'de sporun gelişmesi ile sivil toplum olgusunun geçerliliğini yitirmesi ve kitle toplumuna dönüşmesinin aynı döneme rastlaması şaşırtıcı değildir.

1980'lerden sonra Türkiye'de kimi ekonomik gelişmelere karşın toplumsal eşitsizlikte artışlar yaşanmış ve kimi kültürel ve toplumsal değerlerin ortadan kalktığı gözlemlenmiştir. Güneydoğu sorunu, İslami ve Milliyetçi hareketlerde yoğunlaşma sonucu Türk hükümetleri Batı Avrupa'ya daha da yaklaşmıştır. Toplumsal şizofreni semptomları biçiminde yansıyan ulusal kimlik krizi bu dönemde baş göstermiştir. Yine bu dönemde Türk futbolu da Avrupa ile ilişkilerini yoğunlaştırmış, geçmiş dönemlere oranla başarılı olmaya başlamıştır. Bu nedenle futbol, ulusal kimlik krizinin, Doğu ve Batı, Ulusal ve Uluslararası gerilimin, en belirgin olarak gözlemlendiği alan olarak belirmiştir<sup>105</sup>.

<sup>102</sup> Kimi belediye başkanları ve valiler, kulüp yönetimlerinde öylesine etkin olmuşlardır ki kamuoyu onları yerel ve mülki idari unvanları ile değil, kulüp başkanlığı unvanları ile tanımaya başlamıştır. Sefa Sirmen, Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanlığı ile değil Kocaelispor Kulübü Başkanlığı ile, Celal Doğan, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanlığı ile değil Gaziantep Spor Kulübü Başkanlığı ile, Mahmut Yılbaş, Van Valiliği ile değil, Van Spor Kulübü Başkanlığı ile yerellik sınırını aşarak ulusal boyutta tanınmaya başlamışlardır..

<sup>103</sup> Türkiye Üçüncü Futbol Ligi'nde yer alan toplam 8 grupta mücadele eden 94 takımdan 20'si il ve ilçe belediyelerinin desteği ile yaşmalarını sürdürebilmektedir. Bu anlamda Türkiye İkinci Futbol Ligi'nde yer alan Ankara Büyükşehir Belediyespor, Türkiye Üçüncü Futbol Ligi'nde yer alan AGO ve ASKİ takımlarını finanse eden Ankara Büyükşehir Belediyesi birinci konumdadır. [Ankara Büyükşehir Belediyesi taekvondodan güreşe, buz pateninden hentbole kadar bir çok spor dalında takıma sahiptir.] Ankara Büyükşehir Belediyesini Türkiye İkinci Futbol Ligi'nde yer alan Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Türkiye Üçüncü Futbol Ligi'nde yer alan GASKİ'yi finanse eden Gaziantep Büyükşehir Belediyesi izlemektedir. Bkz. Hürkan, a.g.e., s. 80.

<sup>104</sup> Çaha, a.g.m., s. 17.

<sup>105</sup> Kozanoğlu, 1999, a.g.m., s. 118-119.

Öte yandan uluslararası düzeyde kazanılan futbol başarıları, Türkiye'yi Avrupa Topluluğu'na kabul etmeyen Avrupalılara, Türkiye'nin Avrupa Takımı olduğunu ve onlar ile aynı ligde bulunması gerektiğini dikte ettiren bir söyleme dönüşmüştür.

Kendi sporcu kimliğinden çok kolektif bir kimliğe sahip olarak görülen sporcular da bu başarıların bir parçası olarak görülmüş, yurtdışı takımlara transfer edilmeleri halinde bir başarı kazanılmış gibi gösterilmiştir.<sup>106</sup> Sporun ulusal prestiji artırma amacı ile kullanımı günümüzde milliyetçi söylemlere araç olma ve ulusal bir katarsis yaratma noktasına varmıştır<sup>107</sup>.

Spor günümüzde sahip olduğu çoklu amaçlı yapısı, barışçı ve dostane görünümü, ulaşılmış olduğu yaygınlığı ve etkinliği ile toplumsal, kültürel ve ekonomik olduğu gibi politik anlamda da birçok işlev vermektedir. Bu nedenle de spor Fişek'in deyişi ile bağımsız değildir ve "politikanın içgüveysidir", "Spora siyaset karıştırılmaz. Siyaset ... işine geldiğinde spor yapar, yaptırır"<sup>108</sup>. Ancak bu noktada sporun sahip olduğu politik

<sup>106</sup> Galatasaray Spor Kulübü'nün eski futbolcusu Hakan Şükür ve Arif Erdem ve Teknik Direktörü Fatih Terim'in yurtdışına transfer edilmesi Avrupalı olmanın bir ölçütü olarak kabul edilmiştir. Fatih Terim'in İtalya'nın Fiorentina Spor Kulübü'ne teknik direktör olması, Prof. Dr. Asaf Savaş Akad tarafından mutluluk duyulan bir beyin göçü, Prof. Dr. Nilüfer Göle tarafından ise Avrupalı-Türk modelinin ortaya çıkışı olarak yorumlanmıştır. Ali Kırca da, Galatasaray Spor Kulübü'nün Romen futbolcusu Adrian Bucurel Ilie'yi İspanya'ya transfer edilmesini "Biz giremesek de Ilie'yi gönderdik Avrupa'ya" biçiminde değerlendirmektedir. Bkz. "Fatih 'İmperatore' Olur", **Sabah Gazetesi**, 1 Haziran 2000, s. 18; Ali Kırca, **Futbol Hayattır**, İstanbul: Can Yayınları, 2000, s. 135.

<sup>107</sup> Spor sahalarındaki milliyetçilik söylemi öylesine yoğun bir biçimde kullanılmaktadır ki söylem artık anlam ve işlevini aşarak popülerleşmiş ve vulgarlaşmıştır. 1990'lı yıllardan önce reklam sloganları ve popüler kültür ürünü arabesk ve pop şarkıları tezahüratlara uyarlanırken, 1990'lı yılların sonlarına doğru Türk stadyumlarında, uluslararası veya ulusal karşılaşmalarda İstiklal Marşı'nın kora halinde söylenmesinin yanı sıra daha önce üretilmiş olan anti-PKK sloganları uyarlanarak kullanılmaktadır. Diğer yandan "Türkün Türk'ten başka dostu yoktur" söylem ve anlayışının yaygın bir biçimde dolaşımında olduğu Türkiye'de her uluslararası karşılaşma öncesi ulusal marşın söylenmesi bir ritüele dönüşmüş, karşılaşmada galip gelinmesi durumunda ise Türk ve MHP bayrakları ile "sokak kutlamaları" yapılmıştır. Galatasaray Spor Kulübü ile İngiliz Leeds United futbol takımlarının karşılaşmasını izlemek üzere gelen İngiliz taraftarlar ile Türk taraftarlar arasında 5 Nisan 2000 tarihinde İngiliz taraftarların aşırı alkollü olmaları ve Türk bayrağına hakaret etmeleri nedeni ile çıktığı ileri sürülen ve 3 İngiliz taraftarın yaşamını yitirdiği olaylar da sporun milliyetçi söylemler açısından ne denli verimli bir saha olduğunu göstermektedir. Ancak söz konusu edilen söylemin resmi ideoloji haline gelmiş olması ve kaçınılmaz olarak spor alanında var olup, buradan beslenmesi, taraftarların bu söyleme eklenmesinde asıl dinamiği oluşturduğu saptaması hatalı olmayacaktır. Ayrıntılı bilgi için Bkz. Tanıl Bora, "Tanrı Türkü Korusun ve Şampiyon Yapsın! Tribünlerde Milliyetçi Tezahürat ve Ülkücü Eylemliliği", **Birikim**, Kasım 1993, S. 55, s. 29; Bora ve Erdoğan, a.g.m., s. 239; Ragıp Duran, "Futbolükürdi", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 255.

<sup>108</sup> Kurthan Fişek, "Sporun Şanı Ülkemin Gururu (1)", **Hürriyet Gazetesi**, 17 Eylül 2000a, s. 23; Kurthan Fişek, "Sporun Şanı Ülkemin Gururu (2)", **Hürriyet Gazetesi**, 19 Eylül 2000b, s. 16; Kurthan Fişek, "Siyaset Spora Karışmaz Siyaset "Spor" Yapar", **Hürriyet Gazetesi**, 18 Ekim 1998b, s. 28.

işlevlerin büyük ölçüde sporun niteliklerinden kaynaklanan nedenlerle ona yüklenildiği de belirtilmelidir.

### 3.3.2. Uluslararası politik amaç ve işlevleri

Yukarıda sıralanan ve ulusal politikaya yönelik olan işlevlerin yanı sıra spor, uluslararası bağlamda da politik işlevlere sahiptir.

Günümüzde spor, sahip olduğu eşitlik mitleri, barışçı ve dostane olması, belli kural ve organizasyonlara bağlanması gerekliliği gibi gerekçelerden ötürü, evrensel bir olgu<sup>109</sup> haline gelmiştir. Sporun evrensel olmasını sağlayan bir diğer neden de genelde spor, özelde ise futbolun, ulus devletlerin çoğu zaman uluslararası ilişkilerde çözümleyemedikleri ekonomik, askeri ve diplomatik sorun için mücadelelerinin sürdürüleceği bir alan<sup>110</sup> olarak görülmesidir. Bu nedenler, spora evrensellik özelliği katmasının yanı sıra sporun sürekliliğini de sağlamıştır<sup>111</sup>.

Sporun uluslararası boyutta bir mücadele alanı olarak kullanılmasında sporcular, normatif anlamda tam zıttı olması gerekirken çoğu zaman sahip olmaları gereken sporcu kimliklerinden uzaklaşarak, ulusal kimliklerin bir taşıyıcısı ve o an mevcut olan politik ve ideolojik söylemin bir aracı konumuna gelebilirler<sup>112</sup>.

<sup>109</sup> Fransa Stratejik ve Uluslararası İlişkiler Enstitüsü Müdürü Pascal Boniface'in "Futbolun stratejik önemini kimse reddedemez. Futbol dünyanın en evrensel olaylarından biridir. Demokrasiden piyasa ekonomisinden daha evrensel. g[G]erçek anlamda sınır tanımayan tek şey. Bugün b[B]irleşmiş Milletlerin 186 üyesi var, FIFA'nın ise 198..." şeklindeki sözleri, spor ve uluslararası spor organizasyonlarının, Birleşmiş Milletler örgütünden daha evrensel olduğu gerçeği kanıtlamaktadır. Bu iki rakamın ortaya çıkardığı bir başka sonuç ise sporun daha birleştirici olduğu değil, uluslararası alanda mücadele için daha etkili ve kolay bir yol olduğudur. Bkz. İsmail Doğan c, "Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhü ve Şiddet", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, s. 84.

<sup>110</sup> Ayşe Atalay, **Spor Gazeteciliği**, İstanbul: Filiz Kitabevi, 1998, s. 19, Gökdemir, a.g.m., s. 30.

<sup>111</sup> Sporun ulus devletlerin ekonomik, askeri ve diplomatik mücadelelerini taşıdıkları bir alan olarak ortaya çıkması uzun yıllar öncesine dayanmaktaysa da, 1936 yılında Hitler Almanyasında düzenlenen Olimpiyat Oyunlarında sporun, özellikle de uluslararası spor organizasyonlarının, ideolojilerin sergilendiği bir vitrin görevi görmesi ve dışarıya taşınmasında, uluslararası platformda propagandasının yapılmasında ve imajının yükseltmesinde önemli ve etkin bir araç olarak kullanılması, Olimpiyat Oyunlarının gelenekselleşerek süreklilik kazanmasına, sporun da bu amaçlarla kullanımının yolunu açılmasına neden olmuştur. Bkz. Simson ve Jennings, a.g.e., s. 100; Sage, a.g.e., s. 79.

<sup>112</sup> Real Madrid futbol takımının 1956-60 yılları arasında İspanya dışında yaptığı karşılaşmalarda başarılı sonuçlar alması, birçok yeri dolaşarak insanları hayretler içinde bırakması aynı dönemde hüküm süren



Galeano'nun "Bir futbolcunun oyun stili yaşam ta tarzının kendisidir; bir toplumun görüntüsünü yansıtır, dış hatlarını belirler, onu öbürlerinden ayırt eder."<sup>113</sup> şeklindeki düşüncesi, sporun uluslararası alanda da kimlik sağlama ve aidiyet duygusu verme gibi işlevleri verdiğiine işaret etmektedir.

Özellikle gelişmekte olan ve azgelişmiş uluslar, kendilerini spor aracılığıyla ifade etmekte, ekonomi, uluslararası politika, teknoloji, sanat, bilim ve teknoloji gibi alanlardaki yenilmişliğin acısını sporda kazanılacak başarılar ile çıkarmaya çalışmaktadırlar<sup>114</sup>.

Öte yandan sporun uluslararası politik işlevlerinden bir diğerini de etnik, sınıfsal ve cinsiyet ayrımını yeniden üretmesine karşın bu ayrımıyla karşılaşanların tepki vermesi<sup>115</sup> için uygun bir mecra oluşturmasıdır.

Sporun ulusal ve uluslararası politik alanda böylesine etkin bir rol oynaması, denetim altına alınması gereğini gündeme getirmiştir. Aksi takdirde spor çoklu amaçlı yapısından ötürü farklı ulusların farklı çıkarları doğrultusunda işlev verebilecek bir araca dönüşecektir. Bu nedenle de uluslararası spor olaylarına veya organizasyonlarına

---

Franco diktası için "benzersiz bir gezgin elçilik" yapmasını da sağlamıştır. Benzer bir biçimde 1978 yılında Arjantin'de düzenlenen Dünya Kupası Arjantin'de yönetime el koymuş olan ve tüm dünya basınında eleştirilen Arjantin diktasının yardımına koşmuştur. FIFA Başkanı Havelange, "Sonunda dünya Arjantin'in gerçek görüntüsünü görme fırsatı bulacaktır" demiştir. Oysa gerçek açıklanan gibi olmamıştır. Arjantin'de ortadan kaybolan binlerce insan konuşulmuş, Kupa için gelen yabancıların görmemesi için yol kenarlarına duvarlar örülmüş ve üzerleri şekillendirilmiş, gettolar başka yerlere taşınmıştır. Simson ve Jennings benzer olayların yine benzer amaçlar doğrultusunda 1988 yılında Seul'de düzenlenen Olimpiyat Oyunlarında da yaşandığını söylemektedirler. Ayrıntılı bilgi için Bkz. Oktay Gökdemir, "Bir Politik Söylem Aracı Olarak Futbol", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, s. 30; Galeano, a.g.e., s. 48; Simson ve Jennings, a.g.e., s. 164-182.

<sup>113</sup> Galeano, a.g.e., s. 264.

<sup>114</sup> Söz konusu edilen tepki sadece kendi uluslarının taraf olduğu bir karşılaşma ile sınırlı olmamaktadır. Karşıt olarak görülen ulusun, ulusal veya kulüp düzeyinde herhangi bir karşılaşması diğerlerinin tepki ve iddiaları için bir mecra oluşturmaktadır. Galatasaray Spor Kulübü futbol takımının İngiltere'de Manchester United ile yaptığı ve 3-3 biten karşılaşmanın ardından İngiltere'deki İrlanda pubları ayağa kalkmış, İrlanda sokaklarında Galatasaray lehine gösteriler yapılmıştır. İrlandalılar ve Türklerin aynı paydada buluşturan neden her iki ulusun da ezilenler dünyasının birer üyesi bulunmaları ve Galatasaray Spor Kulübü'nün onlar adına da intikam alması olmuştur. Bkz. Kağan Güner, "Entellektüeller Alt Kata", **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, s. 25.

<sup>115</sup> 1968 yılında düzenlenmiş olan ve ilk kez uydudan canlı olarak yayınlanan Meksika Olimpiyat Oyunlarında Smith ve Carlos adındaki iki siyah atlet Amerika'daki ırk ayrımını madalya töreninde protesto etmişlerdir. 200 metre koşusunda madalya alan iki Amerikalı atlet, madalya töreninde siyah eldiven giymişler ve yumruklarını havaya kaldırarak, ülkelerinde yapılan ırk ayrımını tüm dünyaya duyurmuşlardır. Bkz. Simson ve Jennings, a.g.e., s. 110; "Olimpiyat Oyunları", **Focus**, 4 Nisan 1996, S. 4, s. 28.

katılmama veya bir başkasını katılmaktan men etme, uluslararası diplomasiinin cephaneliğinde sürekli kullanılan bir silah halini almıştır<sup>116</sup>.

Daha önce de yer verildiği üzere spor, spor kişilikleri ve spor örgütlenmeleri ileti taşımakta ve doğal olarak da politika taşıyıcıları olmaktadır. Ancak global değişimler ve politikalar için kullanılacak olan araç yine politikanın kendisi gibi global ölçekte olmak zorundadır.

Günümüzde UOK en yaygın ve bilinen uluslararası kuruluşların başında gelmektedir. UOK uluslararası bağlamda diğer örgütlerden daha etkili değişimler sağlamaktadır. Söz konusu edilen etkinin en somut örneği amatörlüğün ortadan kalkmasında gözlemlenmiştir. UOK'nin de katkıları ile amatörlük olumsuz en azından gereksiz olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. 1970'li yıllarda amatörlüğün en katı savunucularından olan UOK, daha sonra anlaşılmaz bir biçimde amatörlüğü savunmaktan kaçınır olmuştur<sup>117</sup>.

Günümüzde sporun etkin ve yaygın bir konumda olması kuşkusuz sporun yukarıda aktarılmaya çalışılan işlevlerden kaynaklanmaktadır. Toplumsal bir kurum haline gelen, etkinliği ve yaygınlığı ile sadece kitlelerin ilgisini çekmekle kalmayıp, var olan iktidar ilişkilerinin sürdürülmesi nedeni ile ekonomi ve politika elitinin etkinlik alanlarından biri haline gelen spor, bir gerçekliğe, ancak çok amaçlı yapısı nedeni ile kimi zaman çarpıtılmış bir gerçekliğe dönüşmüş durumdadır. Bu da kavramsal içeriği, sahip olduğu çoklu amaçlı, barışçıl ve birleştirici, politikadan uzak, hem yerel hem de evrensel olabilen yapısı ile üstlenmiş olduğu ve ona yüklenmiş olan toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik amaç ve işlevler ile kaçınılmaz olmuştur.

<sup>116</sup> Rowe, 1996a, a.g.e., s. 205. ABD, 1980 yılında SSCB'de düzenlenmiş olan Moskova Olimpiyat Oyunlarını, Rusya'nın Afganistan'ı işgal etmesini gerekçe göstererek boykot etmiş, ardından SSCB de 1984 yılında Los Angeles Olimpiyat Oyunlarını güvenlik önlemlerinin yetersizliğini gerekçe göstererek boykot etmiştir. Her iki ülkenin siyasi ve ekonomik blokları temsil ediyor olmaları, diğer ülkelerin de boykotları izlemesine neden olmuştur. Ancak ABD'nin boykot ettiği Moskova Olimpiyat Oyunları'nda bir ABD kökenli, uluslararası bir marka olan Coca Cola'nın ürünlerinin satılmış olması, sporun uluslararası politik işlevlerinden çok ekonomik işlevlerinin ne denli etkin olduğunu göstermektedir. Ayrıntılı bilgi için Bkz. Simson ve Jennings, a.g.e., s. 61.

<sup>117</sup> UOK'ne benzer işlev ve görevler FIFA'ya da yüklenmektedir. Jean Marie Faustin de Godefroid Havelange, 1974 yılında FIFA Başkanlığına seçildiğinde gazetecilere verdiği demeçte "Ben buraya futbol adı verilen ürünü pazarlamaya geldim" demiştir. Havelange'nın başkan seçildiği dönemde Liberal düşüncenin yaygınlaşmaya başlaması rastlantısal değildir. Göreve gelmesinden 20 yıl sonra New York'ta işadamlarının düzenlediği bir toplantıda dünya futbolunun yıllık cirosunun 225 milyar dolara ulaştığını açıklayan Havelange, bu rakamı, dünyanın en büyük şirketlerinden biri olan General Motors'un 1993 yılında elde ettiği 136 milyar dolarlık cirosu ile karşılaştırarak övünmüştür. Gerçekten de Havelange görev yaptığı dönem içerisinde Liberal düşüncüyü, dünyanın en popüler sporuna yerleştirmiş ve futbolu en etkin biçimde pazarlamıştır. Bkz. Galeano, a.g.e., s. 177, 180.

## İKİNCİ BÖLÜM SPOR BASINI, TARİHÇESİ, İÇERİK, AMAÇ VE İŞLEVLERİ

Bu bölümde spor ve basın ilişkisi, bir iletişim kanalı olarak spor basını, spor basını tarihçesi, spor basınının amaç ve işlevleri, spor basınında işlenen konular, spor basını çalışanına ve okuru genel hatları ile incelenmeye çalışılacaktır.

### 1. SPOR VE BASIN İLİŞKİSİ

Günümüzde ulaştığı nokta gereği, basın toplumsal bir kurum haline gelmiş, toplumsal yapı ve yaşam için ayrılmaz bir parça olmuştur. Basınının böylesine öneme sahip olması, kuşkusuz taşıdığı özellik ve yerine getirdiği işlevlerden kaynaklanmaktadır. Haber verme, bilgilendirme, kamuoyu oluşturma veya oluşturmada olan kamuoyunu duyurma, eğlendirme gibi yaşamsal işlevleri yerine getiren basınının konusu insan ve insan ile ilgili tüm olay, olgu, konu ve sorunlardır. Bu da basınının yaşamsal öneme sahip olmasında etkin bir role sahiptir.

Spor ve basın arasındaki ilişki öncelikle toplumsal birer kurum olmalarından kaynaklanmaktadır. Anımsanacağı gibi toplumsal kurum ve kuruluşlar, karşılıklı ilişki ve etkileşim içinde olmaktadır. Bu nedenle de spor ve basın farklı boyut ve yapılarda biraraya gelmekte ve birlikte olmaktadır.

Spor ve basın arasındaki ilişki, kaçınılmazlık boyutundadır. Söz konusu edilen ilişkinin kaçınılmaz nitelikte olması öncelikle birbirlerine sağladıkları karşılıklı yararlıardan kaynaklanmaktadır. Spor gibi milyonlarca bireyin bir biçimde ilgisini çeken, onları peşinden koşturan, toplumsal bir olgu ve kurum haline gelmiş olan bir konunun, basın için içerik veya haber malzemesi olmaması olanaksızdır. Çünkü basın toplumun ilgi duyduğu, ilgilendiği olay ve olguları haber ve yorum olarak topluma

gazetelerinin konusu olduğunu söyleyen Demirkent, spor haberciliği konusunda başarılı olarak kabul edilen yayın organlarının kendilerini fikir gazetesi tanımladıklarını<sup>121</sup> ifade etmektedir. Demirkent'in bu saptaması günümüzde sporun basının hangi türü için olursa olsun önemli bir hale geldiğini, bu bağlamda da spor basının ne denli etkin ve yaygın olduğuna işaret etmektedir.

Ulusal basın öncelikli olarak varolan okur sayısının korunmayı ardından da yeni okurlar kazanarak tirajın arttırmayı amaçlamaktadır. Basının sporu konu ve içerik olarak işleme, basının tiraj koruma ve diğer yayın organlarından okur çekebilmesinin yanı sıra yeni bir okur kitlesi yaratma gücüne de sahip olmasını da sağlamaktadır. Çünkü basının konu edindiği spor, özellikle genç kuşağın ilgi alanını oluşturmakta ve bu nedenle de genç kuşak, basın için yeni bir okur kitlesi olmaktadır.

Spor, konu sıkıntısı içinde olan, her gün yeni konular bulmak zorunda olan basın için etkili ve verimli bir alan oluşturmaktadır. Spor konularının gündemin bir maddesi olması, haberin devamlılığı ilkesine uygun düşmesi ve izleyen bir çok haber ve yorumu üretmesi, sporu basın açısından önemli kılmaktadır.

Öte yandan televizyon başta olmak üzere diğer kitle iletişim araçlarının da spora yer vermeye başlamaları basının da spora daha ağırlık vermesine neden olmuştur. Basının sahip olduğu okurları kaybetmemek amacı ile spora önceki dönemlerden daha fazla yer vermesi, spor ile basın arasındaki ilişkinin önemli nedenlerinden biri sayılabilir.

Öte yandan basın, sporun heyecanından ve kitleleri peşinden sürükleyen niteliklerinden yararlanarak, etik anlamda da tek olması gereken gelir kaynağı reklamverenleri cezbetmeye çalışmaktadır. Bu nedenle sporun kitle iletişim araçlarında yer alış biçim ve hacmi gün geçtikçe artan bir eğilim göstermektedir. Çünkü toplum gibi, reklamverenler de sporun sadece yayına konu olan bölümü ile ilgilenmekte ve dolayısıyla da kâr sporun söz konusu edilen bu bölümünde oluşmakta, Erdoğan'ın ifadesi ile "sporun izlenmesi yoluyla seyircilerin ilgi ve dikkati satılmaktadır"<sup>122</sup>. Bu bağlamda basın da spora yer vererek, tecimsel anlamda yarar sağlamaktadır.

<sup>121</sup> Nezh Demirkent, *Sayfa Sayfa Gazetecilik*, İstanbul: Altın Kitapları Yayınevi Altın Kitaplar Matbaası, 1982, s. 152.

<sup>122</sup> İrfan Erdoğan a, *Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim*, İstanbul: Analiz Basım Yayın Tasarım Uygulama Ltd. Şti. , 1995, s. 197.

İşleyişte, her ne kadar spor ile ilgili haber, yorum ve bilgi yayıcı bir aygıt olarak görülse de, sporu konu ve içerik olarak işleyen basın kesin bir biçimde spor söylemine dayanmak durumundadır. Basının spor söylemine dayanması, bu söylemden etkilendiği ve bu söylemi etkilediği gerçeğini de ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle basın, spor söylemini etkileyen ve hatta günümüz koşulları altında spor söylemini biçimlendiren<sup>123</sup>, spor kurumunun merkezi ve yaşamsal bir ögesi<sup>124</sup> haline gelmiştir.

Günümüzde kitle iletişim araçlarının, sporu yoğun bir biçimde konu ve içerik olarak işlemesi, spor olaylarını satın aldığı, kontrol ettiği, spora yön verdiği ve biçimlendirdiği<sup>125</sup> yönünde bir kanının doğmasına neden olmuştur. Bir sonraki aşamada, sporun kitle iletişim araçlarına bağımlı olması yönünde şekil değiştiren bu kanı, sporun basında konu ve içerik olarak işlenmesinden, eş deyişle de basın ile ilişkisinden elde ettiği yarara işaret etmektedir.

Sporun kitle iletişim araçlarında yer alma hacmi ve süresi ile sporun elde ettiği gelir doğru orantılı bir biçimde artmaktadır. Bu noktada kimi spor dalları ve takımları sadece kitle iletişim araçlarında, konu ve içerik olarak yer bulduğu için sponsorluk alabilmekte, gelir sağlayabilmekte veya gelirlerini artırabilmektedirler<sup>126</sup>.

<sup>123</sup> Rowe 1996a. a.g.e., s. 253-254.

<sup>124</sup> 26 teknik komisyonu bulunan ve bu teknik komisyonların raporları ile bir sonraki Olimpiyat Oyunlarını şekillendiren Uluslararası Spor Yazarları Derneği (AIPS) Eski Başkanı Frank Taylor, düşüncelerini "Olimpiyat oyunlarının hazırlık ve organizasyon aşamasında AIPS'in önemli bir rolü olduğuna inanıyoruz. ... bizim, insanları etkilemek ve olimpizm ideallerini yayarak dünyayı daha iyi bir hale getirmek dışında hiçbir gücümüz yok." şeklinde belirterek, basının gücüne ve bu gücün kaynağına dikkat çekmektedir. Bkz. Frank Taylor a, **Olimpizm ve İnsan Semineri 22-23 Mayıs 1991 Ankara**, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], s. 33.

<sup>125</sup> Eldon. E. Synder ve Elmer A. Spreitzer, "Sports and The Mass Media", **Sport in Contemporary Society An Anthology**, (Ed. Stanley Eitzen), Second Edition, New York: St. Martin's Press, 1984, s. 286; David Halberstam, "Professional Basketball, Commercialism, The Media, and Change", **Sport in Contemporary Society An Anthology**, (Ed. Stanley Eitzen), Second Edition, New York: St. Martin's Press, 1984, s. 299; Coakley, a.g.e, s. 279-282; Eldon. E. Synder ve Elmer A. Spreitzer, **Social Aspects of Sports**, N.J.: Prentice-Hall, 1983; Wolfe, O'Sullivan ve Meenaghan, 1996, a.g.m., s. 203.

<sup>126</sup> Beşiktaş Jimnastik Kulübü başkanı Serdar Bilgili, kulüp gelirlerinin 1/3'nün ticaret, 1/3'nün stad ve saha gelirleri, 1/3'nün televizyon yayın hakları olması gerektiğini ancak Türkiye örneğinde kulüp gelirlerinin yarısının diğer ticaret, saha ve stad gelirlerinden elde edilirken yarısının da televizyon yayın haklarından sağlandığını belirtmektedir. 1998-1999 Futbol Sezonu'nda 9.5 milyon dolarlık yayın gelirine sahip olan Galatasaray Spor Kulübü, futbol takımının UEFA Kupası ve Süper Kupa'yı kazanmasının ardından yayın gelirlerini 2000-2001 futbol sezonunda 18.5 milyon dolara yükseltmiştir. Galatasaray Spor Kulübü'nün sahip olduğu 18.5 milyon dolarlık yayın gelirine karşın FC Barcelona'nın 65 milyon dolar, Juventus'un 45 milyon dolar, AC Milan'ın 45 milyon dolar, Real Madrid'in 45 milyon dolarlık yayın gelirleri bulunmaktadır. Bkz. "Meşin Yuvarlak Para Basıyor", a.g.yz., s. 17; Cüneyt Uzunogulları, "Cimbom Avrupa Vitrinine Zayıf Mali Karneyle Çıktı", **Finans Hürriyet Gazetesi Eki**, 26 Kasım 2000, s. 8.

Öte yandan basının sporu konu ve içerik olarak işleme, hangi spor dalı ile ilgili olursa olsun, toplumu o spor dalı ile ilgili bilgilendirme, haberdar etme amacı taşımaktadır. Bu da spor dalının etkin veya edilgen katılımcılarının sayısının artırılması, sonraki kuşaklara bu spor dalı ve kültürünün aktarılması için yaşamsal önem taşımaktadır. Özellikle edilgen katılımcı sayısı yüksek olan spor dallarının, daha fazla sponsor buldukları ve daha yüksek yayın hakkı aldıkları anımsandığında, basının spor dalı ile ilgili bilgi ve haber vererek tanıtımını yapmasının önemi bir kez daha ortaya çıkacaktır.

Basının sporu sadece karşılaşma duyurusu, hazırlıkları veya sonuçları bağlamında işlemeyip, alt yapıdan, eğitimine, sağlıktan tesise kadar çok geniş bir yelpazede konu edinmesi sporun ve sahip olduğu olanakların gelişmesi, sorunlarının giderilmesi adına büyük önem taşımaktadır. Basının kamuoyu oluşturma veya oluşmakta olan bir kamuoyunu duyurma işlevi, varolan veya gelecekte varolması olası sorunları duyurması, spor yönetiminden sorumlu olan politika eliti ve bürokrasinin harekete geçmesini sağlamaktadır. Bu da sporun sorunlarını çözümüne yardımcı olduğu gibi sahip olduğu olanakların da gelişimini sağlamaktadır.

Spor ve basın arasındaki ilişki ve gerekçelerin genel hatları ile belirtilmesinin ardından spor basını nedir sorusunun yanıtının aranması yararlı olacaktır.

## 2. BİR İLETİŞİM KANALI OLARAK SPOR BASINI

Bu başlık altında kavram ve süreç olarak spor basınının özellikleri, bireysel/toplumsal yaşam açısından gereklilikleri sıralanarak, ayrıntılı ve kapsayıcı bir spor basını tanımı yapılmaya çalışılacaktır.

Günümüzde spor, kağıda basılı olması ön koşulu ile, ulusal gazetelerin spor sayfalarında, ulusal gazetelerin verdiği hafta sonu, kadın, bölge gibi eklerde, çeşitli dergilerin spora ayrılan bölümlerinde, bağımsız spor gazeteleri ve dergilerinde, spor basını biçiminde, bunların dışında ise çeşitli kurum ve kuruluşlarca yayımlanan broşür

ve bültenlerde işlenmektedir. Günümüzde internet ortamında oluşturulan web sayfalarında da spor olgusu işlenmektedir<sup>127</sup>. Spor basını, genel olarak “spor haberlerine yer veren basın türü” biçiminde tanımlanabilse de spor basınının okuyucusuna sadece haber sunmaması bu tanımın özde doğru, ancak eksik olmasına ve daha ayrıntılı bir tanıma gereksinim duyulmasına yol açmaktadır.

Spor basını, haberin yanı sıra, habere konu olan olay, olgu veya nesne ile ilgili, haberleri bütünleyici ve farklı bakış açıları getiren yorumların yanı sıra haber ve yorumu desteklemek amacı ile fotoğraf, grafik, karikatür, tablo, grafik, info-grafik gibi görsel malzemeleri de kullanmaktadır. Spor basını, konu ve içerik olarak sadece spor olgusunun belli tür, yön ve boyutları ile değil, tüm türleri, yönleri ve boyutları ile ilgilenmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda spor basını; “Konu ve içerik olarak tüm tür, boyut ve yönleriyle spor ile ilgili, spor basını çalışanlarınca hazırlanmış olan haber, yorum, araştırma inceleme gibi yazılı ürünlerin yanı sıra fotoğraf, grafik, info-grafik gibi görsel malzemeleri de bu amaç doğrultusunda kullanarak, hedef kitlesi haberdar ederek bilgilendiren, (geleneksel gazete boyutu olarak da bilinen 57cmX82cm boyutlarında) günlük olarak yayınlanan basın” olarak tanımlanabilir.

Spor basını, diğer basın türleri ile kıyaslandığında kimi farklılıklara sahiptir. Öncelikle spor basını ciddi ve bilgilendirici niteliklere sahip olarak görülmemektedir. Yurtdışında, özellikle ABD’de eğitimsizlerin [lowbrow] kültürü olarak spora yüklenen başat statü nedeni ile spor basını, günlük gazetelerin spor bölümleri veya yayın istasyonları, diğer gazeteciler tarafından Oyuncak Bölümü [Toyland] olarak nitelendirilmektedir. Benzer bir yaklaşımla, spor haberleri de “yumuşak” haber veya eğlence olarak görülmekte ve bu yaklaşım gelenekselleşmekte<sup>128</sup>, gazeteciliğin meşru bir

<sup>127</sup> Ahmet Yalçın Kaya a, “Dünya’da ve Türkiye’de Basının Gelişimi ile Türk Basınında Sporun Haber Öğeleri Açısından İncelenmesi Kavram ve Kapsam Açısından Uygulamalı Bir Çalışma”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996, s. 184-185.

<sup>128</sup> Josef Hackforth, “Sport Journalisten: National vs International - Spor Yazarı Profiline İlişkin Bir Araştırma: Ulusal ve Uluslararası Düzeyler”, Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği’nce düzenlenen **Uluslararası “Spor ve Medya” Sempozyumu**’na sunulan bildiri, Manisa: 28 Ocak 2000; Pamela J. Creedon, “Women in Toyland: A Look at Women in American Newspaper Sports Journalism”, **Women, Media and Sport Challenging, Gender, Values**, (Ed.: Pamela J. Creedon), California: Sage Publications Inc., 1994c, s. 68. Creedon. bu nedenle iletişim akademisyenlerinin spor gazeteciliği ile ilgili araştırmalar yapmayı akademi tarafından ciddi kabul edilmeyeceğini düşünmüş olabileceğine işaret etmektedir.

uzmanlık alanı<sup>129</sup> olarak kendilerini haklılaştırması talep edilmektedir. Olumsuz kimi önyargıların öznesi olarak görülse de, spor basınının, uygulamada çok farklı bir konum ve nitelikte olduğu ortaya çıkmaktadır. Günümüzde Türk Basınının içinde bulunduğu koşullar göz önüne alındığında, spor basınının sürekli ve hiç de azımsanmayacak bir satış rakamına<sup>130</sup> sahip olduğu ileri sürülmektedir.

Öte yandan doğası gereği sürekli hareket, canlılık, disiplin, plan, strateji gibi niteliklere sahip olan sporu konu olarak işleyen spor basını, spor gibi devingen, canlı bir yapı ve işleyişe sahip olmak, kendi işleyişine uygun belli planlar ve stratejiler geliştirmek durumundadır.

Spor basını, okuyucu kitlesine sunacağı içeriğin hazırlanmasında, diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha geniş bir zamana sahiptir. Bu nedenle spor tüketicileri olayları radyo ve televizyondan duymaya daha istekli iken, spor etkinliği sonrası ayrıntılı bilgileri, yorumları ve görüp dinleyemediklerini gazeteden okuma eğilimindedirler<sup>131</sup>. Okuyucuların, spor etkinliği sonrası, haber ve yorumları için spor basınına tercih etmeleri, spor basınının etkinlik ve güvenilirlik bakımından diğer kitle iletişim araçlarından daha önde olduğunun bir kanıtı olarak kabul edilebilir.

Spor basını, teknolojik anlamda da diğer basın türlerinden daha iyi koşullara sahip olması nedeni ile daha ileri bir konumdadır. Teknolojik gelişmelerin, basın alanında en yaygın ve etkin kullanımı spor basınında yaşanmaktadır. Spor basını, kendi sektörü ile ilgili teknolojik gelişmelerin tümünü şaşırtıcı bir uyumlama ile kendi bünyesine aktarmaktadır. Diğer basın dalları ile karşılaştırıldığında, spor basının sahip olduğu bir diğer farklılık ise haber takibi ve habere ulaşma anlamında tanınan olanaklardır. Günümüzde spor basını, ulusal veya uluslararası nitelikteki tüm spor etkinliklerine katılmak için gerekli ekonomik<sup>132</sup> ve teknolojik olanaklara sahiptir.

Öte yandan spor basını işlediği konuların gündemin sürekli maddesi olması ve daha uzun süre gündemde kalması nedeni ile diğerlerinden ayrılmaktadır. Spor

<sup>129</sup> B. Garison ve M. Salwen, "Newspapers Sports Journalist: A Profile Of The Profession", *Journal of Sport and Social Issues*, 13 (2), 1989, pp. 57-68'den aktaran Rowe 1996a, a.g.e., s. 254.

<sup>130</sup> Merkez Dağıtım A.Ş.'nin 11. 06.2001 Tarihli 2000 Yılları Aylık Satış Rakamları Konulu Faksı.

<sup>131</sup> Wolfe. O'Sullivan ve Meenaghan, 1996, a.g.m., s.205.

<sup>132</sup> Halit Kıvanç a, *Olimpizm ve İnsan Semineri 22-23 Mayıs 1991 Ankara*, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], s. 26; Sadık Söztutan, "Spor Medyasının Görsel Yansıması" *Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya*, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s.117-118.



basınında yer alan bir yorum, bir olay veya tartışılan bir pozisyon, spor kamuoyu tarafından günlerce tartışılmaktadır<sup>133</sup>.

Spor basınına sahip olduğu bir diğer farklı nitelik de haber ve yorumda yaklaşımıdır. Günümüzde televizyon istasyonlarının büyük bedeller ödeyerek spor karşılaşmalarının ve liglerinin yayın haklarını almaları, haber ve yorumda farklı yaklaşımlar içinde olmalarına yol açmıştır<sup>134</sup>. Sonuçta, satılması gereken tecimsel bir metaya dönüşen spor etkinliğinin pazarlanması için televizyonlar sporun sadece iyi ve olumlu yönlerini vermeye başlarken<sup>135</sup>, sporda var olan tüm olumsuzluklar spor basınına etkinlik alanı içinde kalmış, bu da normatif anlamda spor basınına bağımsız olması nedeni ile daha tarafsız ve eleştirel olmasını sağlamıştır.

### 3. SPOR BASINI TARİHÇESİ

Bu başlık altında Türkiye’de ve dünyada spor basını tarihsel gelişimi ve bu gelişim süreci içindeki ilkler ve önemli olaylar ile bu gelişmelerin spor basını üzerindeki etkileri kronolojik olarak incelenecektir.

#### 3.1. Dünyada Spor Basını Tarihi

Yazılı bir kitle iletişim aracı olan basın ve onun bir türü olan spor basını ancak yazının bulunmasından sonra varolabilmiştir. Öte yandan basının ve spor basınına bir kitle iletişim aracı olduğu göz önüne alındığında, bu aracın kitlesellik özelliğine sahip olması gerektiği de kendiliğinden ortaya çıkacaktır. Spor basınına kitlesel bir olguya dönüşmesi için, sporun toplumsal bir gereksinim olması, toplumun spor basınına okuyacak kültür, satın alacak ekonomik refah düzeyine ulaşmış olması ve bir ürün olarak spor basınına kitlesel üretimi için gerekli ekonomik ve üretimsel koşulların oluşması gerekmiştir.

<sup>133</sup> Wolfe, O’Sullivan ve Meenaghan., 1996, a.g.m., s.200.

<sup>134</sup> Andreas Klose, “Televizyon Futbolu Medya Yapımı Bir ürün Gerçekliği Nasıl Değiştiriyor?”, **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları, 1993, ss.373-383.

<sup>135</sup> John Hohenberg, **The Professional Journalist**, 5. Edition, Holt, Rinehart and Winston, CBS College Publishing, 1983, s.243.

Spor basınının varolmasını sağlayan bu gereklilikler, Sanayi Devrimi ve sonrası dönemlerde kesişme gösterse de geçmiş dönemlerde de spor ile ilgili eserler göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, sporun gerekliliklerinden olan boş zaman, ürün fazlası ve ürün fazlasından pay almayı sağlayan bölüşüm mekanizmasını sağlayacak kölecilik ve bir sonraki aşaması olan devlete esas olacak katmanlaşmanın bulunduğu Anadolu, Mısır, Irak, Antik Yunan<sup>136</sup> gibi tarihsel yerleşim bölgelerinde, spor ile ilgili ürünlerin verilmesi doğaldır. Homeros'un, Ahlilleus adlı denizcinin Ahay ve Argos adlı iki gemi personeli arasında yaptırdığı spor yarışmalarını anlattığı MÖ 776 tarihini taşıyan İlliada<sup>137</sup> adlı eseri, Antik Yunan'da karşılaşılan spor ile ilgili yazılı ilk eser olduğu iddia edilmektedir. Öte yandan spor yazarı Mithat Perin, MÖ 500'de yaşamış olan ve Olimpiyat Oyunları ile ilgili şiirlerini "Zafer Şenliği Türküleri" ve "Zafer Şarkıları"<sup>138</sup> adlı kitaplarda toplayan Pindaros'un ilk spor yazarı olarak kabul edilebileceğini söylemektedir.

Yukarıda sıralanan ve sayıları daha da artırılabilir olan bu tür yazılı eserlerin, özellikle Antik Yunan sonrası, tek tanrılı dinlere geçilmiş olması nedeni ile kesintiye uğradığı görülmektedir. İnsanoğlu, spor ve spor ile ilgili eserlerin yeniden ortaya çıkabilmesi için, Reform ve Rönesans'ın tüm yaşam alanlarını özgürleştirilmesi ve laikleştirmemesinin yanı sıra Sanayi Devrimini beklemek zorunda kalmıştır.

Sanayi Devrimi ile birlikte 1838 yılında İngiltere'de yayınlanmaya başlayan "Sporting Life", Avrupa'da yayınlanan ilk spor gazetesi olmuştur<sup>139</sup>. Sporting Life'tan 16 yıl sonra 1854 yılında Fransa'da yayın hayatına başlayan "Le Sport" adlı ilk Avrupa spor dergisinde yer alan "Kibarların gazetesidir" ibaresi, o dönemde sporun kimler tarafından sahiplenildiğini ve kitleselleşme düzeyinin ne denli düşük olduğunu göstermektedir. Sanayi Devrimi ve spor basınının ilk kez Avrupa'da ortaya çıkmasına karşın, 1820'lerde ABD'de yayınlanan dergilerde spor haberlerinin yer almaya

<sup>136</sup> Ayrıntılı bilgi için bakınız Fişek, 1980, a.g.e., s. 16-19.

<sup>137</sup> Kahraman, a.g.e., s. 691-692. Mithat Perin, Homeros'un İlliada'sında Ajax ve Odiesse arasındaki mücadeleyi yazdığını, ancak Homeros ile Odiesse'nin aynı dönemde yaşamadığını ve kör olduğu için bu mücadeleyi izleyip, aktaramayacağı tartışmalarının da bulunduğunu söylemektedir. Bakınız Mithat Perin, "Türkiye'de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğinin Tarihi", **Spor Basını ve Basında Spor**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları, 1985, s. 7.

<sup>138</sup> "Olimpiyat Oyunları", a.g.yz., s. 25-26; Perin, a.g.b., s. 7.

<sup>139</sup> Goldlust, 1800'lerin başında Londra'da yayınlanan dergiler spor ile ilgili makale ve haberlere yoğunlaşmış koyu bir okuyucu kitlesine sahip olduklarını belirterek, bu ülkedeki spor ve spor basınına karşı olan ilginin de altını çizmektedir. Bkz. L. Goldlust **Playing for Keeps**, Chesire: Longman, 1987, (Sayfa No belirtilmemiş)'den aktaran Wolfe, O'Sullivan ve Meenaghan, 1996, a.g.m., s. 200.

başlaması<sup>140</sup>, Amerika kıtasının, Avrupa kıtasına oranla, spor ve spor basınında daha hızlı bir gelişim içinde olduğunu göstermektedir.

Sanayi Devrimi ile birlikte teknolojinin gelişmesi, aralarında basının da bulunduğu birçok alanda olumlu gelişmelere yol açmıştır. Üretim teknolojileri ile birlikte hammadde temini ve tüketim pazarının gelişmesi basını bir sanayi kolu haline getirmiştir. Çünkü artık kitlesel üretim ve tüketimin nesnesi olabilecek nitelikleri taşımaya başlamıştır.

ABD’de yayınlanan gazetelerin spor sayfalarının nitelik ve nicelik olarak gelişmesinin sanayiden kaynaklanan boş zaman ve spor gelişimi arasında bir paralellik yaşandığı konusunda uzlaşma bulunmaktadır<sup>141</sup>. Okur yazarlık oranındaki gelişme önce artması, gazete satış ve dolaşımında artışa ve reklamcılarının bu alana ilgi göstermesine ve ardından da kitlesel pazarlara seslenen “penny press”in ortaya çıkmasına yol açmıştır<sup>142</sup>. Bu da seyir sporlarının gelir ve izlenme potansiyelinin geliştirilmesi için gerekli olan “kitlesel ilginin”<sup>143</sup> oluşturulması sağlamıştır.

II. Dünya Savaşı öncesi spor basını çalışanları, sporcular ile ilgili doğruları yazdıklarında ve basit bir dil kullandıklarında, okuyucuların spordan soğuyacakları ve

<sup>140</sup> Jack W. Berryman, “The Tenuous attempts of Americans to “catch up with John Bull”: Special Magazines and Sporting Journalism, 1800-1835”, **Canadian Journal of History and Physical Education**, 10 (1), 33-61, 1979; Harry E. Health ve Louis I. Gelfand, **How to Cover, write and Edit Sports**, Ames IA: Iowa State College Press, 1951 [Sayfa No belirtilmemiş]; Robert W. Mc Chesney, “Media made sport: A History of Sports Coverage in The United States” **Media, Sport & Society** (Ed. Lawrence A. Wenner), Newbury Park, CA: Sage Publications, 1979, 49-69’dan aktaran Pamela J. Creedon, “From Whalebone to Spandex: Women and Sports Journalism in American Magazines, Photography and Broadcasting”, **Women, Media and Sport Challenging, Gender, Values**, (Ed.: Pamela J. Creedon), California: Sage Publications Inc., 1994b, s. 109. Diğer taraftan Sage, ABD’de spor haberlerinin 1890 yılından sonra yayınlanmaya başladığını iddia etmektedir. Sage’in bu görüşü, diğer yazarların verdiği spor basını örnekleri ile geçersiz hale gelmektedir. Bakınız Sage, a.g.e., s. 122.

<sup>141</sup> Bruce Garrison, **Sports Reporting**, New York: Smithmark, 1985, s. 298 ve John Stevens, “The Rise of The Sports Page”, **Gannett Center Journal**, 1 (2), 1-11, 1987’den aktaran Creedon, 1994c, s. 69.

<sup>142</sup> Spor haberlerinin, gazetelerin satış rakamlarını ciddi bir biçimde etkilediğini tespit edip, bundan yararlanma yoluna giden ilk kişi, yayıncı James Gordon Benett olurken, 1883 yılında ucuz gazetelerin popülerliğinin artması ile Joseph Pulitzer’in New York World gazetesi ilk ayrı spor bölümü örgütlenmesini yapmıştır. Mc Chesney, a.g.m., [Sayfa No belirtilmemiş]’den aktaran Edwin Emery, **The Press of America**, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Press, 1954, (Sayfa No belirtilmemiş)’den aktaran Creedon, 1994c, a.g.m., s. 69; Frank Luther Mott, **American Journalism** (3. Basım), New York: Macmillan, 1962, (Sayfa No belirtilmemiş)’den aktaran Creedon, 1994c, a.g.m., s. 69.

<sup>143</sup> Christopher Lasch, “The Corruption of Sports”, **The New York Review**, Vol. 24, no. 7, April 28, 1977, s. 29’den aktaran Fişek, 1980, a.g.e., s. 25.

gazetelerin spor bölümlerine gereksinim duymayacakları kuşkusunu taşımışlar<sup>144</sup> ve bu nedenle de sporcuları sürekli överek, birer kahraman olarak göstermişlerdir.

Öte yandan spor ve teknolojinin nitelik ve nicelik olarak gelişmesi, sporun görsel ürünlerinin pazarlanacağı mecra sorununu doğurmuş ve televizyon etkili ve verimli bir pazarlama için kullanılmaya başlanmıştır. 1950'li yıllarda televizyonun yayına başlaması, sadece spor ve spor ürünlerinin pazarlanması üzerinde etkili olmamış, spor basınına da yeni yaklaşımlara zorlamıştır.

Spor yazarları, artık oyuncular hakkında daha fazla bilgi vermek, karşılaşmalarda kullanılan stratejilerin nedenlerini araştırmak, olayların perde arkalarını aktarmak, yönetici ve teknik adamlar ile ilgili daha eleştirel olmak zorunda kalmışlardır. Bu da spor basınının, sansasyon yaratma isteğinin yanı sıra okuyucularına, televizyondan izledikleri sporcular ile ilgili etkileyici haber verme baskısı altında kalmalarına, sporcuların özel yaşamlarına müdahale etmelerine ve sporcularla ilişkisinde gerginliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Spor konusuna ağırlık veren televizyon istasyonları, sporcuları "süper star" konumuna yükseltmiş, spor yazarları da sporcuları artık korumaktan vazgeçmişlerdir<sup>145</sup>. Bu gelişmenin ardından, televizyon yayınları sayesinde statü ve refahları koruma altına almış olan birçok sporcu, spor basını muhabirleri ile konuşmama kararı almıştır<sup>146</sup>.

Televizyonunun yayına başlamasından önce spor yazarları, kulüplerin maaş bordrolarında yer almıştır. Takımlardan maaş almayanların ise seyahat, konaklama, transfer, yemek masrafları veya diğer gereksinim duydukları yardımlar, kulüpler tarafından karşılanmıştır. Radyo ve televizyon yayınlarının popüler olması ile birlikte yayın dünyasında yer alan sunucu ve yorumcular, takımlar veya spor organizasyonları için promoter<sup>147</sup> olarak görev yapmaya başlamışlardır.

Günümüzde olimpiyat oyunları, büyük bir bölümü Yunanlı olan 350 yarışmacı ve çok az sayıda uluslararası spor muhabirinin katıldığı ve haberlerin basit posta servisiyle

<sup>144</sup> Coakley, a.g.e., s. 296.

<sup>145</sup> Takım sahipleri ve promoterlar, buldukları spor dalının, karşılaşmaların ve spor ile doğrudan ve dolaylı bağlantısı olan diğer ürünlerin pazarlanmasında, yazılı basınının önemini kavrayarak, kimi takımlar ise, sporcularına basının önemi ile ilgili seminerler verirken, bazıları da nasıl söyleşi yapılacağı, demec verileceği konusunda sporcularını eğitime yoluna gitmiştir.

<sup>146</sup> Coakley, a.g.e., s. 297.

<sup>147</sup> Bu radyo ve televizyon yorumcuları, nesnel ve tarafsız bir sunum yapmaktan çok, maaş aldıkları kulübün pazardan daha fazla pay almasını sağlamak görevini yerine getirmektedirler.

ulaştırıldığı 1896 Atina Olimpiyat Oyunlarındaki başlangıçtan sonra büyük aşama kaydedilmiştir. 1988 Seul Olimpiyat oyunlarında resmi olarak bildirilen basın mensubu sayısı, 6 bini televizyon ve radyo için çalışan teknisyen, 5 bini gazete çalışanı, 3 bini radyo spikeri, 2 bini ise televizyon program yapımcısı ve eleştirmeni olmak üzere 16 bini bulmuştur<sup>148</sup>. Benzer bir biçimde 1930 yılında Uruguay’da düzenlenen Dünya Kupası Finali, bir İtalyan spor gazetesi olan “La Gazetta Dello Sport” da bir sütundan fazla yer işgal etmemişken<sup>149</sup>, günümüzde sıradan da olsa futbol karşılaşmalarına bir gazeteci ordusu katılmakta ve sayfalarca haber yapılmaktadır.

Günümüzde sporun, yoğun bir biçimde seyirci odaklı olması, bu nedenle kaçınılmaz bir biçimde tecimselleşmesi, spor yayınlarının sayısında artışa neden olmuştur. Televizyonların yanı sıra günümüzde sporu kendisine konu ve içerik olarak seçen bir çok gazete bulunmaktadır. Diğer yandan internetin yaygınlaşması ile “Geleneksel Basın” olarak tanımlanmaya başlayan basın ve onun ürünü olan gazete, spor gerçeğini kabul etmiş ve ekonomik yaşamını sürdürmek için onu kullanır hale gelmiştir. Günümüzde ise La Gazetta dello Sport, Corriere dello Sport, Tuttosport, Corriera della Sera, (İtalya), L’Equipe (Fransa) The Sporting Life (İngiltere), The Title (İrlanda), Diario Deportivo Olé (Arjantin)<sup>150</sup>, China Sports Newspaper ve Balls Weekly (Çin)<sup>151</sup>, SuperSport ve Ya!South African Sports Gazete<sup>152</sup> gibi spor gazeteleri en çok tanınan spor gazeteleri arasında yer almaktadır.

### 3.2. Türkiye’de Spor Basın Tarihi

Herhangi bir olgunun Türk tarihi bağlamında incelenmesi söz konusu olduğunda Osmanlı İmparatorluğu ve hatta daha öncesine uzanma gerekliliği, Türk spor basını tarihinin incelenmesinde de kendini göstermektedir. Böyle bir gerekliliği doğuran neden; halen Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin Osmanlı İmparatorluğu ve hatta

<sup>148</sup> Taylor a, 22-23 Mayıs 1991, Ankara, a.g.b., s. 27.

<sup>149</sup> Galeano, a.g.e., s. 71.

<sup>150</sup> <http://mediaassociation.com/samerica/argentin.html.newspapers>

<sup>151</sup> [http://surfchina.com/html/newsandmedia\\_newspaper\\_sportsnewspaper.html](http://surfchina.com/html/newsandmedia_newspaper_sportsnewspaper.html)

<sup>152</sup> <http://allnewspapers.com/default.html>

öncesinden bir kültürel miras devralması ve bu mirası koruyarak, çağdaş gelişmeleri de ekleyerek geliştirmesi biçimde açıklanabilir.

Biçimsel ve içerik olarak bugünkü anlamından uzak olmakla birlikte Türk tarihinde spor ile ilgili yazılı belgelerle Milattan 5 bin yıl öncesinde karşılaşılmaktadır. Perin, MÖ 5000 tarihinde yaşayan Türk boylarının, ilkel düzeyde savaşa yönelik kimi spor dallarının idmanlarını yaptıklarını<sup>153</sup> yazılı belgelerden anlaşıldığını söylemektedir.

Dünya ve uygarlık tarihi içinde önemli bir yere sahip olan Osmanlı İmparatorluğu döneminde de, günümüz spor basını niteliğinden uzak olmakla birlikte spor ile ilgili birçok yazılı belge bulunmaktadır<sup>154</sup>. Matbaanın bulunmasından yaklaşık 400 yıl, ilk gazetenin yayınlanmasından ise yaklaşık 200 yıl sonra 1831 yılında ilk gazetesine<sup>155</sup> kavuşan Osmanlı İmparatorluğu'nda, spor haberleri hemen yer almamıştır<sup>156</sup>. Ali Ferruh Bey'in eskrim ile ilgili Fransa'dan yazdığı ve 14 Mart 1891 tarihli Servet-i Fünun Dergisi'nde<sup>157</sup> yayınlanan yazı ilk Türkçe spor haberi<sup>158</sup> niteliğini taşımaktadır.

Basına karşı önyargılı bir tutum bulunması, haber konu ve içerikleri üzerine baskı ve sansür yapılması ile birlikte Osmanlı İmparatorluğu'nun teknik ve bilimsel gelişmelere ilgisiz kalması, bu olanaklardan diğer sektörler gibi basının da yararlanmasını da güçleştirmiştir. 23 Temmuz 1908 tarihinde ilan edilen II.

<sup>153</sup> Perin, a.g.b., s. 6.

<sup>154</sup> Padişahların unvanlarını yaptıkları spor dalından almaları, belli bir spor dalı etkinliklerinin gerçekleştirildiği alan ve yörelere o spor dalı ile ilgili adlar verilmesi, sporcuların statüsünün belirlenmesinden, alacağı ödüllerin saptanmasına kadar birçok konuyu belirleyen nizamname ve ruzname adı verilen günlüklerin bulunması, Osmanlıda spor ile ilgili yazılı ürünlerin varlığına işaret etmektedir.

<sup>155</sup> Seyfettin Turhan, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Basım ve Yayıncılık Bölümü, 1990-1191 Yılı Gazeteciliğe Giriş Dersi, Yayınlanmamış Ders Notları, s. 3.

<sup>156</sup> Dünyada Spor Basını Tarihçesi bölümünden de hatırlanacağı gibi Fransa'da ilk spor gazetesinin yayınlanma tarihi olan 1838 yılı, yaklaşık olarak Osmanlı İmparatorluğu'nda ilk gazetenin yayınlanmaya başlama tarihi olan 1831 yılı ile hemen hemen çakışmaktadır. Bu tarihler, spor basınında uzmanlaşmada diğer ülkeler ile Türkiye arasındaki farkın anlaşılmasına yardımcı olur niteliktedir. Gerçekten de 1831 yılında yayına başlayan ilk gazete olmasını yanı sıra yarı resmi olma niteliğini taşıyan "Takvim-i Vekai" ve 1840 yılında yayınlanmaya başlanan "Ceride-i Havadis" gazetelerinde spor haberleri yer almamıştır. Bkz. Kahraman, a.g.e., s. 635; Perin, a.g.b., s. 4.

<sup>157</sup> Ergun Hiçyılmaz, "Türkiye'de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğinin Tarihi", **Spor Basını ve Basında Spor**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları, 1985, s. 11; Ergun Hiçyılmaz, "Spor Dergiciliği", **Türkiye'de Dergiler Ansiklopediler (1849-1984)**, İstanbul: Gelişim Yayınları, 1984, s. 203; Eroğlu, a.g.m., s. 69; Perin, a.g.b., s. 7,

<sup>158</sup> Kahraman ise ilk Türkçe spor haberinin 1 Aralık 1837 tarihli Takvim-i Vekai gazetesinin 5. sayısında yayımlandığını ve konusunun Sultan Mahmut'un ok atışları ve Ok Meydanı'nda yapılan ok atma karşılaşmaları olduğunu söylemektedir. Bkz. Kahraman, a.g.e., s. 634-635.

Meşrutiyet'in getirdiği özgürlük, her alanda olduğu gibi spor ve basın alanında da kendisini göstermeye başlamıştır<sup>159</sup>.

Türk spor ve spor basını dünyasının Burhan Felek olarak tanıdığı, Üsküdarlı Mehmet Burhanneddin Bey'in 28 Eylül 1910 tarihinde çıkarmaya başladığı "Futbol" adlı dergi<sup>160</sup>, spor basın tarihinin önemli eserleri arasında yer almaktadır. Yarısı Türkçe, yarısı ise Fransızca olarak yayınlanan ve Türk spor basını ve spor dergiciliğinin öncüsü olarak kabul edilebilecek olan dergide yayınlanan tüm yazları ve fotoğrafları Burhan Felek tarafından çekilmesi ve yazılması<sup>161</sup>, belki de derginin en ilgi çekici yönünü oluşturmuştur.

Yayın yaşamını 6 ay sürdürebilen Burhan Felek'in Futbol dergisinin ardından Selim Sırrı Tarcan, 1911 yılının Temmuz ayında "Terbiye ve Oyun" adını taşıyan yeni bir dergiyi yayın hayatına sokmuştur. Terbiye ve Oyun, 1922 yılında kısa bir süre tekrar yayınlanmaya başlamış, ancak bu girişim de sonuçsuz kalmıştır<sup>162</sup>. Bir futbol haberi ise, ilk kez günlük bir gazetede 1911 yılında yer almıştır. Galatasaray Kulübü'nün de üyesi olan Abidin Daver, İstanbul'da oynanan Galatasaray-Tamşvar ve İstanbul Karması-Tamşvar karşılaşmalarını "Tasvir-i Efkâr" gazetesinde haber olarak yayınlatarak<sup>163</sup> spor basınına önemli bir açılım getirmiştir. Cem'i Bey'in "İdman" adını taşıyan ve 1913 yılında yayınlanmaya başlayıp, 1 yıl kadar yayın hayatını sürdüren dergisinin en önemli özelliği, ilk kez spor karikatürü yayınlamış olmasıdır. İdman dergisinde yayınlanan ilk spor karikatürünü ise daha sonraları Türk basın hayatında çok önemli bir yere gelecek olan Sedat Simavi çizmiştir<sup>164</sup>.

<sup>159</sup> Dönemin gazete ve dergilerinin, Olimpiyat Oyunları ile ilgili haberlere az da olsa yer vermeye başlaması, Meşrutiyetin ilanının yanı sıra Olimpiyatların da tüm dünyada olduğu gibi Osmanlı İmparatorluğu'nda da spor basınına hareket getirdiği düşüncesini doğrulamaktadır.

<sup>160</sup> Fuat Süreyya Oral, yine 1910 yılında "Futbol" isimli bir gazetenin Mustafa Ziya tarafından İstanbul'da tabloid boyutlarda yayınlanmakta olduğunu belirtmektedir. Bkz. Fuat Süreyya Oral, **Cumhuriyet Basın Tarihi 1923-1973**, Ankara: Sanayii Nefise Matbaası, 1973, s. 273.

<sup>161</sup> Kozanoğlu, 1990, s.126; Atabeyoğlu, a.g.e., s. 442; Perin, a.g.b., s. 8; Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 11, Hiçyılmaz, 1984, a.g.e., s. 204; Hürkan, a.g.e., s. 36. **Büyük Futbol Ansiklopedisi**, Felek'in Futbol adlı dergiyi 1908 yılında yayınlamaya başladığını söylemektedir. Bkz. **Büyük Futbol Ansiklopedisi**, a.g.e., C. 2, s. 224.

<sup>162</sup> Perin, a.g.b., s. 8; Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 11.

<sup>163</sup> Perin, a.g.b., s. 8. Hiçyılmaz da 1910-1913 yılların arasında Abidin Daver'in Tasvir-i Efkâr'daki spor yazılarının dışında, Refik Bey'in Tanin, Bedri Bey'in Sabah, Gözlüklü Suat'ın (Suat Hayri Ürgüplü) Peyam gazetelerinde spor ile ilgili yazılar yazdıklarını belirtmektedir. Bkz. Hiçyılmaz, 1984, a.g.e., s. 204.

<sup>164</sup> Perin, a.g.b., s. 8; Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 11, Hiçyılmaz, 1984, a.g.e., s. 205.

Spor basınının hareket kazanması sadece İstanbul ile sınırlı kalmamış, kendisini İzmir’de de göstermiştir. 1913 yılında İzmir’de yayınlanmakta olan “Ahenk”, “Anadolu” ve “Köylü” Gazeteleri<sup>165</sup>, futbol haberlerine yer vermiştir<sup>166</sup>.

Spor haberlerinin, günlük gazetelerin tiraj artırmasında bir promosyon malzemesi olarak kullanılması, Türk basın yaşamında ilk kez 1914 yılında ortaya çıkmıştır. Tasvir-i Efkar Gazetesi’nin spor haberlerine yer vermesi üzerine İleri Gazetesi de spor haberlerine özellikle de futbol konulu haberlere sıkça yer vermeye başlamıştır<sup>167</sup>. Suat Hayri Karaosmanoğlu, 1914 yılında İdam gazetesinde bir futbol haberi ve fotoğrafını birinci sayfadan vererek<sup>168</sup> bir ilke imza atmıştır.

İşgal yıllarında genel siyasi, ekonomik ve kültürel koşulları oldukça güçleşmiş, halk karamsarlığa bürünmüştür. 1919 yılına kadar spor basını, işgal kuvvetlerinin ülkelerinde popüler olan ve Türkiye’de de yapmaya devam ettikleri spor dallarını konu ve içerik olarak işlemiştir.

Türk spor basın tarihi açısından önemli bir yere sahip “Spor Alemi” dergisi Çelebizade Sait Bey (Çelebi) tarafından 1919 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Yayın yaşamını yaklaşık 10 yıl sürdüren dergi<sup>169</sup>, Burhan Felek, Yusuf Ziya Öniş, Suat Hayri Ürgüplü, Tahir Kevkep, Raşit Aydınlioğlu, Nüzhet Baba, Fuat Hüsnü Kayacan, Rıza Salih<sup>170</sup> gibi ünlü ve konusunda uzman isimleri kadrosunda bulundurmıştır. Spor Alemi Dergisi’nin spor basınına getirdiği eleştiri ve yorum tarzı, spor basınında yeni açılımların ortaya çıkmasını sağlamış, Yusuf Ziya (Öniş) ve Tahir Kevkep tarafından yayınlanan “Türkiye İdman Mecmuası”, “Son Haberler”<sup>171</sup> anlayışını yerleştirmiştir.

Kurtuluş Savaşı sırasında İstanbul’da yayınlanan “Akşam Gazetesi”, “Türk Milli Takımı Nasıl Olmalıdır?” sorusuna yanıt arayan bir anket düzenleyerek, okurlarını ve

<sup>165</sup> Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 12.

<sup>166</sup> Futbolun merkezinin İstanbul olmasına karşın, buraya İzmir’den göç eden levanten aileler tarafından getirildiği, dönemin İzmir’inin yurtdışına açılan en büyük ticari kapılardan biri olduğu ve “Gavur İzmir” olarak anılacak derecede, yabancıların özellikle de ticaret burjuvazisinin yaşadığı göz önüne alındığında bu gelişmenin doğal olduğu ortaya çıkacaktır. Bkz. Aksoy c, a.g.m., s. 324.

<sup>167</sup> Perin, a.g.b., s. 8.

<sup>168</sup> Haluk San, Hürriyet Vakfı tarafından düzenlenen “Spor Basını ve Basında Spor Semineri, tartışma bölümünde yapılan konuşma, **Spor Basını ve Basında Spor**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları, 1985, s. 36.

<sup>169</sup> Oral, Spor Alemi Dergisi’nin 1921-27 tarihleri arasında, 15 günde bir ve tabloid ölçüde yayımlandığı ifade etmektedir. Bakınız Oral, a.g.e., s. 290.

<sup>170</sup> Eroğlu, a.g.m., s. 72; **Spor Alemi**, 4 Ağustos 1924, C. 137’den aktaran Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 13.

<sup>171</sup> Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 13; Hiçyılmaz, 1984, a.g.b., s. 206; Perin, a.g.b., s. 9.



toplumu, ilk milli karşılaşma ile ilgili fikir ortağı olmaya davet etmiştir<sup>172</sup>. İşgal Kuvvetlerinin denetimi altındaki İstanbul'da yayınlanan gazetelerin büyük bir baskı ile karşılaştıkları göz önüne alındığında, ulusal bilinç ve ruhun yaratılıp, geliştirilmesine büyük katkılar sağlayacak olan bu içerikte yayınların ne denli önem taşımış olduğu ortaya çıkmaktadır.

Cumhuriyetin ilanı ile birlikte sayı olarak artan gazete ve dergiler, içerik olarak hem kendi varlık nedenlerinin korunması, hem de genç cumhuriyetin politika ve ideolojisinin benimsetilip, yaygınlaştırılması için sporu sevdirmeye yönelik yayın yapmışlardır. Dönemin tam anlamıyla bir geçiş dönemi olması, yazı ve konuşma dili olarak Türkçe'nin tam olarak oturmaması, kimi kavramların Fransızca veya Türkçe/Fransızca verilmesi gibi birçok aksaklığa yol açmış, ancak tüm bu aksaklıklara ve güçlülere karşın, spor ve spor haberciliği gelişmişini sürdürmüştür.<sup>173</sup> Bu süreç içerisinde 1925 yılında "Süvari Mecmuası"<sup>174</sup>, "Gol Dergisi"<sup>175</sup>, 1926 yılında "Şa Şa Şa"<sup>176</sup>, "Gong"<sup>177</sup>, 1928 yılında "Orman ve Av"<sup>178</sup>, 1930 yılında "Havacılık ve Spor"<sup>179</sup>, 1936 yılında "Stad Dergisi"<sup>180</sup>, 1937 yılında "Kırmızı-Beyaz"<sup>181</sup>, 1937 yılında "Sarı Laciverd"<sup>182</sup>, 1939 yılında "Okul-Spor"<sup>183</sup> dergileri yayınlanmıştır.

Günlük gazetelerin bir sayfasını tamamen spora ayırması da 1930'lu yıllarda gerçekleşmiştir. Eroğlu kesin bir tarih vermemekle birlikte İzzet Muhiddin Apak'ın

<sup>172</sup> **Akşam Gazetesi**, 15 Haziran 1922'den aktaran Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 13.

<sup>173</sup> Özel girişimciler tarafından çıkartılmakta olan dergilerin yanı sıra özellikle Tek Parti döneminde Cumhuriyet Halk Partisi'ne bağlı Halkevleri'nin merkez yayın organı olan "Ülkü Dergisi" ve "Türk Spor Kurumu Dergisi" tarih, dil, edebiyat, ekonomi ve spor gibi bir çok konuyu işlemiştir. Aralarında bir çok politikacı, sanatçı, bilim adamının da bulunduğu Ülkü Dergisi yazarları; dergide spor ile ilgili düşüncelerini ifade etmiş ve toplum ile sporun kaynaşmasını sağlamaya çalışmıştır. Ayrıntılı bilgi için bakınız Suat Karaküçük, **Türk Spor Kurumu Dergisi 1936-1938 Seçilmiş Spor Makaleleri**, Ankara: 1992 ve Suat Karaküçük, **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, Ankara: 1993.

<sup>174</sup> Oral, a.g.e., s. 290.

<sup>175</sup> Atabeyoğlu, a.g.e., s. 269; Oral, a.g.e., s. 257-258; 274..

<sup>176</sup> Oral, a.g.e., s. 290. Hiçyılmaz ve Perin, bu dergiyi Şa Şa, Peri ise Şa Şa Şa olarak adlandırmaktadırlar. Bkz. Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 13; Perin, a.g.b., s. 9.

<sup>177</sup> Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 8.

<sup>178</sup> Oral, a.g.e., s. 258; 287.

<sup>179</sup> **Havacılık ve Spor Aylık Dergi**, C. 369, Temmuz 1946. Oral, a.g.e., s. 258.

<sup>180</sup> **Stad**, Yıl 9, S. 27, 22 Eylül 1947; **Stad**, Yıl 9, S. 56, 19 Nisan 1948; **Stad**, Yıl 12, S. 255, 29 Eylül 1953.

<sup>181</sup> Atabeyoğlu, a.g.e., s. 286; **Kırmızı Beyaz Bitaraf Spor Gazetesi**, Yıl: 16-1, S. 10, 1 Aralık 1952, Oral, a.g.e., s. 259.

<sup>182</sup> **Sarı Laciverd**, Yıl: 1, S. 2, 13 Eylül 1937.

<sup>183</sup> **Okul-Spor**. Cilt: 1, S. 14, 1 Mart 1940.

“Haber Gazetesi”nin 1933-1934 yıllarında<sup>184</sup> spora ilk kez bağımsız bir sayfa ayırdığını söylerken, Kıvanç da Türk basın tarihinde spora arka sayfasını tam olarak ayıran ilk gazetenin "Vatan Gazetesi" olduğunu ve daha sonraları spora ayırdığı sayfa sayısını ikiye, üçe çıkararak Milliyet Gazetesi'nin<sup>185</sup> de spor basınının gelişimine büyük öncülük ettiğini ileri sürmektedir.

1940'lı yılların başında CHP'nin devletçi yapısını ve bu yapının spor alanına yansıtılmasında büyük ölçüde spor basınından yardım alınmıştır<sup>186</sup>. Öte yandan 1940'lı yıllar da spor yayınlarının sayı olarak arttığı yıllar olmuştur. 1943 yılında “Yeni İz Spor Gazetesi”<sup>187</sup>, 1944 yılında “Derbi” isimli at yarışı dergisi<sup>188</sup>, 1946 yılında “Fener Haftalık Spor Gazetesi”<sup>189</sup>, “Maç-Spor”<sup>190</sup>, “Sportmen Dergisi”<sup>191</sup>, 1947 yılında “Öz Fenerbahçe”<sup>192</sup>, “Türkspor”<sup>193</sup>, “Profesyonel”<sup>194</sup>, “Galatasaray”<sup>195</sup>, 1948 yılında “Sarı Lacivert”<sup>196</sup>, “Spor Haberleri”<sup>197</sup>, Galatasaray Spor Gazetesi<sup>198</sup>, 1949 yılında “Sportmen Spor Gazetesi”<sup>199</sup>, “Spor Haberleri Dergisi”<sup>200</sup>, “Kamçı At Sporları Mecmuası”<sup>201</sup>,

<sup>184</sup> Eroğlu, a.g.m., s. 74.

<sup>185</sup> Halit Kıvanç a, "Spora Borcum Büyük", **Bütün Dünya**, Eylül 1999a, C. 2, C. 4, s. 82.

<sup>186</sup> Nüzhet Baba, “Beden Terbiyesi ve Spor Neşriyatımızın Anahtarları Ne Tazda Olabilir?”, **Ülkü**, C. 14, S. 84, Ocak 1940, içinde **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, (Yayına Hazırlayan: Suat Karaküçük), Ankara: 1993, s. 52-53.

<sup>187</sup> **Yeni İz Spor Gazetesi**, Yıl: 5, Sayı 55, Nisan 1948.

<sup>188</sup> **Derbi**, Yıl: 3, C. 4, S. 81, 18 Eylül 1947.

<sup>189</sup> **Fener Haftalık Spor Gazetesi**, Yıl: 4, S. 184/3, 27 Kasım 1950.

<sup>190</sup> **Maç-Spor Haftalık Tenkit ve Tahlil Mecmuası**, Yıl: 12, S. 166; S. 169, 1957.

<sup>191</sup> **Sportmen Haftalık Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 16, 27 Ocak 1947.

<sup>192</sup> Halit Kıvanç a, **Gol Diye Diye**, İstanbul: Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., 1983, s. 9-10; s. 10; Öcal Uluç b, “Günümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 20; **Öz Fenerbahçe Spor Gazetesi**, Yıl: 2, S. 84, 17 Ekim 1949.

<sup>193</sup> Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 10.

<sup>194</sup> **Profesyonel Haftalık Spor Dergisi**, Yıl: 1, S. 7, 4 Ekim 1947.

<sup>195</sup> Atabeyoğlu, a.g.e., s. 291.

<sup>196</sup> Kıvanç a, 1983, a.g.e., s. 12; **Sarı Lacivert**, Yıl: 1 S. 45, 29 Kasım 1948; **Sarı Lacivert**, Yıl: 1, S. 46, 4 Aralık 1948.

<sup>197</sup> **Spor Haberleri Haftalık Spor Gazetesi**, Yıl: 1, S. 1, 31 Ekim 1948.

<sup>198</sup> **Galatasaray Spor Gazetesi**, S. 52, 18 Ekim 1948.

<sup>199</sup> **Sportmen Spor Gazetesi**, Yıl: 1, S. 1, 26 Şubat 1949.

<sup>200</sup> **Spor Haberleri Dergisi**, Yıl: 1, S. 1, 14 Mart 1949.

<sup>201</sup> **Kamçı Haftalık At Sporları Mecmuası**, Yıl: 3, S. 128, 9 Nisan 1952.

“Dizgin”<sup>202</sup>, “Demiryolcular Sanat ve Spor Dergisi”<sup>203</sup>, “Güney Spor”<sup>204</sup>, “İstanbulspor”<sup>205</sup> ve “Altay Ege Spor Postası”<sup>206</sup> yayınlanmaya başlamıştır.

1940’lı yıllarda ortaya çıkan gelişmelerin hiçbiri 1948 yılında Londra’da yapılan Olimpiyat Oyunları kadar spor basınının gelişimine katkıda bulunmamıştır. Hürriyet Gazetesi, II. Dünya Savaşı sonrası düzenlenen ilk Olimpiyat Oyunları’nda büyük bir başarı elde eden<sup>207</sup> Türk güreşçilerinin Ali Ersan tarafından çekilen fotoğraflarını birinci sayfadan vermiş ve iki baskı yapmıştır. Hürriyet Gazetesi, bu uygulaması ile spor basınında fotoğrafın öneminin ortaya çıkmasını sağlamış<sup>208</sup>, bunun da ötesinde Türk okurlarında spor basını sevgisini aşlamıştır<sup>209</sup>. Bu nedenle 1948 Londra Olimpiyat Oyunları, Türk spor basınının gelişimi açısından bir milat olarak kabul edilebilir.

Türk spor basın tarihinde önemli bir yere sahip olan “Spor Alemi”, 1950 yılında Sulhi Garan tarafından çıkartılmaya başlanmıştır<sup>210</sup>. Yine 1950 yılında “Olimpiyat”<sup>211</sup>, 1951 yılında “Resimli Spor Dünyası Dergisi”<sup>212</sup>, “Profesyonel Spor”<sup>213</sup>, 1952 yılında “Beykoz Spor Mecmuası”<sup>214</sup>, 1953 yılında Turgay Şeren’in Mithat Perin ile birlikte çıkardığı “Sinespor”<sup>215</sup>, Eskişehir’de “Amatör Spor”<sup>216</sup>, “Beşiktaş Yeni Karakartallar

<sup>202</sup> Dizgin Haftalık Bitaraf Atçılık Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 17 Mart 1949.

<sup>203</sup> Demiryolcular Sanat ve Spor Dergisi, Yıl: 1, S. 1, 5 Mayıs 1949.

<sup>204</sup> Güney Spor, Yıl: 1, C. 1, 19 Eylül 1949.

<sup>205</sup> İstanbulspor Haftalık Spor Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 10 Ekim 1949.

<sup>206</sup> Altay Ege Spor Postası, Yıl: 1, S. 7, 2 Ocak 1950.

<sup>207</sup> Güreş Millî Takımı 1948 Londra Olimpiyatlarında 6 Altın, 4 Gümüş ve 1 Bronz Madalya almışlardır. Bu olimpiyatlarda Üç Adım Atlama Dalında Ruhi Sarıalp 15m. 2.5cm’lik derecesi ile 3. olmuş ve Türkiye’nin adını ilk kez Olimpiyat oyunlarına yazdırmıştır. Bkz. Atabeyoğlu, a.g.e., s. 201-205.

<sup>208</sup> Kıvanç a, 1999a, a.g.m., s. 82.

<sup>209</sup> 1948 Londra Olimpiyatlarını birinci sayfasından verme cesaretini göstererek Türk spor basınının gelişimine öncülük etmiş olan Hürriyet Gazetesi’nin tam sayfa spor haberlerini verebilmesi, ancak 15 yıl sonra, 1963 yılında mümkün olabilmıştır. Bkz. Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 15.

<sup>210</sup> Spor Alemi Tarafsız Spor Gazetesi, Yıl: 1, S. 5, 22 Mayıs 1950; Spor Alemi Haftalık Tarafsız Spor Gazetesi, Yıl: 1, S. 28, 25 Aralık 1950. Spor Alemi’nin 33. sayısı incelendiğinde sahibi, periyodu, adresi ve sayfa sayısının aynı kaldığı ancak isminin Türkspor Alemi olarak değiştirildiği görülmüştür. Bkz. Türkspor Alemi, Yıl: 1, S. 33, 24 Eylül 1951.

<sup>211</sup> Olimpiyat Tarafsız Spor Gazetesi, Yıl: 2, S. 69, 2 Mayıs 1950.

<sup>212</sup> Resimli Spor Dünyası, Yıl: 1, S. 1, 3 Şubat 1951.

<sup>213</sup> Profesyonel Spor, S. 71, Şubat 1957.

<sup>214</sup> Beykoz Spor Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 9 Haziran 1952.

<sup>215</sup> Sinespor Haftalık Sinema ve Spor Magazini, Yıl: 1, S. 2, 2 Mart 1953; Kıvanç a, 1983, a.g.e., s. 99.

<sup>216</sup> Turhan Baraz, Başlangıçtan Günümüze Eskişehir Basını (1908-1986) (Bir Derleme Çalışması), Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 1988, s. 63.

Haftalık Spor Gazetesi"<sup>217</sup>, "Özspor"<sup>218</sup>, 1954 yılında "Galatasaray"<sup>219</sup>, "Start"<sup>220</sup>, "Top Spor Dergisi"<sup>221</sup>, "Haftalık Ankara Spor Dergisi"<sup>222</sup>, "Sine-Maç"<sup>223</sup>, ikinci defa Arman Talay tarafından bu kez Ankara'da "Türkiye Spor Alemi"<sup>224</sup>, 1955 yılında Ankara'da "At ve Spor Dergisi"<sup>225</sup>, "Galatasaray"<sup>226</sup>, "Hipodrom"<sup>227</sup>, "Boğaziçi Spor Gazetesi", 1956 yılında "Yarış-Spor"<sup>228</sup>, 1957 yılında "Spor Dünyası Dergisi"<sup>229</sup>, İzmir'de "Spor Aktüalite Dergisi"<sup>230</sup>, daha önce yayınlanmış olan Profesyonel adlı derginin devamı niteliğinde olan "Sportmen"<sup>231</sup>, daha önce de Olimpiyat ve Beşiktaş Yeni Karakartallar adlı dergileri çıkaran Mustafa Kızıltan tarafından çıkartılan "Yeni Kırmızı Beyaz"<sup>232</sup>, Ankara'da "Kulis Spor"<sup>233</sup>, yine Ankara'da "Yenigün Gazetesi"<sup>234</sup>, 1958 yılında Edirne'de "Trakya Spor"<sup>235</sup>, 1959 yılında "Aktüalite Spor Dünyası"<sup>236</sup>, "Galop"<sup>237</sup>, "Realist"<sup>238</sup> ve Realist'ten ayrılan yazarlar tarafından çıkartılan "Ekip Spor Dergisi"<sup>239</sup>, "Spor Tahmin"<sup>240</sup> yayınlanmaya başlamıştır.

<sup>217</sup> Beşiktaş Yeni Karakartallar Haftalık Spor Gazetesi, Yıl 1, S. 4, 20 Eylül 1961.

<sup>218</sup> Özspor, Yıl: 1, S. 1, 18 Ekim 1953.

<sup>219</sup> Galatasaray Haftalık Spor Dergisi, Yıl: 1, S. 1, 6 Eylül 1961.

<sup>220</sup> Start Atçılık ve Spor Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 9 Mart 1954.

<sup>221</sup> Top Spor Haftalık Spor ve Edebiyat Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 19 Mayıs 1954.

<sup>222</sup> Haftalık Ankara Spor, Yıl: 1, S. 2, 4 Ekim 1954.

<sup>223</sup> Sine-Maç Haftalık Spor ve Sinema Gazetesi, Yıl: 1, S. 13, 25 Aralık 1954.

<sup>224</sup> Türkiye Spor Alemi Tarafsız Haftalık Spor Gazetesi, Yıl: 1, S. 1, 8 Kasım 1954.

<sup>225</sup> At ve Spor Haftalık At Yarışları Mecmuası, Yıl: 4, S. 130, 8 Aralık 1959.

<sup>226</sup> Galatasaray Spor ve Sinema Mecmuası, Yıl: 3, S. 101 13 Ekim 1958; Galatasaray Spor ve Sinema Mecmuası, Yıl: 3, S. 102, 20 Ekim 1958.

<sup>227</sup> Hipodrom, Yıl: 1, S. 1, Ekim 1955.

<sup>228</sup> Yarış-Spor Haftalık İdeal Atçılık ve Spor Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 5 Haziran 1956.

<sup>229</sup> Spor Dünyası, Yıl: 3, S. 77, 1960.

<sup>230</sup> Spor Aktüalite Haftalık Spor Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 16 Mart 1957.

<sup>231</sup> Sportmen, Yıl: 1, S. 1, Temmuz 1957.

<sup>232</sup> Yeni Kırmızı Beyaz Bitaraf Spor Mecmuası, Yıl: 1, S. 12, 25 Kasım 1957; Yıl: 1, S. 22 3 Şubat 1958.

<sup>233</sup> Kulis Spor, Yıl: 1, S. 1, 7 Kasım 1957.

<sup>234</sup> Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 16.

<sup>235</sup> Trakya Spor, Yıl: 1, S. 11, 24 Kasım 1958.

<sup>236</sup> Aktüalite Spor Dünyası Haftalık Spor Mecmuası, Yıl: 1, S. 4, 16 Şubat 1959.

<sup>237</sup> Galop Haftalık Atyarışları Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 5 Mayıs 1959.

<sup>238</sup> Realist Haftalık Bitaraf Spor Gazetesi, Yıl: 1, S. 1, 9 Mayıs 1959.

<sup>239</sup> Ekip Spor Haftalık Bitaraf Mecmua, Yıl: 1, S. 1, 9 Eylül 1959.

<sup>240</sup> Spor Tahmin Haftalık Müşterek Bahis Gazetesi, Yıl: 1, S. 14, 26-27 Şubat 1960.

1950'li yıllarda spor basının gelişimine en büyük katkıyı sağlayan olay; 24 Eylül 1951 yılında yürürlüğe girmiş olan 61 maddeden oluşan Futbol Profesyonel Talimatnamesi'nin<sup>241</sup> çıkmasıdır. Futbolda profesyonelliğin resmîyet kazanması ile önce bağımsız spor sayfası oluşmuş, ardından spora ayrılan sayfa sayılarındaki artış<sup>242</sup> kaçınılmaz bir biçimde kendini göstermiştir. Öte yandan Türk spor basını tarihindeki ilk günlük spor gazetesi olan "Türkiye Spor", 18 Kasım 1953 tarihinde<sup>243</sup> yayına başlamıştır. Yeni İstanbul Gazetesi tarafından çıkarılan Türkiye Spor Gazetesi geleneksel gazete boyutlarında, siyah-beyaz olarak basılmış, 10 kuruşa satılmış ve tirajı 50 binleri<sup>244</sup> bulmuştur. Cem Atabeoğlu ve Nuri Bosut da 1953 yılında "Spor Haberleri Ajansı" adını taşıyan ilk spor haberleri ajansını kurmuş, 11 gazeteye 8-20 sayfa arasında spor haberi geçme başarısı göstermiştir<sup>245</sup>. 1954 yılı içinde ise Abdi İpekçi'nin Genel Yayın Müdürlüğü yaptığı Milliyet Gazetesi, teknoloji ve içerik olarak kendini yenileme projesi başlatmış<sup>246</sup>, ardından da gazeteyi arkadan okumaya başlayan bir okur kitlesi<sup>247</sup> yaratmıştır.

1958 yılına gelindiğinde, gazeteler için konu ve içerik olarak sporun önemi daha belirgin bir biçimde ortaya çıkmış, bu nedenle de gazetelerin spor servisleri daha önemli görülmeye başlanmıştır<sup>248</sup>. Dünya Gazetesi, 1958 yılında spor servisine ilk kez bağımsız bir oda tahsis eden yayın organı olurken, Tan Gazetesi ve Yeni Gazete de spor servisi kurarak, spor haberlerini okurlarına tam sayfa vermeye başlamıştır<sup>249</sup>. Yine aynı dönemde Nezih Demirkent yönetimindeki Yeni Sabah Gazetesi spor servisi, gazetede bir gün sonra yayınlanacak spor haberlerini akşam hazırlamak ve işi gece yarısı bitirmek yerine, sabahları çalışarak haberleri ve sayfayı hazırlama yöntemini seçmiştir.

<sup>241</sup> Atabeoğlu, a.g.e., s. 233.

<sup>242</sup> Abdülkadir Yücelman, "Türkiye'de Spor Basınının Dil ve Sayfa tekniği Sorunları", **Spor Basını ve Basında Spor Semineri 15-16 Mart 1985**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, 1985, s. 45.

<sup>243</sup> Kıvanç a, 1983, a.g.e., s. 16; Oral, a.g.e., s. 183.

<sup>244</sup> Uluç b, 23-24 Aralık 1997, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 53; Kıvanç a, 1983, a.g.e., s. 17; **Türkiye Spor Tarafsız Günlük Gazete**, Yıl: 1, S. 1, 18 Kasım 1953; **Türkiye Spor Tarafsız Günlük Gazete**, Yıl 3, S. 1091, 27 Kasım 1960.

<sup>245</sup> Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 15.

<sup>246</sup> Emin Karaca, **Milliyet Olayı**, İstanbul: Altın Kitaplar, 1995, s. 218-220; Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 15; Kıvanç a, 1983, a.g.e., s. 19.

<sup>247</sup> Milliyet Gazetesi, halen olduğu gibi o dönemde de spor sayfası olarak en son sayfayı kullanmıştır.

<sup>248</sup> Murat Ersin, **Türkiye Spor Postası Gazetesi**, 17 Şubat 1960, s. 3.

<sup>249</sup> Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 15.

Özellikle spor dergilerinin yayın yaşamına atılmaları 1960'lı yıllar boyunca da sürmüştür. 1960 yılında "Türkiye Spor Postası"<sup>250</sup>, "Yarış ve At"<sup>251</sup>, Eskişehir'de "Eskişehir Spor"<sup>252</sup>, "Jokey Kulübü Mecmuası"<sup>253</sup>, "Yeni Spor Toto Gazetesi"<sup>254</sup>, 1961 yılında Futbol Federasyonu'nun çıkarttığı "Futbol Mecmuası"<sup>255</sup>, "Spor Toto Tahmin Haber Atçılık Gazetesi"<sup>256</sup>, "Toto Spor Dergisi"<sup>257</sup>, "Galatasaray Haftalık Spor Mecmuası"<sup>258</sup>, 1962 yılında "Galatasaray Spor ve Aktüalite Dergisi"<sup>259</sup>, Başbakanlık BTGM Futbol Müsabakalarında Müşterek Bahis Müdürlüğü tarafından çıkartılan "Toto"<sup>260</sup>, 1969 yılında "Son Ajans Spor Dergisi"<sup>261</sup> yayınlanmaya başlamıştır.

Toplumun spora olan ilgisinin artması ve bu doğrultuda spor basınında büyük bir gelişme yaşanması, spor basını çalışanlarının örgütlenmesini kaçınılmaz kılmıştır. Daha sonra Türk spor yaşamında büyük bir etkinliğe sahip olan Türkiye Spor Yazarları Derneği 14 Nisan 1965 tarihinde kurulmuştur.

1960'lı ve 1970'li yıllarda Hürriyet Gazetesi ile birlikte Türkiye'nin en çok satan gazetesi olma başarısını göstermiş olan Tercüman Gazetesi, 1968 yılında renkli ve çok imzalı bir spor eki vermiştir. Necmi Tanyolaç yönetiminde 30'un üstünde tanınmış yazar görev yaptığı Tercüman Gazetesi Spor servisi, Yılın Sporcularını seçmiş, lotarya düzenleyerek okuyucularını Dünya Kupaları ve Olimpiyat Oyunlarına göndermiştir.

12 Eylül 1980 tarihinden sonra toplumsal ilgi ve enerji politikadan uzaklaştırılmak, bir diğer deyişle de toplumun tüm katmanları depolitize edilmek istenmiştir. Bu dönem Türkiye'sinde de toplum, genel kültürel ve ekonomik özellikleri nedeni ile spora özellikle futbol ve basketbole ilgi göstermiştir. Gazeteler spora yine ağırlık vermiş, ancak konu zenginliği önceki dönemlerdeki yoğunlukta olamamıştır.

<sup>250</sup> Türkiye Spor Postası Haftalık Tarafsız Gazete, Yıl: 1, S. 2, 17 Şubat 1960.

<sup>251</sup> Yarış ve At Haftalık Atçılık ve Spor Gazetesi, Yıl: 1, S. 1, 8 Mart 1960.

<sup>252</sup> Baraz, a.g.e.. s. 73.

<sup>253</sup> Jokey Kulübü Mecmuası. Yıl: 1, S. 49, 10 Ekim 1961.

<sup>254</sup> Yeni Spor Toto Gazetesi Haftalık Spor ve Futbol Bahsi Müşterek Gazetesi, Yıl: 1, S. 16, 12 Mart 1962.

<sup>255</sup> Futbol Mecmuası, C. 1, S. 3, Mayıs 1961.

<sup>256</sup> Spor Toto Tahmin Haber Atçılık Gazetesi, Yıl: 1, S. 1, 9 Nisan 1961.

<sup>257</sup> Toto Spor Dergisi, Yıl: 1, S. 1, 9 Nisan 1961.

<sup>258</sup> Galatasaray Haftalık Spor Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 18 Ekim 1961.

<sup>259</sup> Galatasaray Haftalık Spor ve Aktüalite Mecmuası, Yıl: 1, S. 1, 28 Mart 1962.

<sup>260</sup> Toto, Yıl: 1, S. 1, 3 Eylül 1962.

<sup>261</sup> Son Ajans Spor Dergisi, Yıl: 4, S. 6, 17 Eylül 1973.

Geçmiş dönemlerde çok sayıda yayınlanmış olan spor dergilerinin 1980'li yıllardaki ender örneklerinden biri 1980'li yılların başında çıkan "Sportmence Dergisi"<sup>262</sup> olmuştur.

21 Nisan 1985 yılında yayınlanmaya başlayan Dinç Bilgin'in sahibi olduğu "Sabah Gazetesi"nin, bulvar gazetesi kimliğinden sıyrılıp, daha ciddi bir gazete olma yönündeki çabalarından spor servisi de etkilenmiştir<sup>263</sup>.

Yerel anlamda spor haberciliğinin daha önce bir çok örneğini sergileyen Eskişehir, 1985 yılı içinde iki spor dergisi daha yayınlamıştır. 25 Eylül 1985 tarihinde yayınlanmaya başlayan "Olay Spor" bunlardan ilki olmuştur. 10 sayfa olarak yayınlanan Olay Spor'u 15 Ekim 1985 tarihinde yayın hayatına giren "Tribün izlemiştir"<sup>264</sup>. Bu iki yayın organını çıkmasında bir sezon önce Eskişehirspor'un İkinci Futbol Liginde şampiyon olarak yeniden Birinci Futbol Ligine çıkmasının olduğu kadar, kentte sanayileşme sürecinin hız kazanması ile ortaya çıkan boş zaman olgusu ve kentte yaşayanların kimlik arayışları etkili olmuştur.

18 Kasım 1953 tarihinde yayınlanmaya başlayan Türkiye Spor Gazetesi'nden sonra ciddi anlamda ilk spor gazetesi, yaklaşık 36 yıl sonra, 4 Eylül 1989 tarihinde<sup>265</sup> yayınlanabilmiştir. Asil Nadir'in oğlu Birol Nadir tarafından çıkarılan "Fotospor" adlı spor gazetesi, gazetenin birçok tanınmış yazarı bünyesinde barındırmasının yanı sıra, yayına başladığı dönemde ülkedeki tek spor gazetesi olması nedeni ile yayınlandığı dönemde büyük bir ilgi görmüştür.

1990'lı yıllarda Türk toplumunun bir dönüşüm yaşadığı gözlemlenmiştir. Türk toplumunun toplumsal, kültürel, ekonomik, politik, eğitimsel özellikleri nedeni ile söz konusu dönüşüm sürecinde kitle iletişim araçları belirleyici olmuştur. Bu bağlamda dışa açılma sürecinin bir parçası, hatta Kozanoğlu'na göre simgesi olarak Türk futbolu da, özellikle kulüp bazında uluslararası alanda kendisini göstermeye başlamıştır. Türk

<sup>262</sup> Hiçyılmaz, 1986, a.g.e., s. 28.

<sup>263</sup> Aralarında Hıncal Uluç, Coşkun Özarı, Can Bartu, Eyüp Karadayı, Hüsnü Çil, Ercan Aktuna gibi bir çok ünlü yazarın transfer edildiği Sabah Gazetesi spor servisinde, Tanju Çolak, Cüneyt Tanman, Rıdvan Dilmen, Feyyaz Uçar, Erhan Önal gibi jübilesini yapmış eski futbolcular, Erman Toroğlu gibi eski hakem ve Yurdeşen Karahasan, Ali Şen, Bülent Tulun, Ogün Altıparmak gibi yöneticiler yazar olarak görev yapmıştır.

<sup>264</sup> Baraz, a.g.e., s. 95.

<sup>265</sup> Atabeyoğlu, a.g.e., s. 494.

futbolunun, önceleri sadece Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımı ile sınırlı kalan, daha sonra Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımı'nınki kadar yoğun olmamakla birlikte Türk Ulusal Futbol Takımı ile de benzer başarıları kazanmasının ardından kitle iletişim araçlarında kapladığı alan daha da genişlemeye başlamıştır. Daha önce spor genelinde aktarıldığı gibi, futbolun kitle iletişim araçlarındaki alanının genişlemesi, aynı zamanda kitle iletişim araçlarının da futbolda kapladığı alan ve önemin genişlemesine, bir diğer deyişle de futbol üzerinde etkisinin artmasına yol açmıştır. Tüm bu sıralananlar da günümüz Türk spor basınının "Futbol Basını" olmasının temellerini, 1980'li yılların yönetsel ikliminden aldığını göstermektedir.

Dinç Bilgin'in sahibi olduğu Medi Grup tarafından yayınlanan Fotomaç'ın yayına girdiği 1991 yılında günlük gazetelerin 5 tam sayfalarını spora ayırdıkları görülmüştür. 20 Kasım 1995 tarihinde yayınlanmaya başlayan "Fanatik Gazetesi"nin ardından spor gazetelerinin sayılarında bir artış olmuş, "Sarı Kanarya", "Cim Bom Bom" ve "Kara Kartal" adlı dergiler yayın hayatına atılmıştır. 1996 yılına gelindiğinde Fanatik ile birlikte "Spor", "Fotospor", "Fotomaç" gazetelerinin de yayında oldukları görülmüştür. 1990'lı yıllarda Türk basınında iyi belirginleşmeye başlayan sermaye yoğunlaşması sonucu, iki büyük grup Doğan Grubu ve Bilgin Grubu Türk basınına denetim altında almıştır. Yukarıda adı geçen spor gazetelerinden "Fanatik" Doğan Grubu, "Fotomaç" Bilgin Grubu tarafından, "Fotospor" ise Birol Nadir'in sahibi olduğu Biz Yayıncılığın iflas etmesinin ardından satın alan EM-PA İnşaat ve Turizm San. Ve Tic. A.Ş. tarafından çıkarılmıştır.

"Taraftar" adı ile bir başka spor gazetesi daha çıkartacak olan Bilgin Grubu, yayınlamakta olduğu "Taraftar" ve "Fotomaç" gazetelerini 28 Haziran 1996 tarihinde "Taraftar Fotomaç" adı altında birleştirerek yayınlamaya başlamıştır.

1993 yılı Kasım ayında Mehmet Y. Yılmaz yönetiminde Nezih Alkış ve İlhan Uzundurukan'ın kurduğu kadro ile Hürriyet Gazetesi bünyesinde yayına başlayan Spor Gazetesi daha sonra Show TV'nin sahibi Erol Aksoy'a geçmiştir. Aksoy'un Mehmet Emin Karamehmet ile birlikte M. Ali Ilıcak'ın Akşam Gazetesi'ne ortak olması ile birlikte Spor Gazetesi, Akşam'ın bünyesinde çıkarılmaya başlanmış, Aksoy'un bu ortaklıktan ayrılması ile birlikte 1997 yılı ekim ayında yayın hayatından çekilmiştir.

Günümüzde yayınlanan Fanatik ve Taraftar Fotomaç gazetelerini sayfalarını Fenerbahçe Spor Kulübü, Galatasaray Spor Kulübü, Beşiktaş Jimnastik Kulübü ve



Trabzonspor futbol kulüpleri arasında paylaşmış, bu takımların başarı durumlarına göre sayfa sayısı ve öncelikleri değişmiştir. Yine her iki gazetenin, her gün en az 3 sayfalarını at yarışlarına ayırdıkları görülmüştür. At yarışları programları, tahmin, yorum ve sonuçlarının yer aldığı gazetelerde eski dönemlerde olduğu gibi at yarışları ve atçılığın, sorun, çözüm önerisi, yönetimi, eğitimi gibi konularda makale yer almadığı saptanmıştır. Gerek Taraftar Fotomaç, gerek Fanatik Gazeteleri süreklilik özelliği olmaksızın kimi zamanlar çok az olarak basketbol, yüzme, güreş, boks gibi spor dallarına yer ayırmıştır. Bunun yanı sıra Fanatik Gazetesi haftanın bir günü “Fan-Etik” adlı bir sayfasını spor felsefesi, yönetimi, ahlakı gibi konulara ayırmıştır.

Her iki gazetede de ağırlıklı konu futboldur. Uzmanlaşma da futbol üzerine kurulmuş, hatta uzman olarak kabul edilen, köşe yazısı yazan kişilerin artık yukarıda adı geçen kulüplerin taraftarı olmalarının ötesinde uzmanı olmaları beklenmiştir. Taraftar Fotomaç Gazetesi’nde; Cengiz Tokgöz, Haldun Domaç, Levent Tüzemen, Abdullah Çevirim, Orhan Ayhan, İlker Ateş, Doğan Ersavaş, Şevki Şenlen, Cemil Turan, Gökmen Özdenak, Hüsnü Çil, Sedat Sertoğlu, Taki Doğan, Bülent Tulun, Erhan Önal, Haşim Şahin, Müslim Özbek, Hayri Ülgen, Gökmen Özdemir, Fatih Doğan, Ayhan Yılmaz, Osman Diyadin, Turan Yücel, gibi isimler görev yapmaktadır. Fanatik Gazetesi’nde ise; Mehmet Y. Yılmaz, İsmet Tongo, Güven Taner, Coşkun Özarı, Temel Özalak, Onur Belge, Mehmet Tan, Metin Tükenmez, Necmi Perekli, Osman Tanburacı, Necati Bilgiç, Doğan Babacan, Oğuz Dizer, Basri Baykoç, Engin Verel, Lütfü Özel, İsmet Badem(Tek Basketbol uzmanı-yorumcusu), Atif Keçeci, Tunç Kayacı, Orhan Yıldırım, Hakan Can, Taler Bağlan, Ebru Köksaldı, Şenay Düdek (Magazin) yazar olarak görev yapmaktadır. 2001 yılı içinde 150 bin liraya satılmakta olan her iki gazete de renkli olarak ortalama 12 sayfa yayınlanmaktadır.

İncelenen dönemlerde Türk spor basını çok daha hareketli ve yoğun bir gelişim göstermiş iken 2000’li yılların başında Türk spor basınının böylesi durağan bir konumda olması, spor basınının gelişiminin sağlıklı olmadığına işaret etmektedir. Gerçekten de incelenen gazete ve dergilerin büyük bir bölümünün Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş, İstanbulspor, Altay gibi spor kulüplerinin adını alması, yine büyük bir bölümünün at yarışları ve loto ile ilgili yayınlar olması, bir çoğunun anket ve hediye adı altında promosyon ve lotaryaya yönelmiş olmaları ve günümüzde yayınlananlar dışında sadece iki adet spor gazetesinin yayınlanmış olması, Türk spor

basınının sağlıklı bir gelişim göstermediğini kanıtlamaktadır. Bu bağlamda günümüzde Türk spor basınının ulaştığı nokta, sporun ve spor basınının gelişimi olarak değil, daha çok okuyucunun boş zaman harcama ve eğlenme gereksinimi ile ekonomik göstergelerini daha kısa ve emeksiz yoldan yükseltme amaçlarına hizmet eden abartılı ve renkli unsurların gelişimi olarak yorumlanabilir.

#### 4. SPOR BASINININ AMAÇ VE İŞLEVLERİ

Toplumsal bir olgu haline gelen ve toplumsal yapı ve yaşam içinde yer alan diğer sistem ve olgularla ilişki ve etkileşim içinde bulunan sporu konu ve içerik olarak işleyen spor basını da toplumsal yapı ve yaşam içinde yer alan kültür, ekonomi, din, politika gibi bir çok üst yapı kurumları ile ilişki ve etkileşimde bulunmaktadır.

Spor basınına yüklenen işlevler, spor olgusunda olduğu gibi genel hatları ile spor basınının toplumsal-kültürel işlevleri, ekonomik işlevleri ve politik işlevleri alt başlıkları altında incelenecektir.

##### 4.1. Toplumsal ve Kültürel İşlevler

Sporun toplumsal bir kurum olduğu ve bir takım toplumsal ve kültürel işlevler üstlendiği anımsandığında, onu konu ve içerik olarak işleyen spor basınının da toplumsal bir kurum olduğu ve benzer işlevler üstlendiği ortaya çıkmaktadır. Spor basınının üstlenmiş olduğu bu işlevler spora yüklenen işlevlerden bağımsız olmayıp, aksine koşutluk içermektedir.

Spor basını toplumsal yapının gün geçtikçe karmaşık bir hal alması nedeni ile haber alacakları kaynak sayısı azalmış olan bireylere spor ile ilgili haber, yorum ve görsel malzemeleri sunarak, okurlarını toplumsal anlamda bilgilendirmekte, haberdar etmekte, bir ölçüde de onların ilgisini spora çekmektedir.

Spor basınının üstlenmiş olduğu bir diğer toplumsal işlev ise toplumu bir arada tutacak olan paylaşımı sağlamaktır. Toplumsal yapı ve yaşamın karmaşıklığı nedeni ile güç olan bu paylaşım ve birliktelik<sup>266</sup>, günümüzde kitleleri peşinden koşturarak evrensel bir olgu haline gelen sporu, konu ve içerik olarak işleyen spor basını aracılığıyla sağlanmaktadır. Spor basınının konu ve içeriği ile okurlarına aktardığı ve ortaklaştırılmış heyecanlar, amaçlar ve bu amaçların gerçekleştirilmesinde yüklenen duygusal ortaklık, bireyleri bir arada tutmaktadır.

Spor ve spor basınının en göze çarpan toplumsal işlevi toplumsallaştırma<sup>267</sup>dir. Spor basını, toplumsallaşma süreci içinde sosyoloji bağlamında ikincil grup içinde yer alan kitle iletişim aracı kimliği ve işlevleri ile var olmakta, toplumsal kalıp ve rolleri aktarmaktadır.

Statü aktarımı, spor basının üstlenmiş olduğu bir diğer toplumsal işlevdir. Spor basını, sporun nasıl yapıldığı, nasıl yapılması gerektiği, kimlerin yaptığı veya yapması gerektiği, izlenmesi, kimlerin izlediği, nasıl izlenmesi gerektiğini, toplumsal statüler aracılığıyla bireylere öğretilmektedir.

▲ Spor aracılığıyla toplumsal hareketlilik yaşayan bireylerin spor basını aracılığıyla topluma sunulması, toplumsal hareketliliğe hız kazandırdığı gibi, var olan sistemin olumladığı toplumsal modellerin oluşturulmasına da katkı sağlamaktadır. Çünkü söz konusu edilen toplumsal modeller düşünceleri yönlendiren norm ve değer sistemleri ile yüklüdür<sup>268</sup>. Gerçekten de spor basını, modelleri tanıtmada, toplumu bu modeller konusunda bilgilendirmede ve bir sonraki aşamasında bu modeller gibi olmaya öykündürmede etkin bir güce sahiptir<sup>269</sup>.

<sup>266</sup> Jeffrey H. Goldstein ve Brenda J. Bredemeier, "Mass Media, Sport and Socialization", **Sport in Contemporary Society An Anthology**, (Ed. Stanley Eitzen), Second Edition, New York: St. Martin's Press, 1984, ss. 291.

<sup>267</sup> Orhan Gökçe b, **İletişim Bilimine Giriş**, Ankara: Turhan Kitabevi, 1993, s. 87.

<sup>268</sup> Gökçe b, a.g.e., s. 87.

<sup>269</sup> McKay'in "spor zenginler için sosyalizm, yoksullar için kapitalizm olarak işler" saptaması sporun alt sosyo-ekonomik gruplar için yaşadıkları getto/gecekondu mahallesinden çıkışın sınırlı yollarından biri, belki de en kolay olduğunu kanıtlamaktadır. Bkz. J. McKay, "Hegemony, The State and Australian Sport", (Der.: G. Lawrence ve D. Rowe), **Power Play. Essays in the Sociology of Australian Sport**, Sydney: Hale and Iremonger, 1986, s. 122'den aktaran Rowe, 1996a, a.g.e., s. 217.

Toplumsal yapı ve yaşamın sürekliliğini sağlamada önem taşıyan toplumsal işbirliği, işbölümü ve dayanışmanın işletilmesinde, spordaki işbirliği, işbölümü, takım ruhunu yaratan dayanışmayı aktaran spor basını etkin bir rol oynamaktadır<sup>270</sup>.

Spor gibi spor basınının üstlenmiş olduğu bir diğer toplumsal işlev ise ait olma duygusunun sağlaması ve pekiştirilmesidir. Spor basını, bir tür güçsüzler liginde olan kitle toplumu içindeki bireyin güçlüler ligine transfer olmasını sağlamaktadır<sup>271</sup>. Spor basını, bu takım veya kulüplere ayırdığı yer, bu takım veya kulüpler ile ilgili içeriklerinde kullandığı yaklaşım ve dil kullanım teknikleri ve kendilerini farklı kimlik, kültür ve dünya görüşü çevresinde odaklamış farklı toplumsal grupları kucaklayan ve onları simgesel de olsa birleştiren başarılı sporcuları<sup>272</sup> konu edinmesi ile okurlarının aidiyetini öncelikle meşrulaştırmakta, ardından da güçlendirmektedir.

Spor basınının yukarıda sıralanan işlevleri, aynı zamanda bireylerin anomik duruma düşmesini ve yabancılaşmasını önleme işlevine de işaret etmektedir.

Spor basını, bir kitle iletişim aracı olarak üstlenmiş olduğu eğlendirme ve boş zaman geçirme işlevi ile bireyin toplumsal yapı ve yaşam tarafından yüklemiş olan negatif enerjiyi, stres ve sıkıntıyı geçici<sup>273</sup> de olsa barışçıl yollardan boşaltmasına olanak tanımakta, bu doğrultuda ona psikolojik bir dayanak olmaktadır. Öte yandan kitlenin bir hafta süresince etkili ve verimli çalışabilmesi büyük ölçüde yukarıda değinilen boşalmı yaşamaları ile olasıdır. Bu bağlamda spor basını, sağladığı psikolojik boşalma ile

<sup>270</sup> Kaya a, a.g.t., s. 187.

<sup>271</sup> Ghirelli, konu ile ilgili olarak bir kentin bir futbol takımı ile özdeşleşmesinin post-endüstriyel bir toplumda, hemşehrilerin belirli bir grubuyla veya toplumun belirli kesimleriyle olacağını ve aralarında spor basınının da bulunduğu kitle iletişim araçları ile iletilen ve son yıllarda güçlenmiş bir metafor olduğunu saptamasını yapmaktadır. Horak ve Reiter de Avrupa'daki büyük kulüplerin oluşum tarihi, takım bileşimi ve oyun üslubu ile bir bölgenin, bir kentin veya bir mahallenin bir toplumsal, etnik veya dinsel grubun gerçek veya muhayyel kimliğinin metaforları olduğunu belirtmektedir. Bromberger ise takım veya kulübün ev sahipliği yaptığı stadyumdaki oturma yerlerinin bile aidiyete işaret ettiğini söylemektedir Bkz. Antonio Ghirelli, "Büyük Futbol Ailesi – Napoli, Maradona ve FC Napoli", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanel Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 73-74; Horak, Reiter ve Bora, a.g.e., s. 22; Christian Bromberger, "Stadyumdaki Kent Marsilya'nın Kültürel ve Toplumsal Topografyasının Aynası Olarak Olympique" **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanel Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 41-56.

<sup>272</sup> Rowe, 1996a, s. 183.

<sup>273</sup> Ghirelli de söz konusu edilen psikolojik boşalmı ve dayanığın geçici olması ile ilgili olarak; insanların fantezi dolu doğası, sınırsız sabırları, trajedileri yaşayabilmelerini sağlayan ironilerinin gerçeklikle bağlarını korumalarına yardımcı olduklarını söylemektedir. Bu bağlamda spor basınının, bireyin var olan sistem ve ilişkiler bütünlüğü ile ilişkisinin yanı sıra iktidar ilişkileri ve toplumsal hiyerarşinin korunması ve sürdürülmesine yardımcı olduğu saptaması yapılabilir. Bkz. Ghirelli, a.g.m., s. 82.

çalışan kitlenin var olan sistemin devamı açısından daha etkili ve verimli bir biçimde çalışmasına da olanak tanımaktadır.

Spor basınının yukarıda değinilen işlevi onun aynı zamanda gündem konusu olma işlevine de sahip olduğunu göstermektedir. Spor basını günümüzde işi ile ilgili derinlemesine bir uzmanlaşma içinde, yaşamını anlamlandırmak ve yaşamdan tat alabilmek için farklı ilgi alanları arayan bireylere sporu adres göstermekte, konuşabilecekleri konu ve içerikler de sunmaktadır. Bu noktada spor basınının konu ve içerik olarak işlediği sporun dışında, bir kitle iletişim aracı olarak sahip olduğu işlevler arasında yer alan gündem oluşturması, oluşmakta olan bir gündemi pekiştirmesi ve kamuoyuna yansıtması<sup>274</sup> da okurlarına bu anlamda katkı sağlamaktadır.

Eğitim, teknoloji, bilim gibi çağdaşlık ölçütlerinin gelişmesinin nedeni olan kartezyen düşünce sistemi, toplumsal ilişkilerde tek belirleyici etkenin akıl olmasını önermekte iken<sup>275</sup>, yaşam, manevi olguların, eş deyişle tinsel inançların da toplumsal ilişkilerde oldukça önemli olduklarını göstermektedir. Varolan ilişkilerin devamı açısından, bireylerin tinsel olana inanma gereksinimini en zararsız bir biçimde gidermesi spor aracılığı ile olasıdır<sup>276</sup>. Spor ve sporcunun ilahileştirilmesinin<sup>277</sup> spor basınında yer alması tamamen bu amaca yöneliktir. ↩

✱ Sporun ve spor basınının toplumsal birer kurum olmaları, onların aynı zamanda kültürel birer kurum olmalarına ve kültürel işlevler üstlenmelerine yol açmaktadır. Spor basınının üstlenmiş olduğu en önemli kültürel işlev, içinde bulunduğu kültürün yaşamasını, gelişmesini ve bir sonraki kuşağa aktarılmasını sağlamaktır. Yazılı olması

<sup>274</sup> Kaya a, a.g.t., s. 189.

<sup>275</sup> Ertuğrul Özkök, **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Ankara: Tan Yayınları, 1985, s. 350.

<sup>276</sup> Daha önce belirtildiği üzere birçok spor dalının kökeninde dini ritüellerin bulunması ve aşırı rasyonelleşme sonucu ortaya çıkan tinsel olana inanma gereksinimini gidermek ve softlığı önlemek için bir araç olarak sporun kullanılması paradoksal olarak gözükmektedir.

<sup>277</sup> Sporun ilahileştirilmesi ile ilgili olarak ayrıntılı bilgi için Bkz. Berger, a.g.e., s.126-128; Büker, a.g.e., s. 24, 31, 72; Herbert F. Moorhouse, "Bir Devlet, Birçok Ülke "Birleşik" Krallık'ta Futbol ve Kimlikler **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 181-202; Tony Mason, "The Blues And The Reds (Maviler ve Kırmızılar) Liverpool ve Everton'un Hikâyesine Dair, **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s.276-277, 291-296; Frank Deford, "Olimpiyatın Kökenleri" (Çev.: Özgür Kurtuluş), **Bilim ve Teknik**, S. 345, s. 6, Coakley, a.g.e., s. 353-368; Simon Kuper, **Futbol Asla Sadece Futbol Değildir**, (Çev.: Sinan Gürtonca), İstanbul: Sabah Kitapları, 1996, s. 195-208; Doğan d, a.g.e., s. 283-284; 67; Taylor b, a.g.m, s. 60-62.

nedeni ile bir belge niteliği taşıması, günlük olması nedeni ile sürekli dolaşım ve paylaşım içinde olması, onun bu işlevi etkin olarak verebileceğini göstermektedir.

Toplumsal yapı ve yaşam içindeki kültür çeşitleri, kültürel anlamda bir çatışmaya işaret etse de, spor basını bu kültürlerin tüketicisi konumundaki bireyler ve çatışan kültürler arasında öncelikle bir ilişki ve etkileşim, ardından da bir uzlaşma iklimi yaratılmasına yardımcı olmaktadır. Spor basını, çatışan kültürler arasında uzlaştırıcı rol ve işlevi vermesine karşın, konu ve içerik olarak işlediği sporun popüler kültür ürünü olması nedeni ile popüler kültürün ürünü olma suçlaması ile karşılaşmaktadır.

Spor basınının üstlenmiş olduğu kültürel işlevler arasında spor dünyasında yer alan mitlerin yansıtılması da gelmektedir. Spor dünyasının aktörleri arasında yer alan mitlerin büyük bir bölümü, spor basını aracılığı ve yardımı ile oluşturulmuştur. Sporun dünyasında yer alan ve spor basınının konu ve içeriklerinde işlenen kültürel mitler, evrensellik, eşitlik, aşkınsallık, kahramanlık, rekabetçilik, bireysel görünüm ve takım ruhu, sadakat ve bağlılık<sup>278</sup> gibi değerleri vurgulamaktadır.

Spor basınının toplumsal ve kültürel amaç ve işlevleri bu şekilde belirtildikten sonra ekonomik işlevlerinin de genel hatları ile incelenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

#### 4.2. Spor Basınının Ekonomik İşlevleri

Toplumsal birer kurum olmaları nedeni ile spor ve spor basını toplumsal yapı içinde yer alan diğer üst yapı kurumları ile ilişki ve etkileşim içinde olma zorunluluğundadırlar. Bu bağlamda spor gibi spor basını da ekonomik anlamda bir dizi işlevler üstlenmiştir. Spor basınının ekonomik anlamda üstlenmiş bulunduğu işlevler aşağıda incelenecektir.

<sup>278</sup> Sporun bünyesinde yer alan ve spor basınından yansıyan mitlerin iş dünyası, devlet yönetimi ve ulus oluşumu gibi süreçlerde kullanılan mitler ile aynı olması oldukça ilginç ve anlamlıdır. Öte yandan spor basınında da yer alan sporun evrenselliği ile yerelliği, rekabetçi yapısı ile dayanışmacı niteliği, özdeşleştirici işlevi ile uzlaştırıcı işlevi birer ikilem olarak değerlendirilebilir. Bu durum, spor gibi spor basınının da egemen, alt ve karşıt kültürlerle hitap etmesi, onları etkilemesi, kaçınılmaz olarak da onlardan etkilenmesi ve farklı amaçlar doğrultusunda kullanıma açık olması ile açıklanabilir.

Genel bir bakış ile sonuçta bir işletme olan ve kâr amacına yönelik olarak kurulan spor basınının ekonomik işlevlerinin kendisi ile sınırlı olduğu izlenimi doğabilir. Öte yandan ekonomik bir faaliyetin söz konusu olması, yasal olarak maliye, muhasebe ve vergilendirme sürecini gündeme getireceği için, spor basını Devlete vergi vererek bir diğer ekonomik işlevi yerine getirmektedir. Spor basını ürününün hazırlanması için gerekli olan personel istihdamı, yazardan muhabire, bilgisayar uygulayıcılardan fotoğrafçılara, basım görevlilerinden yöneticilere değin bir çok insana gelir sağlayacak olan bir diğer işlev ve boyuta işaret etmektedir.

Söz konusu edilen ekonomik faaliyete sadece hizmetin değil mal satışının da konu olması, ürün için kağıttan, filme, kalıptan boyaya, fotoğraf makinelerinden baskı öncesi ve baskı makinelerine kadar bir çok hammadde ve araç gibi girdilerin sağlanması zorunlu kılmaktadır. Ürün için gerekli olan bu girdileri arz eden işletmelerin sağlayacağı kârın yanı sıra, spor basını gibi sağlayacağı ikincil faydalar da dolaşıma sokulmaktadır. Spor basını ürününün tüketicisine ulaştırılması ise navlundan okur ile bulunduğu bayilere komisyon verilmesine değin bir dizi ekonomik faaliyetten bir çok insan kazanç sağlamaktadır.

Spor basınının ekonomik olarak sunduğu fayda ve işlevlerin görünen ikinci odağı spor dünyasıdır. Spor basını sporcuların gösterdiği performansları konu ve içerik olarak işleyerek onun bir sonraki transfer döneminde elde edeceği gelir üzerinde etkili olmaktadır.

† Spor aracılığıyla reklam yapmanın kolay, ucuz ve daha etkili olması, spor kişiliklerinin popüler olması, spor basınının etkin ve yaygın olması, pazarlama dünyası gibi, reklamcılarının da ilgisini spor alanına çekmiştir. Günümüz reklamcılarını tüketime yönlendirmede, iş dünyasının tatsız tuzsuz söylemleri yerine, sporun canlı, neşeli doğasını yeğlemektedirler<sup>279</sup>. Bu tür reklamlarda sporcu kişiliklerin yer alması onlara ekonomik olarak fayda sağladığı gibi, bu reklamların yer alacağı bir meçra olarak spor basınına da fayda sağlamaktadır.

Öte yandan alkol ve tütün ürünleri gibi kimi ürünlerine kitle iletişim araçlarında doğrudan reklam yapma yasağının getirilmesi, bu sektörlerin yeni reklam mecraları

<sup>279</sup> Hande Demirel, "Y'nin Peşinde", *Capital Aylık Ekonomi Dergisi*, Mart 2000, Yıl: 8, S. 2000/3, s. 98.

aramasına yol açmıştır<sup>280</sup>. Spor basının da kimi spor dallarına yer vermesi, iş dünyasının bu spor dallarına sadece reklam değil sponsorluk anlamında da yatırımlar yapılmasında etkili olmuştur. Öte yandan günümüzde firmalar imajını yükseltmek<sup>281</sup> amacı ile kulüplerin sahipliklerini üstlenmeye hatta kimi firmalar artık seyir sporlarının kitle iletişim araçlarında yer almasına sponsor olmaya başlamışlardır.

Kimlik ve aidiyet arayışı içindeki birey, başarılı olan takım ve sporcu ile kendisini özdeşleştirme arzusu ile artık sadece sporda kullanılan ayakkabı ve giysileri kullanmaya başlamıştır. Söz konusu edilen başarı, öykünme ve özdeşleşme spor basını aracılığı ile okurlara ulaşmakta, böylece spor araç, gereçleri ve giysileri üreten firmalara yeni pazarlar açılmakta ve merchandising ürünlerin satışı artmaktadır.

Spor basını aracılığıyla ekonomik fayda sağlamanın diğer bir dolaylı yöntemi ise spor kulüp veya federasyon ile doğrudan bağlantı içinde olmak, buralarda faal olarak görev almak ve böylece spor basınının gündeminde olmaktır. Bu da spor basını aracılığıyla dolaylı yoldan reklam ve halkla ilişkileri yapılan kişilerin ekonomik faaliyetlerinde kimi dolaylı faydalar sağlamalarına yol açmaktadır.

Spor basınının sporun fiziksel, teknik ve altyapı eksikliklerini konu edinen yayın ve eleştirileri ile spordan sorumlu politika elitini ve bürokrasiyi harekete geçirmekte ve yeni yatırımlara yöneltmektedir<sup>282</sup>. Böylece yeni bir üretim süreci gündeme gelmekte, istihdamdan hammadde girdisine, yönetimden vergilendirmeye değin çok geniş bir alanda ekonomik faaliyet belirmektedir. Yine spor basınının kulüplerin kurumsallaşması yönündeki eleştirileri, kulüplerin fiziksel alt yapı çalışmalarının yanı sıra profesyonel yöneticiler, hukuk danışmanları, takım doktorları, kondisyonerleri, masörleri ve

<sup>280</sup> Günümüzde Formula Yarışları en çok sponsorluk ve reklam yatırımını, alkol ve tütün üreticileri yapmaktadır Halen 16 pistte yapılan ve 1993 yılı itibari ile televizyonlarda 821.390 dakika yer verilen ve yaklaşık 440 milyon seyirciye ulaşan bu sporun, reklam verenler açısından etkili bir mecra olduğu açıktır. Bkz. "Altın Yumurtlayan Bir Spor... Formula", a.g.yz., s. 18, 20.

<sup>281</sup> Spor basınında etkinlik ve yaygınlığının da aralarında bulunduğu nedenlerden dolayı spora sponsor olmak, sponsor firmaların imajını güçlendirip, kârını artırdığı gibi, sponsor olunan kulüp gibi spor dahının da pazarlanmasına, izleyicisinin artmasına ve böylece kitle iletişim araçlarında yer alarak gelirlerinde artış olmasına yol açmaktadır. Öte yandan tüm bu gelişmelerin kaçınılmaz bir sonucu olarak, sporcular artık daha fazla reklam ve sponsorluk almak ve daha fazla para kazanmak için yarışmakta, sporun uluslararası yöneticileri spor etkinliklerinin sayısını artırmaktadırlar. Böylece de spor özünden uzaklaşmakta, kitle iletişim araçlarına bağımlı hale geldiği kanısı yaygın kazanmaktadır.

<sup>282</sup> Politika elitinin, sporda kazanılan başarıları sorumlu olduğu diğer kamusal alanlara eklememesi, üstelik spor alanındaki başarıların diğer alanlardan daha kolay ve düşük maliyette olması, spora yapılan yatırımları sürekli gündemde tutmaktadır.



istatistikçileri gibi bir çok görevlinin istihdam edilmesini sağlamaktadır. Öte yandan spor basını eleştiri ve önerileri arasında yer alan spor kulüplerinin şirketleşmesi de bir çok yeni iş alanı yarattığı gibi kulüplerin halka açılması ve hisselerinin borsada kote olması<sup>283</sup>, yabancı ortak ve yatırımcılar ile iş birliğine gitmeleri açısından Türkiye örneğinde yeni olan diğer ekonomik etkinliklerdir.

Spor gibi spor basınının da toplumsa, kültürel ve ekonomik amaç ve işlevleri gibi politik işlevleri de bulunmaktadır. Bu noktada Spor Basınının Politik Amaç ve İşlevleri ile ilgili bilgilerin aktarılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

### 4.3. Spor Basınının Politik Amaç ve İşlevleri

Bu başlık altında spor basınının politik amaç ve işlevleri, ulusal ve uluslararası olarak iki ayrı boyutta kuramsal bilgilerin yanı sıra günlük yaşamda karşılaşılan örnekleri ile birlikte genel olarak incelenmiştir.

#### 4.3.1. Spor basınının ulusal politik amaç ve işlevleri

Spor basınının neden politik işlevler üstlendiği, üstlenmiş olduğu veya ona yüklenmiş olan politik işlevlerin neler olduğu bu alt başlık altında incelenecektir.

Althusser tarafından Kültürel Devletin İdeolojik Aygıtları (DİA)<sup>284</sup> arasında verilen spor, daha önce yer verildiği gibi politika üst yapı kurumu ile ilişki ve etkileşim içinde bulunmaktadır. Bu bağlamda spor olgusunun politik yön ve boyutun olması, bu nedenle de bir takım politik işlevler üstlenmiş olması, onu konu ve içerik olarak işleyen spor basınının da kendi istemi dışında politik boyut ve işlevlere sahip olmasının ilk işareti olarak kabul edilebilir.

<sup>283</sup> "Galatasaray Halktan 26 Milyon Dolar Toplayacak", **Hürriyet Gazetesi**, 17 Eylül 2000, s. 9.

<sup>284</sup> Louis Althusser, **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları** (Çev.: Yusuf Alp ve Mahmut Özışık) 4. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 1994, s. 34.

Öte yandan Habermas'ın modern toplumlarda bir iktidar aracı haline geldiğini savunduğu iletişim<sup>285</sup> ve aralarında spor basını da bulunan kitle iletişim araçlarının tarafsız olması gerekirken, tarafsızlığı sağlayamadıkları gözlemlenmektedir. Bu da spor gibi spor basınında da tarafsızlık gibi ideolojisizliğin mümkün olmadığını göstermektedir. Gerçekten de, günümüzde kitle iletişim araçları, olanı biteni basitçe anlatmasının ötesinde, bir hammadde olan olayı, bir ürün olan habere dönüştüren, sahipliğini yapan kişi<sup>286</sup>, kurum veya kuruluşun dünya görüşü ile şekillenen<sup>287</sup> gerçekliği aktaran, toplumsal güç ve iktidarın inşaa edildiği<sup>288</sup> araçlar olarak belirmektedirler.

Toplumsal yapı, sürekli olabilmek için çevresinde örgütlendiği ideolojinin de sürekli olmasına, bunun içinse ideolojilerin taraftar kazanmasına, taraftarlarının duygusal ve fiziksel enerjilerini bu amaçla kullanmalarına gereksinim duymaktadır. Propaganda, olumsuz bir anlam yüklenmiş olması nedeni ile bu amaç doğrultusunda etkin bir biçimde kullanılamamaktadır. Bu bağlamda spor aracılığıyla gönderilen iletilerin toplum genelinin ilgisini ve dikkatini çekmesi, anlaşılması, yine toplum genelinin gereksinim ve özelliklerine uygun olması, istendik ve beklendik tutum ve davranışlar geliştirmesi, iknaya yönelik iletilerin taşıyıcısı olan spor basınının ne denli etkin olduğunu göstermektedir.

Spor basınının politik işlevler üstlenmesinin bir diğer nedeni de konu ve içerikleri işleme biçiminden kaynaklanmaktadır. Spor basınının olay, olgu ve konulara bütünlüklü bir bakış açısı ile yaklaşmaması, okurunu yüzeyselliğe itmekte, doğrudan sonuca odaklanmasına, sporu bütünlüklü bir süreç olarak kavrayamamasına, bağlantısız iniş-çıkış noktalarından oluşan bir sergi olarak görmesine<sup>289</sup> neden olmaktadır. Bu da spor basınının, sporun politik kullanım doğrultusunda araçsallaştırılmasına katkıda

<sup>285</sup> Ahmet Talimciler, "Türkiye Spor (Futbol) Medyası", **Birikim**, Ocak 1999, S. 117, s. 99.

<sup>286</sup> Spor yazarı Metin Tükenmez, her insan gibi spor basını çalışanının da politik ve ideolojik görüşleri bulunduğunu ve bu görüşlerin spor basını çalışanlarının ürünlerine yansımalarının doğal olduğunu söylemektedir. Söz konusu edilen bakış açısının bir ideolojiye, dünya görüşüne sahip olduğu veya olabileceği olasılığı, spor basınının da benzer ideoloji veya dünya görüşü çevresinde yapılacağı ve içerik sunacağı düşüncesini doğurmaktadır. Ayrıca spor basını sahibi, yöneticisi gibi spor basını çalışanının da bir dünya görüşü olduğu ve bunu istemli veya istem dışı bir biçimde, spor basınında yer alan ürününe yansıtacağı da açık bir gerçektir. Metin Tükenmez, -Radikal Gazetesi Spor Yazarı- "Spor Basınının Politik İşlevleri" konulu görüşme, Manisa: 27 Ocak 2000.

<sup>287</sup> Alemdar ve Erdoğan, a.g.e., s.88.

<sup>288</sup> Ayşe İnal, **Haber Okumak**, İstanbul: Temuçin Yayınları. 1996, s. 75.

<sup>289</sup> Kıvanç b, 1993, a.g.m., s. 25.

bulunmasına yol açmaktadır. Çünkü bağlamından kopartılan her olgu, olay ve nesnenin daha kolay bir biçimde belli amaçlar doğrultusunda kullanılabilir bir araç konumuna düşmektedir.

Spor haberleri, genel haberlerden ayrı olarak başka bölüm, sayfa, dilim vb. içinde sunulmakta, ancak sürpriz başarılar, felaketler, şiddet ve magazin içerdiğinde ön sayfa, ana haber bültenleri içinde yer almaktadır<sup>290</sup>. “Ne sağcıyız, ne de solcu, sporcuyuz-futbolcuyuz”, “spora siyaset bulaştırılmamalı”<sup>291</sup> gibi söylemler, spor ile siyaset arasındaki ilişkinin sürmesine katkı sağlamaktadır. Böylece, spor ile ilgilenen kitlenin politika gibi yaşamsal bir konuyla ilgilenmemelerini, olup biten karşısında edilgen olmalarını sağlamaktadır.

Spor basınının politik işlev üstlenmesinin bir diğer nedeni ise var olan ekonomi-politik yapıya göre sahipliğinden kaynaklanmaktadır. Niteliği ve ekonomi-politiği her ne olursa olsun devlet ve iktidar örgütlenmesinde spor basınının sahipliğini yapanlar var olan iktidar ilişkilerine uygun içerik ve yönde yayın politikası gütmek durumundadırlar<sup>292</sup>. Erdemli de, herhangi bir olgu, olay veya kurumun ekonomik boyuta sahip olması durumunda kaçınılmaz olarak politik boyuta da sahip olacağını, bu nedenle de spor basınının sermaye sahipliği bağlamında yayın politikasının, ekonomik çıkarlar ve politik ilişkiler ile uyumlu olmasını sağlayacak biçimde düzenlenmesi gerektiğini<sup>293</sup> söylemektedir. Benzer bir biçimde spor basınının çalışan ve çalıştıran ilişkilerinde de var olan iktidar ilişkileri ve hiyerarşik yapı yeniden üretilmekte ve bu üretim süreci kaçınılmaz bir biçimde bir ürün olarak spor gazetelerine yansımaktadır. Siyasal

<sup>290</sup> Alemdar ve Erdoğan, a.g.e., s.89-90.

<sup>291</sup> Oray Eğin, "Televole ve Sonrası: Gerçeği Kaybediyoruz!", **Birikim**, Ocak 1999a, S. 117, s. 105; Cesar Luis Menotti, "'Sağın futbolu' ve 'Solun futbolu'", [Çeviren Belirtilmemiş], **Bilim ve Ütopya**, Haziran 2000, S. 722000, s. 11; Menotti, 1998, a.g.m., s. 6; Talimciler, a.g.m., s. 100.

<sup>292</sup> Sage, a.g.e., s. 117-119; Denis Mc Quail ve Sven Windahl, **Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri**, (Yayına Hazırlayanlar: Banu Dağtaş ve Uğur Demiray), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı yayınları, 1994, s. 138; Raşit Kaya b, **Kitle İletişim Sistemleri**, Ankara: Teori Yayınları, 1985, s. 25-26; J. Herbert Altschull, **Agents of Power: The Role of the News Media in Human Affairs**, White Plains New York: Longman, 1984, [Sayfa no belirtilmemiş]'den aktaran, Werner J. Severin ve James W. Tankard, **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araştırmalarında Kullanımları**, (Çev.: Ali Atif Bir ve Serdar Sever), Eskişehir: Kibele Yayınları, 1994, s. 507.

<sup>293</sup> Atilla Erdemli, - Radikal Gazetesi Spor Yazarı, İstanbul Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Öğretim Üyesi- "Spor Basınının Politik İşlevleri" konulu görüşme, Manisa: 28 Ocak 2000.

toplumsallaşmaya<sup>294</sup> gereksinim duyması, karşıt ideoloji ve muhalefetin sporu benzer amaçlarla kullanma olasılığının bulunması nedeni ile hiçbir iktidar ve ideoloji, spora karşı kayıtsız kalamamıştır. Bu da politika ve ekonomi elitlerinin, spor basınına özel bir etkinlik alanı olarak görmesine<sup>295</sup>, ayrıcalıklı erişim hakkına sahip olmak istemelerine yol açmıştır. Bu doğrultuda kitle iletişim araçlarına yatırım yapan grupların, spor gazeteleri de yayınlaması, günlük gazetelerinde spor sayfalarının sayısını artırması, televizyon kanallarında spor ile ilgili programların ve haber bültenlerinin spor bölümlerinin dakika sayılarını artırması doğal bir gelişme olarak karşılanmalıdır.

Sporun politik anlamda bir tepki vermede kullanılması, spor basınına yardımcı ile gerçekleşmektedir. Sporseverler, sadece spor konusu ile sınırlı kalmak ve varolan iktidar yapısını tehlikeye sokmamak koşulu ile yönetimlerden taleplerini tribünlerde dile getirmekte, böylece spor basınına harekete geçmekte ilgililer ve sorumlulara bu anonim kitlenin sesi duyurulmaktadır<sup>296</sup>. Ancak burada söz konusu edilen tepki, yukarıda değinilen koşullar ile sınırlıdır. Bu da spor basınına üstlenmiş olduğu bir diğer politik işleve geçici bir kaçış sağlayarak emniyet valfi olmasına işaret etmektedir.

<sup>294</sup> İlder Turan, *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İ.F., 1977, s. 55'den aktaran Kaya b, a.g.e., s. 25, 35.

<sup>295</sup> Andreas K. Bodor, "Diktatörlüğün Derbisi Dinamo ve Steaua Bükreş", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 133-141; Adnan Bostancıoğlu, "Taraftar ve Solcu Olmak "Dün" ve "Bugün"", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 241-250; Gabriel Colome, "FC Barcelona ve Katalan Kimliği", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 125-132; Tanıl Bora, "Deliler" saf değiştirdi", **Radikal İki Radikal Gazetesi Eki**, 22 Ekim 2000, s. 17; Muhittin Acar b, **Sporda Hedefler ve Politikalar (1923-1993)**, Ankara: DPT Yayın ve Temsil Dairesi Başkanlığı Yayınları, 1993; "Devletten Millete Bir Türü Geçemedi", **Sabah Gazetesi**, 18 Ocak 2000, s. 4; "Beşiktaş'ın Zencisi Değiliz", **Akşam Gazetesi**, 23 Şubat 2000, s. 16; "Cemiyetin Adayı Tantan", **Yeni Binyıl Gazetesi**, 24 Ocak 2000, s. 3; "Melih Gökçek'in İsrarı Sürüyor", **Radikal Gazetesi**, 10 Ocak 2000, s. 21; "Pendik Depremi Meclisi de Sarstı", **Hürriyet Gazetesi**, 16 Aralık 1999, s. 26; "Tuttuğu Gerçek Takımı Açıkladı", **Hürriyet Gazetesi**, 26 Aralık 1999, s. 20.

<sup>296</sup> Josef Hackforth spor basınına eleştirileri gündeme getirmesi ve kendisinin de eleştirmesi yöntemi ile politik işlevde bulunduğunu söylemektedir. Hackforth, "ideoloji" kavramının dogmatik olması nedeni ile spor basınına ideolojik işlevinin bulunduğunu söylemenin güç olduğunu ancak, kimi konu, olay ve olguları eleştirerek, sorunların önlenmesine yardımcı olacağını, bunun da büyük ölçü de "demokrasinin yapılanması ve pekiştirilmesi" anlamı taşıdığını söylemektedir. Spor basınına bu anlamda politik işlevlerinin demokratik yönetimler için geçerli olduğunu söyleyen Hackforth, demokratik olmayan yönetimlerde ise iktidar yapılarının ve ilişkilerinin yeniden üretilerek, iktidarın güçlenmesine yönelik olduğunu belirtmektedir. Bkz. Josef Hackforth, "Deutsche Sport Hochschule Köln Öğretim Üyesi- "Spor Basınına Politik İşlevleri" konulu görüşme, Manisa: 27 Ocak 2000.

Öte yandan spor basını içerikleri ile siyasi iktidarların spora müdahalelerini meşrulaştırmaktadır. Spor basınının bu etkinliği ile siyasi iktidarın spor konusunda olduğu gibi diğer konulardaki icraatlarının da doğru ve gerekli olduğu kanısının uyanması amaçlanmaktadır.

Futbol başta olmak üzere kitle iletişim araçlarında yayınlanan spor dallarındaki sporcular, büyük kazançlar<sup>297</sup> elde ediyor görünmektedirler. Spor basını, bu yolla sporcuları idol ve yıldız olarak sunarak, sınıf atlamaya öykündürmekte ve sınıfsal yönelimi vurgulamaktadır. Bu bağlamda spor basınının onaylanan modellerin sergilendiği ve olumlandığı bir podyum ve vitrin işlevi gördüğü ve toplumu benzer davranışlarda bulunma yönünde güdülediği açıktır.

Öte yandan günümüzde eğlence ve reklam dünyasının yıldızı haline gelen bazı sporcular, ürün ve firma ile birlikte söz konusu edilen ürünlerin vurguladığı yaşam ve düşüncenin de reklamı<sup>298</sup> da yapmış olmaktadır. Çünkü yıldız sporcular yalnızca sporcu olarak değil, beğenileri, tutumları, davranışları, bütünüyle yaşama biçimleriyle yansıtılmaktadırlar<sup>299</sup>. Oysa yıldız sporcular genellikle alt toplumsal tabakalardan çıkmakta<sup>300</sup> ve elde ettiği olanaklar ile daha sonra bu tabakadan ayrılmaktadır.

Diğer yandan spor haberlerinde kullanılan operasyon, can çekişme, hastalık, aksamak, ölü gibi olmak topallamak, can çekişmek gibi patolojik terimler de spor basınının, insanoğlunun biyolojik korkularını kışkırtarak<sup>301</sup>, kendisini bu tehlikelerden koruyacak bir güce gereksinim duymasını sağlama yönünde de işlev vermektedir. Bireylerin fiziksel güvenliklerini ve sağlıklarını korumak ile görevlendirilmiş kurumları ve bunların var olmalarını sağlayan gücün meşrulaşmasını ve sürmesini sağlamaktadır.

<sup>297</sup> Futbolcu Aykut Kocaman konu ile ilgili olarak "İki tane topa vuruyorlar, milyarları alıyorlar' deniyor. Milyarları alan çok küçük bir kesim. ... Otuz yaşından sonra büyük bir aksilik olmadığı sürece, Türkiye'deki insan ömrünü göz önüne alırsak, otuzbeş senelik bir süre daha var ve bu ömrü futboldan yedi sekiz yıl içinde kazandığımız parayla, üstelik ailenizle birlikte geçireceksiniz." demektedir. Bkz. "İstanbulsporlu Milli Futbolcu Aykut Kocaman: 'Bütün Futbolcular Aşağılanıyor'", **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, s. 15.

<sup>298</sup> Alemdar ve Erdoğan, a.g.e., s.87.

<sup>299</sup> Atilla Erdemli, **İnsan, Spor ve Olimpizm Spor Felsefesi Yazıları**, İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1996, s. 73.

<sup>300</sup> Kozanoğlu'nun futbolcular özelinde yaptığı bu saptama, akistokrasiye ait görülen tenis, golf, polo, kriket gibi birkaç spor dalı dışında, popüler ve kitle iletişim araçlarında yayına konu olan, eğlence değerine sahip spor dallarına da genellenebilir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 11.

<sup>301</sup> Nurdan Gürbilek, **Vitrinde Yaşamak**, 2. Basım, İstanbul: Metis Yayınları, 1993, s. 88.

kulüp düzeyinde bir karşılaşma söz konusu olduğunda ise karşılaşma yapacak takım da taraftarlarının değil, ulusun takımı<sup>309</sup> olarak ön plana çıkarılmaktadır<sup>310</sup>.

Spor basını, ulus devletin korunup, geliştirilmesi işlevini verirken, konu ve içeriklerini tarih ile ilişkilendirmenin ötesinde tarihe indirgenmektedir<sup>311</sup>. “Geçmişteki büyük uygarlığımıza, özdeğerlerimize, savaşlardaki cengaverliğimize göndermelerle bütün bir tarih medyanın hizmetindedir”<sup>312</sup> diyen Mutlu, tarihin milliyetçi söylem anlamında ne denli verimli bir alanı oluşturduğuna dikkat çekmektedir<sup>313</sup>. Spor basınının olay ve olguları tarihe indirgemesinin hem doğal bir sonucu, hem de uzantısı olan “Avrupa’ya duyulan öfke”<sup>314</sup>, şiddet içeren söylem ve militarist terimler ile ortaya konulmaktadır.

Spor basınının Avrupa’ya karşı öfkesi, “Avrupa’ya duyulan revanşizm ve hayranlık ikilemi”ne<sup>315</sup> işaret etmektedir. Spor basınında futbolcuların yabancı

<sup>309</sup> Alemdar ve Erdoğan, a.g.e., s. 81; Bora ve Erdoğan, a.g.m., s. 228.

<sup>310</sup> Biz bilincinin oluşturulması için daha önce spor basınında yer bulamayan, 3 Büyükler ve Trabzonspor karşısında her zaman ikincil konumda olan, bu takımları yenmeleri durumunda bile konunun bu takımların yenilgisi olan İstanbulspor, Bursaspor, Kocaelispor, Gaziantepspor, Antalyaspor gibi takımların yurtdışı karşılaşmaları söz konusu olduğunda onlar da “biz”i oluşturan takımlardan oluşan lige terfi etmektedirler. Ancak bu yeni ligde kalmaları yurtdışındaki başarılı olma süreleri ile doğru orantılıdır. “Aslanım [Galatasaray kastedilerek] İngiliz Evinde Tokatlayacak”, **Taraftar Fotomaç**, 7 Aralık 1994; “İnönü’de Boğarız [İnönü Stadyumu’nda Beşiktaş]”, **Taraftar Fotomaç**, 20 Kasım 1996; “Haydi Kartal [Beşiktaş] Parçala Horozu”, **Fanatik**, 22 Ocak 1997; “Korkma Sönmez Bu Şafaklarda Fenerbahçem, Galatasarayım, Beşiktaşım, Trabzonsporum ...”, **Taraftar Fotomaç**, 16 Eylül 1992.

<sup>311</sup> Tahsin Yücel, “Dilimiz-Felsefemiz”, **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 69-70.

<sup>312</sup> Erol Mutlu, “Avrupayı Salladık”, **Cogito**, S. 6-7. 1996, s. 361.

<sup>313</sup> Türkiye örneğinde spor basını ulusal karşılaşmalarda da bu yaklaşımı sergilemektedir. 24 Nisan 1996 tarihinde Fenerbahçe Stadı’nda oynanan Fenerbahçe ve Galatasaray Spor Kulüpleri futbol takımları arasındaki karşılaşma sonrası Galatasaray Teknik Direktörü Graeme Souness’in Galatasaray bayrağını Fenerbahçe Stadı’nın ortasına dikmesi, Ulubatlı Hasan’ın sancağı Bizans burçlarına dikmesi ile eş değer görülmüş ve Souness, Galatasaray ve spor basını tarihine “Ulubatlı Souness” olarak geçmiştir. Bkz. Gökmen Özdemir, “Ulubatlı İskoç”, **Yeni Binyıl Gazetesi**, 26 Kasım 2000b, s. 47.

<sup>314</sup> Spor basınında bu tür karşılaşmalar öncesi, “savaş çığlıklarını” andıran manşetler atılmakta, rakip takım oyuncularının sakatlanmaları “Müjde”, “Gözün aydın” biçiminde verilmektedir. Karşılaşmaya çıkacak olan Türk takımının “patlamaya hazır bir bomba” olduğundan söz edilmekte, teknik direktörlerin “gizli silahlara” sahip olduğu vurgulanmaktadır. Bkz. “Türksün Bugün Ezer Geçersin”, **Taraftar Fotomaç**, 27 Ekim 1992; “Eleyeceksiniz Başka Yolu Yok”, **Taraftar Fotomaç**, 30 Eylül 1993; “Haydi Türkün Gücünü Gösterin”; “60 Milyon Kalp Güm Güm”, **Taraftar Fotomaç**, 21 Ekim 1993; “Biz Bu Polonya’yı Türkiye’de Oyarız”, **Taraftar Fotomaç**, 24 Eylül 1992; “Ölüm Kalım Savaşı”, **Fanatik**, 22 Ocak 1997; “Gidin Vurun Gelin”, **Taraftar Fotomaç**, 16 Eylül 1997; “Sımr Ötesi Harekat”, **Fanatik**, 10 Eylül 1996; “Ya İstiklal Ya Ölüm Maçı”, **Taraftar Fotomaç**, 29 Mart 1995.

<sup>315</sup> Bora ve Erdoğan, a.g.e., s. 231; Erdoğan b, a.g.m., s. 22.

futbolcuların adları<sup>316</sup> ile anılması, Galatasaray Spor Kulübü futbol takımının Avrupa kupalarında geçmişte başarılı sonuçlar alması ile ortaya çıkan ve spor basını yolu ile dolaşıma sokulan “Siz hala annenizin liginde mi oynuyorsunuz?” şakası, galibiyetlerin ardından rakip takımın ait olduğu ulusun ana dilindeki sözcükler kullanılarak manşetler atılması<sup>317</sup> Avrupa’ya duyulan hayranlığa işaret etmektedir. Öte yandan spor basını, Avrupa ve Türkiye’yi Avrupa Topluluğu’na kabul etmeyen Avrupalılara, “Avrupa Avrupa Duy Sesimizi Bu Gelen Türklerin Ayak Sesleri” söylemi benzeri manşetleri ile Türkiye’nin onlar ile aynı ligde bulunması gerektiğini dikte ettirmektedir. Avrupa’ya karşı duyulan hayranlık, kompleks ve kızgınlık duygularının spor basınına kaçınılmaz yansımaları, işgal ederek olunamayan Avrupalılığın, işgali altına girmek<sup>318</sup> şeklinde kendini göstermektedir. Ancak bu söylem sadece toplumsal yapı ve yaşamın diğer alanlarındaki başarısızlığın ve başarısızlığın sorumlularının geçici bir süre için gizlenmesine yardımcı olmaktadır.

Spor basınında yer alan bu söylemlerden kaynaklanan kuşku, spor basınına tarafsızlık ve nesnellik yitirmesine yol açmaktadır<sup>319</sup>. Oysa spor basını yöneticileri ve çalışanları kendilerini söylemden soyutlayarak, basının ve haberciliğin bir gereği olarak haber toplama tekniklerini normatif anlamda uygulamış olsalardı, hem gazetecilik ve habercilik adına bir başarı sağlayacaklar hem de taraflar arasındaki gerginliğin artmasını önleyeceklerdir.

Türkiye’de 1980’li yıllardan sonra belirginlik kazanan etnik azınlık söylemine karşı ulus kimliği yansıması olarak futbol takımları ortaya çıkması<sup>320</sup>, gelir

<sup>316</sup> Scifo Mehmet, Van Basten Hakan, Maradona Sadık, Hrubesch Mehmet, Bohnhof Nazmi gibi. Bu nokta söz konusu edilen adlandırmanın, sporseverler tarafından yapıldığı iddiası öne sürülebilir. Ancak bu adlandırmalar, sporseverler tarafından yapılmış olsa da, spor basını yolu ve aracılığıyla dolaşıma sokulması ve popülerleştirilmesi, spor basınına ne denli önemli bir rol üstlendiğini göstermektedir.

<sup>317</sup> Bu uygulama ile Avrupa’dan rövanşın almanın dışında verilen ikinci bir ileti de her galibiyetin ardından biraz daha Avrupalı olduğudur.

<sup>318</sup> Kırca, a.g.e., s. 85.

<sup>319</sup> Spor basınına şovenist söylemlerinin nesnellik ve tarafsızlıktan uzaklaşmalarına neden olması öylesi yoğun bir boyuta ulaşmıştır ki dönemin Olağanüstü Hal Bölge Valisi Hayri Kozakçıoğlu, Çankaya’daki Basın Zirvesi’nin ardından davet edildiği 7 Kasım 1990 tarihli Basın Konseyi Toplantısında, ulusal basının yazar ve muhabirlerden, “Türk milli takımının maçını bir spor yazarı hangi gözle izliyorsa, basınında olayları öyle izleyip yazmasını” istemiştir. Kozakçıoğlu’nu spor basınına uluslararası karşılaşmalarda nasıl milli takımı destekliyorsa, PKK ve OH ile ilgili haber yapanların da kendilerini öyle desteklemesi yönünde bir talebe iten kuşkusuz spor basınına uluslararası karşılaşmalar ile ilgili haberlerde sergilediği şovenist tutum olmuştur. Bkz. Veli Yılmaz, **Eylül Hukuku ve Basın Özgürlüğü**, İstanbul: Belge Yayınları, 1990, s.6.

<sup>320</sup> Gökdemir, a.g.m., s. 30;

dağılımındaki eşitsizlik, eğitim, adalet, kültür gibi diğer üst yapı kurumlarında ortaya çıkması ve kurumların gideremediği sorunları iyi belirginlik kazanması ve toplum genelinde sorgulanmaya başlaması, ulusal futbol takımı ile birlikte kimi futbol takımlarının uluslararası alanda görece olarak geçmiş dönemlere göre başarı kazanması ve spor basınının bu takım ve kulüpler ile ilgili içeriklerinin yoğunlaştırması ile ulus kimlik<sup>321</sup> ile birlikte ulus kimliğinin kaynağını aldığı ulus devletinin de yüceltilmesini sağlamıştır. Yine aynı tarihten sonra Türkiye'de askeri yönetimin biraz da olsa teşvik edici politikalarıyla kitlelerin ruhunu okşayacak bir sosyal etkinlik olarak spor hızla yayılmıştır. Türkiye'de sporun gelişmesi ile sivil toplum olgusunun anlam ve işlev olarak kayıba uğraması, bir diğer deyişle de sivil toplum olma yönünde çaba harcayan bir toplumun kitle toplumuna dönüşmesi yine aynı döneme rastlamaktadır. Spor basını, toplumsal yapı ve yaşam içinde beliren ve çözülmemeyen sorunlardaki sorumluluğun ve sorumluların adresi saptırma işlevini de yerine getirmiştir<sup>322</sup>. Bu bağlamda Türk spor basınının içerik ve konu olarak futbola 1980'li yıllar ile birlikte geçmiş dönemlere göre daha fazla yer vermeye başlaması şaşırtıcı bir rastlantı değil, spor basınının politik işlevleri göz önüne alındığında doğal bir gelişme olarak değerlendirilmelidir.

Gazetecilik okullarının topluma ideolojiler ve değer sistemleri ihraç etmeleri<sup>323</sup> spor basınının değer aktarımı bağlamında politik bir işlev daha üstlenmiş olduğunu göstermektedir. Türkiye örneğinde ekonominin İstanbul ağırlıklı ve belirleyici olmak üzere İzmir, İzmit, Bursa, Denizli, Gaziantep, Kayseri, Konya, Adana, siyasetin ise

<sup>321</sup> Bu noktada Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımının Avrupa Kupalarında kazandığı başarılar nedeni ile özellikle gençler arasında büyük sempati topladığı, 'Avrupa Avrupa duy sesimizi' sloganının doğal sahibi olarak görüldüğü ve Avrupa'ya karşı biçimlenen yeni Türk milliyetçiliğinin flamalarından biri haline geldiği söylenmelidir. Bkz. Semih Gümüş, **Futbol ve Biz**, İstanbul: Can Yayınları, 2000, s. 31; Bora ve Erdoğan, a.g.m., s. 233; Haluk Şahin, "Bana Takımını Söyle..." **Radikal Gazetesi**, 9 Mayıs 1999, s. 6.

5 Nisan 2000 tarihinde Galatasaray Spor Kulübü ile İngiliz Leeds United futbol takımları arasındaki karşılaşmayı izlemek üzere İstanbul'a gelen İngiliz taraftarlar ile Türk taraftarlar arasında çıkan olaylarda 3 İngiliz'in yaşamını kaybetmesi ve bu olayların aşırı alkollü olduğu iddia edilen İngiliz taraftarların Türk barağına hakaret etmelerinden kaynaklanması, Galatasaray Spor Kulübü'nün Liverpool, Juventus, Manchester United, Barcelona, Real Madrid gibi uğrunda ölümü göze alarak çatışmaya girilebilecek kadar "büyük" bir Avrupa Kulübü olduğunu göstermesinin yanı sıra Galatasaray Spor Kulübü futbol takımının Türkiye ile ne denli özdeşleştiğini de kanıtlamaktadır.

<sup>322</sup> Türkiye'de futbol alt kültürünün bulunmadığının bir kanıtı olarak da kabul edilebilecek olan futbola özgü sloganlarının bile bulunması, spor basınının sorumluların saptırılması işlevine işaret etmektedir. 1990'lı yıllardan önce reklam sloganları ve popüler kültür türünü arabesk ve pop şarkıları tezahüratlara uyarlanırken, 2000'li yıllara değin ülke gündeminde önemli bir yer tutan terör ve PKK sorununa referans veren sloganların etnik azınlık söylemine karşı ulus devlet, ulus kimlik söylemi spor basınında da yansımalarını bulmuştur. Bkz. Tezahüratlarda yaşanan değişim, daha doğru bir ifade ile dönüşüm ile ilgili ayrıntılı bilgi için Bkz. Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 113-124.

<sup>323</sup> Altschull, a.g.e., [sayfa no belirtilmemiş]'den aktaran Severin ve Tankard, a.g.e., s. 508.



devlet ve bürokrasinin yapı ve işlev olarak örgütlenmesi bakımından baskın bir biçimde Ankara, kültürün yine İstanbul ağırlıklı olarak adı geçen sanayileşmiş illerde yoğunlaştığı saptaması yapılabilir. Benzer bir biçimde söz konusu edilen adı geçen illerin spor konusunda da etkin bir konuma sahip olması, rastlantı değil, doğal bir gelişme olarak yorumlanmalıdır. Spor basınının adı geçen illerin takımlarını ve özellikle 3 Büyükler ve Trabzonspor'u<sup>324</sup> içeriklerinde desteklemesi, hacim olarak belirgin bir biçimde ağırlık vermesi söz konusu edilen kurumsal denetim ve yönetime görece olarak destek vermektedir.

Türk spor basınında, spor yazarlığının sporun gelişme biçim ve dinamiklerine odaklanmış bir nesnellikten çok, taraftarlık duygusundan kaynaklanmış olması, kendi takımı ve sporcularını spor basınında göremeyen taraftarları küstürmekte, bu medyatik ayrıcalığa sahip olan takımlara karşı içten içe bir tepki duymasına yol açmaktadır<sup>325</sup>. Bu durum da spor basınının bölgecilik, yerellik ile ilgili tutum ve davranışlarının geliştirerek egemen grupları ve bu grupların destekleyicilerini birleştirme, diğer grup, sınıf veya tabakaları bölme, örgütsüz bırakma işlevi verdiğini göstermektedir.

Spor basınının vurguladığı bir diğer değer de kapitalizmdir. Bir olgu ve süreç olarak sporun en önemli niteliklerinden biri aynı zamanda insanlığın gelişimine de katkı sağlayan mücadeledir. Kapitalizm ile uç noktasına ulaşmış olan yarışma içgüdüğü ve rekabet<sup>326</sup>, spor basını tarafından başarılı olmanın gereği olarak ön planda tutulmuş, bireylerin bu tür değerleri kabul etmesi ve benzer yönelimlerde bulunması sağlanmıştır. Bu değer kabulü ve yönelimi, spor basını aracılığıyla önce rasyonelleştirilmiş, rasyonel olduğu için de meşru olduğu ve sürmesi gerektiği vurgulanmıştır<sup>327</sup>.

<sup>324</sup> Türk futbolundaki 3 Büyükler ve Trabzonspor'un yıllardır süren ve neredeyse tekellerine aldıkları başarıları Tanıl Bora "Futbolumuz oligarşikleşiyor" olarak nitelendirmektedir. Bora, 1997-98 sezonunda İstanbulspor'un, 1992-93 sezonunda Kocaelispor'un, 1988-89 ve 1990-91 sezonlarında Sarıyer'in ligi 4. olarak tamamlamalarını ise "İlk dört tekelini kıran takımlar da hep İstanbul'dan veya İstanbul hinterlandındandır!" şeklinde yorumlamaktadır. Bkz. Tanıl Bora, "Futbolumuz Oligarşikleşiyor" **Radikal İki-Radikal Gazetesi Eki**, 6 Haziran 1999, s. 3.

<sup>325</sup> Doğan c, a.g.m., s. 81.

<sup>326</sup> Söz konusu edilen değerlerin sosyalist tarzda idari ve ekonomik örgütlenmesini gerçekleştiren toplumlarda da geçerli olması, sporun çoklu amaçlı yapısı ile birlikte evrensel olma özelliklerine işaret etmektedir.

<sup>327</sup> Galatasaray Spor Kulübü'nün başarısının Turgut Özal tarafından sahiplenilmesi, söz konusu edilen spor basını aracılığıyla değer aktarımına işaret etmektedir. Özal tarafından vurgulanan ekonomi-politik görüş her ne pahasına olursa olsun 'başarı' yanlısı, "milli" terbiyenin aksine 'iddialı' olmayı makbul sayan, 'dünyaya açılmayı' bu iddiayı başarıya dönüştürmenin en doğal yolu sayan bir görüş olarak belirlemiştir. Benzer bir biçimde "başarının pazarlanması" ve "imaj"ın yükselen değer olmasında, spor basınının payı büyüktür. 3 Büyükler ve Trabzonspor tekelinde olan başarı, kimi ait olursa olsun, spor basını tecimsel kaygılarından ötürü olabildiğince pazarlamaya çalışmıştır.

Spor basını aracılığıyla gerçekleşen bir diğer değer aktarımı ise ekonominin örgütlenmesi ile ilgilidir. Özel sektör tarafından desteklenen takım, kulüp, etkinlik veya spor etkinlikleri, spor basınının konu ve içerikleri arasında önemli bir yer tutmakta, özel sektör firmalarının yatırım yaptıkları takım veya kulüplerin başarısı vurgulanarak destek verilmektedir. Spor basını böylece, özel sektörün sporda olduğu gibi ekonomide de gerekliliği vurgulamakta, özel sektörün beklentileri meşrulaştırmış olmaktadır.

Öte yandan Türkiye örneğinde ekonomi-politiği önemli bir parçasını oluşturan özelleştirme söylemi spora da yansımıştır. Ulusal basının özelleştirmeyi desteklemeleri gibi spor basını da Galatasaray Spor Kulübü'nün halka açılmasını desteklemiş ve benzer bir biçimde kurtuluşun kaçınılmaz koşulu olarak görmüş ve göstermiştir<sup>328</sup>.

Spor basınının aktardığı değerler arasında profesyonelleşmenin de yer aldığı saptaması hatalı olmayacaktır. Sonuçta bir üretim süreci olan sporda da profesyonelleşme beklentilerinin bulması kaçınılmazdır. Kapitalizmin gelişmeye ve yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte sporda, özellikle de futbolda profesyonellik büyük bir yoğunluk kazanmıştır. 1971 yılına değin "amatörlüğün" en şiddetli savunucuları arasında yer alan UOK'nin Olimpik Antlaşma'dan "Amatör" kavramını çıkarması, en büyük desteği spor basınından görmüştür. Spor basını, başarının kazanılması için işbirliği ve işbölümü içinde uzmanlaşma ve profesyonelleşmenin<sup>329</sup> önemini, tüm içerikleri ile vurgulamaktadır<sup>330</sup>.

Spor basınında, özellikle sezonun ölü olduğu dönemlerde sıkça karşılaşılan haber türü transfer haberleridir. Günümüzde transferlerin en etkili olanları ve spor basınında en çok yer bulanları yurtdışından yapılanlar olmaktadır. Spor basınında yer alan transfer olgusunun bir diğer yansıması ise sermayenin sponsorluğunda gerçekleştiriliyor olması nedeni ile spor gibi sermayenin de uluslararasılaşmasıdır<sup>331</sup>.

<sup>328</sup> Günümüz Türkiye'sinde politika elitinin desteğini de alan özelleştirme olgusunun yaygınlık kazanması ile özel sektörün spor alanına yatırım yapması, topluma mal olmuş ve gelenekselleşmiş kulüplerin halka açılmaları yine şaşırtıcı bir rastlantı değil, doğal bir gelişme olarak yorumlanmalıdır.

<sup>329</sup> Richard Jackson Harris, *A Cognitive Psychology of Mass Communication*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1989, s. 123; Berger, a.g.e., s. 124.

<sup>330</sup> Gerçekten de spor basını Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımı için büyük önem taşıyan Romen futbolcusu Gheorghe Hagi'nin sakatlanması veya cezalı olması durumunda, onun yerine ikame etmek üzere genç futbolcu Emre Belözoğlu'nun aynı niteliklere sahip olmasını, bunun içinse fedakarlık yaparak çok çalışması gerektiğini vurgulamaktadır.

<sup>331</sup> Erdoğan a, 1997, a.g.e., s. 210.

Uluslararası spor örgütlerinin yaydığı uluslararası değer ve politikalarından biri de standartlaşmadır. Galeano'nun “Çağımızda tek kalıba sokulma zorunluluğu her alanda olduğu gibi futbolda da görülmektedir”<sup>332</sup> şeklindeki saptaması, 4-3-3, 4-4-2, 3-5-2 gibi futbol sistemlerinin<sup>333</sup>, bir diğer deyişle standartlaşmanın, spor basınında başarının anahtarı olarak gösterilmesi ile birleştiğinde anlam kazanmaktadır.

Spor basınıının üstlenmiş olduğu bir diğer işlev de politik ve ideolojik bağlamda imajların oluşturulması ve yansıtılmasıdır. Gerçekten de spor, haber anlamında yazılı hale getirildiğinde, bir diğer deyişle de spor basınında yer aldığıında, kültür gibi inançlar, düşünceler ve tutumlar ile ilgili kaynak olmaktadır. Bir etnik grup, ulus veya ırkın bir diğeri hakkındaki tutumları, ülkenin bir bölgesinde oturanların diğeri bölgede oturanlar hakkındaki düşünce, inançları ve imajları, spor basında belirlemekte ve yaygınlaşmaktadır<sup>334</sup>.

Günümüz devlet ve siyasi iktidarlarının görevleri arasında, kitlelerin ilgilerini toplumsal gerçeklerden uzaklaştırmak, fiziksel ve duygusal enerjilerini tüketecek ortamlar yaratmak gelmektedir. Bu da sorunların çözümünden sorumlu olanların sorunlar ile yaşayan bu kitleyi spor alanında şiddete iterek çözümü ertelediği olasılık ve kuşkusunu gündeme getirmektedir. Bu süreçte spor basını şiddeti kınamakta, ancak yayınları ile şiddeti körüklemekte, kitleleri şiddete yöneltmektedir<sup>335</sup>.

Sporun politikleşme süreci kulüplerde başlayarak bir model olarak işleme, taraftarları üzerinde çok daha kolay etkili olması spor basınıının değer aktarımlarını kulüpler üzerinden yapmasına yol açmaktadır. Spor basınıının ekonomi-politiğe uygun, ulus devleti ve ulus kimliği yüceltecek olan söylemlerini kulüpler üzerinde göndermesinin diğeri nedenleri ise bağlanma, kendini doğrulama ve orthopraxydir.

<sup>332</sup> Galeano, a.g.e., s. 264.

<sup>333</sup> “Futboldaki Sistemlerin Kısa Tarihi”, *Bilim ve Ütopya*, Haziran 2000, S. 72, s. 17.

<sup>334</sup> Spor basınında yansıyan Alman futbolcularının oyun anlayışı, aynı zamanda organize, enerjik, sorumlu ve saldırgan olan Alman kimliğinin görünümünü yansıtmaktadır. Gerçekten de spor basınıının içeriklerinin değişken olarak kabul edilip edilmeyeceği kuşkulu da olsa, Türk kamuoyunda Alman yurttaşlarının disiplinli, organize, rasyonel, duyguya ve duygusallığı yer vermeyen bir imaja sahip oldukları görüşü, spor basınında yer alan Alman futbolu, futbol anlayışı ve futbolcularının nitelikleri ile benzeşmesi şaşırtıcı olarak kabul edilebilir.

<sup>335</sup> Spor basını kullandığı dili ve yaklaşımının yanı sıra reklamları ile de şiddeti körüklemektedir. Bkz. Can Dündar, *Yağmurdan Sonra Medya Yazıları*, 4. Basım, Ankara: İmge Kitabevi, 1996, s. 81-83.

Daha önce yer verildiği üzere spor basınında yer alan spor dünyasının önemli aktörleri arasında yer alan federasyon veya takım, kulüp yöneticilerinin kamuoyunda tanınır ve bilinir olması nedeni ile politik görevler almaya aday olmaları sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Spor basını söz konusu edilen tanınırlık ve bilinirliğin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır<sup>336</sup>. Benzer şekilde sporun barışçıl ve politikadan uzak görüntüsü, herkes gibi politikacıların da bir takım tutabileceği, taraftar ve okurlarla ortak kimliği paylaşacağı ve aynı ortak paydada olmanın yüklediği sorumluluk ve aynı zaman da serbesti ile aynı tepkileri verebileceği düşüncesi ile birleştiğinde spor basını okurlarında politikacılara karşı bir sempati doğmaktadır<sup>337</sup>.

Spor basını yukarıda sıralanan iç politikaya yönelik işlevlerin yanı sıra uluslararası bağlamda da politik işlevlere sahiptir. Gerçekten de ulusal olmasına karşın, kaçınılmaz bir biçimde diğer uluslar ile ilişki ve etkileşim içinde olma zorunluluğu politikanın uluslararası boyutunun bulunması gerektiğine işaret etmektedir. Bir sonraki başlıkta bu konu işlenecektir.

#### 4.3.2. Spor basınının uluslararası politik amaç ve işlevleri

Sporun uluslararası hatta evrensel olması, sporun ulusal politik işlevler gibi bir dizi uluslararası politik işlevler görmesini de sağlamaktadır. Bu bağlamda spor ve politika gibi spor basını da uluslararası politik işlevlere sahip görülmektedir.

<sup>336</sup> Türkiye'ye gelen en "popüler" IMF temsilcisi unvanını alan IMF Türkiye Masası Şefi Carlo Cotarelli bile sempati toplamak amacı ile Galatasaray Spor Kulübü bayrağı ile gazetecilere poz vermiş, Milan karşısında Galatasaray'ı desteklediğini açıklamıştır. Bkz., Burak Bekdil, "IMF Türkiye Masası Şefi Carlo Cotarelli Washington'daki Adamımız", **MAG NTV Magazin**, Eylül 2000, S. 13, s. 94-95; "Artık Galatasaraylıyım", **Akşam Gazetesi**, 7 Ocak 1999, s. 5; "Carlo Artık Bizden' Biri", **Star Gazetesi**, 15 Ocak 2000, s. 8.

<sup>337</sup> Politika ve bürokrasi dünyasından olanlar da spor yönetimine girmişlerdir. Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı Sefa Sirmen, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Celal Doğan, Van eski Valisi ve DYP Milletvekili Mahmut Yılbaş, kulüp yönetimlerindeki başarıları nedeni ile kamuoyunda yerel ve mülki idari sıfatları ile değil, kulüp başkanlığı ile tanınmaya başlamışlardır. Daha sonra CHP'nin TBMM'ne girmek için yeterli oyu alamamasına karşın Sefa Sirmen ve Celal Doğan seçilerek görevlerini sürdürmüş, her iki başkanın da adları CHP Genel Başkanlığı için adaylar arasında geçmiş, Sefa Sirmen partisinin Genel Başkanlığına aday olmuştur. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ve Gaziantepspor Kulübü Başkanı Celal Doğan da konu ile ilgili olarak, 217 milyon dolarlık alt yapı yatırımı yaptığında kitle iletişim araçlarında yer almadığını ancak başkan olduğu takımın Fenerbahçe Spor Kulübü'ne 5 gol attığında ise kitle iletişim araçlarının gündeminde yer aldığını söyleyerek, tanınırlıklarının belediye başkanı olarak kendileri dışında gelişen bir olay olduğuna dikkat çekmiştir. Bkz. "Futbol Mahkemesi", **Kanal D**, 7 Mart 2000.

Sporun üstlenmiş olduğu uluslararası işlevleri arasında en çok bilinen ancak en az başarılı olanı birleştiricilik işlevidir. Uluslar artık spor etkinliklerinde birleşmek için değil, birbirlerinden daha çok farklılaşmak için biraraya gelmekte, spor basını da içerik ve yaklaşımı ile bu farklılaşmaya destek vermektedir.

Özünde barındırdığı evrensellik özelliği sporun çok geniş kitlelerde ve coğrafyalarda kabul görmesini sağlamaktadır. Sporun söz konusu edilen evrensellik boyutu ve uluslararası kurallara göre uygulanması zorunluluğu, kimi değerlerin spor ve spor basını yoluyla uluslararası olarak aktırılması anlamını taşımaktadır. Spor basını değerler aktarımını gerçekleştirirken, etkinliğe ev sahipliği yapan ülkenin sadece spor bağlamında sahip olduğu olanakların ve değerlerini kullanmamakta, spor dışı alanlarda da sahip olunan değerleri aktarmaktadır. Bu bağlamda spor basınının ev sahibi ulusun kültüründen teknolojisine, sahip olduğu tüm maddi kaynaklardan ekonomi-politiğine değin bir dizi değeri aktardığı saptaması yapılabilir.

Sporun çoğu zaman ulus devletlerin uluslararası ilişkilerde ve alanda çözüme kavuşturamadıkları ekonomik, askeri ve diplomatik sorunlar için mücadelelerini bir başka platformda aynen sürdürülmesine yarayan bir argüman<sup>338</sup> olarak görülmesi, bir çok bakımdan yararlı kabul edilmektedir. Bu nedenle spor basını, toplumun ilgi ve dikkatini bu alana kaydırarak, ulus devletlere yardımcı olmaktadır. Öte yandan sporun uluslararası sorunlardan ötürü kimi ulusların spor organizasyonlarına katılmasını engellemede kullanılması, spor basınının bu alanda da işlev vermesine yol açmaktadır.

Diğer yandan spor basını, ulusal olduğu gibi uluslararası boyutta da etnik, sınıfsal ve cinsiyet ayrımını yeniden üretmesine karşın bu ayrımıyla karşılaşanların tepki vermesi için uygun bir mecra oluşturmaktadır.

## 5. SPOR BASININDA İŞLENEN KONULAR

Spor basınının konu ve içerik olarak işlediği konular genel bir biçimde spor olarak özetlenebilir. Ancak, bilim ve teknoloji alanındaki gelişmelerin ekonomi ve spor

---

<sup>338</sup> Coakley, a.g.e., s.315

dünyasında da yansıma bulması, sporun artık sadece etkin uygulayıcılarının ilgilendiği tek boyutlu bir olgu olmasına engel olmuştur. Bu durum sporun, spor basınında nasıl konu olacağından çok hangi tür, boyut ve yönü ile konu olacağı gibi sorular önem kazanmasına neden olmuştur.

Bu bağlamda spor basını konu ve içeriklerinde yer alan spor dallarının neler olduğu, hangi ölçütler ile belirlendiği, sporun hangi yön ve boyutunun işlendiği, ağırlıklı olarak yer alan spor dalı ve konuların neler olduğu ve hangi gerekçelere dayandıkları bu başlık altında işlenecektir.

### 5.1. Spor Basınıın Konusu Olan Spor Dalları

Spor dallarının çeşitlenmesi, sporun birden farklı yön ve boyuta sahip olması, öte yandan sporun farklı amaç ve işlevler doğrultusunda kullanması, spor basınında ne şekilde yer alacağı sorusunu gündeme getirmiştir. Spor basınında yer alacak bir habere konu olan bir olay, olgunun, gelişme, değişimin öncelikle spor basınıın sahip olduğu ölçütlere de uygun olmasını gerektirmektedir.

Spor basınıın ölçütlerine uygun olmasının ilk koşulu ise, o spor dalı ile ilgili olay, olgu veya konunun haber değeri taşımasıdır. Spor basınıın içsel değerlendirme ölçütü olan haber değeri ise; spor basını çalışanları arasında geçerli olan profesyonel ideolojiler, örgüt kuralları, yapısı ve amaçları, hedef kitlesinin sahip olduğu toplumsal tutumlar, haber toplama ve aktarımının ekonomik olma düzeyi ve spor basını çalışanlarının alışkanlıkları<sup>339</sup> gibi ölçütler ile saptanmaktadır. 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<sup>340</sup> olarak sıralamaktadır.

Öte yandan herhangi bir spor dalının spor basınında konu ve içerik olarak işlenebilmesi için kimi niteliklere sahip olması gerekmektedir. Söz konusu edilen

<sup>339</sup> Judith A. Cramer, "Conversations With Women Sports Journalists", **Women, Media and Sport Challenging, Gender, Values**, (Ed.: Pamela J. Creedon), California: Sage Publications Inc., 1994b, s. 166.

<sup>340</sup> Mc Quail ve Windahl, a.g.e., s. 161-162.

nitelikler, kamuoyunun ve spor basını okuyucusunun, o spor dalını bilmesi, etkin veya edilgen olarak ilgilenecek düzeyde bilgi sahibi olması, toplumsal yapı ve yaşam içinde popüler ve yaygın olması, ticaret sektörünün taleplerine uygun, güvenilir bir yönetim ağına sahip olması, video dünyasına, gençlik modasına, şöhretlerin dedikodusuna, kullanılan araç-gereç ve giysilerin kitlesel tüketime uygun olması<sup>341</sup>, sponsorlar, reklamcılar ve televizyon istasyonları için cazip olması<sup>342</sup>, diğer kitle iletişim araçlarında da yer alması<sup>343</sup>, uluslararası etkinliklere katılması veya uluslararası düzeyde başarılı olması<sup>344</sup> şeklinde sıralanmaktadır.

Öte yandan günümüzde seyir sporları arasında yer alan takım sporları ve bunların profesyonel nitelikte olanlarının, etkin veya edilgen spor katılımcısının ilgi odağı haline gelmiş olması da spor basınının ağırlıklı olarak bu spor dallarına yönelmesine yol açmıştır. Bu bağlamda günümüzde futbol başta olmak üzere, basketbol, voleybol, motor sporları gibi spor dallarının söz konusu edilen niteliklere sahip olduğu, bu nedenle de spor basınında yer aldığı, öte yandan bu niteliklere sahip olmamasına karşın ata sporu olarak nitelendirilen güreşin de spor basınında belirgin bir biçimde yer aldığı saptaması yapılabilir.

Spor basınında amatör veya profesyonel spor dallarının eşit bir yoğunlukta işlenmesi ve eşit hacimde yer ayrılmasının olanaksız olması, Türk spor basınında farklı bir yansıma bulmuştur. Türk spor basını hacim olarak en fazla yeri takım halinde uygulanan ve profesyonellik boyutu bulunan seyir sporlarından futbola yer vermekte, ancak futbol konusunu da 3 Büyükler ve Trabzonspor'un futbol takımları ve bu takımların karşılaşmaları ile sınırlı tutmaktadır.

Spor basınının yayın içeriği ve hacminin % 25'ini at yarışlarına ayırmasının<sup>345</sup> gerekçelerinin başında okur talebi gelmektedir. Okur talebi ise ekonomik göstergelerinin gün geçtikçe gerilemesinden kaynaklanmaktadır. Spor basınının at

<sup>341</sup> Rowe, 1996a, a.g.e., s. 190-191.

<sup>342</sup> Alemdar ve Erdoğan, a.g.e., s. 85; Rowe, 1996a, a.g.e., s. 191.

<sup>343</sup> Atletizm örneği için Bkz. Cüneyt E. Koryürek, "Benim Derdim Atletizm", **Radikal Gazetesi**, 18 Kasım 2000b, s. 21; Eskrim örneği için Bkz. Hıncal Uluç a, "Biz Niye Böyle Olduk", **Sabah Gazetesi**, 1 Ekim 2000, s. 35.

<sup>344</sup> Kaya a, a.g.t., s. 200.

<sup>345</sup> Günümüzde 12 sayfa olarak yayınlanan spor gazeteleri, üç sayfalarını at yarışlarına ayırmaktadır. Bu sayfaların biri geleneksel gazete boyutunda, diğer iki sayfası ise, okurların katlayarak, bülten amacı ile de kullanılmasına olanak tanıyacak şekilde tabloid boyutta tasarlanmaktadır.

yarışlarına bu denli önem vermesinde at ve at yarışlarının tarihten gelen bir gelenek olması gibi kültürel gerekçe de etkili olmasına karşın, ekonomik gerekçeler ve toplumun kolay ve hızlı bir biçimde para kazanma anlayışı asıl gerekçeler olarak görölmektedir. Bu nedenle önceleri Spor Toto ve Spor Loto ardından da at yarışları toplumun ilgi odağı olurken, futbolun ardından gelen ikinci ağırlıklı konu ve içerik olarak günümüz spor basınında yer almıştır.

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.

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 olarak tasarlanmış olan bulmacalar, basit bir dil üzerine kurulmuşlardır. Diğer yandan televizyonun günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiş olması, aynı zamanda televizyon istasyonlarının da sahibi olan gruplara ait olan spor basınına televizyon programlarını da vermelerine neden olmaktadır.

Türk spor basını, tarihten gelen bir gelenek ve kendinden kaynaklanan nedenlerden ötürü konu sıkıntısı içindeyken günümüz Türkiye’sinde etkinlik gösteren ve kendilerini topluma tanıtmaya çabası içinde 36 spor federasyonu bulunmaktadır. Bu federasyonlar bünyelerindeki etkinlik ve gelişmeleri basın bülteni/bildirisi biçimde, spor basınına haber veya yorum olarak işleme amacı ile ulaştırılmakta ve böylece spor basınına haber ve yorum konusu üretmektedirler. Bu da spor basınına fazla bir çaba ve zaman harcamadan konu sıkıntısından kurtulma, bu spor dallarının gelişmesine katkıda bulunma ve potansiyel bir okuyucu kitlesini harekete geçirerek tirajını artırma<sup>346</sup> olanağı tanımaktadır.

<sup>346</sup> Ahmet Yalçın Kaya a, “Spor Medyasının İşlevleri ve İlgi 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, s. 11.



## 5.2. Spor Basınında Yer Alan Konuların Yön ve Boyutları

Spor basınıının yukarıda sıralanan spor dalları dışında daha farklı konuları da bulunmaktadır. Erdemli, spor dalları dışında, antrenman bilgisi, taktik bilgiler, sporcu sağlığı, spor ve çevre, spor bilimleri, sportif değerler, kurallar, kuralların dayandığı ilkeler, organizasyonlar gibi spor ile ilgili her olay ve konunun spor basınıının konusu<sup>347</sup> olduğunu söylemektedir. Gerçekten de sporun disiplinlerarası bir bilim haline gelmesi, birden fazla boyutunun ve toplumsal kurum ve sistem ile ilişkisinin bulunduğuna işaret etmektedir. Artık günümüzde spor, tıp, ekonomi, pazarlama, yönetim, reklamcılık, hukuk, kitle iletişimi, toplumbilim, çevre, mimari, mühendislik gibi birçok bilim dalı ile çok yoğun bir ilişki içindedir. Bu da spor basınıının sporun konu ve içerik olarak işlenmesinde sahip olduğu konu zenginliğine işaret etmektedir.

Sporun çeşitlenmesi ve birden fazla boyut ve ilişkiler ile donanması spor basınıının, herhangi bir spor dalının nasıl işlediği ve nasıl işlemesi gerektiğini önemli kılmaktadır. Bu nedenle spor dallarının hangi yönleri ile spor basınında yer aldıkları sorusunun yanıtının aranması yararlı olacaktır.

Kuramsal anlamda spor basınıının sahip olduğu konu zenginliği, Mencher tarafından, spor basını çalışanlarının görevleri başlığı altında incelemiş ve spor basınında yer alan konuları; karşılaşma haberleri, profiller, iş olarak spor, yasal ve uygun olmayan davranışlar<sup>348</sup> şeklinde dört ana başlık altında toplamıştır. Mencher'ın Lise, üniversite ve profesyonel sporları biçimde sınıflandırdığı Karşılaşma Haberlerinin sonuç, anahtar planlar ve oyuncular, oyunun lig sıralamasına etkisi, karşılaşmanın dönüm noktası ve oyun sonrası bazı demeçlerden oluştuğunu, Profillerin ise yeni başarılı oyuncular, başarılı bir sezon geçiren sporcular, karşılaşmanın yıldızları, teknik direktörler, profesyonel takımların sahipleri ve yöneticileri ile ilgili geçmiş, arka plan, bol bol demeç ve hareket halindeki bireyleri kapsayan haberleri olduğunu belirtmiştir. Milyarlarca dolarlık televizyon anlaşmaları, milyonlarca dolarlık satışları, Sporcular Birliği [Sendikası]'ni ve bunların etkinliklerini İş Olarak Spor Haberlerini oluşturduğunu söyleyen Mencher, Yasal ve Uygun Olmayan Haberlerin ise, amatör

<sup>347</sup> Erdemli, 23-24 Aralık 1997 Göynük Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 40.

<sup>348</sup> Melvin Mencher, **News Reporting and Writing**, 5. Edition, Dubuque: Wm. C. Brown Publishers, 1994, s. 453.

sporculara ödeme yapılmasını, doping amaçlı ilaç kullanımını, ırkçılığı, teknik direktörlerin ve okulların idari ihmalleri ve suçlarını, üniversitelerin cezalandırılmalarını<sup>349</sup> konu edindiğini belirtmiştir.

Yukarıda değinilmiş olan spor dallarının hangi yön ve boyutlarda konu edileceğine ilişkin sınıflaması eksiktir. Bu nedenle spor basınının sporun hangi yön ve boyutlarını konu olarak işleyeceği sorusunu yanıtı ana başlıklar halinde şu şekilde olmaktadır:

1. Karşılaşma ile ilgili haberler: Herhangi bir spor dalı ile ilgili karşılaşma hazırlıkları, karşılaşma duyuruları, karşılaşmayı izleyecek olan spor muhabir ve yazarlarının duyurusu, karşılaşma sonuçları, karşılaşma öncesi ve sonrası her iki takımında sporcularının teknik direktörleri ve yöneticileri ile hakemlerin demeçleri, karşılaşma ile ilgili yorumlar.
2. Haftanın Genel Değerlendirmesi ile ilgili Haberler: Herhangi bir spor dalı ile ilgili ilginç sonuçlar, olaylar, kırılan rekorlar, gol krallığında son durum, en az gol yiyen kaleci, en çok penaltı atan, en çok sarı ve kırmızı kart gören takım ve oyuncu.
3. İlk Yarı Ve Sezon Sonunun Genel Değerlendirmesi İle İlgili Haberler: İlginç sonuçlar ve olaylar, kırılan rekorlar, toplam gol sayısı, en çok gol atan oyuncu, en az gol yiyen kaleci, en çok sarı veya kırmızı kart gören oyuncu ve takımlar, en centilmen takım, en çok ve en az karşılaşma kazanan, en çok berabere kalan takımlar, en çok ve en az deplasman ve kendi saha galibiyeti alan takımlar.
4. Röportaj ve Söyleşiler: Jübilesini yapmış eski sporcular ve şimdiki yaşamları; halen aktif spor yaşamını sürdüren popüler sporcular, teknik direktörler, hakemler.
5. Yurtdışı Spor Haberleri: Rekorlar, ilginç olaylar, popüler takımların karşılaşmaları ve aldıkları sonuçlar, transferler, transfer söylentileri<sup>350</sup>.
6. Transferler ve Transfer Söylentileri ile ilgili Haberler.

<sup>349</sup> Mencher, 1994, a.g.e., s. 453.

<sup>350</sup> Uluslararası iletişimde gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru Tek Yönlü Haber Akışı, spor konusunda da kendisini göstermektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler kendilerinden beklenmeyen bir başarı elde ettiklerinde, bu ülkelerin sporcuları rekor kırdığında, konusu spor olan ancak daha çok magazinelleşen bir olay gerçekleştiğinde veya spor etkinliklerinde şiddet olayları meydana geldiğinde gelişmiş ülkelerin spor basınında yer almaktadırlar.

7. Yurtdışına Transfer Olan Sporcular ile ilgili Haberler: Başarıları, başarısızlıkları, performansları, sorunları, diğer takım arkadaşları ile ilişkileri.
8. Sporcu Sağlığı ile İlgili Haberler: Sakatlanmalar, tedavi, hatalı tedavi, yeni tedavi yöntemleri, antrenman teknikleri.
9. Magazineller Haberler ve Özel Yaşamlar İle İlgili Haberler: Röportaj ve söyleşiler dışında sporcuların evlilikleri, sahip oldukları servetler, günlük yaşamları, çocukları, aşkları, kaçamakları.
10. Spor ile ilgili Skandal Haberleri: Doping, uyuşturucu, sporcuların karıştığı kaza ve diğer adli haberler, kulüpler ile ilgili skandallar.
11. Kulüpler ile ilgili Haberler: Yönetim yapıları, sorunları, ekonomik durumları, yöneticileri, icraatları, ekonomik durumları, kulüp içi muhalefet, eski ve yeni yöneticiler arasındaki polemikler.
12. Sporun Hukuksal Boyutu ile İlgili Haberler: Yasa, yönetmelik, tüzükler ve bunlardan kaynaklanan sorunlar, değiştirilmesi yönünde öneriler veya değişiklikler.
13. Sporun Genel Yönetimi ile İlgili Haberler: Spor örgütlenmesi, yönetsel hataları, alt yapı eksiklikleri, alt yapı yatırımları, sorunlar ve giderilmesi yönünde çözüm önerileri.
14. Spor ile İltisaklı Kültürel Etkinlikleri Konu Alan Haberler<sup>351</sup>.

Yukarıda verilen spor basınında yer alan konuların yön ve boyutlarından da anlaşılacağı gibi spor basını kuramsal anlamda çok geniş bir konu yelpazesine sahiptir. Söz konusu edilen yön ve boyutların her spor dalı için ayrı ayrı uygulandığında spor basınının okurlarına sunacağı haber, yorum, röportaj, araştırma ve incelemelerin sayılarının ne denli artacağı açıktır. Bu bağlamda, günümüzde spor basınının haber kaynaklarının azalması, haber sıkıntısı yaşanması gibi sorunlarının geçerliliği olmadığı söylenebilir. Spor basınının söz konusu edilen sorunları yaşamamasında en büyük etken kendisidir. Spor basını günümüzde kendisini sadece futbol, ancak 3 Büyükler ve Trabzonspor'dan oluşan bir futbol sınırlaması içine sokmuştur. Bu noktada spor basınının, futbol basını olarak anılmasına yol açan gerekçelerin saptanması yararlı olacaktır.

<sup>351</sup> Konusu doğrudan veya dolaylı olarak sporu ilgilendiren panel, konferans, seminer duyuruları ve haberleri.

### 5.3. Neden Futbol Basını?

Spor basını ve desteği olmaksızın, herhangi bir spor dalının kurumsallaşması gelişmesi ve yaygınlaşmasını beklemek yanlış olacaktır. Gerçekten de spor basınının desteklediği, konu ve içerik olarak sayfalarında yer verdiği spor dallarının tümünün gelişmiş ve yaygınlaşmış spor dalları olduğu ortaya çıkmaktadır. Futbol da bu spor dallarından biridir. Kıvanç'ın da belirttiği gibi “Dünyanın her ülkesinde olduğu gibi, Türkiye’de de futbol âlemini medyatik bir hâle”<sup>352</sup> süslemesi spor basınında futbolun konu ve içerik olarak işleneceğine işaret etmektedir<sup>353</sup>.

Daha önce de yer verildiği gibi zaten en popüler ve yaygın spor dalı olan futbolda profesyonelliğin resmi olarak tanınması bağımsız spor sayfalarının oluşmasını, ardından da sayfa sayılarındaki artış olmasına yol açmıştır. Geçmiş dönemlerde spor basını yine futbol başta olmak üzere güreş, basketbol, atletizm, boks, yüzme, su topu, yelken gibi spor dallarını konu ve içerik olarak işlemiş, ancak futbola günümüzde olduğu kadar geniş bir alan ayırmamıştır<sup>354</sup>. Günümüzde ise spor basını, futbola ve profesyonel futbola verdiği yer ve önem, nedeni ile “Futbol Basını” olarak anılmaktadır. Bunda da kuşkusuz futbolun yukarıda belirtilmiş olan, herhangi bir spor dalının spor basınında yer alması için taşıması gereken nitelikleri taşıyor olmasının etkisi büyüktür. Ancak bu gerekçenin dışında, “Spor basını neden futbol konusuna bu kadar çok yer veriyor?” bir diğer deyişle, “Spor basını neden futbol basınına dönüştü?” sorularının yanıtı “Neden futbol bu kadar popüler?” sorusunun yanıtında aranmalıdır.

Futbol, günümüzde tartışmasının en yaygın ve popüler spor dalıdır. Futbolun bu denli yaygın ve popüler olmasının ekonomik, toplumsal, kültürel ve politik kökenli

<sup>352</sup> Kıvanç b, 1993, a.g.m., s. 24.

<sup>353</sup> Futbol sadece spor basınında yer alan başat spor değildir. Futbol aynı zamanda ulusal basının spor sayfalarında da haber ve yorum sayısı, haber metni alanı, başlık alanı, fotoğraf sayısı, fotoğraf alanı, grafik sayısı ve grafik alanı gibi öğeler bakımından en fazla yer alan, konu ve içerik olarak işlenen spor dalı niteliğini taşımaktadır. Bkz., Kaya a, a.g.t., s. 260-287.

<sup>354</sup> Ayrıntılı bilgi için Bkz. Cevat Fehmi Başkut, **Gazetecilik Dersleri**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü Yayınları, 1967, s. 181; Hıncal Uluç a, “Spor ve Medya”, **Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı**, Kasım – Aralık 1996, S. 12, s. 1447; Gürbüz Azak, **Gazeteci Milleti**, İstanbul: Zafer Yayınları, 1997, s. 52; Doğan Ersavaş, “Özeleştiri”, **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 130.

Spor basınının ağırlıklı konusunun futbol olması, haber sunumunda farklı yöntemler izlemesine yol açmaktadır. Spor basını okurlarına sürekli futbol ile ilgili haber ve yorumlar vererek, M. Naci Bostancı'nın da belirttiği gibi okuyucusunu adeta futbolize etmektedir<sup>358</sup>. Öte yandan spor basını futbolu her yön ve boyutu ile değil belli konuları, hatta takımları çerçevesinde işlemektedir.

Günümüz Türkiye'sinde spor basının konusu, futbol, profesyonel futbol, sonuçta ise 3 Büyükler ve Trabzonspor'dur. 3 Büyükler ve Trabzonspor dışında kalan diğer kulüpler, bu takımlara karşı kazanmış olsa da, konu, bu kulüplerin galibiyeti değil, 3 Büyükler ve Trabzonspor'un yenilisi olmaktadır. Spor basınında 3 Büyükler ve Trabzonspor karşılaşma kazandığında, "bombalamış", "fırtına estirmiş", "ezip geçmiş" olmakta, diğer takımlar ise ancak "kafa tutmuş" veya "sürpriz yapmış"<sup>359</sup> olmaktadır.

Spor basınının 3 Büyükler ve Trabzonspor'a bu denli çok yer ayırmasının gerekçeleri arasında tecimsel olanlar ilk sırada yer almaktadır. Spor basını satışının büyük bir bölümünü Marmara Bölgesi'nden eş deyişle 3 Büyüklerin taraftarlarının yaşadığı coğrafyadan elde etmektedir. Öte yandan futbol, özellikle de 3 Büyükler ve Trabzonspor haber ve yorumlarının, spor basınının tirajı koruması ve artırması için bir promosyon olduğu ileri sürülmektedir<sup>360</sup>. Spor basını, arz-talep dengesi içinde okurlarının bu haberleri istediği gerekçesi ile 3 Büyükler ve Trabzonspor haber ve yorumlarına ağırlık vermektedir. Toplumsal yapının sahip olduğu özellikler nedeni ile futbolseverler, yerel bir takımın dışında 3 Büyükler ve Trabzonspor'un da taraftarı olmaktadır<sup>361</sup>. Öte yandan spor basınının da vurguladığı gibi, 3 Büyükler ve

<sup>358</sup> Bostancı, a.g.m., s. 60.

<sup>359</sup> Kıvanç b, 1993, a.g.m., s. 25.

<sup>360</sup> Bkz. Nezih Demirkent, **Medya Medya**, İstanbul: Dünya Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], s. 85; Uluç a, 1987, a.g.e., s. 85. Karşı görüş için Bkz. Metin Bademli, "Spor Gazetecisinin Özgürlüğü" Oturumunun Soru – Cevap Bölümünde Yapılan Konuşma" **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 46-47.

<sup>361</sup> Kozanoğlu, 1960'lı ve 1970'li yıllarda 3 Büyükler'den Anadolu takımları yönüne doğru seyreden taraftar akışı olduğunu, ancak son dönemlerde bu akışın tersine döndüğünü ve çoğunluğun, yeniden, önce 3 Büyüklerden birini sonra da kendi şehrinin takımını tuttuğunu ifade etmektedir. Bora ve Erdoğan da 3 Büyüklerin 1940'lı yıllarda birçok ilde karşılaşma yaparak taraftar kitlelerinin artırdıklarını söylemektedirler. Bkz. Can Kozanoğlu, "Gençler, Deplase Olunuz! "Tribünden" Birinin Deplasman Anıları", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 107; Bora ve Erdoğan, a.g.m., s. 226.

Trabzonspor'un her dönemde güçlü olmaları, şampiyonluğa oynamaları, kimlik ve aidiyet arayışı içindeki bireylere, "güç" adresi olarak gösterilmektedir.

Sadece futbol ve 3 Büyüklere ayrılan spor basını sayfaları kimi zaman, İkinci ve Üçüncü liglerdeki takımlar ile amatör küme takımları ile karşılaşmalarına da yer vermektedir. İkinci ve Üçüncü lig ve amatör küme takımları ve aralarındaki karşılaşmalar, ancak ve ancak bir şiddet olayı meydana geldiğinde spor basınında yer bulabilmektedir<sup>362</sup>. Şiddet boyutu ile konu olan İkinci, Üçüncü ve amatör ligler böylece şiddetin kaynağı olarak gösterilmekte, amatörlik olumsuzlanmakta, profesyonellik ise gizli bir biçimde olumlanmakta ve övülmektedir.

Tüm bu sıralananlar ışığında spor basınının ağırlıklı olarak profesyonel futbol ve 3 Büyükler ve Trabzonspor takımlarına ağırlık verdiği saptaması hatalı olmayacaktır. Günümüz spor basını futbol ve 3 Büyükler ve Trabzonspor'a konu ve içerik olarak daha fazla yer verdikçe, okur da daha fazlasını istemekte ve sorun kısır döngü içinde, çözümsüzlüğe gitmektedir. "Okur böyle istiyor", "Arz talep dengesi" gibi gerekçelere sığınmaya çalışan spor basını, Demirkent'in de belirttiği gibi "Okurun her istediğini yapanlar zamanla dar bir sokağa girdiklerini ve asıl okurlarının tükendiğini"<sup>363</sup> fark edememiştir. Konunun daha ilginç olan yanı ise, spor basınının içinde bulunduğu "dar sokağı" ve bu dar sokaktan çıkış yolunu bildiği halde ne yazık ki uygulamaya geçmemesidir.

## 6. SPOR BASINI ÇALIŞANI

Bu başlık altında spor basınında görev yapan spor yazarı, muhabir, spor servisi sorumlusu, foto-muhabiri gibi spor basını çalışanları genel hatları ile incelenmiş, uygulamaya katkıları, varsa hataları ve bu hataların giderilmesine yönelik çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

<sup>362</sup> Daha önce 1. ligde mücadele etmiş ve ardından 2. veya 3. lige düşmüş olan kimi takımlar, görece olarak diğer 2. ve 3. lig takımlarından daha fazla seyirciye, dolayısıyla da okuyucuya sahip oldukları varsayımı ile spor basınında yer almaktadırlar.

<sup>363</sup> Demirkent, *Medya Medya*, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş] a.g.e., s. 85.

“Spor basını çalışanı kimdir?” sorusunun yanıtı aranmadan önce “Spor basını çalışanına neden gereksinim duyulmaktadır?” ve “Spor basını çalışanı ne yapar?” sorularının yanıtlarının verilmesi yararlı olacaktır.

“Spor basını çalışanına neden gereksinim duyulmaktadır?” sorusu, 1950’li yıllarda toplumun spora olan ilgisinde büyük bir artış olması sonucu spor basınına yeni sayfaların eklenmesi ve bu sayfaları dolduracak yeni kadrolara gereksinim duyması<sup>364</sup>, sporun uluslararası boyutu ve etkinlikleri ile ilgili olarak haber ve bilgi sahibi olmak isteyen okur sayısının artması nedeni ile spor basınının uluslararası spor organizasyonlarına katılması ve sonuçta uzmanlaşmanın ortaya çıkması<sup>365</sup>, spor basınının zaman içinde at yarışları, otomobil sporları ve futbol gibi spor dallarına ağırlık vermesi ile bu spor dalları ile ilgili haber ve yorum yapacak daha çok sayıda personel istihdamının gerekmesi şeklinde genel olarak yanıtlanabilir.

Spor basını çalışanları kimlerdir sorusunun yanıtlanmasında “Spor basını çalışanı ne yapar?” sorusu ve yanıtı önemli görülmektedir. Spor basını çalışanları, profesyonel değerler ile birlikte taraftar/okuyucu ve spor dünyasının bilgi, değer ve beklentilerini de gözönünde bulundurarak, nelerin konu ve içerik olacağına, nereden toplanacağına, nasıl biçimlendirileceğine<sup>366</sup> karar vermektedir. Öte yandan Rowe’un spor basını çalışanlarını, aralarında sporcuların da bulunduğu diğer kültür işçileri ile onlar tarafından üretilen ürünlerin tüketicileri arasında “simsar” olan bir kültür işçisi<sup>367</sup>, pop müzisyenleri ve kurgu yazarları gibi diğer popüler kültür ürünlerinin üreticileri gibi “birinci kültürel üreticiler” değil, spor ile ilgili ikincil bilgi kaynağı<sup>368</sup> şeklinde tanımlaması, spor basını çalışanlarının, sporcuların ürünü olan spor etkinliklerini, tüketici olan okuyuculara ulaştırdıklarını göstermektedir.

<sup>364</sup> Hiçyılmaz, 1985, a.g.b., s. 9.

<sup>365</sup> Talay, konu ile ilgili olarak, geçmişte ekonomik koşullar, bir kurum olarak basının spora bakışı ve sporun günümüzdeki kadar yaygın olmaması nedeni ile spor yazarlarının bütün spor dalları ile ilgili yazılar yazdığını, hatta az-çok bütün spor dallarında yazabilen yazarların gazete sahipleri için en muteber gazeteciler olarak görüldüğünü söylemektedir. Bkz. Arman Talay, **Spor Dalları ve Spor Yazarlığı TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Konferanslar Dizisi: 1**, (Yayına hazırlayan: Selim Esen), Ankara: TRT Basılı Yayınlar müdürlüğü Yayınları, 1986, s. 39-40.

<sup>366</sup> Alemdar ve Erdoğan, a.g.e., s. 89.

<sup>367</sup> Rowe, 1996a, a.g.e., s. 255.

<sup>368</sup> David Rowe, "Modes of Sports Writing", **Journalism and Popular Culture**, (Ed.: Peter Dahlgren ve Colin Sparks), London: Sage Publication, 1996 b., s. 97.

Erdemli ise spor basını çalışanlarının sürekli değişim içindeki bir spor sürecinde, kalıcı olanı yakalamaya çalışması, bunu yorumlaması ve sonunda topluma sunması<sup>369</sup> gerektiğinin de altını çizmektedir. Bu da spor basını çalışanının, sporun korunup, geliştirilmesi için olanakları araştırdığını, sorunları dile getirmek, çözüm önerileri üretmek, çözüm önerilerine destek vermekle de sorumlu olduğu sonucunu doğurmaktadır. Spor basını, sportif sorumluluğun yanı sıra spor ve spor basınının birer toplumsal kurum olmasından kaynaklanan toplumsal ve bireysel sorumluluklara da sahiptir. Spor basını çalışanı, toplumu bilgilendirme, haberdar etme, sporun gelişmesi ve yaygınlaşmasını sağlama dışında, spor gibi spor basınının da “show business gazeteciliği”ne dönüşmesi<sup>370</sup> nedeni ile bireylerin boş zamanlarını geçirmesini ve eğlenmelerini sağlamaktadır.

Öte yandan spor basını çalışanları, görevleri arasında, spor dünyası içinde belirgin bir biçimde yer almaya başlayan iş dünyasının çıkarlarını, kendi mesleki ve profesyonel normlarının yanı sıra sporseverlerin duygusal ilgileri ile uzlaştırmak da bulunmaktadır. Ekonomi-politiğe uygun yayın yapmak, ürünlerini söz konusu edilen ekonomi-politiğe uygun hale getirmek için dönüştürmek de spor basını çalışanlarının görev ve işlevleri arasında yer almaktadır.

Spor basınının bir çalışanı olmak ise kuşkusuz kimi niteliklere sahip olmayı gerektirmektedir. Spor bilmek ve sevmek bu niteliklerin başında gelmekte, ancak yeterli olmamaktadır<sup>371</sup>. Öte yandan spor basını çalışanı, spor ile ilgili geniş bir tarih bilgisine ve spor dünyası ile ilişki içinde olan tüm bilim dallarının nosyonuna sahip olmalıdır. Haber kaynakları ile yoğun ancak mesafeli ve düzeyli bir ilişki içinde olmak, haber kaynaklarının sayısını artırmak, haber kaynakları ile sürekli dirsek temasında olmak da spor basını çalışanlarının görevleri arasında bulunmaktadır. Spor basını çalışanları ayrıca dikkatli olma ve sağlıklı gözlem yapma gibi nitelikleri de taşımaktadır.

<sup>369</sup> Atilla Erdemli, “Açılış”, **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 17; Erdemli, 23-24 Aralık 1997 Gönük Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 39.

<sup>370</sup> Ali Sirmen, “Spor Gazetecisinin Özgürlüğü” **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 34.

<sup>371</sup> Bir adliye muhabirinin bir zamanlar avukat veya savcı olmayı istemesi, polis muhabirinin polis olmayı düşlemesi, ekonomi muhabirinin büyük bir işletme sahibi olmayı amaçlaması sık karşılaşılan bir durum değil iken, spor basını çalışanlarının büyük bir bölümünün bir dönem spor ile uğraşmış olması veya sporcü olmayı istemeleri, spor basınında bir beklenti olmanın ötesinde bir gereklilik halini almıştır.



Spor basını çalışanı gelişmeye açık olmak ve kendisini sürekli geliştirmek zorundadır<sup>372</sup>. Çünkü spor basını çalışanları, sporu “en az” kendisi kadar bildiği iddiasındaki okur kitlesinin okuduğu haberleri yapmaktadır.

Görevlerini yerine getirirken hızlı olması, bilgi birikimi ve deneyiminin olması ve sürekli geliştirilmesi, fiziksel anlamda güç koşullar altında çalışması, yoğun bir iş temposunun olması, bağlı bulunduğu yayın grubunun sahip olduğu spor gazetesi dışında başka yayın organlarında da görev yapma zorunluluğu bulunması, başkaları boş zamanı geçirirken ve eğlenirken onun görev yapması, sektörün insana değil, teknolojiye yatırım yapması<sup>373</sup>, sağlıklı bir istihdam ve ücret politikasının bulunmaması, spor basını çalışanlarının nasıl işlev verdiği sorusuna yanıt olmaktadır.

Genel anlamda “güç” olarak kabul edilebilecek olan bu çalışma koşulları altında spor basını çalışanının neden bir meslek veya gelir kaynağı için spor basınının seçtiği sorusunun yanıtını Erdemli, “Spor gazetecisi, spor foto muhabirleri de, bütün bu çalışmaları topluma sporla ilgili bir görüşü sunmak için yapar, gazetesinin ya da spor sayfasının satışını yani reytingini, programının izlenmesini sağlamak için yapar, geçimini sağlamak için yapar, toplumda tanınan bir insan olmak için yapar, günlük yaşamın kaygı ve sıkıntılarından uzaklaşmak için yapar, sporla gelen yeni bir dünyaya açılmak amacıyla yapar, ilgilerini-bilgi birikimini tahmin ettiği için, zevk aldığı için yapar, spor gazeteciliğinin tiryakisi olduğu için, ondan kopamadığı için yapar, değişik nedenlerle yapar.”<sup>374</sup> şeklinde ayrıntılı ve kapsamlı olarak vermektedir. Gelir elde etme ve toplumda tanınma bağlamında Demirkent, ekonomi basını çalışanları ile birlikte,

<sup>372</sup> Büyüka, spor basını çalışanlarının çalışma koşullarının ağır olması nedeni ile kendilerini geliştirmek için gerekli zamanı bulamadıklarını söylemektedir. Gece 23’de biten karşılaşmayı sayfaya yetiştirmek için çabalayan spor basın çalışanı gece 2-3’de evine gittiğini sabah ise 10-11’de gazeteye geldiğini ve sürecin sürüp gittiğini söyleyen Büyüka, bu durumdaki spor basını çalışanının kendisini geliştirmesinin çok güç olduğunu belirtmektedir. Bkz. “Basın Tribünü”, **Super Sport**, 6 Kasım 2000.

<sup>373</sup> Spor yazarı Onur Belge, , “... Acımasız bir dünyada yaşıyoruz. Siz patron olduğunuzu düşünün. İnsan mı yetiştirirsiniz, yetişkin insan mı alırsınız? İnsana yatırım yapmak bir anlamda onların çalışma koşullarını iyi hale getirmekle olur, geliştirmekle olur. ... Her sabah bizim meslekteki insanlar, işine belki kovalama korkusu ile değil ama duygusu ile gider. Bir gün iki gün değil, çalıştıkları her gün boyunca, itiraf etmesek de bunu duygu içimizdedir. Ama bu bizi hep heyecanlı ve taze tutar” diyerek konu ile ilgili farklı ve ilginç bir bakış açısını sergilemiştir. Bkz. Onur Belge, “Spor Medyasının Çalışma Koşulları” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 93-94; 102.

<sup>374</sup> Erdemli, 23-24 Aralık 1997 Göynük Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 39.

spor basını çalışanlarının gözde insanlar<sup>375</sup> olduğunun kabul edilmesi gerektiğini, çünkü Bab-ı Ali’de astronomik ücret talip eden ve alanların<sup>376</sup> sadece bu iki grup olduğunu söylemektedir.

Bu noktaya değin aktarılan bilgiler ışığında spor basını çalışanını farklı bakış açıları ile farklı biçimlerde tanımlamak olasıdır. Haluk Şahin, spor basını çalışanlarını, uzman gazeteciler, evrensel habercilik değerlerini paylaşan, ama bunu uzmanlık içinde yapan bir grup<sup>377</sup> olarak tanımlarken, spor yazarı Sadık Söztutan da “manşetlerde yaşayıp, küçük ilanlarda ölen medyanın çilekeş çocuğu”<sup>378</sup> tanımlamasını getirmektedir. Tükenmez ise “Bir kültür işçisi olan spor gazetecileri, diğer kültür emekçileri durumundaki sporcuların ürettiklerini topluma sunan, sporun anlamlarını çeşitli bağlamlarda üretme, yorumlama ve dolaşıma sokma işini icra ederler”<sup>379</sup> diyerek, spor basını çalışanının yaptığı iş ve üstlendiği görevler ile tanımlamıştır.

Erdemli de, spor basını çalışanı kimdir sorusuna “en genel çizgilerle, topluma spor olayını sunan kişidir” biçiminde yanıtladıktan sonra spor gazetecisini “Günlük gazetelerin, yalnızca spor içerikli gazetelerin, spor dergilerinin spor muhabirleri, yorum yazarları, spor karikatüristleri, spor fotoğrafçıları, radyodaki spor spikerleri ve spor yorumcuları, televizyondaki spor habercileri, spor spikerleri, kameramanlar, yorumcular...”<sup>380</sup> şeklinde çok geniş ve kapsayıcı bir yanıt vermektedir. Öcal Uluç ise spor basını çalışanının, geçmiş dönemlerde bulup daha sonra yitirdiği bir kimlik arayışı<sup>381</sup> içinde olduğunu söyleyerek, spor basını çalışanının kimliğinin Hukuksal

<sup>375</sup> Demirkent’in “gözde insanlar” olarak nitelendirdiği spor basını çalışanlarını Sage, “Medya Eliti”, Şahin Alpay’ın ise “Medya aristokrasisi” şeklinde adlandırmaktadırlar. Bkz. Sage, a.g.e., s. 117; Şahin Alpay, “Medyada Kalite”, **Milliyet Gazetesi**, 31 Ekim 2000, s. 22.

<sup>376</sup> Demirkent, **Medya Medya**, [Yayın tarihi belirtilmemiş], a.g.e., s. 86.

<sup>377</sup> Haluk Şahin, “Günümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 29.

<sup>378</sup> Söztutan, 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 117.

<sup>379</sup> Metin Tükenmez, “Spor Gazetecisi ve Özgürlük”, **Radikal Gazetesi**, 30 Ocak 2000, s. 21.

<sup>380</sup> Erdemli, 23-24 Aralık 1997 Göynük Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 39; Erdemli, 18-20 Ocak 2000 Belek Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 16-17.

<sup>381</sup> Öcal Uluç’un eleştirel bir yaklaşımla spor basını çalışanlarının kimlik arayışı içinde olduğu görüşüne karşı Şahin, Türk toplumunun bir kimlik arayışı içinde olması nedeni ile spor basınının bir bunalım içinde olduğunu, aslında Türk basınının ve Türk toplumunun bunalım içinde olduğunu söylerken, söz konusu edilen kimlik arayışının sağlıklı olduğuna da dikkat çekmiştir. Bkz. Şahin, 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], a.g.b., s. 35.

Kimlik, Sosyal Kimlik Sportif veya Kültürel Kimlik<sup>382</sup> olmak üzere 3 temel üzerine oturması gerektiğine dikkat çekmektedir.

Bu bağlamda spor basını çalışanı, konu ve içerik olarak sporu işleyen spor basınında, haber ve yorum hazırlama görevlerinin dışında, toplumu spordan haberdar ve bilgi kılarak sporun korunup gelişmesini sağlama gibi görevleri de benimsemiş, bu nedenle kimliğinde gazetecilik dışında toplumsal ve sportif boyutlar da bulunan, görevini sağlıklı bir biçimde yerine getirmek için sporun kural, ilke ve yöntemlerini bilen ve sporu seven, dikkatli olmasının yanı sıra sağlıklı gözlem yapma yeteneğine sahip, kendini konusunda sürekli geliştiren, kaynakları ile sağlıklı ilişki ve iletişim kurabilen, okurlarının eğlenmesi ve bilgi sahibi olabilmesi için sıkıntı çeken, spor dünyasındaki ekonomik ve politik çıkarları okuyucularının ilgileri ile uzlaştırabilme becerisini taşıyan, birden fazla kurumda görev yapma zorunluluğuna karşın, işten kovulma duygu ve korkusunun taze ve heyecanlı tuttuğu toplum genelinde popüler ve ayrıcalıklı olan basın çalışanı olarak tanımlanabilir.

### 6.1. Spor Muhabirleri

Spor basını çalışanları arasında ön planda olmamalarına karşın spor basınının var olma gerekçesini yerine getirmeleri nedeni ile en yaşamsal görevi üstlenmiş olan grup spor muhabirleridir. Okuruna bilgi ve haber sunmakla sorumlu olan spor basını, bu sorumluluğunu spor muhabirleri aracılığıyla yerine getirmektedir.

Günümüzde spor basınının saygılığını yitirmesinde, sağlıklı bir istihdam ve ücret politikasının bulunmaması nedeni ile iyi yetişmiş muhabirlerin bu dalı tercih etmemeleri, eleman açığının eğitim, bilgi ve deneyim düzeyi düşük personel ile giderilmeye çalışılması ve bu yüzden de haberlerin nitelik olarak bozulması önemli rol oynamaktadır.

Bu olumsuz koşulların yanı sıra spor dünyası ile doğrudan veya dolaylı tecimsel ilişkiler içinde bir işveren ile birlikte çalışmak zorunda olan spor muhabirleri, yaşanan tekelleşme ve çapraz tekelleşme sonucunda ortaya çıkan iki büyük gruptan birine ait

<sup>382</sup> Uluç b, 23-24 Aralık 1997 Göynük Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 22-23.

çok sayıda yayın organında çalışmanın ve iki grubun aralarında yaptıkları anlaşmalar sonucu bir başka grupta çalışmaya olanaklarının bulunmamasının sıkıntılarını yaşamaktadırlar<sup>383</sup>. Bu da spor muhabirinin kendisinden istenilen konu ve içerikte haberlerde yine istenilen yaklaşım çerçevesinde yazmak zorunda kalmasına ve otosansür mekanizmasını işletmesine yol açmaktadır.

Öte yandan spor muhabirlerinin çalışma koşulları oldukça güç ve ağır olmaktadır. Spor muhabirleri Büyüka'nın da belirttiği gibi haftanın her günü ortalama 12-14 saat çalışmakta<sup>384</sup>, haber toplarken büyük sıkıntılar yaşamakta<sup>385</sup>, haberleri yayınlanmadan önce ve sonra baskı altında kalmaktadırlar. Spor, muhabirleri yurtdışı görevlendirmelerde de işleri ile ilgili mali sorunlar yaşamaktadır<sup>386</sup>. Yukarıda sıralananların yanı sıra mesleki eğitim ve deneyim kazanmanın da oldukça güç ve zaman alan bir süreç olması spor muhabirliğinin güç bir meslek olarak kabul edilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Cevat Fehmi Başkut, spor muhabirliğini seçen gençlerin “karanlık ve çıkmaz bir sokağa girdiklerini”, çünkü bu alanda yükselmenin oldukça güç olduğunu<sup>387</sup> söylemesine karşın, spor ve spor basını, halen görev yapmakta olan ve kamuoyunda tanınıp sevilen bir çok yazarın ortak paydasını oluşturmaktadır<sup>388</sup>.

Öte yandan Hohenberg, spor haberleri yazmayı öğrenmenin birkaç nadir örnek dışında yeni başlayan birini bu işi bir gecede öğrenmesi olanaksız olduğunu söylerken, yazmaya girişen herkesin güçlü bir görev bilincine sahip olması bunun içinse doğruluk, haddini bilme ve dile saygı duyma<sup>389</sup> gibi özelliklere sahip olması gerektiğini ifade

<sup>383</sup> “Basın Tribünü”, **Super Sport**, 6 Kasım 2000.

<sup>384</sup> “Basın Tribünü”, **Super Sport**, 6 Kasım 2000.

<sup>385</sup> Hohenberg, a.g.e., s. 244.

<sup>386</sup> Büyüka, yurtdışı karşılaşmaları izlemekle görevlendirilen spor yazarları ve spor muhabirlerine verilen harcırahlarda ayırım yapıldığını spor yazarlarının büyük bir bölümünün zamanlarını otelde geçirmelerine karşın, spor muhabirlerinin haber yapmak amacı ile otelden, stadyuma, antrenman sahasından, rakip kulübün binasına kadar bir çok yere ulaşmak zorunda olduklarını, bunun da mali bir yük getirdiğini, ancak spor muhabirlerine, spor yazarlarından daha az harcırah verildiğini söylemektedir. Bkz. “Basın Tribünü”, **Super Sport**, 6 Kasım 2000.

<sup>387</sup> Başkut, a.g.e., s. 182.

<sup>388</sup> Türkiye’de de geçmişte önemsenmeyen bir meslek olarak görülen spor muhabirliği, günümüzde statü sahibi olan birçok yazarın ilk görev alanları olmuştur. Aralarında Burhan Felek, Abdi İpekçi, Nezih Demirkent, Rahmi Turan, Rauf Tamer, Uğur Dündar, Halit Kıvanç, Erdoğan Arıpınar, İsmet Berkant gibi tanınmış ve başarılı birçok yazar spor servislerinden yetişmiş, burada aldıkları eğitim ve kazandıkları deneyimlerle statü sahibi olmuşlardır.

<sup>389</sup> Hohenberg, a.g.e., s. 245, 247.

etmektedir. Bu nedenle spor muhabirleri, güç ve zaman içinde kazanılan bir deneyim olan haber yazmayı öğrenmek için sürekli uygulama yapmak, deneyimli muhabir ve yazarların çalışmalarını sürekli izlemek zorundadır. Muhabirin söz konusu edilen deneyim kazanma sürecinde kendisinden deneyimli olanların üslubunu bir klişeymişçesine kullanmamayı öğrenip, kendi geliştireceği bir üslup sahibi olduğu da görülecektir.

Gerek sporun uluslararasılaşması ve spor muhabirlerinin yurtdışı görevlere gönderilmeleri, gerekse uzmanlaşmak için gerekli bilginin sağlanması, her spor basını çalışanı gibi spor muhabirlerinin de yabancı dil bilmesini zorunlu hale getirmiştir.

Ekonomik ve kültürel bağlamda değişen toplumun beğeni ve eğlence anlayışında farklılaşmalar oluşması, bireylerin, artık futbolun dışında farklı spor dallarına da ilgi duymalarına yol açmıştır. Bu da spor basınında kariyer sahibi olmayı planlayan genç muhabirlerin, futbol dışında, kendi beğeni ve ilgi düzeylerine uygun bir spor dalında uzmanlaşmaları gerektiğini göstermektedir.

Spor basınında kariyer sahibi olmayı planlayan spor muhabirleri, etkili haberler yapmak bunun için de haber kaynakları ile etkili ilişkiler kurmak zorundadırlar. Güç olan ve uzun zaman gerektiren kaynaklarla ilişki kurma sürecinde spor muhabiri, haber kaynağının aracı, basın ve halkla ilişkiler uzmanı olmamaya, kaynakla ilişki ve iletişim içinde ancak kaynaktan bağımsız olmaya dikkat etmeli, bu nedenle de ilişkilerini belirli düzey ve mesafede tutmalıdır.

Tarafli ve taraftar olmanın prim yaptığı spor basınında spor muhabirinin tarafsız olması ve tarafsızlığını koruması oldukça güçtür. Taraftarlık kimi spor muhabirlerinin bir kulüp veya takımla özdeşleşmesinin ötesinde kulüplerin başkanları ile özdeşleşmesi noktasına ulaşmıştır. Ancak tarafsızlığını tüm olumsuzluklara karşı korumayı bilen spor muhabirlerinin başarılı oldukları anımsandığında, spor muhabirlerinin bu doğrultuda çaba sarfetmelerinin gerekli olduğu görülmektedir.

Spor basınında spor muhabirlerinin haber toplama anlamında karşılaştıkları bir diğer güçlük ve sorun ise cinsel ayrımcılıktır. Sporun erkek işi olarak yorumlanması ve bu nedenle de bayan spor muhabirlerinin bu işten anlamayacağı varsayımından hareket eden kimi teknik direktör ve yöneticiler, bayan spor muhabirlerinin sporculara

ulaşmasını engellemekte, onlara karşı alaycı bir tavır sergilemektedirler<sup>390</sup>. Haber kaynaklarının spor muhabirleri arasında taraftarlık anlamında yaptıkları seçicilikten çok ayrımcılığın cinsel anlamda da kendini göstermesi Türkiye örneğinde yeni, ancak gelecekte yoğunlaşacak bir durum olarak belirginleşmektedir<sup>391</sup>.

Spor muhabirleri gibi spor yazarları da spor basını çalışanlarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Özellikle günümüzde spor basınında yer alan yorum sayısının fazla olması, spor yazarlarını daha önemli bir konuma getirmiştir. Bu bağlamda spor yazarlarının incelenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

## 6.2. Spor Basınında Spor Yazarlığı ve Spor Yazarı

Spor basınına spor yazarları ve ürünleri büyük önem kaşımaktadır. Ancak, günümüz spor basınında spor yazarlarının sayısı, spor ile ilgili bilgi ve haber aktaran muhabirden çok daha fazladır<sup>392</sup>. Basının öncelikli olarak haber vermesi ve bunun için var olması, spor basınında muhabirden çok spor yazarına sahip olmasını ilginç hale getirmektedir. Kuşkusuz spor basını, bu denli çok sayıda yazarı, okurlarının talepleri, bir diğer deyişle tecimsel kaygılarından ötürü istihdam etmektedir. Ancak bu durum, sadece spor basınına tecimsel kaygıları ile açıklanamamaktadır.

Spor basınında spor muhabiri ve haberinden çok spor yazarı ve yorum bulunmasının gerekçeleri arasında güçsüz ve yalnız bireylerin, gerçek yaşamda nelerin olup bittiğini yorumlayamaması ve anlayamaması bulunmaktadır. Özgüvenini yitirmiş ve kimlik arayışı içindeki bireyler, aidiyet duygusu nedeni ile taraflı yorumları okumak istemekte, kendilerini doğrulamaya çalışmakta veya bu yorumları yanlışlayarak kendilerini daha güçlü hissetmektedirler.

<sup>390</sup> Hohenberg, a.g.e., s. 244.

<sup>391</sup> Türkiye örneğinde cinsel ayrımcılık spor haberlerinde ve spor haberlerine konu olan sporcular bağlamında gerçekleşmektedir. Günümüzde spor basını bayan sporcuları halen cinsel birer obje olarak görme eğilimindedir.

<sup>392</sup> Türkiye Spor Yazarları Derneği, 26 Kasım 2000 tarihinde oynanan Galatasaray ve Fenerbahçe Spor Kulüpleri futbol takımları arasındaki karşılaşmayı için saha içinde görev yapan, bir diğer deyişle de haber toplayan 70 foto-muhabiri ve kameramana karşı yorum yapacak olan 203 spor yazarını akredite etmiştir. Bkz. "279 Gazeteci Maçta", **Yeni Binyıl Gazetesi**, 26 Kasım 2000, s. 46.

Spor basınında yorum, makale, değerlendirme, analiz adını alan ürünleri ile okurlarına bilgi aktaran spor yazarları<sup>393</sup> sadece okurlar, taraftarlar ve sporseverler tarafından değil spor dünyasının aktörleri, spor basınıının genç muhabirleri tarafından da önemli görülmektedir<sup>394</sup>. Spor yazarlığının diğer basın türlerindeki yazarlığa oranla daha serbest olması<sup>395</sup> ve hiçbir okur kitlesinin yazarın tam anlamıyla doğru ve geçerli olmasını spor basını okuru kadar istememesi<sup>396</sup>, spor yazarlığının önemli görülmesine yol açmaktadır.

Spor basınında yorum yazmakla görevli olan kişi Eroğlu'nun ifadesi ile "kahin, istatistikçi, psikologun niteliklerini, hikaye yazmanın bütün değerlerini"<sup>397</sup> bünyesinde taşımak zorundadır. Uygulamada da kendini doğrulayan bu saptama, okurların spor yazarlarından sadece yorum beklentisi içinde olmadıklarını kanıtlamaktadır. Spor yazarının beklentilere yanıt verebilmesi ise Öcal Uluç'un da vurguladığı gibi spor yazarlığı kimliklerini gazetecilik, yazabilmek, spor nosyon ve kültürüne sahip olmak<sup>398</sup> üzerine yapılandırarak, çok boyutlu olmalarına bağlıdır. Spor yazarının, kimliğinin çok boyutlu olması, bir diğer ifade ile gazetecilik, yazabilmek, spor nosyon ve kültürüne sahip olması ise spor haberi yazımında görev alacağı bir eğitim ile mümkündür<sup>399</sup>. Bu yolla yetişmiş olan, aldığı resmi eğitimin yanı sıra böylesi bir meslek içi eğitim alan spor yazarı sağlıklı bir yorumda bulunabilir, spor servisi yöneticisi ise sorumlu olduğu muhabir ve yazarların teknik hatalarını saptayarak, gidermelerini sağlayabilir<sup>400</sup>. Öte

<sup>393</sup> Kaya a, a.g.t., s. 186.

<sup>394</sup> Spor yazarlığı, spor basınında ulaşılmak istenen hedef, öykünülen bir konumdur. Spor basınına yeni katılmış stajyer öğrenciler, genç veya deneyimsiz muhabirler, basının diğer türlerinde görev yapan yazarlar, sporseverler, spor dünyası aktörleri, kısaca spor ile ilgilenen hemen herkes spor basınında yorum yapmayı, yaptığı yorumları tüm spor kamuoyunu etkilemesini istemektedir.

<sup>395</sup> Bruce H. Westley, *News Editing*, 3. Editon, Boston: Houghton Mifflin Co., 1980, s. 104.

<sup>396</sup> Curtis D. Mac Dougall, *Interpretative Reporting*, 8. Edition, New York: Macmillan Publishing Co., Inc., 1982, s. 548.

<sup>397</sup> Eroğlu, a.g.m., s. 82.

<sup>398</sup> Uluç b, 23-24 Aralık 1997 Göynük Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 24.

<sup>399</sup> Westley, a.g.e., s. 106.

<sup>400</sup> Spor yazarı Şansal Büyüka da hangi kitle iletişim aracında çalışıyor olursa olsun, görevi, konumu ne olursa olsun spor haber ve yorumculuğunun özünü, ruhunda muhabirlik yattığını belirtmektedir. Demirkent de geçmişte spor yazarlarının işlevlerini ve taşımaları gereken nitelikleri konusunu, "Geçmişte spor gazeteciliğinde çalışan kişiler ... bu işi önemserlerdi. Haber yazar, maç kritiği yapar, hatta sayfa çizerlerdi. İçlerinde fotoğraf çekenler olduğu gibi arşiv malzemesi biriktirenler de bulunurdu. Yani dekatloncu gibi her alanda çalışmak gerekirdi..." şeklinde değerlendirmiştir. Bkz. "Basın Tribünü", *Super Sport*, 6 Kasım 2000; Demirkent, *Medya Medya* [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.e., s. 88.

yandan spor yazarları dikkatli olma, sağlıklı gözlem yapabilme, olaylara bütünlük içinde bakabilme<sup>401</sup>, neden-sonuç ilişkileri üzerinde analitik düşünme ve yorum yapabilme<sup>402</sup>, tarafsızlığını koruyabilme, yenilik ve gelişmelere açık olma gibi özellikleri de bünyesinde taşımalıdır.

Televizyon istasyonlarının spor etkinliklerini canlı olarak yayınlamaya başlaması ve spor konulu programlara ağırlık vermesi, okuyucu ve izleyici olarak toplumun spor yazarından beklentilerinin farklılaşması da spor yazarlarının eleştirilmesinde önemli rol oynamıştır. Televizyonda yayınlanan spor programlarına ve karşılaşmaların canlı yayınlarına katılan spor yazarları, olabildiğince basit bir dil kullanmış, yaklaşım ve üsluplarını televizyonun gerekliliklerine uyarlamak zorunda kalmışlar, verdikleri bilgiler içerik olarak “malumu yeniden ilan”ın ötesine geçememiş, daha çok ilgi ve dikkat çekmek, kimi zamanda bir diğer spor yazarı veya spor dünyasının herhangi bir aktörü ile polemik yaratmak amacı ile kime zaman daha saldırgan kimi zaman daha kışkırtıcı bir tarz benimsemişlerdir<sup>403</sup>. Bu da doğrudan spor yazarının ciddiyet ve inandırıcılığının olumsuz etkilenmesi gibi bir sonuç doğurmaktadır.

Objektiflik konusu Türkiye’de spor yazarlarının eleştiri noktasıdır. Spor yazarlarının objektif olmamak ile suçlanmalarının en belirgin gerekçesi belirli bir kulübün taraftarı olmalarıdır. 1980’li yılların ikinci yarısından önce yaygın kanı, tüm kitle iletişim araçları gibi çalışanları gibi spor basını çalışanlarının da tarafsız olması gerektiği yönünde olmuş, aksi uygulamalar eleştirilmişken, daha sonra her spor yazarı ve muhabirinin bir kulübe sempati duyacağı ve bu nedenle da tam anlamıyla bir tarafsızlık olgusundan söz edilemeyeceği düşüncesi yaygınlaşmıştır. Öte yandan kimi spor yazarları belli spor dallarındaki uzmanlığı veya bazı kulüpleri yapı ve işleyiş olarak diğerlerinden daha iyi tanımaları, yorumlarına bilgilendirme veya gelişme adına tartışma ortamı yaratma amacı ile yansımamıştır. Ancak bu düşünce yazarları tarafından

<sup>401</sup> Kıvanç b, 1993, a.g.m., s. 24.

<sup>402</sup> Spor yorumlarının bir çoğu, spor yazarlarının yetki ve gücünün dışında baskı zamanına yetişme kaygısı nedeni ile karşılaşmaların ikinci yarısından itibaren, spor yazarları tarafından verilen bilgiler ile dizgiye girmesi, yorumun karşılaşmanın sonucu veya sonlarına doğru gelişen olayları içeren bilgilere, bir diğer deyişle de neden-sonuç ilişkilerine yer verememesine ve bütünlüklü olamamasına yol açmaktadır.

<sup>403</sup> Bkz. “Hem Kızdırıyorlar, Hem Bıktırıyorlar Ama Futbolsever Onların Tiryakisi Topu Lafla Kovalıyorlar”, **Hürriyet Cumartesi Hürriyet Gazetesi eki**, 11 Kasım 2000, s. 7.



dejenere edilerek kulüp yazarlığına dönüştürülmüş, köşelerinde taraftarı oldukları kulüplerinin amigoluğu yapılmıştır<sup>404</sup>.

Spor basını ve spor yazarlığının tarafsızlığını yitirmesi ve bu nedenle de saygınlık ve güvenilirliğinin zarar görmesinde en etkili gerekçe, spordan gelen kişilerin spor yazarlığı yapmalarıdır. Spordan gelen kişilerin spor yazarı olması tarafsızlık bağlamında olduğu gibi spor yazarlığı unvanı, nitelikleri, meslek hiyerarşisi bağlamlarında da tartışma konusu olmaktadır.

Spor basınında yer alan spor yorumları, genellikle futbol, basketbol, voleybol, tenis, atıcılık ve at yarışları konuları ile sınırlıdır. Spor yorumlarının böylesi sınırlı bir çerçevede yapılmasının en belirgin nedeni, sadece bu konularda yorum yapacak uzmanların bulunmasıdır. Uzman olarak nitelendirilen, uzman olduğu varsayımı ile yorum yapmakla görevlendirilen bu kişiler ise birkaç örnek dışında bu sporlar ile daha önce aktif olarak uğraşmış olan kişiler olmaktadır. Spor yazarlığının futbol yorumculuğu aynı anlamda anılması en önemli nedeni; uzman olduklarının varsayımı ile genellikle eski futbolcuların spor yazarları görev yapmasıdır<sup>405</sup>.

Spor yazarlarının büyük bir bölümünün eski futbolcuları olması, önermenin tersten ifadesi ile eski futbolcuların spor yazarı olarak görevlendirilmelerinin, bir çok gerekçesi bulunmaktadır. Eski futbolcuların spor yazarı olarak görevlendirilmelerinin görünen en belirgin gerekçesi, bu kişilerin sporcu olmaları nedeni ile en az bir kulüpte bulunmuş, bu nedenle de o kulüplerin birçok özelliğini bilmesi ve tanimasından

<sup>404</sup> Spor karikatüristi Mesut Yavuz konu ile ilgili olarak “Geneli değil ama çoğu kafa olarak tribündeki taraftarla aynı. Tek fark var. Birisi yazıyor, öbürü bağırıyor” derken Selahattin Duman, “Bizim meslektaşların diğer tribünlerdeki fanatiklerden tek farkı, bu işi profesyonel olarak yapmaları.. Normal bir fanatik tribünde bağırıp çağırıp kendini yer.. Spor yazarlığına kadar yükselmiş bir fanatik ise aynı gürültüyü çıkararak aldığı maaştan eklemek yer.. Üstelik tribünde çıkardığı gürültüyü, köşe yazısı haline getirerek zapta geçirir..” biçiminde ironik bir ifade kullanmıştır. Hıncal Uluç ise “... Taraf tutarken nasıl objektif olabilirim? ... Ben hiçbir hespla spor yazısı yazmıyorum. Galatasaray’lıyım ama takıma faydalı olsun, yol göstereyim diye yazmıyorum. ... Faruk Süren [Dönemin Galatasaray Spor Kulübü Başkanı] bana yazı ısmarlayamaz. Galatasaray zarar görür diye bir hesaba da hiçbir zaman girmem ...” diyerek, Galatasaraylı gazeteci ve Galatasaray’ın gazetecisi kavramları arasında büyük fark bulunduğunu, Galatasaray’ın gazetecisi olmanın bu mesleğe bir ihanet olduğu vurgulamıştır. Bkz. Yavuz Harani, “Sporun Bedri’si”, **Hürriyet Cumartesi Hürriyet Gazetesi Eki**, 18 Kasım 2000d, s. 3; Selahattin Duman, “Maça Gitme Keyfimi de Yok Ettiler..”, **Sabah Gazetesi**, 10 Haziran 1998b, s. 17; Zafer Özcan, “En İyi Spor Yazarı Benim”, **Zaman Pazar**, S. 22, 30 Mayıs 1999, ss. 6-7; Hıncal Uluç a, “Spor Gazetecisi Kimdir?” **Cumhuriyet’in 75. Yılında Spor Medyası Semineri 24-26 Aralık 1998 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 97.

<sup>405</sup> Spor yazarı Ali Sami Alkış da spor gazetelerinin uzman gazeteciliğin gelişmesini sağlamak amacı ile başlatmış oldukları Kulüp yazarlığının, uzman gazetecilik yerine “fanatizmi”, “Amigo gazeteciliği” geliştirdiğini söylemektedir. Bkz. Düzal, a.g.yz., s. 6.

kaynaklanan bir uzmanlığa sahip oldukları varsayımdır<sup>406</sup>. Okurlar, spor basınına sözü edilen bilgi ve birikim için almakta ve okumaktadırlar<sup>407</sup>.

Eski sporcuların spor yazarı olarak kadroda bulunmalarının bir diğer gerekçesi ise, spor basınına spor dünyası aktörlerine meşruiyet ve yetkinliğini kabul ettirme çabasında gizlidir. Spor dünyasının baş aktörleri arasında yer alan sporcu ve yöneticiler, herhangi bir spor yazarının kendileri ile ilgili yorum yapabilmesi ve eleştiri getirebilmesi için en az kendileri kadar o spor dalında uğraş vermiş olmalarını gerekli görmektedirler<sup>408</sup>. Spor basınına eski sporcuları spor yazarı olarak istihdam etmesi, spor dünyasının saygı duyduğu eski yıldızların yapacağı yorumlarda yer alan düşünceler ve görüşlerin, sporseverler ile birlikte spor dünyası aktörlerince de kabul edilmesini sağlayacaktır.

Eski sporcuların spor yazarı olarak istihdam edilmelerinin gerekçesi sadece spor basınına içerik ve tecimsel kaygı ve çıkarlarından kaynaklanmamaktadır. Spor basınına ilişki ve etkileşim içinde olmak zorunda bulunduğu kitleler de eski sporcuların spor yazıları yazmalarına olanak tanımakta, bu uygulamaya payanda olmaktadır. Öte yandan spor basını okurunun kimlik ve aidiyet arayışı içinde taraflı yorumlar okumayı istemesi, bu kişilerin yine okurun kendisi ile aynı renklere aşık olan yazarın kendisi gibi, aynı doğrultu ve yoğunluk derecesinde düşünmesi, basit bir dil kullanması da spordan gelen kişilerin spor yazarı olarak istihdam edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Eski sporcu yen spor yazarlarının adlarının promosyon malzemesi olarak kullanılması, istihdamlarının bir diğer gerekçesidir. Gerçekten de teknik direktörlerin görevlerine son verilmesi, görev yaptığı kulübün büyüklüğüne göre sütun/santim

<sup>406</sup> Ümit Kıvanç, spordan gelen kişilerin spor yazarı olmalarının sadece bir kulübü yakından izleme, ilgili haberleri kaynağından alabilme gibi gazetecilik açısından meşru ve gerekli sınırlı olmadığını, aksine, genellikle kulüpteki kliklerden birine “çalıştıkları”, kendilerini gündemde tutmak ve önemsetmek için yerli yersiz herşeye karıştıkları, kendilerinin odağında yer alabileceği “olay”ları kışkırttıkları için, doğru gazetecilik yapılmasının önündeki en büyük engeller haline geldiklerini söylemektedir. Ümit Kıvanç b, “Taraftar-Yazar Ucûbesi”, **Radikal İki Radikal Gazetesi Eki**, 14 Aralık 1997, S. 62, s. 21.

<sup>407</sup> Bir başkasına “uzman” sıfatını yüklemek, onu uzman olarak nitelendirmek, okuyucuya değerlendirmelerinin yanlış veya eksik olduğunu veya olabileceği olasılığını hatırlatmak anlamı taşımaktadır. Okuyucu, kendisinden daha iyi düşünen ve değerlendirmeler yapan kişileri okumak istemektedir. Çünkü okuyucuya, izlediğinin değil, spor basınına onun için izlediği ve değerlendirdiği olayın gerçek olduğu söylenmekte, uzman olduğu iddia edilen eski sporcuların yorumlarını okuyan okurlar, ayrıcalıklı bilgiye ulaştıklarını düşünmektedir.

<sup>408</sup> Tükenmez, 30 Ocak 2000, a.g.m., s. 21

büyüklüğü ile orantılı olarak haber yapılırken, eski sporcuların spor yazarı olarak yazı yazmaya başlamaları manşetten duyurulmaktadır<sup>409</sup>.

Spordan gelen kişilerin spor yazarlığı yapması, bir dönem aktif olarak uğraş verdiği spor dalı gibi özdeşleşmiş olduğu spor kulübünün reklam ve pazarlamasına yardımcı olması, var olan ve iktidar ilişkilerinin lehine işleyen ahlaki değerleri ve iktidarı olumlayan bir anlayışı aktarmaları nedeni ile spor dünyası tarafından desteklenmektedir.

Öte yandan sporcular gibi eski hakemlerin de spor yazarlığı yapması 1990'lı yıllarda yeniden yoğunluk kazanan bir diğer eğilim olarak spor basınında belirginlik kazanmıştır<sup>410</sup>. Spor basınının var olmasında büyük çaba gösteren Burhan Felek, Sulhi Garan ve Doğan Babacan'ın da aralarında bulunduğu eski hakemlerin spor yazarı olarak görev yapmaları, okura hakemlik kurumu ile ilgili daha sağlıklı bilgi sunma, karşılaşmalarda verilen kararların farklı bir bakış açısı ile yorumlanması gibi görünür gerekçelere dayanmıştır. 1990'lı yıllarda ise bu gerekçe yerini Merkez Hakem Komitesi ile anlaşmazlığa düşerek hakemlikten ayrılan eski hakem yeni spor yazarlarının geçmişte yaşamış oldukları sorunları halen faal hakemlik yapan hakemlere yansıması<sup>411</sup>, bu nedenle de hakemlik kurumu ile spor basını arasında polemikler yaratmasının tiraj ve kâr dönüştürülmesine bırakmıştır.

Spor basınında spor yazarı olarak görev yapabilen bir diğer belirgin grup ise eski yöneticilerdir<sup>412</sup>. Uygulamada spor kulüplerinde yöneticilik yapmış olan spor dünyasının eski aktörlerinin yazar olarak görevlendirilmesinin eski ve faal hakemler arasında polemik yaratılarak çıkar ve tiraj sağlama gibi benzer amaca hizmet ettiği gözlemlenmektedir.

Gazetecilik kökenli spor yazarlarının dışında spor basınında yorum yapan kişiler sadece spordan gelen yine spor yazarları, eski hakemler, kulüp eski yöneticileri ile

<sup>409</sup> Okan Yüksel b, **Sporda Erdemlilik ve Cassandra Çaresizliği**, İzmir: İleri Kitabevi Yayınları, 1994, s. 133, 43.

<sup>410</sup> Günümüzde eski Hakemlerden Doğan Babacan Fanatik, İhsan Türe Taraftar-Fotomaç'da karşılaşmaları yorumlamaktadırlar.

<sup>411</sup> Muhittin Boşat, "Futbolda Hakem" **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 205; Gümüüş, a.g.e., s. 141.

<sup>412</sup> Günümüzde Fenerbahçe Spor Kulübü Eski Yöneticisi Ömer Çavuşoğlu Taraftar-Fotomaç, Galatasaray Spor Kulübü eski yöneticisi Yurdeşen Karahasan Taraftar-Fotomaç Bülent Tulun Taraftar-Fotomaç, Trabzonspor Kulübü eski yöneticisi Muhittin Öztürk Taraftar-Fotomaç, Beşiktaş Jimnastik Kulübü eski yöneticisi İhsan Kalkavan Taraftar-Fotomaç, Atıf Keçeci Fanatik'de spor yazarı olarak görev yapmaktadırlar.

sınırlı değildir. Yukarıda adı geçen grubun dışında spor yorumları yapan en belirgin grup basının diğer türlerinde görevli olan köşe yazarlarıdır<sup>413</sup>. Günümüzde spor yazarlarının kendi uzmanlık alanları yani spor dışında bir konuda yazmaları oldukça nadir bir durumken, ekonomi, politika, uluslararası politika gibi basının diğer türlerinde uzmanlaşmış yazarların spor konusunda yorum yapmaları sıkça karşılaşılan bir uygulama haline gelmiştir<sup>414</sup>.

Öte yandan kamuoyunda tanınan ses ve film sanatçılarının da spor basınında yorum yapmaya başlaması bir diğer yaygın uygulamadır<sup>415</sup>. Söz konusu edilen sanatçıların da belli bir takımı tutmaları, gerek kendi taraftarı oldukları takım gerekse de diğer takımlar ile ilgili görüş sahibi olmaları oldukça doğaldır.

Ancak bu sanatçıların düşüncelerini, kanılarını, yorumlarını ve eleştirilerini spor sayfalarında okurlara aktarabilecek yetkinliğe ve uzmanlığa sahip olup olmadıkları sorusu yanıt beklemektedir. Sanatçıların spor sayfalarında yorum yapmalarındaki amaç, Televole formatındaki televizyon programlarının amacı herkesin –futbol ile ilgilenme

<sup>413</sup> Aralarında Güneri Cıvaoğlu – Milliyet Gazetesi, Umur Talu – Milliyet Gazetesi, Ali Sirmen – Milliyet Gazetesi, Osman Ulagay – Milliyet Gazetesi, Yalçın Doğan – Milliyet Gazetesi, Ertuğrul Özkök – Hürriyet Gazetesi, Kurthan Fişek – Hürriyet Gazetesi, Hadi Uluergin – Hürriyet Gazetesi, Oya Berberoğlu – Hürriyet Gazetesi, Fatih Altaylı – Hürriyet Gazetesi; Güngör Mengi – Sabah Gazetesi, Can Dünder – Sabah Gazetesi, Necati Doğru – Sabah Gazetesi, Rauf Tamer – Sabah Gazetesi, Cengiz Candar – Sabah Gazetesi, Şükrü Kızılot – Sabah Gazetesi, Asaf Savaş Akad – Sabah Gazetesi, Sedat Sertoğlu – Sabah Gazetesi, Can Ataklı – Sabah Gazetesi, Levent Tüzmen – Sabah Gazetesi, Ali Kırca – Sabah Gazetesi; Deniz Gökçe – Akşam Gazetesi, Şenay Düdek – Akşam Gazetesi; İsmet Berkan – Radikal Gazetesi, Mehmet Y. Yılmaz Radikal Gazetesi; Ali Bayramoğlu – Binyıl Gazetesi, geçmiş dönemde Yavuz Gökmen – Hürriyet Gazetesi, Hasan Yılmaer – Hürriyet Gazetesi gibi birçok ismin bulunduğu yazarlar kendi görev yaptıkları gazetelerde taraftarı oldukları kulüp veya takımın izlemiş oldukları karşılaşmaları yorumlamıştır. Ancak aralarında Ali Bayramoğlu – (Taraftar Fotomaç), Levent Tüzmen – (Taraftar Fotomaç), Sedat Sertoğlu – (Taraftar Fotomaç), Taki Doğan, (Taraftar Fotomaç), Mehmet Y. Yılmaz (Fanatik)’in bulunduğu grup ise yorumlarını spor basınında yapmıştır.

<sup>414</sup> Söz konusu edilen bu grup, kendi taraftarı olduğu kulüp veya takımın karşılaşmalarını izleyerek yorumlarda bulunmaktadır. Masrafları görev yaptığı gazete tarafından karşılanan bu grup, gazete üst düzey yönetimimin olası maliyeti düşürme veya daha fazla girdi sağlama amacına yönelik olarak sporu yorumlamaktadır.

<sup>415</sup> Akşam Gazetesi 9 Ocak 2000 tarihinde İzmit İsmet Paşa Stadyumunda oynanan Kocaelispor Galatasaray futbol takımları arasındaki karşılaşmayı izleyen Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Merkezi Müdürü Prof. Dr. Ahmet Mete Işıkara ve Prof. Dr. Işıkara’nın da katıldığı bir toplantıda yazdığı kompozisyonda ilgilileri göreve çağırması ile kamuoyu ve kitle iletişim araçlarının dikkatini çeken 11 yaşındaki depremzede Burak Baş’a yorum yazdırmıştır. Prof. Dr. Işıkara, yazısında deprem sonrası yaşama dönüş adına olumlu iletiler gönderirken, spora ve karşılaşmaya ilişkin görüşlerini de belirtmiş, 11 yaşındaki Burak Baş ise taraftarı olduğu Galatasaray futbol takımı ile birlikte sahaya çıkmanın heyecanını aktarmış, Galatasaray’ın şampiyon olacağını ve kendisi gibi deprem yaşamış olan rakipleri Kocaelispor’un “... yöremiz insanının bu takıma ihtiyacı var” gerekçesini göstererek, küme düşmeyeceğini söylemiştir. Bkz. A. Mete Işıkara, “Hayata Dönüş!” **Akşam Gazetesi**, 10 Ocak 2000, s. 26; Burak Baş, “Kalbim Duracaktır”, **Akşam Gazetesi**, 10 Ocak 2000, s. 26.

de- takım tuttuğu gerçeğinden yola çıkıp, onları sanatçılar yoluyla futbol ile buluşturmak<sup>416</sup>.

Yukarıda adı geçen gurupların dışında spor basınında yorum yapan farklı meslek dallarında etkinlik gösteren veya spor ile doğrudan ilişkili olmayan yaşam deneyimlerine sahip kişiler de bulunmaktadır. Gökçe söz konusu edilen bu kişi ve grupları “Emekli generaller yazı yazıyorlar spor sayfalarında, avukatlar yazı yazıyor, seçim kaybetmiş belediye başkanları yazı yazıyor, doktorlar yazı yazıyor ve bunların hiçbirisi gazeteci değil”<sup>417</sup> şeklinde tanımlamaktadır.

Bu noktaya değin aktarılanlardan da anlaşıldığı üzere spordan gelen kişilerin spor yazarlığı yapmaları, gazetecilik veya spor eğitimlerinden değil uygulamanın içinden gelmelerine bağlanmaktadır. Ancak gerekli gazetecilik ve yazarlık nosyonuna sahip olmayan ve kültürel altyapısı bulunmayanların uzmanlık dereceleri ne kadar yüksek olursa olsun spor yazarı olarak gerekli ve yeterli düzeyde işlev veremeyecekleri açık bir gerçektir.

## 7. SPOR BASINI OKUYUCUSU

Spor basını okuyucusu, öncelikle ve doğal olarak spor basınıının yayın yaptığı toplumun bir parçasıdır. Spor basını okuyucusu, diğer kitle iletişim araçlarının hedef kitesinin özelliklerine sahip olmasına karşın, uygulamada daha genç, eğitim ve kültür düzeyi düşük olduğu yönünde yaygın bir kanı bulunmaktadır<sup>418</sup>. Oysa Kozanoğlu'nun da belirttiği gibi futbol bir zevktir, bu zevki kimi Real Madrid-Milan maçında, kimi de Gedikpaşa-Yıldıztabya maçında yakalamaktadır<sup>419</sup>. Bu önerme de sporun ve dolayısıyla spor basınıın farklı toplumsal katmanlardan gelmiş olsa da, okuyucusuna

<sup>416</sup> Eğin, 1999a, a.g.m., s. 105.

<sup>417</sup> Atilla Gökçe a, “Spor Gazetecilerinin Dayanışması”, **Cumhuriyet'in 75. Yılında Spor Medyası Semineri 24-26 Aralık 1998 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 141.

<sup>418</sup> Bkz. Erdemli, 23-24 Aralık 1997 Göynük Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 50; Nefise Bulgu, "Spor Haberlerinin Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Gazeteden Tüketimi 12-14 Yaş Grubu Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma", **Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt VI, S. 3, s. 44-45.

<sup>419</sup> Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 79.

seslenebildiğini, çünkü içerik ve konu olarak işlediği sporun buna uygun nitelikte olduğunu<sup>420</sup> kanıtlamaktadır. Sporun ve dolayısıyla spor basınının bu denli geniş bir kitleye seslenebilmesinde kuşkusuz konu ve içerik olarak işlenen sporda ürün çeşitlenmesi bulunmasında büyük payı bulunmaktadır.

Öte yandan spor basınının konu ve içerik olarak işlediği sporun sahip olduğu niteliklerin diğer demografik grupların da ilgisini çekmesine karşın, daha yoğun olarak genç kitlenin ilgi alanını oluşturması, spor basını okurunun daha çok genç kitle olduğu kanısının yaygın olmasının başlıca nedenidir<sup>421</sup>. Spor basınının genç bir kitleye seslendiği düşüncesinin yaygın olmasında, spor basınında yer alan reklamlar<sup>422</sup> da rol oynamaktadır.

Spor basını okurlarının spor yapıp yapmadıkları, yapmadıkları için spor basını okuru oldukları süre giden bir tartışma konusudur. Spor Yazarı Yiğiter Uluğ, olanak tanındığında insanların spor yaptıklarını, aksi takdirde ise Türkiye örneğinde de olduğu gibi çok sayıda seyircinin ortaya çıktığını söylemekte ve bu seyircilerin her ne kadar kendilerini “sporsever” olarak görse de, bu grubun sporsever değil “sporsevereder” olduğunu<sup>423</sup> belirtmektedir. Bu bağlamda spor basını okuyucularını tam anlamıyla sporsever olarak tanımlamak hatalı olacaktır.

Spor basını okuyucusunun sporsever olup olmadıkları konusundaki tartışmanın bir benzeri sevilen, okunan dalları ile ilgili olmaktadır. Spor basını okuyucusunun normatif anlamda sporun tüm dalları ile ilgili haber, yorum, bilgi ve duyurunun alıcısı olduğu varsayılsa da, spor basını okuyucusu sporun tüm dalları ile değil, futbol özellikle de profesyonel futbol ile ilgilenmektedir. Spor basını okuyucusunu, spor basınında yer alan konu ve içeriklerin ayrıntılı olarak incelendiği bölümde aktarıldığı gibi futbolseverler,

<sup>420</sup> Harris, a.g.e., s. 111.

<sup>421</sup> Farklı demografik ve psiografik yapıdan okurlara sahip olmasına karşın, spor basını için genç okur kitlesi büyük önem taşımaktadır. PİAR Şirketi tarafından yapılan Gençlik Omnibus araştırmasında gençlerin %62’sinin “Spor karşılaşmalarını izlemekten büyük zevk aldığı”, %49’nun da “Düzenli olarak spor yaptığı” sonucuna ulaşılmıştır. Bkz. Demirel, a.g.yz., s. 98.

<sup>422</sup> Bu da reklamcılarının spor basınına etkili bir mecra olarak görmelerini sağlamaktadır. Reklamcılar ortalama veya ortalamanın altında gelire sahip genç orta yaş arası erkeklere ulaşmak istediğinde spor basınına kullanmaları gerektiğinin bilincindedirler. Diğer yandan trend yaratıcılar arasında pop yıldızları gibi star olarak nitelendirilen sporcuların da bulunması ve spor basınında sürekli olarak yer almaları reklamcılarını spor basınına yönelten bir diğer etkidir. Bkz Demirel, a.g.yz., s. 98..

<sup>423</sup> Yiğiter Uluğ, “Bir Kulübün Anatomisi”, **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], s. 89.

üstelik de taraftar ve hatta fanatik olan, fanatikleştirilen futbolseverler olarak nitelemek olasıdır. Bu da spor basını okurunun kabaca ortak düşüncelerden hareket eden, taraftar olması nedeni ile akıldan çok duygudan güç alan, örgütsüz olan, bu nedenle de kolay ikna olup, tahrik edilen bir kitle olduğu yönünde ip uçları vermektedir.

Günümüz spor basını okuyucu, Ortega y Gasset'in kitle olgusu tartışmasında vurguladığı gibi, her şeyin hakimi olan, ancak kendisine hakim olamayan bu nedenle de kudret duygusu ve güvensizlikten oluşmuş bir bileşimi ruhunda taşıyan<sup>424</sup> bir kitle olarak belirlemektedir. Ümit Kıvanç, taraftarlık olgusunu "... kendi basit varlığı dışında bir sıfat yüklemek, kendi sınırlı gücü ile edinmeyeceği başarılarında pay sahibi kabul edilmek, bugünün dünyasında ortalama insanın doyurulamayan, tamamen meşru bir arzudur."<sup>425</sup> biçiminde tanımlamaktadır. Bu nedenle spor basını okuyucusunun büyük bir bölümü bir taraftardır<sup>426</sup> ve taraftar olmak zorundadır.

Bu bağlamda taraftarlık olgusunun incelenmesinde yarar bulunmaktadır. Toplumsal yapı ve yaşam içindeki bireyin herhangi bir takımın taraftarı olmasının kendi irrasyonel seçiminin dışında kimi ekonomik, toplumsal, kültürel ve politik gerekçelerin yanı sıra psikolojik gerekçe ve gereksinimlere de dayandığı açıktır. Taraftarlar zaman zaman kendi beklenti ve umutlarını takımı veya kulübünün başarılarıyla doyurmaktadır<sup>427</sup>. Taraftar olma, aynı zamanda bireyin yaşamını anlamlandırdığı<sup>428</sup>, ait olma ve kimlik sahibi<sup>429</sup> olma duygusunu tatmin ettiği meşru bir süreç olarak da kendini göstermektedir. Oluşumuna olanak tanıyan kültürel, ekonomik ve politik koşullar, sürdüğü ve yoğunluk kazandığı sürece, taraftarlık daha da yoğunluk kazanacak, taraftar sahada oynanan oyunda bir rolü ve görevi olduğuna inanacaktır. Bu aşamadan sonra

<sup>424</sup> Ortega y Gasset, **Kütlelerin İsyanı**, (Çev.: Nejat Muallimoğlu), İstanbul: Birleşim Yayıncılık, 1996, s. 13.

<sup>425</sup> Kıvanç b, 1993, a.g.m., s. 29.

<sup>426</sup> Spor basınının konu ve içerik bölümünde ayrıntılı olarak aktarıldığı gibi spor basını başat olarak futbol ve futbol ana başlığı altında ise 3 Büyükler ve Trabzonspor futbol takımları ile bu takımların karşılaşmalarını işlemektedir. Bu da spor basını okuyucusunun büyük bir bölümünün bir takımın taraftarı olduğu varsayımını uygulama açısından doğrulamaktadır.

<sup>427</sup> Hasan Yüksel a, Birol Doğan, Süleyman Morali ve Mustafa F. Acar, "Futbol'da Şiddetin Toplumbilimsel Boyutları", **Futbol Bilim ve Teknoloji Dergisi**, Yıl: 5, 98/1, S. 1, s. 23.

<sup>428</sup> Ümit Kıvanç'ın konu ile ilgili olarak taraftarı, "hayatını bir takıma bağlılığıyla, bu takıma bağlı olan öteki insanların varlığıyla, takımın macerası ve başarısı ile anlamlandırılan kişi" olarak tanımlaması, söz konusu edilen anlamlandırma sürecini açıklayıcı niteliktedir. Bkz. Kıvanç b, 1993, a.g.m., s. 28.

<sup>429</sup> Kozanoğlu, taraftarlığın aidiyet sağlam işlevi bağlamında "... bir insanı bir takıma çeken asıl güçlü halat, kimlik vaadidir... Milyonlarca kişilik bir "biz" ordusunun parçası haline gelir." saptamasını yapmaktadır. Bkz. Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 80.

birey sahip olduğu kimliği, taraftarlığa kendisini zorlayan koşullar ve kamusal alanda yer alan diğer başat kimlikler ile hesaplaşmakta da kullanmaktadır.

Ümit Kıvanç, ortalama taraftarın karşısında oynanan oyunun inceliklerini kavramakla değil, takımın başarısı ile meşgul olduğunu, takımın başarısı için gerektiğinde oyunun belirlenmiş kuralların çiğnenmesine seve seve katlandığını, hatta çoğu zaman rakibin bir takım haksızlıklara uğratılmasını açıkça istediğini<sup>430</sup> söylerken, Galeano da “Aslında fanatik bir taraftar kendi takımının zaferinden çok rakibinin yenilgisinden zevk alır.”<sup>431</sup> diyerek Kıvanç’ın görüşlerini desteklemektedir. Kurthan Fişek’in “milis”<sup>432</sup> olarak nitelendirdiği spor sahasında karşılaşmayı izleyen taraftarlar ve spor fanatikleri ilgilerinin kışkırtılmasına gereksinim duyulmayacak bir kitle niteliğindedir.

Demirkent, yapılacak bir araştırmada, Türk okurunun günlük politik haberlerden nefret ettiği sonucuna ulaşılacağını söylemektedir<sup>433</sup>. Bu da okurun başta spor olmak üzere değişik konulara yöneleceğini göstermektedir. Gerçekten de spor basını okuru, içerik olarak açık ve deklare edilmiş bir biçimde politikaya değinmediği için spor basını tercih etmektedir. Ancak spor basını açık ve deklare edilmiş bir biçimde politik haber vermemesine karşın, birçok politik işlevi yerine getirmektedir.

Taraftarın, diğer kitle iletişim araçları gibi spor basını aracılığıyla bilincinin oluşturulması ve şekillendirilmesi, yukarıda değinilen kültürel, ekonomik ve politik koşullardan ötürü öylesine yoğunluk kazanmıştır ki spor basını okuyucu uzman olmakla övünen bir duruma gelmiştir<sup>434</sup>. Spor basını okuyucusu ilgilendiği spor dalında uzman olduğu, o spor dalına en az sporcular ve spor basını çalışanı kadar bildiği iddiasını taşımaktadır. Ortega y Gasset, “Kitle güçsüz değildir. Bir yazar ya da gazeteci bir konu üzerinde ne kadar araştırma yaparsa yapsın, ne kadar bilgi sahibi olursa olsun, o konu hakkında hiçbir şey bilmeyen, öğrenmek için değil sadece kendisi ile aynı paralelde olmayan eser sahibi hakkında hüküm yürütmek için okuyan okuyucuyu dikkate almak

<sup>430</sup> Kıvanç b, 1993, a.g.m., s. 29.

<sup>431</sup> Galeano, a.g.e., s. 134.

<sup>432</sup> Kurthan Fişek, “Türkiye’de Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları ile Spor Medyası İlişkileri”, Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği’nce düzenlenen “Türkiye’de Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları ile Spor Medyası İlişkileri”, paneline sunulan bildiri, Manisa: 28 Ocak 2000.

<sup>433</sup> Demirkent, 1982, a.g.e., s. 153.

<sup>434</sup> Mencher, 1994, a.g.e., s. 465.



zorunda”<sup>435</sup> derken, spor basınında görev yapan yazarların önem vermesi gereken bir konuyu da dile getirmiş, ancak bundan daha önemlisi aralarında spor basını okuyucusunun da bulunduğu kitlenin niteliklerinin altını çizmiştir.

Bu noktaya değin verilen kuramsal bilgilerin ardından spor basının varlık nedeni ve işlevleri yerine getirmede kullandığı haber, yorum ve dil yapısının, özelliklerinin incelenmesi yararlı görülmektedir.

---

<sup>435</sup> Gasset, a.g.e., s. 12.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### SPOR BASININDA HABER; YORUM VE DİL KULLANIMI

#### 1. BASINDA DİL VE ANLATIM

Her toplum ve ulusun sahip olduğu ve kullandığı dil en genel biçimde insanlar arasındaki anlaşma aracı olarak tanımlanabilir. Toplumsal yapı ve yaşam içinde kullanılan dil, genel olarak verilen tanımından da anlaşılacağı üzere başta insanlar arasında anlaşmayı sağlama olmak üzere bir çok gereksinimi giderme amacına yönelik olarak oluşmuş ve varlığını sürdürmüştür. İnsanların diğer insanlarla ilişki ve iletişim kurup, gereksinimlerinden haberdar etme ve gereksinimlerini gidermede onlardan yardım alma amacına ile ortaya çıkmış olan dil, insanoğlunun toplu halde yaşamaya başlaması ile birlikte günümüzdeki anlamına ve işlevine kavuşmuş ve zaman içinde gelişmiştir.

Dilin insanoğlunun birarada yaşamaya başlaması ile koşut bir gelişim çizgisi izlemesi, onun aynı zamanda toplumsal bir olgu olduğuna da işaret etmektedir. Dilin toplumsal bir olgu olması, toplum tarafından ortak bir biçimde paylaşılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle de dil toplumun ortaklığı, uzlaşısıdır. Söz konusu edilen ortaklık ve uzlaşi ise dilin ortak, paylaşılmış ve üzerinde uzlaşılmış bir işaretler sistemi olması ile sağlanmıştır<sup>436</sup>. Ortak ve toplumun üzerinde uzlaşi sağladığı, bireysel ve toplumsal gereksinimleri giderme yönünde işlev veren dil, artık bir olgu olmaktan çok bir kurum haline gelmiştir. Toplumsal bir kurum olması, toplumsal yapı ve yaşam içinde yer alarak, bireysel ve toplumsal amaçları ve gereksinimleri giderme yönünde işlev vermesi bir kurum olan dilin devamlılığını kaçınılmaz hale getirmektedir. Bu da dilin kültür gibi sonraki kuşaklara aktarılması gerektiğini göstermektedir. Kültür gibi ve

---

<sup>436</sup> Atilla Özkırımlı, **Dil ve Anlatım**, Ankara: Ümit Yayıncılık, 1994, s. 13.

kültürün bir parçası olarak sonraki kuşaklara aktarılması, dilin aynı zamanda yaşayan canlı bir varlık olmasına da yol açmaktadır.

Öte yandan toplumsal yapı ile ilgili olması, aynı zamanda birden çok toplumsal yapının, bir diğer deyişle de ulusun varlığını da ortaya koymaktadır. Her ulusun kendi dili olması, dilin ulusal olma özelliğine de dikkat çekmektedir. Bu bağlamda dil, toplumsal yapı ve yaşamın oluşması ile ortaya çıkmış, bu yapı ve yaşam içinde bulunan bireylerin birbirleri ile ilişki ve iletişim kurarak gereksinimlerini gidermesine yardımcı olmuş, yine toplumu oluşturanların ortaklığını sağlayacak biçimde üzerinde uzlaştıkları, toplumsal, canlı ve bir ulusa ait, sonraki kuşaklara aktarılan bir işaret sistemi olarak tanımlanabilir.

Özkırımlı'nın Ana dil, Ortak Dil, Özel diller ve Konuşma Dili, Yazı Dili<sup>437</sup> olarak sınıfladığı dil, toplumsal olma özelliği nedeni ile toplumsal yapı ve yaşamın her alanında olduğu gibi basında da kullanılmaktadır.

Kendisi de toplumsal bir kurum olan ve kültürün bir parçasını oluşturan basın aynı özelliklere sahip olan dili kullanmaması beklenemez bir durumdur. Basının dili kullanması, öncelikle varlık nedeni, bir diğer deyişle haber ve bilgi vermeyi sağlaması açısından gereklidir. Basın içerik ve iletilerini dil ile okurlarını ulaştırmakta, eş deyişle onlar ile ilişki ve iletişim kurmaktadır. Kuşkusuz basının doğası gereği kurduğu iletişim kitlesel boyutta olmaktadır. Basının hedef kitlesi ile kurmayı amaçladığı ilişki ve iletişimin kitlesel olması dilin sözel anlamda kullanılmasını, bir diğer ifade ile de basının bu amaç doğrultusunda sözlü iletişimi kullanmasını olanaksız kılmaktadır. Çünkü söz konusu edilen kitle tanımlanamayacak kadar büyük, farklı ilgi alanlarına ve farklı özelliklere sahiptir. Bu durumda basın hedef kitlesine ulaşmak, onlarla ortaklık kurmak ve paylaşımı sağlamak için dilin farklı bir kullanımına, eş deyişle dilin yazı formunda kullanımına gereksinim duymaktadır.

Türü, içerik ve iletişimi her ne olursa olsun basınının kullandığı dili Yazı dilidir. Yazı dili, toplumun konuştuğu dilin, dil bilgisi adı verilen ve üzerinde uzlaşmış, herkes tarafından kabul edilmiş belli kurallar çerçevesinde yapılandırılır. Öt yandan kendisini oluşturan sözcükler arasında anlam ilişkilerinin gözetilmesi, sözdiziminde ve cümlelerde doğruluk ve etkinlik sağlanması da yazı dilinde önem taşımaktadır. Yazı

<sup>437</sup> Özkırımlı, a.g.e., s. 20-26.

dilinin, konuşma dilinden sonra ve konuşma dilinin içinden çıkması doğal ve beklendiktir. Yazı dilinin, konuşma dilinden çıkmasına karşın, yukarıda yer verildiği gibi kimi özellik ve işlevlere sahip olması, yazı dilinin farklı bir eğitim sonrası kazanılabileceğini göstermektedir. Bu da yazı dilini kullanmasına karşın yine farklı özellik ve işlevlere sahip olması nedeni ile basında kullanılan yazı dili eğitimin farklı olduğunu göstermektedir.

Basın, dili ve yazı dilini, öncelikle okurları ile ilişki ve iletişim kurmak için kullanmaktadır. Öte yandan basının iletilerini ve içeriklerini okurlarına aktarmak için dili ve yazı dilini kullanmaya gereksinimi bulunmaktadır. Basının içeriklerini okumaları için okurlarının dikkat ve ilgisini çekmek zorunda olması, dilin farklı ve zengin öğelerinin kullanımını gerektirmektedir. Yine okurlarını güvenilirlik anlamında ikna etmesi etkili bir dil kullanımı ile gerçekleşmektedir. Okurlarının beklendik tutum ve davranış gelişmesi bağlamında ikna edilmeleri, daha önce yer verilen işlevlerin yerine getirilmesi tamamen dil ve yazı dili kullanımı ile gerçekleşmektedir.

Basın, yukarıda sıralanan gerekçelerden ötürü dili içeriğinde kullanmaktadır. Dil ile aktarılan içerik ise belli formlara ve özelliklere sahip olmak durumundadır. Söz konusu edilen formların başında haber ve yorum gelmektedir. Basın gibi spor basınının dili ve dil kullanımını anlama açısından spor basınında yer alan haber ve yorumların incelenmesi yararlı görülmektedir.

## 2. SPOR BASININDA HABER VE YORUM

Bu başlık altında spor basınında yer alan haber ve yorumlar ayrıntılı bir biçimde incelenmeye çalışılmıştır. Haberler, yazım ve toplama teknikleri ile incelenmiş, bunun yanı sıra spor basını haber yazımında dikkat edilmesi gereken noktalar ile etkili bir haber yazımı için dikkat edilmesi gereken ilkeler sıralanmıştır. Öte yandan yine bu başlık altında spor basını haber ve yorumlarında yer alan sorunlar ve giderilmesi yönündeki öneriler tartışılmıştır.

## 2.1. Haber ve Haber Yazımı

Spor basını her gün okuyucusuna farklı ad ve başlıklar olsa da sonuç olarak spor gazetesi adı verilen ürün ile bir içerik sunmaktadır. Spor basınının okuyucusuna sunduğu ve okuyucusunun da spor basınından talep ettiği “şey” gerçekte haberdır. Haber, tüm basın türlerinde olduğu gibi, spor basınında da yaşamsal önem taşımaktadır. Her gün okuyucuyla buluşan haberlerin nitelikleri ve hazırlanma süreçleri ile ilgili bilgi sahibi olmak, bir kurum olarak spor basını ve işlevlerini daha derinden ve gerçek boyut ile anlamaya yardımcı olacaktır. Bu bağlamda, “spor basını neden haber yapar?”, “spor basını haberi nedir?”, “Nasıl hazırlanmaktadır?” ve “Nasıl olmalıdır?” gibi soruları ve bu sorulara alınacak yanıtlar önem kazanmaktadır.

Spor basını neden haber yapma gereğini duyar? sorusunun yanıtı, aynı zamanda spor basınının haber yaparken kullandığı ile ilgili bir bakış açısını da sağlamaktadır. Sonuçta tecimsel bir işletme olan spor basını, öncelikle “kâr etmek” için haber yapmaktadır. Spor basınının var olma nedeni ve bu nedenin görünümü haberdır. Cuma veya Cumartesi günü karşılaşmayı stattan veya televizyondan izleyen bir taraftarın, ertesi gün izlediği karşılaşma ile ilgili haber okuma isteği duymayacağı ve bu nedenle de haberin özenle hazırlanmasının ve haberin özel olarak süslenmesinin gereksiz olduğu düşünülebilir. Ancak, spor basını okuyucusu, her hangi bir spor etkinliğini izlemiş olsa da, spor ile ilgili herhangi konuda görüş ve bilgi sahibi olsa da spor basınından daha ayrıntılı bilgi istemektedir. Diğer basın türlerinde de olduğu gibi spor basınında da okuyucu haber için spor gazetesini almaktadır. Uzmanlık alanı olan bir konuda haber adı verilen ürünü üretilerek, okuyucu adı verilen tüketiciye sunulmaktadır. Spor basını, içinde bulunduğu toplumsal yapının politik ve yönetsel koşullarına paralel bir doğrultuda “değerleri biçimlendirme” görevini de üstlenmiş olduğu için haber yapmasında bir diğer amacı oluşturmaktadır. “Kamuya hizmet etmek” spor basınının haber yapma nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Öte yandan “Kendine şöhret sağlama” ve “Kendini artistik formda ifade etme de”<sup>438</sup> spor basınının haber yapmasında gerekçe olan özsel nedenlerdir.

---

<sup>438</sup> Coakley, a.g.e., s. 278.

Bu bağlamda spor haberi, spor basınının kar etmek, okuyucuyu bilgilendirmek, toplumsal, kültürel ve politik yapıya uygun işlev vermek ve bu nedenle kamuya hizmet etmek, kendine, aynı ekseninde bulunan rakiplerinden üstünlük sağlamak ve kendini artistik formda ifade etmek için hazırlanan üründür.

### 2.1.1. Haber yazım tekniği

Spor basınında yer alan haberler, genel olarak, diğer basın türlerindeki haberler ile aynı ilke ve kurallar doğrultusunda hazırlanmaktadır. Gerek haber yazma gerekse de toplama teknikleri olarak birbirlerine benzeşen diğer basın türlerinde yer alan haberler ile spor basını haberleri sadece içerdikleri bilgi, eş deyişle yer verdikleri konulardan kaynaklanan kimi yaklaşım farklılıklarına sahiptirler.

Spor haber ve yorumlarında, okuyucuların merak ettiği soruların yanıtını vermek, bir diğer deyişle de okuru bilgilendirmek spor basının öncelikli amacı ve okur kazanmasının başlıca yöntemini oluşturmaktadır. Spor basını, haberlerini 5N 1K ilkesine göre hazırlamaktadır. Ne, Ne zaman, Nerede, Neden, Nasıl ve Kim sorularından oluşan bu ilke, temel haber yazım tekniğini de oluşturmaktadır<sup>439</sup>. Daha fazla soruya yanıt vermek daha fazla okur kazanmanın yollarından biri olsa da haberciliğin ana kuralı olan 5N 1K arasında bir sıralama yapmak gerekirse “nasıl” ve “neden” soruları ile bu sorulara verilecek yanıtlar ön sırayı almaktadır<sup>440</sup>. Spor haberlerinde yanıt verilen ve aktarılan “nasıl” sorusu, haberi okuyucunun gözünde ilgi çekici kılmaktadır. Yorumlarda ise “neden” sorusunun yanıtı önem kazanmaktadır.

Gerek spor haberinin gerekse spor yorumunun neden ve nasıl sorularının dışında kalan, ne, ne zaman, nerede ve kim sorularını da yanıtı bırakmaması gerektiği açıktır. Ancak diğer soruların yanıtlarının yanı sıra haberde nasıl, yorumda ise neden sorusunun ayrıntılı bir biçimde yanıtlanması, okuyucuları cezbedecektir. Oysaki Türkiye’de uygulamada haber öğeleri olan 5N 1K’nın tam anlamıyla yanıtlanmamasının yanı sıra, haberde ağırlıklı olarak yoruma yol açan neden, yorumda ise haberin ağırlık yanıtı

<sup>439</sup> Ayrıntılı bilgi için bakınız Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, 3. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 1994, s. 181-182; Bruce D. Itule ve Douglas A. Anderson, **News Writing and Reporting for Today's Media**, Singapore: McGraw-Hill, Inc., 1994 s. 59-61; Mencher, 1994, a.g.e., s. 59-60; Melvin Mencher **Basic News Writing**, 3. Edition, Iowa: Wm. C. Brown Publishers, 1989, s. 62-66.

<sup>440</sup> Westley, a.g.e., s. 106.

olması gereken nasıl soruları yanıtlanmaktadır. Böylece yorum haberin görevini üstlenmekte, haberde ise daha tehlikelisi yoruma yer verilmektedir.

Spor haberlerinde giriş bölümü, genellikle ilginç veya önemli bir olayla, anahtar niteliği taşıyan bir oyun veya hareket ile, çok başarılı olmuş bir oyuncuyla veya bir rekor ile başmaktadır. Haber girişi, okuyucu ile haberin ilk buluştuğu yer, bir diğer deyişle de haberin vitrini niteliği taşımaktadır. Böylesi önemli işleve sahip olan haber girişi, okuyucuya cazip gelecek öğeleri barındırmak zorundadır. Bu nedenle giriş bölümünde skoru vermektan çok, okuyucunun ilgisini çekecek, skoru sağlamış veya sonucu belirlenmesinde etkin olan bir olay veya oyuncuyu girişte vermek haberi renkli kılacağı gibi, okunma şansını da artıracaktır.

Spor haberi yazımındaki önemli kurallardan biri okura haberi yapılan spor dalının ne olduğunu söylemektir<sup>441</sup>. Herhangi bir spor dalını konu alan bir haberde, özellikle de karşılaşma haberlerinde, tarafların sadece kulüp isimlerini vermek yeterli değildir. Söz konusu edilen kulüplerin birden çok spor dalında faaliyet göstermesi durumunda okurun, “Habere konu olan spor dalı nedir?” sorusunu sorması kaçınılmaz olacaktır.

Türkiye örneğinde spor basınının futbol ve hatta 3 Büyükler ve Trabzonspor’u konu olarak işleyen bir spor basını olması nedeni ile, bu kural kendiliğinden önce gereksiz, ardından da geçersiz hale gelmektedir. Günümüz Türk spor basınında yer alan birçok haber ve yorum, okuyucuda, bu yorum ve haberlerin futbol ile ilgili olduğu, hatta futbol ile ilgili olmak zorunda olduğu düşüncesinin uygulama ile yerleştirilmiş olması nedeni ile hangi spor dalı ile olduğunu açık bir biçimde ifade edilmemektedir.

Söz konusu edilen bu genelleme sadece futbol için geçerli değildir, diğer spor dalları ile ilgili yapılan haber ve yorumlarda da bu kurala uyulmadığı gözlemlenmektedir. Okuyucunun haber okurken, haber ile ilgili fotoğraflardan, haberin hangi spor dalı ile ilgili olduğunu anlama şansı bulunurken, yorumlarda bu olanaktan da mahrum kalmaktadır. Haberin fotoğrafı veya o spor dalında tanınan sporcu ve takımların adının geçmesi, haber veya yorumun hangi spor dalı ile ilgili olduğu yönünde okuyucuya bilgi verebilir. Ancak bu bilgiye ulaşabilen okurlar, daha önce o spor dalı ile ilgili bilgi sahibi olan okurlardır. Oysa spor basınının tüm okurlarının tüm spor dalları hakkında bilgi sahibi olamayacağı olasılığı göz ardı edilmemelidir. Bu durumda haber

---

<sup>441</sup> Westley, a.g.e., s. 105.

veya yoruma konu olan spor dalının açık bir biçimde ifade edilmesi, sadece o spor dalı ile ilgili bilgi sahibi olan veya o spor dalını seven okurların değil, bu grup dışında kalan ve sayısı bir hayli fazla olması gereken okurların da dikkatini çekecektir.

Haber veya yorumun ilgili olduğu spor dalının verilmemesine benzer bir durum da o spor dalı veya takım ile ilgili isimlerde yaşanmaktadır. Spor haberi ve yorumlarında, konu ile ilgili kişilerin adlarının geçmesi doğaldır. Bu adlar, sporcu, teknik adam ve yönetici adları olabilir. Kimi “sıkı taraftar”<sup>442</sup> ve okurlar, haberde ve yorumda geçen bu adları ve bu adların taşıdıkları sıfatları biliyor olabilir. Ancak spor haber ve yorumunun yazımında, okurların tümü bu adları ve yazıya konu olma gerekçeleri olan görevlerinin açıkça belirtilmesi gerekmektedir. Böylece tüm okurlar bilgi sahibi edilmiş olur.

Haber veya yoruma konu olan olayın hangi bağlamda gerçekleştiği yine okuyucular tarafından bilinmek istenen bir başka konudur. Okuyucu en azından bu etkinliğin neden yapıldığından haberdar edilmek isteyecektir. Oysaki uygulamada haber veya yoruma konu olan spor etkinliğinin hangi turnuva, şampiyona, hangi lig çerçevesinde yapıldığından söz etmemektedir. Bu da normatif anlamda haber yazımı ilke ve kuralına aykırı olmakta ve okuyucu eksik bilgilendirilmektedir.

Toplumsal yapı ve yaşam içindeki bireylerin genellikle kazanç elde ettikleri bir konu, olgu veya olay hakkında dar ancak derinlemesine bilgi edinme eğiliminde olmaları, yaşamın diğer alanları ile ilgili bilgilere yüzeysel olarak sahip olmalarına yol açabilir. Bu bağlamda spor basını okuyucusunun, spor haber ve yorumlarında kullanılan teknik kavramları bilememeleri olasılığı ile bu okurların da spor basını izlemeleri, zevk almaları ve sürekli okuyucusu haline gelebilmeleri için bu kavramları öğrenmeleri zorunluluğu gündeme gelmektedir. Söz konusu edilen zorunluluk, kuşkusuz spor basının öncelikli görevleri arasında yer almaktadır. Bir spor haberi veya yorumunda teknik kavramların öğretilmesi, haber ve yorumun bütünlüğü ve anlamının korunması açısından hem güç hem de hoş karşılanmayabilir. Bu durumda spor basını sayfalarında açacağı bir köşe ile bu işlevini, kendi işleyişini bozmaksızın sorunsuz ve etkili bir biçimde yerine getirebilir.

---

<sup>442</sup> Westley, a.g.e., s. 105.



Daha önce de yer verildiği üzere, spor basını okuyucusu, spor gazetelerini öncelikle bilgi sahibi olmak için almaktadır. Bu da spor basını okuyucusunun merak ettiği konuların ve yanıtını aradığı soruların, spor basını tarafından içerik olarak işlenmesi ve yanıtlanması gerektiğine işaret etmektedir. Spor basını okuyucusunun hangi soru veya soruların yanıtını aradığı net bir biçimde bilinmeyebilir, bu nedenle ne kadar çok sorunun yanıtı haber biçimine dönüştürülerek verilirse, okuyucu o denli bilgi sahibi kılınmış olacaktır.

Bu bağlamda, herhangi bir spor haberinin yazımında dikkat edilmesi gereken noktalar nelerdir sorusunun yanıtı aranmalıdır. Bir spor haberinin yazımında dikkat edilmesi gereken noktalardan ilki; habere konu olan olay, olgu veya nesnenin, kendi bağlamında ve okur açısından taşıdığı “önem”dir. Haberin bir ürün olarak haberin de önemliliğini belirleyen habere konu olan olgunun önemi şu soruları yanıtlayacak nitelikte olmalıdır: Karşılaşma şampiyonluk veya ligde kalmayı etkiliyor mu?, Sonucun tüm zaman istatistikleri üzerinde herhangi bir etkisi var mı?, Sonucun oynanmakta olan sezon istatistikleri üzerinde etkisi var mı?, Karşılaşan rakipler ezeli mi?, Rakipler arasında oynanan daha önceki karşılaşmalarda geçen önemli olaylar var mı?, Sonuç rakiplerin gelecekteki rakiplerini etkileyecek mi? Sıralanan bu soruların yanıtları, hem karşılaşma öncesi hem de karşılaşma sonrası yazılacak haberde kullanılabilir niteliktedir.

Haber karşılaşma öncesi yazılıyor ve bir anlamda karşılaşmanın duyurusunu yapıyorsa, haberin, karşılaşma sonuçlanmadan önce nasıl bitebileceği konusunda okurlara ip uçları vermesi, “olası sonuç” ile ilgili yorum yapmalarını sağlaması gerekmektedir. Spor basını çalışanının “kahin” olmadığı ve bu nedenle de “kehanette” bulunamayacağı için, karşılaşmanın nasıl bitebileceğine ilişkin ip uçları, var olanın aktarılması ve okuyucunun yorumuna bırakılması ile sağlanabilir. Bu yöndeki bir uygulama, söz konusu olanın sonuçta bir haber olduğu ve haberin yoruma yer veremeyecek olması nedeni ile haber yazım ilke ve kurallarına da uygun düşmektedir.

Bu noktada, okuyucunun karşılaşma öncesi, olası sonuç ile ilgili kestirimde bulunması ve yorum yapabilmesi için ne gibi bilgiler verilmelidir sorusunun yanıtı önem kazanmaktadır. Karşılaşma öncesi yazılan bir spor haber, Rakiplerin birbirlerine karşı deneyimleri ve üstünlükleri; Diğer rakiplerle oynan karşılaşmalar ve alınan sonuçlar; Rakiplerin oynanmakta olan sezondaki performansları; Rakiplerin

uyguladıkları yeni oyun planı ve taktikleri; Rakiplerin kadrolarına kattıkları yeni oyuncular, sakat oyuncuları ve durumları, yedek kulübesinde kimlerin bulunduğu ve performans durumları; İki rakip arasındaki eski karşılaşmalar; Rakiplerin tercih ettikleri hava ve saha koşulları; Karşılaşma öncesi hazırlık ve antrenman durumları; Deplasmanda oynayacak takımın deplasmandaki performansı; Son dönemdeki başarı veya başarısızlıkları, yükseliş veya düşüşleri gibi konular içermesi halinde hem daha renkli ve ilgili çekici olacak hem de okuruna söz konusu edilen nitelikteki bilgileri sağlayacaktır.

Ayrıca habere konu olan sportif etkinliğin birden fazla katılımcıya sahip olduğu durumlarda, sonucun, derecelerin, sıralamanın tamamı verilmelidir. Tahsin Yücel, uluslararası halter karşılaşmasını örnek göstererek, spor basınının sadece Türk haltercilerin kaçınıcı olduğunu ve kaç kilo kaldırdığını, diğer katılımcıların derecelerini, kaçınıcı olduklarını, hangi ulusun üyesi olduğunun belirtilmediğini söylemektedir<sup>443</sup>. Bu durumda da haberin eksik olması kaçınılmazdır.

Öte yandan bir spor haberi karşılaşma sonrası yazılıyorsa, kazanan takım veya oyuncunun, bunu nasıl başardığı, bir diğer deyişle, “Galibiyet nasıl elde edildi?” sorusunu yanıtlamak zorundadır. Bu da Rakiplerin nasıl oynadıkları, oyundaki performansları, Kazanan ve kaybeden rakibin oyun içinde uyguladığı sistem, Önemli hataları, Galibiyeti getiren hareketler gibi ayrıntıların haberin içinde verilmesi ile olasıdır.

Karşılaşma sonrası yazılan bir spor haberini ilgi çekici kılan en önemli etmenlerden birisi karşılaşma içindeki “Önemli anlar”dır. Spor basını okuru, bir çok bilgi edinmek istemesine karşın, öncelikle “Galibiyet nasıl kazanıldı?” ve karşılaşmanın “Önemli anları nelerdir?” sorularının yanıtlarına ulaşmak istemektedirler. Her gol nasıl atıldı; Beğeni kazanmış olan şut, kurtarış ve diğer hareketler; Fauller, penaltılar vb.; Tartışmaya neden olan hakem kararları gibi ayrıntılar okuru karşılaşmanın önemli anları ile ilgili bilgi sahibi yapacaktır.

Spor olgusunun ayrıntılı bir biçimde işlendiği önceki bölümlerde vurgulanan nedenlerden ötürü bireyler, artık sporculara özel bir ilgi göstermekte ve önem vermektedirler. Bireylerin sporculara özel bir önem vermesi ve ilgi göstermesi, aynı

<sup>443</sup> Yücel, 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], a.g.b., s. 73.

zamanda spor basını okuyucusunun da aynı ilgi ve özeni göstermesi gerektiği anlamını taşımaktadır. Bu nedenle de bir spor haberi sporculara, özellikle de yıldız olan ve galibiyeti getiren sporculara değinmek zorundadır. “Rakip oyuncuların bireysel değerlendirmeleri” yapılırken, Kırılan rekorlar, (Sayı Krallığı, Gol Krallığı, Ribaund Krallığı vb.), Yüksek skorlar, Galibiyeti getiren veya mağlubiyetten kurtaran oyuncular, Takım oyununa uyumları, Alışıldık performansını sergileyemeyen oyuncular gibi konulara değinmek gerekmektedir. Öte yandan spor basını okuyucusuna sporcular ile ilgili verilmesi gereken bilgiler arasında “sakatlanmalar” da bulunmaktadır.

Spor basını okuyucusu Kozanoğlu'nun da belirttiği gibi gitmediği ve görmediği bir karşılaşmayı, spor basınında “görür gibi olmak” istemektedir<sup>444</sup>. Bu nedenle spor haberleri okurun bu isteğine yanıt verecek biçimde tasarlanmalıdır. Spor basını okurunun gitmediği, görmediği karşılaşmaya gitmiş ve görmüş gibi olması, ancak spor haberlerinin içeriğinde yer alan bilgiler ve haberde kullanılan dil ile olasıdır. Bu bağlamda, karşılaşmanın geçtiği ortam ile ilgili bilgiler vermek, onunun bu isteğinin yanıtlanmasında yardımcı olmaktadır.

Spor basını okuru da, gitmediği veya izlemediği karşılaşmayı, görmüş gibi hissetmek için gerekli bilgileri spor haberlerinde aramaktadır. Habere konu olan karşılaşmayı izlemiş olsun veya olmasın, spor basını okuyucusu kendisi gibi karşılaşmayı izleyenlere veya kendisi izleyememiş olması nedeni ile orada olsaydı kimlerin arasında olacağına ilişkin bilgi sahibi olmayı istemektedir. Bu nedenle de karşılaşma sonrası yazılan spor haberlerinde verilmesi gereken bir diğer ayrıntı da “Seyirciler” konusudur. Aynı zamanda habere hareket ve renk de getiren seyirciler ile ilgili bilgiler, seyircilerin sayısı, rekor düzeyde veya düşük bir düzeyde olup olmadığı, seyircinin katılım alışkanlığı, tezahürat, gösteri ve takımları destekleme yoğunlukları gibi konuları içerebilir.

Karşılaşma sonucunu etkilediği düşünülen “Hava ve Sahanın Durumu” da spor basını okurlarının ilgisini çekmektedir. Spor basını okuyucusu, Karşılaşmanın oynandığı saha, salon, pist, ring, pisin vb. durumu, Hava durumu, Havanın oyuncular ve oyun üzerindeki etkisi, Hava durumunun varsa avantaj sağladığı rakip ve nedeni,

---

<sup>444</sup> Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 134-135.

Hava veya diğer koşullardan ötürü karşılaşmanın geç başlaması, kesintiye uğraması veya iptal edilmesi gibi ayrıntıları, spor haberlerinde görmek istemektedir.

Öte yandan “Karşılaşmanın genel değerlendirmesi, yıldız tablosu, özet ve istatistikleri”<sup>445</sup> de spor haberlerinin en önemli diğer ayrıntılarını oluşturmaktadır. Bu tür ayrıntılar sadece okurların değil, aralarında sporcular, teknik direktörler ve yöneticilerin de bulunduğu spor dünyasının diğer aktörlerinin de ilgisini çekmektedir.

Yukarıda sıralananlar ışığında konu edindiği spor dalı her ne olursa olsun bir spor haberinin, takımlar ve sonuç, karşılaşmanın hangi spor dalı ile ilgili olduğu ve ne için yapıldığı, lig, şampiyona, turnuva, yardım amaçlı, gösteri amaçlı vb., karşılaşmanın nerede yapıldığı, şehir, stad, salon, pist vb., karşılaşmanın ne zaman yapıldığı, tarih ve saat, oyun planı, kim ne oynuyor, hangi sistemde oynuyor<sup>446</sup>, alan savunması, bire bir savunma gibi, sonucun özeti, sonuca nasıl gidildiği, yıldız oyuncular ile ilgili bilgiler, hücum ile ilgili istatistikler, savunma ile ilgili istatistikler, oyuncularından alınan demeçler, teknik direktörlerden alınan demeçler, hava, saha durumu, seyirci sayısı ve bunların karşılaşmaya etkisi, sakatlanmalar ve pozisyon tekrarları, rakip takımlar arasındaki önceki karşılaşmaların sonuçları, rakiplerin tüm zaman istatistikleri, oynanmakta olan ligin istatistikleri, puan durumu, gol krallığı, en çok penaltı atan ve yiyen takım vb., rakiplerin varsa ulusal ve uluslararası başarısı, rakiplerin bir sonraki karşılaşmaları, varsa oyunun tarihi önemi, rakiplerin 100. karşılaşması, 1000. golün atılması, yenilmezlik rekoru vb.<sup>447</sup> gibi ayrıntılara mutlak bir biçimde yer vermesi gerekmektedir. Dikkatle incelendiğinde bu ayrıntıların, haber yazım ilke ve kurlarından olan 5N ve 1K’yı oluşturduğu ve spor basın okurlarının merak ettiği konular ve aradığı yanıtlar olduğu görülmektedir.

Olimpiyat Oyunları, Dünya, Avrupa Şampiyonları, kimi önemli turnuva ve şampiyonalar ile toplum içindeki yaygınlık ve sevilme derecelerine göre kimi spor dallarındaki önemli spor etkinlikleri, okuyucular için daha önemli ve ilgi çekicidir. Söz konusu etkinliğin okuyucu açısından ilginç ve önemli olması, spor basınından bu etkinliğe önem vermesi gerektiği sonucunu doğurmaktadır.

<sup>445</sup> Mac Dougall, a.g.e., s. 551-552.

<sup>446</sup> Ayrıntı bilgi için Bkz. “Futboldaki Sistemlerin Kısa Tarihi”, **Bilim ve Ütopya**, Haziran 2000, S. 72, s. 17.

<sup>447</sup> Mencher, 1989, a.g.e., s. 299; Mencher, 1994, a.g.e., s. 461; Itule ve Anderson, a.g.e., s. 474.

Spor basını verdiği önemi öncelikle o etkinlik ile ilgili habere ayırdığı yer ile gösterebilir. Öte yandan o etkinlik ile ilgili birden fazla sayıda haber yapması da okuyucu açısından ilginç olmaktadır. Itule ve Anderson, bu tür spor olay ve etkinlikleri ile ilgili olarak Ana Haber, Yorum/Köşe yazıları, Taraftarlar için saha kenarı haberleri, Sonucun özeti, Renkli fotoğraflar ve Tam sayfa foto-haberleri<sup>448</sup> verilebileceğini söylemektedirler. Uluç da, Itule ve Anderson'un sıraladıklarına ek olarak, 2000 Atlanta Olimpiyat Oyunlarında Avustralya spor basınından örnek vererek anekdotların, dedikoduların, teknik ve bilimsel araştırmaların, görece olarak az bilinen ve tanınan sporların izlenmesini kolaylaştıran kural ve tanıtım yazılarının, zafer öyküleri, drama ve trajedilerin<sup>449</sup> de verilebileceğini belirtmektedir.

Konusu spor olan herhangi bir olay ve etkinlik ile ilgili birden fazla haber ve yan haberler hazırlamak, kuşkusuz birden fazla muhabir ve spor yazarını gerektirmektedir. Üstelik bu kişilerin kendi aralarında görev bölümü yapmış olmaları, daha önce hazırlanan belli planlar doğrultusunda organize bir biçimde çalışmalarını durumda başarılı olabilecekleri de kaçınılmazdır. Bu bağlamda böyle bir ekibin olası çalışma şekli şu şekilde olabilir: Spor muhabirlerinden biri karşılaşma öncesi, arşiv bilgileri ve istatistiksel bilgileri de kullanarak bir bölümü yazabilir. Bir diğer muhabir ise karşılaşmanın oynanacağı alanı anlatıp, karşılaşma içinde izleyeceği bir rakibi ve rakip takımı yazabilirken, diğeri bir muhabir de ise rakiplerden diğeri yazabilir. Genellikle spor editörü olan dördüncü muhabir veya muhabirlik görevini üstlenmiş olan spor yazarı da karşılaşmanın analitik bir yorumunu yazabilir. 4 muhabirden oluşabilecek olan bu ekibe, saha içinde bulunan ve konu ile ilgili, önceden tasarlanmış fotoğrafları çekecek olan foto-muhabiri de eklenmelidir. Rakiplerden sorumlu olan muhabirler karşılaşma sonrası rakiplerin teknik direktör ve sporcuları ile ayrı ayrı röportaj yapabilirler. Böylece kısa bir süre sonra, her iki takım ile ilgili haberler ve yorumlar ilk baskı için hazırlanmış olmaktadır. Bir sonraki aşamada, eğer gazete daha fazla baskı yapacaksa, 4 muhabir, hazırladıkları tüm malzemeyi ortaya koyarak, ellerinde olanı analiz edip ve bir sonraki aşamada kaç haber olacağını, kimin hangi haberi yapacağını kararlaştırırlar. Herhangi bir karşılaşma haberi yukarıda aktarılmaya çalışıldığı gibi bir

<sup>448</sup> Itule ve Anderson, a.g.e., s. 473-474.

<sup>449</sup> Uluç a, 2000, a.g.m., s. 35.

bütün içinde, ancak parçacıklı olarak hazırlandığında, hem farklı bilgiler ve bakış açıları okura sunulmuş, hem de günümüzde sıkça karşılaşıldığı gibi farklı haberlerde tekrara düşülmemiş olacaktır. Söz konusu edilen ekip birlikte çalıştıkça birbirlerinin tarzlarını, çalışma stillerini öğrenecek ve daha etkili haberler yapacaktır.

Spor haber ve yorumlarının yazımında zaman sorun yaratan bir neden olması nedeni ile dikkat edilmesi gereken bir diğer olgudur. Bir sabah gazetesi türü olan spor basını, genellikle bir önceki gece gerçekleştirilmiş bir spor etkinliği ile ilgili bilgileri, her sabah okuyucuya haber ve yorum olarak ulaştırmaktadır. Karşılaşmaların televizyonda yayınlanmaları ve karşılaşmayı yayınlayan televizyon istasyonunun daha çok reklam alabilmesi nedeni ile prime-time adı verilen zaman diliminde başlatılması, spor basını açısından kimi sorunlara neden olmaktadır.

Karşılaşmaların yukarıda değinilen nedenlerden ötürü geç saatlerde başlatılması haber ve yorumların muhabir ve yazarlar tarafından hazırlanması, teknik işlemlerden geçerek, sayfaya yerleştirilmesi ve basılması açısından gerekli ve yeterli zamanının kalmamasına yol açmaktadır. Bu olumsuzluğa, spor basınının bağlı bulunduğu grubun başka gazetelerde sahip olması ve bu nedenle spor gazetelerinin baskısının öne alınması eklendiğinde sorun daha da büyümektedir. Ancak böylesi olumsuzlukların yaşandığından haberdar olmayan, haberdar olsa da onun için bağlayıcı olmayan okurlar, bir sabah gazetesi olan spor basınından, akşam gazetelerinden beklenen ayrıntılı, doğru ve titiz biçimde hazırlanmış haber beklentisi içinde olmaktadır.

Spor basını, bu tür sıkıntıların aşılabilmesi amacı ile, diğer basın türlerinden farklı olarak bir çok teknolojik araç ve gerece sahip olmuş, ancak bu araç ve gereçler, zamandan kaynaklanan sıkıntıların aşılmasında bir dereceye kadar yardımcı olabilmıştır. Bu nedenle, spor gazetelerinin zamanında baskıya girebilmesi için ileri teknoloji ürünü araç gereçlerin kullanımının yanı sıra karşılaşma öncesi kimi hazırlıklar yapılmaya başlanmıştır. Karşılaşma öncesi kimlerin ne gibi haber ve yorumlar vereceği, belirlenmiş, sayfa düzeni bilgisayar ortamında hazırlanmıştır. Kalıp sayfa adı verilen bu uygulama, zaman açısından teknik görevlilere büyük kazanç sağlarken, içerik anlamında ise zarar vermektedir. Kalıp sayfa hazırlanması, sayfada yer alması düşünülen haber ve yorumların uzunluğunun da saptanması anlamına gelmektedir. Bu da muhabir veya spor yazarının düşündüğü, yazmak istediği konu ve olayı gerekli ve yeterli ölçüde yazamamasına yol açmaktadır. Güven Taner'in "... Yani bir dakikalık

düşünme lüksümüz yok. Maç bitmeden yazı yazıyoruz ve bir sorunumuz var. 8-10 satır 20 satır yazmak... o dar zamanda, düşünmeden birşeyler sıkıştırmak”<sup>450</sup> diye tanımladığı karşılaşma yazısı<sup>451</sup>, sahibinin düşüncelerini tam anlamıyla yansıtamadığı için ne derece etkili olacağı konusu kuşkulu bir hale gelmektedir.

Spor basınında zaman olgusu ile ilintili olarak Hohenberg, iki tür haberden söz etmektedir: “İleri haber” ve “Sıralı Haber”. Gazetenin baskıya girdiği anda karşılaşmanın devam ettiği durumlarda tercih edilen İleri Haber, karşılaşmanın geçeceği ortamın aktarılması ile başlamaktadır. Haberin geri kalanı bölümleri katılımcılar ile ilgili bilgileri ve karşılaşmaya olan ilgiyi okuyucuya aktarmaktadır.

Gazetenin baskıya girdiğinde karşılaşma devam ediyorsa İleri Haber, okuyuculara erken skoru veren bir özete de yer vermektedir. İlk baskıyı alan okuyucular, karşılaşmanın kesin sonuçlarını öğrenemediği için, bir sonraki baskıyı da almak durumunda kaldığından bu haber türünün uygulaması günümüzde terk edilmiştir. Sıralı haber ise bir tür kronolojik dizimli haberdur. Gazetenin türüne bağlı olarak haberlere “B Kopya” veya “Sıralı” gibi isimler verilmektedir. Haberin ilk iki paragrafı, haberi izleyen spor muhabiri veya bu muhabirin aktarımı ile gazetede editör tarafından yazılarak, kronolojik haberin başına konulmaktadır. Habere konu olan spor karşılaşması veya etkinliği bittiğinde ise yine aktarılan bilgiler ile kesin sonuç yazılmakta ve en son olarak da oyun sonundaki ayrıntılar haberdeki yerini almaktadır.

Sıralı haber, yukarıda belirtilen yöntemde yazılmış ise, bir sonraki baskı veya baskılarda da kullanılabilir. Hohenberg, habere konu olan spor etkinliğini izleyen spor muhabiri veya yazarının, haberi yeniden yazması için adeta kışkırtıldığını, ancak görkemli bir sonuç beklendiği için yapılan bu kışkırtma ve sonrası ortaya çıkan haberin, genellikle beklenen sonucu vermediğini söylemektedir. Hohenberg, gazetecilerin radyo veya televizyonu yakalamak veya son haber için zamandan tasarruf etmek amacıyla böyle bir uygulamaya gidiyorlarsa, bunların pratikte mümkün

<sup>450</sup> Güven Taner, “Futbol ve Televizyon” *Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya*, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 165.

<sup>451</sup> Ali Kırca da Taner gibi yorumların karşılaşma bitmeden yazılmaya başlandığını belirttikten sonra, söz konusu edilen yorumların “kaleme alınmış” değil, “telefona okunmuş” olduğunu söylemektedir. Bu da spor yazarlarının karşılaşma ile ilgili yorumlarının bir başkası tarafından kaleme alındığını, bu nedenle de kimi değişikliklerin, anlam sapmalarının ve yanlış anlaşılmalara bulunması veya bulunma olasılığı doğal karşılanmalıdır. Bkz. Kırca, a.g.e., s. 90.

olmayacağını, tasarruf edilmeye çalışılan zamanın, aslında harcanan zaman olduğuna<sup>452</sup> da dikkat çekmektedir. Bu nedenle spor basını çalışanları, karşılaşma veya spor etkinliklerinin bitmesini beklemek ve karşılaşmayı hak ettiği gibi düşünerek yazmak zorundadırlar.

Spor haberlerine imzalarını koyan muhabirlerin dikkat etmeleri gereken bir diğer önemli konu da olabildiğince nesnel davranmaktır. Haberlerde olduğu gibi yorumlarda da abartılı anlatımlardan kaçınmak gereklidir. Yazarın abartılı anlatımlar ile aktarmaya çalıştığı bir olay, olgu veya davranış bir başkası için oldukça sıradan ve beklendik gelebilir. Abartılı anlatımlar ile yazılmış bir haber başlangıçta okura ilginç gelecektir, ancak uzun soluklu düşünüldüğünde bu tip haberler spor basınına olduğu gibi muhabirin kendisine zarar verecek ve taşıması gereken en önemli özelliklerinden olan inandırıcılık ve ciddiyeti zarar görecektir. Spor haberlerini yazan muhabirler, her kazananın olduğu yerde mutlaka bir de kaybedenin bulunması gerektiğini unutmamalıdır. Bu nedenle yenilgileri trajedi olarak nitelendirmek ve haberleri bu çerçeveye oturtmak sağlıklı bir yaklaşım değildir. Spor muhabirleri olayları ne dramatize etmeli ne de olduğundan basit göstermelidir, çünkü okuyucu bu gibi konularda sanılandan çok daha ciddi bir tutum taşımaktadır.

Benzer bir biçimde haberi yazan muhabirin, olayların içinde olması, ancak kendini haberin dışında tutması da spor haberlerinin yazımında dikkat edilmesi gereken bir başka noktadır. Haberin kendisi amaçtır, haberi yazan muhabir kendisini haberin içine kattığında, amacın gerçekleştirilmesinde kullanılan bir araç konumuna düşmektedir. Bu nedenle spor haberleri yazımında muhabir kendini haberden olabildiğince soyutlamaya dikkat etmelidir. Unutmamak gerekir okuyucu, spor haberini, haberi yazan muhabir için değil, habere konu olan olay veya sporcu ile ilgilendiği için okumaktadır. Haberi yazan muhabir, okuyucu için ilgi çekici değildir ve olmayacaktır.

Spor basınında yaşanan en büyük sorunlardan biri olan klişeleşme, daha sonra ayrıntılı bir biçimde işlendiği gibi sadece dil konusu ile sınırlı değildir. Haber yazımında klişeleşme ile spor basınında sıklıkla karşılaşılmaktadır. Spor basını çalışanlarının, karşılaşma önceleri rakip takımların teknik direktörlerine yönelttikleri “Maç nasıl geçecek?”, “Bu karşılaşma için neler söyleyeceksiniz/düşünüyorsunuz?”, “Rakibin X

---

<sup>452</sup> Hohenberg, a.g.e., s. 249.



oyuncusu için özel önlem aldınız mı?” gibi yaratıcılıktan uzak, teknik direktörlerin yanıtlamamak için kaçış yollarının önceden bildiği sorulara, “Zayıf rakip yoktur”, “Kazanmak için elimizden geleni yapacağız”, “Taraftarlarımızı memnun edecek, bol gollü bir karşılaşma diliyorum”, “Rakibe karşı kendimizce önlemler aldık”, “İyi oynayan kazansın” gibi kaçamak yanıtlar verilmektedir. Oysaki takımların, bir önceki haftadaki performanslarını, hafta içindeki hazırlıklarını, kulübün iç yapısını ve gelişmelerini yakından izleyen bir spor basını çalışanının, çok daha yaratıcı ve okuyucusunun merak ettiği konulara değinen soruları sorabileceği ve haberini klişeleşmekten kurtarabileceği açıktır.

Karşılaşma sonrası haberlerde, rakip teknik direktörlerin karşılaşma ile ilgili görüşlerine yer vermek spor haberi yazımında bir gelenek haline gelmiştir. Ancak, karşılaşma sonrası teknik direktörlerin verdikleri demeçlerde, karşılaşmayı kazanan takımın teknik direktörünün başarıyı getiren taktiği net bir biçimde ortaya koymaması, ancak kaybeden takımın teknik direktörünün yenilgiyi hazırlayan nedenleri uzun ve ayrıntılı olarak açıklama isteğinde bulunması dikkat çekicidir. Galeano, teknik direktörlerin bu tutumunu, teknik direktörlerin galipken güçlü oldukları ve bu nedenle hücum ettikleri, mağlupken savunmaya geçtikleri ve spor basınının kendisine sunduğu bu olanağı iyi değerlendirip, kendisini olabildiğince savunma<sup>453</sup> isteğine bağlamaktadır.

Gerçekten de kaybeden takımların teknik direktörleri, yenilgilerinin nedeni olarak genelde önce karşılaşmanın hakemlerini, daha sonra saha ve hava koşullarını, kendi takımında yer alan sakat oyuncularını, karşılaşma içindeki fırsatları değerlendirememelerini, kendi futbolcularının kötü oynadıkları ve daha birçok nedeni sıralamaktadır. Ancak teknik direktörün sıraladıkları arasında kendi hatası veya hatalarının bulunup bulunmadığı, gibi okuyucunun daha çok ilgisini çekebilecek ve haberin okunurluk derecesini yükseltecek konular yer almamaktadır. Bu nedenle spor basını çalışanı, daha etkili bir haber ve yorum için teknik direktörlerin bu tutumlarının farkında olmalı ve onların bu tutumlarından daha fazla yararlanacak bilgileri toplayacağı sorular formüle etmelidir.

Karşılaşma öncesi haberlere benzer bir biçimde karşılaşma sonraları da, spor basını çalışanları sporculara “Ne hissediyorsunuz?” “Karşılaşma nasıl geçti?” gibi

---

<sup>453</sup> Galeano, a.g.e., s. 20.

klişeleşmiş, basit yanıtlar alınabilecek yine basit sorular sormaktadırlar. Karşılaşma içinde uygulanan veya uygulanamayan taktikler, sporcu veya teknik yönetimden kaynaklanan hatalar gibi daha eleştirel ve sorgulayıcı yanıtların alınabileceği sorular sorulmamaktadır. Spor basını çalışanlarının böylesine basit ve derinliği olmayan sorulara yönelmesinde spor dünyası ile güçlkle kurduğu ilişkilerin bozulmasından korkması etken olmaktadır. Öte yandan spor basını muhabirlerinin, karşılaşma sonrası sordukları basit sorulara aldıkları, basit, kısa ve derinliği olmayan yanıtlar, görevden kaynaklanan zorunluluklar ile birleşerek sayfalara hikaye uzunluğunda, kimi zaman da savaş çığıkları biçiminde yansımaları da kimi zaman karşılaşılan uygulamalardandır.

Spor basını haberlerinde karşılaşılan kimi sıfatlar, habere renk kattığı gibi zaman zaman sorun da yaratabilmektedir. Sporun Toplumsal ve Kültürel Amaç ve İşlevleri başlığı altında aktarıldığı gibi sporda kimi mitler kullanılmaktadır. Sporda kullanılan bu mitlerin büyük bir bölümü doğadan alınmış, insanın doğadan korkularını sembolize eden mitlerdir. Söz konusu edilen mitlerin en yaygını ise arslan, kartal, boğa, kaplan, kanarya<sup>454</sup> gibi hayvanlardan üretilen mitlerdir. Bu mitlerin spor basınına yansımaları ise genellikle bu hayvanların insanoğluna zarar verme, bir diğer deyişle de insanoğlunun bu hayvanlardan korkuları yönünde olmaktadır. Kartalın gagaladığı veya pençelediği, arslanın kükrediği ve parçaladığı, kaplanın kopardığı bir spor haberinin daha çok ilgi çekeceği düşünülmekte ve bu yoğun bir biçimde uygulamaya aktarılmaktadır. Ancak bu tür mitlerin ve mitlerin yukarıda aktarıldığı gibi sunumunun belli bir dozun üstünde, yazıyı bir spor haberi veya yorumu olmaktan çıkarıp bir doğa belgeseline dönüştüreceği açıktır. Bu nedenle bu tür kullanımlardan olabildiğince kaçınmak gereklidir.

Spor basını haber ve yorumlarında karşılaşılan bir diğer sorun ise özellikle takımların teknik yönlerinden sorumlu olan görevlilerin sıfatlarıdır. Bununla ilgili olarak görüşlerini “TRT dili, gazete dili, futbolcu dili, futbolsever dili birbirine girmiş, saha kenarında tam bir unvan-sıfat çorbası kaynamaya başlamıştı...”<sup>455</sup> biçiminde

<sup>454</sup> Ülkemizde Arslan Galatasaray Spor Kulübünü, Kanarya Fenerbahçe Spor Kulübünü, Kara Kartal Beşiktaş Jimnastik Kulübünü, Boğa İstanbulspor’u, Kaplan ise Adanaspor’u sembolize etmektedir. Sayıları daha da artırılabilir olan bu mitlerden özellikle sıralanan son ikisi ve sembolize ettiği spor kulübünün İnter Star Televizyonu ve Star Gazetesi ile ekonomik ilişkisinin bulunması nedeni ile bu gazete ve televizyon tarafından bilinçli üretilmiş ve yaygınlaştırılmaya çalışılmıştır. Böyle bir girişimin kuşkusuz tek amacı, bu kulüplerden ekonomik yarar sağlamak ve bunun için ise taraftar sayısını bir aidiyet ve kimlik sunumu ile artırmaktır.

<sup>455</sup> Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 45.

belirten Kozanoğlu, söz konusu edilen sorunun sadece spor basınına özgü olmadığını ifade ederken, sorunun nedeninin birden fazla grubun aynı kavramları farklı bir biçimde ifade etmesi olduğunu da vurgulamaktadır.

Oysa futbol örneğinde spor terminolojisi ve literatürüne tam anlamı ile sahip olan bir spor basını çalışanı, yönetim şemasında yer alan görevlilerin unvanlarını net bir biçimde bilecek ve ürününe de yansıtacaktır. Aksi durumda ise bugün de örnekleri ile sıkça karşılaşıldığı gibi “Teknik direktör”, “Teknik Kadro”, “Antrenör”, “Teknik Menajer”, “İdari Menajer”, “Hoca”, “Çalıştırıcı”, “Teknik Çalıştırıcı” gibi birbirinden farklı birçok görevi niteleyen unvan, karmaşık bir biçimde, takımların teknik açıdan sorumluluğunu üstlenen kişi anlamında kullanılmaktadır.

Haber öğelerinden olan başlık, okuyucuya haberin ne ile ilgili olduğunu aktarmanın yanı sıra haberin çekici olmasına da katkıda bulunmaktadır. Günümüzde artan rekabet ortamına ters orantılı olarak düşen okuma oranı, başlıklarda kimi değişiklikler yapılmasına yol açmıştır.

Spor basınının kullandığı dil konusunda daha ayrıntılı olarak işleneceği gibi spor basınında kullanılan başlıklarda yapısal olarak büyük değişiklikler olmuştur. Tamamen okur kazanmak veya okuru kaybetmemek amacına yönelik olan bu değişiklikler sadece yapısal olmakla kalmamış, içerik olarak da farklılaşmaya başlamıştır. Hıncal Uluç, günümüz spor sayfası sorumlularının, “en büyük hata, hatta biraz da saygısızlıklarının, yazarın yazısının içinde olmayan birşeyi başlık”<sup>456</sup> yaptıklarını ifade ederek, başlıklarda yaşanan farklılaşmanın ulaştığı noktayı göstermektedir.

Haber veya yorumu daha dikkat çekici hale getirmek gerekçe olarak ileri sürülse de, böylesi bir uygulamanın bir çok sakınca taşıdığı açıktır. Haber veya yorum sahibinin söylemediği bir şeyi onun tarafından söylenmiş gibi göstermek, öncelikle okura, ardından da o ürünün sahibi olan muhabir veya yazara yapılmış bir saygısızlıktır. Böylesi dönüştürülmüş bir haber veya yorumu okuyan okuyucu, yazarın başlıkta kendisine adres gösterildiği düşüncelerine yer vermediğini gördüğünde o spor gazetesine olan inancının ve güvencinin de zarar göreceği kesindir.

<sup>456</sup> Hıncal Uluç a, "Löw'ün Hiçbir Günahı Yok", **Sabah Gazetesi**, 8 Nisan 1999b, s. 15.

Spor basını konusu olarak da görülebilecek olan yukarıda aktarılan ayrıntılar, spor basını haberlerinde bulunması gereken öğelerdir ve herhangi bir karşılaşma haberinin yazımında dikkat edilmesi gereken noktaları oluşturmaktadır. Bunlardan biri diğerlerine oranla daha belirgin ve bu nedenle de daha dikkat çekici olabilir, bu durumda daha farklı olanın ön plana çıkarılması, haberin dikkat çekiciliğini daha da artıracak ve haberi sıradanlıktan kurtaracaktır. Tüm bunların bulunduğu bir spor haberin başarılı ve etkili olacağı kesin değildir.

Bu bağlamda bir spor haberinin etkili olabilmesi için dikkat edilmesi gereken noktalar ise <sup>457</sup>;

1. Özetle hareket etmek, ancak bu özete bağlı kalmamak gerekir. Ajansların abonelerine genellikle özet biçiminde sunduğu haberleri, farklı yaklaşımlar ve üslup ile yeniden yazmak gerekmektedir.
2. Kronolojik karşılaşma haberlerinden kaçınmak, her zaman karşılaşmanın en önemli ve ilginç yönünü ön plana çıkarmak gereklidir.
3. İyi haberlerin gerçeklerin, sonucun, demeçlerin, istatistiksel veriler ve analizlerin karışımı sonucunda oluştuğu anımsanmalı, haber geçişlerine dikkat edilmelidir.
4. Klişelerden kaçınılmalıdır. İyi spor muhabir ve yazarlarının klişelerden çok, daha özgün tanımlamalar bulunduğu anımsanmalıdır.
5. Habere fazla bir katkısı bulunmayan alaycı alıntılardan kaçınılmalıdır.
6. Ancak uygun olduğu zaman ve yerlerde parlak tanımlamalar kullanılmalıdır.
7. Haber yazımı bittikten sonra, yazının kurgusu ve imlası iki kez denetlenmelidir.
8. Habere konu olan olay, olgu veya etkinlik ile ilgili daha fazla araştırma yaparak bilgi sahibi olmak, haber yazımında hem hız kazandıracak, hem de haber yazımını daha kolay hale getirecektir şeklinde sıralanabilir.

Itule ve Anderson gibi Mencher da spor haberi yazımının dikkat gerektiren bir uğraş olduğuna işaret ederek, etkili bir spor haberi yazımı için, deneyimsiz spor muhabirlerine haber yazma tekniği konusunda <sup>458</sup>;

<sup>457</sup> Itule ve Anderson, a.g.e., s. 476-477.

<sup>458</sup> Mencher, 1989, a.g.e., s. 304.

1. Yorumdan kaçınılmalıdır. Yorum haberin tembelliğini yansıtan en önemli göstergedir.
2. Karşılaşmanın önemli an ve bölümlerini vurgulayacak, bu anları daha da belirginleştirmeye yardımcı olacak demeçler kullanılmalıdır. Gereksiz demeçlerden kaçınılmalıdır.
3. Her sezon ve karşılaşma sonrası aynı içerikte demeç veren teknik direktör ve oyunculara karşı dikkatli olunmalı, onlardan farklı bilgiler ve yorumlar içeren demeçler alınmaya çalışılmalıdır.
4. Konu sıkıntısına düşmemek ve gelecekte birer yıldız olması olasılığı yüksek olan sporcuların yetiştiği okul sporları ile sürekli ilgilenilmelidir.
5. Bir tarz veya üslup yaratma adına okuyucuya ulaştırılması gereken bilgi harcanmamalıdır. Haber öncelikle bilgi içermelidir. Bu nedenle öncelikli olarak bilgi verilmelidir. Tarzın bilginin da içinde bulunduğu ve zaman içinde oluşan bir deneyim yumağı olduğu unutulmamalıdır.
6. Çarpışma, savaş, cenk, manga gibi savaş referansları kullanılmamalıdır. Spor muhabirinin savaşı değil, sporu yazdığı her an göz önünde bulundurulmalıdır.
7. Abartılı sözcük ve sıfatlar kullanılmamalıdır.
8. Spor dünyası ve spor basınında kullanımı yaygın olan jargon ve klişelerden kaçınılmalıdır.
9. Sporcuların da birer insan olduğu bu nedenle onların da yeteneklerinin bir sınırı olduğu anımsanmalı, onları tamamen eleştirmek veya kahramanlaştırmaktan kaçınılmalıdır önerilerinde bulunmuştur.

Basının diğer türlerinde olduğu gibi spor basınında da en kolay yazı türlerinden biri röportajdır. Genellikle tanınmış ve ünlü bir sporcunun seçildiği için bu sporcu ile ilgili fazla bilgi verilmesine gerek duyulmayacağı gibi yanlış bir kanı ile, bildik sorular çevresinde dönen bir sohbet havasında gerçekleştirilen röportajların çok ilgi çekici olmayacağı kesindir. Başarılı bir röportaj ilk kuralı, röportaj yapan kişinin, konuğunu çok iyi tanmasıdır. Bunun dışında Rochester Times-Union spor yazarlarından Bob Matthews, sporcular ile yapılacak röportajlarda dikkat edilmesi gerekenleri<sup>459</sup>;

---

<sup>459</sup> Hohenberg, a.g.e., s. 246.

1. Röportajı yapan tarafından sorulacak ilk sorunun, konuk sporcuda, spor yazarı veya muhabirin bu spor dalı hakkında bilgisi olduğunu çağrıştıracak nitelikte olmasına dikkat edilmelidir.
2. Her sporcu ile samimi olunmalıdır. Hiçbir şey, sporcuları tüm sezon boyunca ona merhaba dememiş bir spor yazarından hızlı gözden düşüremez. Sporcu eninde sonunda hata yapacak/açık verecektir ve bu açık hakkında soru sormak da röportajı yapanın görevidir.
3. Röportajı yapan muhabir veya yazar net olmalı, olabildiğinde genelleştirmeden kaçınılmalıdır.
4. Matthews, sporculara kendisine özgü: “Spor yazarları hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusunu sormanın, sporcularla ilişki kurmak ve bazı şeyleri değiştirmek için iyi bir olanak yarattığını söylemektedir.
5. Ünlü bir sporcu ile röportaj yapmadan önce, bu sporcunun yetiştiği yöredeki bir spor yazarına ulaşarak, bu sporcu hakkında bilgi toplamak, onunla ilgili ilginç ancak bilinmeyen sırları toplamak yararlı olacaktır. Her röportaj sonrasında unutulmuş, ancak sorulması gereken sorular veya kafalarda soru işareti uyandıran bu nedenle de aydınlatılması gereken noktalar bulunduğundan, sporcuya günün ilerleyen saatlerinde onu nerede veya hangi telefon numarasından ulaşabileceğinin öğrenilmesi hem röportajı yapan için hem de o sporcu için yararlı olacaktır şeklinde sıralamıştır.

Spor basınında yukarıda verili olan normatif kurallara uyulmaması nedeni ile kimi hatalar bulunmaktadır. Mehmet Şeyho, geçmiş dönemde de bulunan bu hataların, musahhah denilen günümüzde redaktör olarak adlandırılan görevliler tarafından gözden geçirilerek, düzeltildiğini, ancak günümüzde aralarında spor basınının da bulunduğu birçok yayın kuruluşunda yazıları redakte edecek, cümle kurgularını oturtacak, yinelemeleri ortadan kaldıracak görevlilerin istihdam edilmediğine<sup>460</sup> dikkat çekmektedir. Şeyho'nun ilk bakışta istihdam sorununa yönelik olarak gözükken bu saptaması, büyük ölçüde spor basınında hataların neden bu denli yoğun olduğunu da belli ölçülerde açıklamaktadır.

<sup>460</sup> Mehmet Şeyho, “Dilimiz-Felsefemiz Oturumunun Soru – Cevap Bölümünde Yapılan Konuşma” **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 77.

Spor basınında kimi zaman muhabir veya yazar, kimi zaman teknik personelden, kimi zaman ise fiziksel koşullardan ve spor basını çalışanlarının denetiminde olmayan koşullardan kaynaklanan hatalar bulunmaktadır. Üretim sürecinin olduğu her ortamda gerekçesi ne olursa olsun, hataların bulunması, üretim sürecinde görev alanlar tarafından hatalar yapılması doğaldır. Ancak “aynı hatanın”, “aynı gerekçeler ile yinelenmesi”, ihmal ve vurdum duymazlıktan başka bir nedene bağlanamaz. 1957 yılının genç gazetesi Hıncal Uluç’un Yeni Gün Gazetesi’nin spor sayfasında yaptığı bir hata üzerine, gazete sahibi Cihad Baban’ın “... Bana özür anlatma. ... Tabii mutlak bir sebebi vardır. Onun için anlatmana gerek yok. ... Bu meslekte özür yoktur. Binlerce okuyucunun evini dolaşıp özür anlatamazsın, Okuyucu 10 kuruş verip gazetesini aldı mı, herşeyi ister, özür dilmez.”<sup>461</sup> diyerek konu ile ilgili verdiği ilk gazetelik dersi oldukça ilginç ve anlamlıdır

### 2.1.2. Haberlerde istatistiksel bilgi kullanımı ve dil

Okuyucuyu, rakamların yoğun bir biçimde yer aldığı, bilançoları andıran tablolar eklenmiş spor haberlerini okumaya iten neden; ayrıntılı bilgi arayışıdır. Gerçekten de günümüz teknolojik koşullarında yaşanan gelişmeler sayesinde, televizyonlardan herhangi bir karşılaşmayı izlemiş olan bir izleyici, bu karşılaşma ile ilgili daha ayrıntılı haber istediğinde spor basınına baş vurmamak durumundadır. Spor basını, haberleri televizyonun izleyicisine aktardığı sunum biçiminde okuyucusuna sunması halinde, ayrıntı arayan okur için o haber, sıradan bir haber haline gelecektir. Çünkü o bir önceki akşam, spor basını tarafından sunulan bilgileri zaten televizyonlarda izlemiştir. Bu nedenle bir çok spor gazetesi, sayfalarında skorları, ortalamaları, ayrıntıları, ligin genel durumunu ve buna benzer bir çok bilgiyi istatistiksel veriler yumağı biçiminde okuyucularına sunmaktadırlar.

Basının tüm türlerinde olduğu gibi spor basınında da veri tabanına dayalı veri kullanımı büyük ölçüde toplumsal, ekonomik ve kültürel koşullarla ilintilidir. ABD’de istatistik tüm spor dalları ile ilgili haberlerde kullanılmakta, hatta haberin kurgusu büyük ölçüde bu tür verilere dayanmaktadır.

---

<sup>461</sup> Uluç a, 1987, a.g.e., s. 99.

Özellikle ABD’de olduğu gibi son dönemlerde Türkiye’de de<sup>462</sup> spor basını okuyucuları spor haberlerinde istatistiksel bilgileri görmeyi, bunları okumayı istemektedir. Söz konusu edilen bilgi türü, haberde kullanımı en kolay olan türdür. Bir tablo içinde verilebileceği gibi, sayıların ardı ardına sıralanması ile kolay bir biçimde okuyucuya sunulabilir. Ancak haberin söz kurgusu içinde verilen, haberin geneline bakıldığında bir sayı yumağı gibi gözükmeyen istatistiksel bilgi kullanımı kuşkusuz çok daha estetik, bütünsel ve bu nedenle de etkili olacaktır. Bu tür bilgi kullanımında dikkat edilmesi gereken bir diğer önemli nokta ise ne kadar kullanılacağıdır. İyi muhabirler hangi istatistiksel bilgilerin, nasıl ve nerede kullanılacağını yanı sıra ne kadar kullanılacağını da çok iyi bilen muhabirlerdir.

Spor basınında en çok istatistiksel verinin kullanıldığı spor dallarından biri, belki de birincisi basketboldür<sup>463</sup>. Basketbol ile ilgili bir haber yazımında, istatistiksel veriler, yazının içinde karşılaştırmalı olarak geçebileceği gibi haberin metnini tamamlayacak biçimde hazırlanacak bir tablo içinde de verilebilir. Söz konusu edilen tabloda hangi takımların toplam kaçar sayı attıkları, hangi oyuncularının kaç dakika oynadıkları, kaç 2, 3 sayılık atış ve faul atışı girişiminde bulunup, bunların kaçını sayıya çevirdikleri, kaç ribaund aldıkları, kaç sayı pası verdikleri, kaç top çaldıkları, kaç faul yaptıkları basit bir biçimde okuyucuya sunulabilir<sup>464</sup>. Bir basketbol karşılaşmasının haberini yapmakla görevlendirilen spor muhabiri veya spor yazarının yukarıda basit bir örneği verilmiş olan benzer bir tablo yapması, ona haber veya yorumunun yazımında büyük kolaylıklar sağlayacaktır. Öncelikle iki rakip arasında, performans belirleyen ölçütler kendiliğinden oranlanmış olacak, hangi takımın hangi konuda başarılı olduğu, hangi oyuncuların görevlerini daha iyi yaparak, ön plana çıkmış oldukları, varsa takım ve bireysel performans düşüşleri gibi saptamalar, çok fazla bir çaba harcamaksızın ortaya çıkarılmış

<sup>462</sup> Türkiye’de spor basınında istatistiksel veri kullanımı yeni bir uygulama değildir. Uluç, 4 Ekim 1985 tarihinde Cumhuriyet Gazetesi’nde yazdığı bir makalede, Birinci Futbol Liginde oynanan bir karşılaşmada topun 64 dakika oyunda kaldığını kronometre ile saptayan Hürriyet Gazetesi’nin “önemli bir gazetecilik” yaptığını yorumunda bulunmuştur. Uluç a, 1987. a.g.e., s. 204. Önceki bölümlerde aktarılan Spor Basını Tarihi’nde de görüldüğü gibi spor basını hiçbir dönemde istatistiksel veri kullanımında istikrarlı ve ısrarcı olmamıştır.

<sup>463</sup> İstatistiksel veri kullanma geleneği bulunmayan Türk spor basınında bile istatistiksel veri kullanımı, ağırlıklı olarak basketbol konulu haber ve yorumlarda başlamıştır. Uluç, “Basketbol maçlarını artık en bilimsel şekilde istatistiklerle izleyen genç arkadaşlar ...” diyerek basketbol yazarlarının diğer spor dalları ile ilgilenen yazarlara oranla daha fazla istatistiksel veri kullandıklarını ve gençlerde bu eğilimin daha yüksek olduğu ifade etmektedir. Uluç a, 1987, a.g.e., s. 247.

<sup>464</sup> Itule ve Anderson, a.g.e., s. 469.



olacaktır. İstatistik kullanımı ile yazılmış olan bir haber veya yorum renkli olacağı, okuyucunun ilgisini çekebileceği gibi özellikle yorum yazılarında aktarılan yorumun tartışmalı olmasını da önleyecektir.

Spor basını haber ve yorumlarında istatistiksel veri kullanımının hem basit hem de yararlı olması, bu tür verilerin etkin bir biçimde kullanımı için fazladan bir çaba gerektirmektedir. Öncelikle haber veya yorumda spor basını okurlarının, karşılaşma veya karşılaşmada var olan eğilimin ne olduğunu anlamasında yararlı olacak istatistiksel veriler kullanılmalıdır. Böylece istatistiksel veri gerekli ve yeterli yoğunlukta kullanılmış olacaktır. Aksi durumda ise haber veya yorum anlaşılması güç bir hale gelecektir. Bu nedenle de istatistiksel verileri aşırı derece kullanmaktan kaçınılmalıdır. Gerekli ve yeterli istatistiksel veri kullanımı ile, haberin akışını bozacak, okurların ilgisini dağıtacak, ilgisiz verilerin kullanımı farklı uygulamalar olduğu anımsanmalıdır.

Daha önce de yer verildiği gibi karşılaşma öncesi yapılacak hazırlıkların, başarılı bir haber hazırlamada esas olduğu göz önüne alınarak, karşılaşma öncesi takımların ve bireysel olarak oyuncuların istatistiklerini gözden geçirmek yararlı olacaktır. Bu yolla da, takım ve oyuncuların daha önceki performansları ile habere konu olan karşılaşma içindeki performansları daha sağlıklı bir biçimde oranlanmış ve okura geçerli ve güvenilir bir bilgi sunulacaktır. Karşılaşma sonrası, karşılaşmanın genel görünümü ve atılan gol, sayı, vuruş vb. için istatistiklerin gözden geçirilmesi gerekmektedir. Böylece, özellikle iki ve fazla bölümler halinde oynanan karşılaşmalar için 2. devrenin skoru neydi, ilk yarı kim kaç gol attı, kimler kırmızı kart gördü, hangi takım kaç faul yaptı<sup>465</sup>, kaç faul hakkı kaldı gibi soruların yanıtları bulunmuş, haber nesnel verilere dayandırılmış ve haber olabildiğince hareketlendirilmiş olacaktır.

Yukarıda önemi ve etkin kullanımına yer verilmiş olan istatistiksel veri kullanımı için gerekli olan bilgilerin toplanması ise kolay olmamakta, hatta zaman zaman sorun oluşturmaktadır. Hohenberg bu nedenle, ekonomi muhabirinin bilanço okumayı, adliye muhabirinin mahkeme kararlarını yorumlamayı bildiği gibi her spor muhabirinin de, bireysel olarak istatistiksel bilgilerin öncelikle ne anlama geldiğini, nereden ve nasıl toplanacağını, nasıl kullanılacağını ve bunların doğru olup olmadığı yönünde kuşkulu olmayı öğrenmesi gerektiğini<sup>466</sup> vurgulamaktadır.

<sup>465</sup> Itule ve Anderson, a.g.e., s. 470-471.

<sup>466</sup> Hohenberg, a.g.e., s. 249-250.

Spor basını haber ve yorumlarında kullanılacak istatistiksel veriler, az önce sözü edilen istatistik bilgisine sahip spor basını çalışanları tarafından hazırlanabilir. Ancak bir spor muhabiri veya yazarı için hem karşılaşmayı izlemek hem de karşılaşma ile ilgili haberde kullanacağı istatistiği tutmak oldukça güç bir uğraştır. Bu tür bilgilerin toplanmasında ve haber veya yorumda kullanıma hazır hale getirilmesinde kendi kurumunda görev yapan bir başka spor basını çalışmanı ile iş bölümü yapılabileceği gibi, daha önceden geliştirilmiş olan veri toplama yöntemlerinden yararlanmak, radyo ve televizyonlardaki spor etkinliklerinin yayınında kullanılan istatistiksel verilerin hazırlanma yöntemlerini incelemek veya karşılaşmadaki rakiplerin halkla ilişkiler birimlerinden karşılaşma ile ilgili bilgileri almak olasıdır. Daha önce sözü edilen kulüp bazlı değişikliklerden bir diğeri de bu alanda yaşanmıştır. Özellikle kimi kulüplerin kurumsallaşma sürecine hız kazandırmaları, bünyelerinde halkla ilişkiler uzmanları gibi istatistikçilere de yer vermelerine yol açmıştır. Kulüplerin resmi görevlisi olan bu kişiler, haber yazımında neyin ne olduğunu, ne olduğunu, nasıl olduğunu ve nelerin önemli olduğunu anımsatacak olan istatistiksel verilerin toplanmasında spor basını çalışanlarına yardımcı olabilir.

## 2.2. Yorum ve Yorum Yazımı

Günümüzde basının tüm türlerinde olduğu gibi, spor basınında da yorum sayısında büyük artış olmuştur. Diğer basın türleri gibi spor basınında da yorum sayısında bu denli artış olmasının gerekçesi, “Yorum nedir?”, “Yorumun işlevleri nelerdir?”, “Okuyucu neden yoruma gereksinim duyar?” gibi soruların yanıtları ile tartışılabilir.

Atilla Özkırmımlı'nın “Öğretici Yazma” başlığı altında “Düşünce Yazısı” olarak yer vererek, “Gazetelerin belli sayfalarının belli sütunlarında yer alan ve o sütunda yazanının belirlediği genel bir başlık altında güncel konuları işlediği imzalı kısa yazılar” biçimde açıklandığı ve “fırka”<sup>467</sup> olarak adlandırdığı yorum, öncelikle sahibinin görüşünü yansıtan bir yazı türüdür. Yorum gibi haber öğelerini taşımakla birlikte bunları daha insanileştirmekte, renk katmakta, süslemekte, okurlarını eğitmekte,

<sup>467</sup> Özkırmımlı, a.g.e., s. 174.

eğlendirmektedir<sup>468</sup>. Herhangi bir konuda bir düşünceyi, bir görüşü açıklamak veya bilgi verme amacına yönelik olan makalede savunulan düşüncelerin kanıt ve belgelere dayanmak zorunluluğu bulunurken<sup>469</sup>, yorumda bu tür zorunluluklar bulunmamaktadır. Bu nedenle, bir yorum asla savunduklarının kesinlikle doğru olduğunu iddia edemez<sup>470</sup>. Bu bağlamda yorum, haber öğelerini içeren, sadece sahibinin güncel bir olay, olgu, düşünce veya durum ile ilgili yaklaşım ve görüşlerini aktaran, haberden farklı olarak daha renkli, ışıltılı, okurlarını eğiten, eğlendiren kısa, kanıt ve ispatlama zorunluluğu bulunmayan, imzalı düşünce yazısı olarak tanımlanabilir.

Yorum, bir düşünce ürünü olmasının ötesinde öğretici bir yazı türü olması nedeni ile haber öğelerinden olan 5N 1K'yı yanıtlamak durumundadır. Her konuda yorum yazılabileceği gibi 5N 1K'yı oluşturan sorulardan biri üzerinde de yoğunlaşılabilir. Ancak uygulamada spor basını yorumlarının ne ve nasıl soruları üzerinde yoğunlaşarak, yoruma konu olan, daha sonra ayrıntılı bir biçimde işleneceği gibi konu genellikle futbol karşılaşmalarının yeniden aktarılması ile karşılaşmaktadır. Oysa ki okur, spor yorumlarında "neden" sorusunun yanıtlanmasını istemektedir. Bu nedenle spor basını yorumları ne, nasıl, nerede, ne zaman ve kim gibi soruların yanı sıra ağırlıklı olarak neden sorusunun yanıtı üzerinde durmalıdır. Neden sorusunun yanıtlanması ise, yorum yapılan konu, olgu ve olay ile ilgili derinlemesine bilgi sahibi olunmasını, analitik bakış açısı ve güçlü bir tarihsel bilgi donanımını gerektirmektedir.

Diğer basın türlerinde olduğu gibi spor basınında da yorum bulunmaktadır. Ancak daha önceki bölümlerde de görüleceği gibi spor basını futbol basını olması, spor basınında yer alan yorumların da tamamına yakınının futbol konusunda olmasına yol açmıştır. Genellikle takım halinde uygulanan bir spor dalında uluslararası nitelikte başarı kazanılması durumunda o spor odalı ile ilgili çok az sayıda yorum yazılmasının dışında günümüz spor basınında yorumların büyük bir bölümü futbol ile ilgilidir ve sporculuktan gelmiş olan spor yazarları tarafından yazılmaktadır.

Demirkol, sporculuktan gelen yazarların sadece, 3 Büyükler ve Trabzonspor ve onların 44 futbolcusu ile ilgilenmeleri nedeni ile sadece genç sporcuların değil, spor

<sup>468</sup> Itule ve Anderson, a.g.e., s. 481.

<sup>469</sup> Özkırmı, a.g.e., s. 174.

<sup>470</sup> Herman Schlapp, **Gazeteciliğe Giriş Medya Uygulamaları Üzerine Çalışmalar Mesleğe Yönelik Ders Kitabı** (Çev.: Işık Aygün), Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 2000, s. 61.

basınının genç yeteneklerinin, dünyadaki ve Türkiye'deki gelişmeleri izleyen, bilgi ve donanımlı spor yazarları adaylarının da önlerini kapadıklarını öne sürmektedir<sup>471</sup>. Spor yazarlarının yukarıda değinilen konulara ağırlık vermeleri, kaçınılmaz olarak diğer takım ve sporcuları izlememelerine bu nedenle de yorumun eksik olmasına yol açmaktadır.

Spor basınında futbolculuktan gelmiş spor yazarlarının yazdıkları futbol yorumlarının hemen ardından at yarışları ile ilgili yorumlar gelmektedir. At yarışları ile ilgili yazılan yorumlar ise at yarışlarını tanıtmaya yönelik, sorunlarını dile getirip çözüm önerisi arayan bir içerikten çok, at yarışları tahminlerini konu olmaktadır.

Yukarıda yer verildiği gibi büyük bir konu sınırlılığı içinde olan yorumlar, neden spor basını okuyucusundan talep gördüğü sorusunun yanıtı spor basınında yorum olgusunun anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Büyük bir çoğunluğu oluşturan okuyucu kitlesi, karşılaşmayı spor sahasından veya radyo-televizyondan izleyememiştir, bu nedenle de göremediklerini görmek, tanık olamadıklarına tanık olmak istemektedirler. Öte yandan karşılaşmayı spor sahasından veya radyo-televizyondan izlemiş olanlar da yorum okumak istemektedirler. Mehmet Demirkol, karşılaşmayı izlemiş olsa da okurların karşılaşma ile ilgili yorum istemelerinin gerekçesini "... her göz ayrı görür o sahayı... Bir çift göz yetmez zaten olan biteni incelemeye."<sup>472</sup> şeklinde açıklamaktadır.

Boks ve at yarışları gibi spor dallarının, basit öğeler içermesi nedeni ile ayrıntılı bir biçimde okuyucuya aktarılmasına gerek yoktur. Televizyon spor haberleri, özellikle boks karşılaşmalarını yumruk, yumruk her anı ile izleyicisine aktarmaktadır. Takım sporlarının da, yüzme, tenis, golf ile karşılaştırıldığında aynı basit özelliklere ve kurallara sahip olduğu görülmektedir. Ancak futbol, daha önce de yer verildiği üzere her geçen gün önem kazandığı gibi, karmaşıklaşmakta, hem izleyici hem de spor basını çalışanı tarafından izlenmesi, anlaşılması güçleşmektedir. Bu nedenle spor basını okurunun yorumdan bilgi istemektedir.

Söz konusu edilen bilgi ise, spor yazarının görüşlerini içeren bir yorumdur. Bu nedenle de spor yorumlarında olması gereken spor etkinliğinin yeniden anlatımı,

<sup>471</sup> Mehmet Demirkol, "Futboldan Gelen ve Futbolu Sadece Kendilerinin Bildiklerini İddia Eden Gazeteciler Üzerine Bengay Kokulu Yazarlar", *Gazete Pazar*, 11 Ocak 1998, s. 27.

<sup>472</sup> Demirkol, a.g.m., s. 27.

pozisyonların yazı olarak yeniden aktarılması değil, spor yazarının o karşılaşmayı nasıl yorumladığıdır. Bir diğer deyişle de yorum “neden” sorusunun yanıtını vermelidir. Spor yorumunda aktarılması gereken yaklaşım ve görüş, okuyucuda farklı düşünceler uyandıracak, ona yeni ufuklar, yeni ve farklı bakış açıları kazandıracak nitelikte olmalıdır. Herhangi bir spor yorumu, okuyucusunda farklı düşünceler uyandırıp, ona farklı bakış açıları kazandırmıyorsa, okuyucusuna hali hazırda bildiğini ve gördüğünü aktarıyorsa normatif işlevinden uzaklaşmış olduğu açıktır.

Kimi spor yazarları, yaptıkları yorumlarda okuyucunun oyunun kendisini, karşılaşmaların kim olduğunu unutturacak kadar teknik ayrıntılar ile dolu, uzun ve anlaşılmaz yorumlar yapmaktadırlar. Bu gibi sorunların önlenmesi için spor yazarları yaptıkları yorumlarda, anı anına aktardıkları karşılaşmayı olabildiğince basitleştirmeli, karmaşık olan teknikler ile ilgili anlaşılması güç söz ve yorumlar yerine ne olup bittiği ve neden olup bittiğini okuyucularına aktarmalı, bir diğer deyişle, sonuç analiz edilmeli, ortaya konan oyun belirtilmeli ve tüm bunlar yapılıyorken de okuyucuya oyuna katılıyormuş<sup>473</sup> veya oyunu izliyormuş izlenimi verilmelidir.

Spor etkinliğinin yorumlanmayıp, yeniden okura aktarılması, spor basınında yorumun amaç ve işlevinden uzaklaşmasının yanı sıra yeni soruların da ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Spor yorumlarında, yoruma konu olan etkinlik yorumlanmadığı sadece aktarıldığı için, ancak öznel değerlendirmeler sonucu ortaya çıkarılabilecek olan konu ve ayrıntılar gözden kaçmaktadır. Spor basını okuyucusunun yorumu söz konusu edilen bu öznel saptamalar için talep ettiği göz önüne alındığında yorumların içerik ve işlev olarak farklılaştığı sonucu bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

Spor yorumlarında karşılaşmaların aynen yinelenmesi, yoruma konu olan etkinliğin değil, karşılaşmanın sonucunun yazılmasına ve yorumların da bu sonuç çerçevesinde olumlu veya olumsuz olarak şekillenmesine neden olmaktadır. Bu durum da kaçınılmaz olarak spor basınında yer alan yorum ve yorum sahiplerine “spor değil, skor” yazmaları şeklinde eleştiriler yöneltilmesine yol açmaktadır. Uluç, 26 Mart 1982 yılında yazdığı bir makalede “Spor mu yazıyoruz, yoksa tabelacılık mı yapıyoruz!.. [Babı Ali’yi kastederek] Bu yokuşta skor levhasına bakmadan eleştiri yazacak bir kalem

<sup>473</sup> Hohenberg, a.g.e., s. 247.

çıkılmayacak mı?”<sup>474</sup> diyerek, “spor mu skor mu” tartışmasının günümüze özgü olmadığını, yaklaşık 20 yıl önce de bu tartışmaların var olduğunu kanıtlamaktadır. Türk spor basınında bir gelenek haline gelen “skor” yorumu, daha önce yer verildiği gibi zaman içinde “kazanan” takım ve sporcuların eleştirilemeyeceği düşüncesinin de yaygınlaşmasına neden olmuştur.

Spor yazarları, kimi zaman, yorumlarına konu olan spor olaylarının göz alıcı doğasını, yeniden işleyerek daha da abartma eğiliminde olmaktadır. Rekabet, kazanmak, kaybetmek, hırs, başarı veya başarısızlık gibi sporun doğasında bulunan ve bu nedenle sporu farklı ve popüler kılan insani nitelikler, spor yazarlarının yorumlarında yeniden işlenmekte ve olabildiğince abartılmaktadır. Günümüz spor yazarlarının bir çoğunun yorumlarında, rakipler arasında olmayan bir düşmanlığın bulunduğunu okumak veya herhangi bir karşılaşmanın rakip oyuncu ve takımları için yaşamsal öneme sahip olduğunu okumak şaşırtıcı değildir. Jacques Marschand, spor yazarlarının bilinçli veya bilinçsiz bir biçimde olaylara kendilerini kaptırmalarını ve coşkularını haykırımlarını daha fazla beğenilmek<sup>475</sup> istemlerine bağlamaktadır.

Spor yorumlarında, ilgi çekmek amacı ile insani niteliklerin abartılması gibi, eleştirilerin de dozu çoğunlukla kaçırılmaktadır. Spor basınında başarısız sonuçlar alan takımların, başarısızlıklarına neden olan gerekçelerin araştırılıp, çözüm önerileri ile okura duyurulması yerine, başarısızlığa yol açtığı iddia edilen ve suçlanan teknik direktörlerin gönderilmesi, kadro yenilenmesi gibi artık “beylik” hale gelmiş, en kolay çözüm önerilerinde ittifak sağlanmaktadır.

Ulusal takım veya kulüp düzeyinde yurtdışı karşılaşmaların yenilgi ile sonuçlanmasının ardından yapılan yorumlar, genellikle sorumlu arama ve cezalandırılma için adres gösterme amacına yöneliktir. Bu tür yorumlara konu olan karşılaşmalarda rakibin net bir biçimde belirgin olması, bir diğer deyişle spor basınının yapılandığı gibi rakibin “onlar” olması ve onların “biz”i yenmek için her yol başvuracaklarının daha önce de yazılmış olması, sorumluluğun öncelikle “onlar” ile

<sup>474</sup> Uluç a, 1987, a.g.e., s. 17.

<sup>475</sup> Jacques Marschand, “Le Journaliste Sportif Au Séuil du..21..e siecle.. 21. Yüzyılın Başında Spor Gazetecisi”, Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği’nce düzenlenen **Uluslararası “Spor ve Medya” Sempozyumu**’na sunulan bildiri, Manisa: 28 Ocak 2000.

ittifak yaptığı savunulan bir başka rakibe yani hakeme atılmasına yol açmaktadır. Genellikle yenilgilerin sorumlusu karşılaşmayı yöneten hakem olmaktadır.

Hakemlerin tarafsız bir biçimde karşılaşmayı yönettikleri yönünde yaygın bir uzlaşının olması durumunda ise eleştiri okları, “biz”den olana dönmektedir. Takımlarımızı sahaya hatalı yerleştiren, 4-4-2 değil de 3-5-2 oynatması gereken, kadroya tartıştığı için bir sporcuyu almayan, bir sporcuyu, yedek kulübesinde oturan bir diğeri ile değiştirmeyen veya zamansız değiştiren teknik direktörler suçlanmaktadır.

Ancak hakemler gibi teknik direktörün de yapması gerekenleri yaptığı kanıtlandığında bu kez “%100'lük gol fırsatlarını değerlendiremeyen” oyuncular sorumlu tutulmaktadır. Ancak karşılaşma sonrası alınan demeçlerde yukarıda sıralan grupların hiç biri “suç kürkünü giymek” istemeyecek, kendince haklı olduğu gerekçeleri sıralayacaktır.

Hakemlerin kasıtlı veya kasıtsız hataları, skor yazımı gibi spor yorumlarının ana konularından birini oluşturmuştur. 1990'lı yılların ilk yarısına kadar genellikle hakemler, verdiği kararlar nedeni ile eleştirilmişken, 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren göremedikleri, kaçırdıkları pozisyonlar nedeni ile eleştiri konusu olmuşlardır.

Spor basınında, özellikle de yorumlarda hakemlerin de hata yapma olasılığı bulunduğu unutulurak eleştirilmesi, hakemler, hakemlik kurumu ve hakemlerin görevlerini yerine getirmelerinde kimi olumsuzluklara neden olmuştur. Hakemler, eleştirilerin yoğunlaştığı ve hedefe kendilerinin konulduğu bir ortamda, kendilerini koruma yoluna gitmişlerdir. Artık hakemler, eleştiri konusu olacak, tartışmalara yol açacak pozisyonlarda oyunu durdurmaya başlamışlar ve böylece kendilerini güvence altına alma yoluna gitmişlerdir. Ancak bu durumda oyunun hareketliliği ve heyecanı azalmış, seyir sporu olma özelliği kaybolmaya başlamış ve bunun nedeni olarak yine hakemler gösterilmiş ve eleştiri konusu olmuşlardır.

Tüm bu gelişmeler karşısında Merkez Hakem Komitesi başta olmak üzere hakemler, spor basını çalışanları ile aralarına mesafe koymuşlar, spor basını çalışanlarına demeç vermemişler, kimisi de karşılaşma öncesi ve sonrasında spor basını izlememeye başlamıştır<sup>476</sup>.

---

<sup>476</sup> Oğuz Sarvan.

Spor basını çalışanı istediği kişi, grup veya kurumu, istediği boyut ve yoğunlukta eleştirme hakkını kendinde görürken, kendisinin eleştirilmesine kesinlikte karşı çıkmakta, aynı hakkı başkalarına tanımamaktadır. Eleştirinin, sürekli konularından biri olan hakemleri cesaretlendirmek, doğru ve tarafsız kararlar vermelerini sağlamak ve onlara destek olmak için Uluç, düşüncelerini “Yarın hakemlerimizden kritik anlarda, doğru kararları çekinmeden vermelerini istiyorsak, tüm Babı Âli, yeri geldiğinde Sezar’ın hakkını Sezar’a vermeyi ve özür dilemeyi öğrenmeliyiz.”<sup>477</sup> biçiminde belirterek, spor yazarlarının eleştirilerinde ölçülü olmaları, hatalı olduklarında kendilerinin de eleştirilebileceği ve bu nedenle de özür dilemeleri gerektiğine dikkat çekmektedir. Yine Uluç, “İki manşet ile bir hakemin kellesini alanların, kuralları en az o hakem kadar iyi ve tartışmasız bilmeleri gerekir.”<sup>478</sup> düşüncesini savunurken, bunun için de TSYD’ni göreve davet etmekte ve her sezon başında, spor basını yazarlarının futbol kurallarını tartışacağı, yeni karar ve yorumları öğreneceği kurslar açması önerisini de getirmektedir.

Daha sonra ayrıntılı olarak işlenecek olan eski sporcu yeni spor yazarlarını Demirkol’un “Bengay kokulu, telefon yazarları”<sup>479</sup> olarak nitelemesi, bu yazarların yorumlarını, spor karşılaşmalarının gerçekleştirildiği alan ve sahalara giderek yaptıkları incelemeler sonrası değil, telefon aracılığı ile karşılaşmayı izleyen bir başkasından aldıkları bilgiler doğrultusunda yazdıkları yönünde bir kanı ve suçlamanın var olduğuna işaret etmektedir.

Spor basını çalışanı, habere veya yoruma konu olan spor olgusu ve olayı ile ilgili tüm bilgilere sahip olmalıdır. O, bilmediği, unuttuğu veya meslek deyişi ile atladığı herhangi bir noktayı, meslektaşlarından öğrenme olanağına sahiptir. Ancak başvurduğu meslektaşının da bilmediği, hatalı ve kasıtlı bir biçimde yanlış bilgi aktaracağı olasılığı da göz önünde bulundurulmalıdır.

Birinci Futbol Liginde Yükselme Grubu’nda Sarıyerpor Eskişehirspor ile Konyaspor ise Bakırköyspor ile karşılaşmıştır. Sarıyerpor ile Eskişehirspor arasında oynanan karşılaşmada hakemin bir kararı tartışmaya yol açmıştır. Yazar Onur Belge,

<sup>477</sup> Uluç a, 1987, a.g.e., s. 257.

<sup>478</sup> Bu noktada Uluç’un söz konusu edilen kursların katılımcıları arasında spor muhabirlerin de alınması gereklidir. Uluç a, 1987, a.g.e., s. 310.

<sup>479</sup> Demirkol, a.g.m., s. 27.



karşılaşmayı yöneten hakemin adını sormuş ve “Vahap Beyaz” adını almıştır. Belge, karşılaşma hakemi Vahap Beyaz’ın hataları ile ilgili bir yazı yazmıştır. Bu yazının yayınlanmasının ardından Belge bir telefon alır ve arayan kişi Vahap Beyaz’dır, Beyaz yazıya konu olan hataların kendisi tarafından yapılmadığı, kendisinin Sarıyer Spor Eskişehirspor değil, Konyaspor Bakırköyspor arasında oynanan karşılaşmayı yönettiğini<sup>480</sup> söylemiştir. Yukarıda da aktarıldığı gibi spor muhabiri veya yazarı, kendi hatasından kaynaklanan bilgi eksikliğini giderirken olduğu gibi haber veya yorumda kullanılacak tüm bilgileri kullanmadan önce kesinlikle doğrulatmalıdır. Bu örnekte Belge, eleştirdiği Vahap Beyaz’a söz hakkı tanısa, onun görüşlerini de alsaydı, durumun öyle olmadığı. Karşılaşmayı yöneten hakemin Beyaz olmayacağı anlaşılacaktır. Bu durumda hatanın çok geniş bir çevrede duyulmamış olmasına karşın en azından haksız bir biçimde eleştiri konusu olan Beyaz’ın spor basınına duyduğu güvenin zedelendiği açıktır.

Uzmanlık isteyen bir spor dalını yorumlarken, üstelikte gittikçe karmaşık bir hal alan futbolu yorumlarken, yorumun niteliklerinin yerine getirilmesi oldukça güçtür. Ancak kimi zaman geçmişteki anekdotların aktarılması, kimi zaman geçmişteki karşılaşmalar nakledilerek bir kıyaslamaya gidilmesi ile yoruma renk katılmış ve okura geçmiş ile ilgili bilgiler de sunulmuş olmaktadır. Eleştirel spor analizlerinde, sporun kapitalizm öncesi altın çağını romantikleşme eğilimi bulunmaktadır<sup>481</sup>. Aynı eğilim, spor yorumlarında geçmişteki anekdotların yoğun bir biçimde aktarılmasında da kendisini göstermektedir.

Spor yazarları, politika, ekonomi, bilim veya diğer alanlarda uzmanlaşmış yazarlara göre çok önemli bir avantaja sahiptirler: kurallar ara sıra yapılan küçük değişikliklere karşın kesindir, bu kurallar uzun bir dönem her yerde aynı kalmakta ve uygulanmaktadır. Spor yazılarının yazılmasını kolaylaştıran, bir diğer deyişle de spor yazarlığının kolay bir iş olarak görülmesine yol açan bu avantaj, bir dezavantaja dönüşebilir. Belli bir süre sonra monotonluğa/sıradanlaşmaya yol açabilecek olan bu durum spor muhabiri veya yazarının kendi tarzını geliştirmesi ile aşılabılır.

<sup>480</sup> Hüsamettin Acar a, **Spor Basınında Ofsayt Olaylar Bombalar**, İstanbul: Sabah Kitapları, 1998, s. 79.

<sup>481</sup> Rowe, 1996a, s. 171.

Bir çok başarılı yazar, spor haberciliğinin bireysel yazı yazabilmede bir tarz geliştirmek için fırsat olduğuna, diğer basın türlerine oranla daha olumlu sonuç verdiği ve belirli aşamadan sonra, bir anlamda eğitimini tamamlamış olan spor yazarlarının daha ciddi yazılar yazması gerektiğine inanmaktadırlar<sup>482</sup>. Yazıları, yıllar önce yazılmış olsa da halen tazeliğini koruyan ve büyük bir beğeni ile okunan yazarlar da bulunmaktadır. Böylesi bir yorum yazmanın deneyimden geçtiği açıktır. Ancak asıl önemli olan toplumun ve okurun nabzını çok sağlıklı bir biçimde tutup, içinde bulunulan zaman dilimini ve geleceği çok iyi kestirebilmektir.

Spor basınında yorum, makale yaklaşımı ile kaleme alınmakta, okurlarına bir görüş veya yaklaşımdan çok derinlemesine bilgi sunan bir kaynak olarak görülmekte, kimi zaman geçerlilik ve güvenilirlik derecesi oldukça düşük olan kanıtlar sıralanmaktadır. Bu da yorumun normatif tanımı ve nitelikleri ile uygulamada yapılan tanım ve yüklenen nitelikler farklı olduğunu gösterirken, anlam ve nitelik farklılıklarının kaçınılmaz olarak da işlevlerinde de farklılaşma olmasına yol açmaktadır.

Spor basını uygulamalarında yoruma yüklenen işlevler arasında yer alan bilgilendirme ve eğitime işlevine ağırlık verilmiş olması, söz konusu edilen işlev farklılaşmasının görünen yüzüdür. Ancak, içerik olarak sağlıklı ve tutarlı bir yaklaşımda olmaması, sporu sadece futbol ile algılaması, futbolu ise karşılaşmaların sonuçları çerçevesinde yapılandığı yorumları ile vermesi, olayların arka planını incelemeyip, araştırmacı ve eleştirci olmaması, kimi zaman ise sadece eleştirmek için kaleme alması, spor basınında yoruma yüklenen işlevlerin ne denli uygulamaya koyabildiği konusu kuşku hâle getirmektedir. Nezh Demirkent'in "... spor sayfalarında araştırmaydı, eleştiriydi gibi gerçeklere uzak kalındı. Bugün artık önemli maçlar öncesi tahminler bile yapılmaz oldu. Maç eleştirileri fanteziye gitti."<sup>483</sup> şeklindeki sözleri de spor basınında yoruma yüklendiği işlevlerin, yorumların içerik ve biçimsel yapıları nedeni ile geçersiz olduğunu kanıtlamaktadır.

Yorumun öncelikle okurları bir yaklaşım ve görüşten haberdar etme amacına yönelik olması ve kanıtlama zorunluluğunun bulunmaması, didaktik olmasını da

<sup>482</sup> Mac Dougall, a.g.e., s. 551.

<sup>483</sup> 29 Mart 1983 tarihli Cumhuriyet Gazetesi'nden aktaran Uluç a, 1987, a.g.e., s. 24.

gereksiz kılmaktadır. Bu da yorumun okurlar tarafından aynı zamanda boş zamanlarını geçirme ve onları eğlenme amacı ile kullanılabileceği olasılığını gündeme getirmektedir. Yukarıda aktarıldığı gibi spor basınının yorumu daha didaktik olarak kabul etmesi ve ona ağırlıklı olarak bilgilendirme ve eğitime işlevini yüklemesine karşın, bu yaklaşıma uygun içerik ve teknikte yorum yazmaması okurun, spor yorumlarını, spor basının yüklediği anlam ve işlev dışında yorumlayıp, kullanmasına yol açmıştır.

Spor basını okuyucularının yorumu, boş zaman geçirme ve eğlendirme işlevi nedeni ile de talep etmektedir, bu da spor basınında yorum sayısının artmasının öncelikli gerekçesini oluşturmaktadır. Öte yandan yorumun derinlemesine bilgi vermemesi, kanıt ve ispat gibi okurlarının algılamak ve anlamak için fazladan çaba ve zaman harcamasına yol açacak bir yaklaşımda bulunmaması da, tercih edilme gerekçeleri arasında yer almaktadır. Spor basını okuyucusu, kendisi ile hemen hemen aynı düzeyde görüş sahibi olan spor yazarlarını okuyarak, bir anlamda kendisini kanıtlamakta, kendisine olan güvenini artırmaktadır. Yorum spor basınının derinlemesine bilgi verme işlevinden bir sapma olarak görülse de, spor basınının boş zaman geçirme ve eğlendirme işlevini üstlenen en önemli içeriklerinden birini oluşturmaktadır. Bu bağlamda spor basınında yorumun normatif anlamdaki nitelik ve işlevinden farklı olarak kullanıldığı yargısı ortaya konabilir.

### 2.3. Haber ve Yorum İçin Haber Toplama

Haber veya yorum bilgi edinmek için talep edilen bir ürünlerdir, bu nedenle de kaçınılmaz bir biçimde bilgi içermek zorundadırlar. Bilgi içermesi gereken bir haberi veya yorumu hazırlamak ise öncelikle bilgiye sahip olmak ile başlamaktadır. Bu nedenle de bilgi aranmalı, bulunmalı ve üründe kullanılmalıdır. Spor basını haberlerinde ve yorumlarında kullanılacak olan bilginin hangi nitelikleri taşıması gerektiği bu noktada önem kazanmaktadır. Spor basını haber ve yorumlarında kullanılması gereken bilgi spor ile doğrudan veya dolaylı olarak ilintili olmak durumundadır.

Öte yandan doğru olması ise bilginin taşıması gereken bir diğer niteliğidir. Bilginin doğru olması öznel bir değerlendirme ile ortaya çıkan bir yargıdır. Ancak spor basını çalışanları, haber veya yorumlarında kendi öznel değerlendirmeleri sonucu "doğru" olarak nitelendirdikleri bilgileri kullanma lüksüne sahip değillerdir. Spor basını

çalışanı “geçerli” ve “güvenilir” nitelikteki bilgileri kullanmak zorundadır. Haber veya yorumda kullanılması gereken bilginin geçerlilik ve güvenilirliği ise, somut kanıtlara dayanması, birden çok kez kanıtlanması ve denetlenmesi ile sağlanabilir. Bu nedenle spor basını çalışanı bilgiye ulaşırken, birden fazla kaynaktan bilgiyi doğrulatmalı, ardından bu bilgiyi kullanmalıdır.

Spor basınında kullanılması gereken bilginin niteliklerinin sıralanmasının ardından bu gibi niteliklere sahip olan bilgiye nasıl ulaşılacağı sorusu önem kazanmaktadır. “Spor basını çalışanı doğru, geçerli ve güvenilir bilgiye nasıl ulaşacaktır?” sorusunun yanıtı, spor basını haber toplama tekniği nedir sorusunun da yanıtı olmaktadır. Spor basını haber toplama tekniği en genel tanımı ile, okurunu spor gazetesini alma gerekçesini oluşturan ve bu nedenle haberde kullanılacak olan 5 N 1 K’nın yanıtlarını aramadır. Söz konusu edilen soruların yanıtlarının aranması ise olayın gerçekleştiği yerde doğrudan bilgi alma şeklinde olabileceği gibi habere konu olan diğer kaynaklarından yararlanma ile de mümkün olmaktadır.

Spor basınında yer alan haberlerin büyük bir bölümünün karşılaşma haberleri olması nedeni ile spor basını çalışanı genellikle karşılaşmanın yapıldığı yerde doğrudan bilgi toplamaktadır. Spor muhabirleri karşılaşma veya habere konu olan etkinliğin yapılacağı mekanda kendisine ayrılmış olan yerlerden etkinliği gözlemleyerek bilgi toplamaktadır. Özellikle spor muhabirleri karşılaşma veya genel anlamda spor etkinliğini izlerken, sadece sahada olup bitene değil, tüm tesise hakim olmalıdır. Çünkü spor etkinliğinin gerçekleştirildiği anda meydana gelen bir olay ilgi çekici olacaktır. Örneğin, her hangi bir uygulamayı, devleti veya örgütü protesto eden bir grup veya kişinin bayrak veya döviz açarak sahaya inmesi, stat dışında çıkan bir kavga okuyucunun ilgisini çekebileceği gibi haberi de renkli kılacaktır.

Öte yandan saha kenarında yürünürken veya basın tribününde oturulurken, sadece saha içinde odaklanılmamalıdır. Bir futbol karşılaşmasında saha kenarında bir yere gizlenilmesi halinde oyuncu ve teknik direktörlerin tartıştığı stratejiyi öğrenme şansını veya oldukça sinirlenmiş olan yıldız sporcunun bir akrabasını yakalama olanağı elde edilebilir<sup>484</sup>. Böylesi dikkatli bir muhabirin kariyerinde daha yüksek basamaklara daha hızlı tırmanacağı da açık bir başka gerçektir. Öte yandan haber toplama aşamasında,

<sup>484</sup> Itule ve Anderson, a.g.e., s. 471.

eğer habere konu olan bir spor karşılaşması ise, spor muhabiri karşılaşma sırasında seyircilerin karşılaşma ile ilgili doğal olarak göstereceği tepkilerden etkilenmemeye de dikkat etmelidir.

Doğrudan haber toplamada dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta ise not almaktır. Gözlem yapıldığı sırada kimi notlar almak yararlı olacaktır. Ancak hem olayların gelişimi izleyebilmek hem de not alabilmek oldukça güçtür. Bu sorun ise spor muhabirinin zaman içinde bu konuda deneyim kazanması ile aşılabılır niteliktedir.

Zaman darlığının da nedenleri arasında bulunduğu bir diğer sorun ise bir spor olayı ile ilgili birden fazla haber ve yorum yapılmasında karşılaşılmasıdır. Kuşkusuz haber veya yoruma konu olan spor olayının farklı yönlerini inceleyebilmek; olayların ayrıntılarını okuyucuya ulaştırmak için haber ve yorum sayısının fazla olması gereklidir. Ancak tamamlanmış bir yap-boz andırması gereken, okuyucuya tüm bilgileri farklı başlıklar altında sunması gereken haber ve yorumlarda tekrar düşülmekte, birbirlerinden bağımsız biçimde çalışan muhabir ve yazarlar tarafından verilen bilgiler büyük ölçüde aynı olmaktadır. Bu durumda haber veya yorumu yeniden okuyor izlenimine kapılmakta olan okuyucu için diğer gazetelerden hiçbir farkı kalmayan spor basını varlık nedenini kendisi yok etmektedir. Bu nedenle karşılaşma öncesi ve sonrasında spor muhabiri veya yazarı, diğer kurumlarda görev yapan meslektaşları ile ve özellikle kendi kurumunda görev yapan spor muhabir ve yazarları ile karşılaşma hakkında görüş alış verişinde bulunmalı, ortaya koyacakları ürünleri ve içeriklerini tartışmalıdırlar. Bu haber toplama yöntemi ile hazırlanmış olan ürünler hem daha çok bilgi içerecek hem de tekrar edilmemiş olacaktır. Ancak söz konusu edilen bu görüş ve bilgi alış veriş, muhabirin haberinin, spor yazarının ise yorumunun iskeletini oluşturmamalıdır. Haber ve yorumun içinde kullanma anlamında yararlı olacak bu durum, yazının iskeletini oluşturduğunda sahibinin yaratıcılığını ve esnekliğini ortadan kaldırmış, onun düşüncelerinin önüne geçmiş olacaktır.

Etkinliği izleyerek toplanan bilgiler, spor basınında yer alacak bir karşılaşma haberi için gerekli ancak yeterli değildir. Spor muhabirleri, etkinliği izleyerek edindiği bilgilerin yanı sıra habere konu olan etkinlik ile doğrudan veya dolaylı ilgili olan kişilerden de bilgi toplamalıdır. Karşılaşmada yer alan sporcular, teknik direktörler, yöneticileri, hakemler, sağlık görevlileri, seyirciler spor basını çalışanının karşılaşma haberi için gerekli olara bilgiyi toplayacağı diğer kaynaklardır. Karşılaşma sonrası

ulaşılması güç, ancak haberin tamamlanabilmesi açısından gerekli<sup>485</sup> olan bu kaynaklardan alınacak bilgiler, haberin bilgi içermesini sağladığı gibi, haberi renkli ve hareketli de kılmaktadır. Golü kaçıarak, takımının galip gelmesine engel olan bir sporcu, yıldız sporcusuna o gün görev vermeyen ve takımı o gün yenilgi alan teknik direktör veya tanınmayan deneyimsiz bir futbolcuyu sahaya sürerek büyük bir performans sağlayan bir çalıştırıcı, penaltı vermeyerek tepki çeken bir hakem, takımının kaybetmesi üzerine aşırı tepki gösteren taraftarlardan alınacak görüş ve bilgiler, kuşkusuz habere taşınması gereken nitelikleri sağlayacak ve haberi renkli kılacaktır.

Görüşme için sadece yıldız sporcular seçilmemelidir, yıldız sporcuların dışında kalan diğerlerinin de karşılaşma ile ilgili ilginç görüş ve düşünceleri bulunabileceğini olasılığı göz ardı edilmemelidir. Teknik direktörler dışında kalan kenar yönetiminin diğer elemanları ile konuşmak da bir çok açıdan spor basını çalışanına yarar sağlayacaktır. Sakatlanan bir oyuncunun durumu, ne kadar sürede iyileşeceği gibi konularda kulübün doktoru veya masöründen başka hiç kimseden daha sağlıklı bilgi alınamaz. Öte yandan antrenörler, kondisyonerler takımın genel durumu veya sonraki haftalar için yapılan özel hazırlıklar gibi konularda spor basını çalışanına ilginç bilgiler veya en azından onun yeni ve ilginç haberler yapmasını sağlayacak ipuçları verebilir<sup>486</sup>. Spor basını çalışanı da yukarıda sıralanan bu gibi avantajları sağlayacak olan bilgilere ulaşmak için karşılaşma sonrası gerek basın toplantısında, gerekse ayaküstü yapılan görüşmeler için politika belirlenmelidir.

Karşılaşma sonrası yapılacak görüşmeler de herhangi bir karşılaşma haberi için yeterli ve gerekli haber toplama tekniği değildir. Karşılaşmanın sonuç veya değerlendirmesi ile ilgili bir haber yazmak ile görevlendirilmiş olan muhabirin görevi karşılaşmanın bitimi ile değil, karşılaşmanın çok öncesinden başlamaktadır. Muhabir hafta içinde rakiplerin veya görevli olduğu rakibin hazırlıklarını izleyeceği, rakipler arasında daha önceki yapılan karşılaşmanın sonuçları, rakiplerin son karşılaşmalarının sonuçları, genel başarı durumu gibi kimi istatistiksel bilgileri toplayacağı gibi, karşılaşmanın oynanacağı saha, stad, pist, pisine önceden gelerek, fiziksel anlamda buraları incelemeli, zemin durumunu, kayganlığını, oyuna el verişli olup olmadığını saptamalıdır.

<sup>485</sup> Itule ve Anderson, a.g.e., s. 471.

<sup>486</sup> Itule ve Anderson, a.g.e., s. 471.

Öte yandan yine karşılaşma öncesi olanak bulduğu takdirde sporcular ile görüşmeli, karşılaşma ile ilgili demeçlerini, sağlık ve performans durumları ile ilgili bilgileri de almalıdır. Böylece, hem teknik direktörden karşılaşma öncesi bilgi alınmış olur hem de karşılaşma sonrası yapılacak görüşme için yabancılik azaltılmış olur<sup>487</sup>. Tüm bunlar içinse yine olayın olduğu yerde doğrudan bilgi toplayabileceği gibi ikincil kaynaklar da kullanılmalıdır. Konusu spor ve spor tarihi ile ilgili olan kitaplar, raporlar, istatistikler, geçmiş tarihli gazete ve dergiler bu amaçla kullanılabilir. Öte yandan bu gibi bilgilere arşivler, veri bankaları, kütüphaneler ve bilir kişiler aracılığıyla ulaşılabilir.

Spor basını çalışanları, daha sağlıklı bir biçimde haber toplamak için yurtiçinde olduğu gibi yurtdışında da kimi kurumlar tarafından konulmuş olan kuralları bilmek ve uygulanmasına yardımcı olmak zorundadır. Kendi ülkesi içinde rahatça hareket etmeye alışkın bir spor basını çalışanı, göreceli olarak sporcular ile çok daha rahat ilişki kurup, haber veya yorumu için gerekli olan bilgiyi ondan alabilmektedir. Ancak bu rahatlık uluslararası nitelikte bir organizasyonda geçerliliğini yitirmektedir. Özellikle yurtdışında düzenlenen uluslararası spor organizasyonlarında görevlendirilen spor basını çalışanları, yurtiçinde kullanmakta olduğu haber toplama tekniklerini burada da kullanmaya çalışmakta, ancak geleneksel toplumlarda görülen ikili ilişkilere dayandırılan haber toplama teknikleri başarısız olmaktadır. Bunun nedeni ise uluslararası spor organizasyonlarının, sporcular, teknik direktör ve yöneticiler ile görüşmelere bir takım kurallar getirmiş olmasıdır. Bu nedenle spor basını çalışanı, sporcu veya teknik adamın düzenleyeceği ve organizasyon komitesince önceden duyurulan basın toplantılarına katılmak ve gereksinim duyduğu bilgiyi buradan toplamaları gerekmektedir.

UOK ve AIPS artık herkesin uluslararası spor organizasyonlarını, spor basını çalışanlarının dışındakilerin gazeteci kimliği ile izlemesini istememektedir. UOK, bunu sağlamak için her ülkede yer alan Spor Yazarları Dernekleri ile Milli Olimpiyat Komiteleri'nin birlikte ortak bir çalışma içinde, gazeteci olmayanlar ile amatörlere "Basın Belgesi" verilmemesini istemektedir. Böylece gazetecilik eğitimi ve nosyonundan uzak, spor ve tarihi konusunda bilgi sahibi olmayan, uluslararası spor ile

<sup>487</sup> Itule ve Anderson, a.g.e., s. 471.

ilgili doğru ve bilgilendirici haber vermeyen kişilere engel olunacaktır. UOK bünyesinde AIPS ve belli başlı uluslararası haber ajansları, bu komisyonda temsil edildikleri Basın Komisyonu bulunmaktadır. Taylor, bu komisyonunun, bir zamanlar spor basını ve spor karşılaşmalarını düzenleyenler arasında varolan uçurumu ortadan kaldırma amacına yönelik<sup>488</sup> olduğunu ifade etmektedir.

Uluslararası nitelikteki diğer etkinlikleri izlemek isteyen spor basını çalışanları, diğer etkinlikler de olduğu gibi Olimpiyat Oyunları için de kimi kurallara uymak, kimi nitelikleri taşımak zorundadır. Olimpiyat oyunlarını izlemek isteyen spor basını çalışanı, öncelikle spor basını çalışanı olduğunu kanıtlamak durumundadır. Bu nedenle de Milli Olimpiyat Komitesi'ne, ardından UOK'ne başvuruda bulunmalıdır. Bu organizasyonlardan Basın Belgesi'ni aldığı anda, kendisine verilen talimatlar doğrultusunda, belgeyi doğru bilgiler ile doldurduktan sonra bir an önce göndermelidir. Daha sonra "Olur/Kabul Belgesi" eline geçtiğinde, Olimpiyat Oyunlarının gerçekleştirileceği bölgenin iklimine alışmak ve oyunların düzenleneceği yerleri görmek için zaman ayırmalı ve yolculuk planlarını bu noktaları göz önüne alarak düzenlemelidir. Spor basını çalışanı olimpiyatların düzenlendiği ülkeye vardığında, Ana Basın Merkezi'ne giderek, son belgelerini almalı, kaydını yaptırmalı, kendi fotoğrafını taşıyan Basın Tanıtım Kartını ve gerekli tüm resmi belgeleri tamamlamalıdır. Oyunlar süresince konaklayacağı yere yerleşmeli ve kendisini ile ilgili otobüs seferleri ile ilgili bilgi edinmelidir. Olimpiyat Köyü'nde kalan yıldız sporcularla yapılacak röportajlar için getirilen düzenleme ve kuralları öğrenmelidir<sup>489</sup>.

Yukarıda sözü edilen haber toplama tekniklerindeki değişimler yurtdışında olduğu gibi Türkiye'de de yaşanmaktadır. Galeano'nun deyişi ile karşılaşma sonra düzenlenen basın toplantısında gazetecilerin delik deşik ettiği teknik direktörler<sup>490</sup>, Türkiye'de de 1998 yılından bu yana, her karşılaşma ardından yapılmasa da basın toplantısı düzenlemeye başlamışlardır. Karşılaşma sonrası, oyuncuların ter soğutma süresinin bitmesinin ardından, toplantı salonunda teknik direktörlerin kimi zaman yanlarına söz konusu edilen karşılaşmada çok iyi oynamış olan bir oyuncusunu da alarak basın

<sup>488</sup> Taylor a, 22-23 Mayıs 1991, Ankara, a.g.b., s. 29-30.

<sup>489</sup> Taylor a, 22-23 Mayıs 1991, Ankara, a.g.b., s. 30-31.

<sup>490</sup> Galeano, a.g.e., s. 20.



toplantısı düzenlemesi, yurt dışında daha önce yapılan bir uygulama niteliği taşımaktadır.

Galatasaray Spor Kulübü futbol takımının 1998 yılından bu yana Avrupa Şampiyonlar Ligi'nde başarılı sonuçlar alması, teknik direktörünün sık sık bu tür toplantılar düzenlemesi ve Galatasaray Spor Kulübü'nün yurtdışındaki takımlar gibi kurumsallaşma çabası göstermesi Türkiye'de de böyle bir uygulamanın başlatılmasına öncülük etmiştir.

Karşılaşma sonrası her iki takım teknik direktörünün de sıra ile bu tür basın toplantıları düzenlemesi, spor basını çalışanı açısından büyük kolaylıklar getirmiştir. Önceki dönemlerde bir teknik direktörü yakalayıp demeç alırken, diğerini kaçırma riski varken, artık spor basını çalışanı iki takımın teknik direktöründen de bilgi alma, onlara soru sorma olanağını yakalamış, saha kenarı veya soyunma odası önlerinde kendisi gibi demeç almak ve soru sormak amacıyla olan diğer meslektaşları ile kargaşa yaşamamıştır.

Karşılaşma sonrası, teknik direktörlerin basın toplantısı düzenlememesi durumunda ise öncelikli yapılması gereken karşılamayı kaybeden takımın teknik direktörüne ulaşmaktır. Çünkü karşılaşmanın yapıldığı spor tesisini, kendisinin kötü anlar yaşamasına neden olan yeri bir an önce terk etmek, oradan uzaklaşmak isteyecektir. Hem kaybeden teknik direktörü demeç ve bilgi almak için kaçırmamak hem de karşılaşma sonra insani duygularının daha belirgin bir biçimde mantığının önüne geçmesi nedeni ile daha dürüst, çarpıcı tepkilerine ulaşmak da mümkün olacaktır.

Günümüzde genel olarak karşılaşılan durum, özellikle futbol karşılaşmalarının ardından teknik direktörlerin sporcularını, spor basınına vereceği demeçlerin kendileri için zararlı olabileceği düşüncesi ile karşılaşmanın oynandığı spor tesisinden bir an önce uzaklaştırmalarıdır. Bu durumda, haber yapmakla görevlendirilmiş olan spor muhabiri, haberinde kullanacağı bilgileri toplamada büyük güçlükler yaşamaktadır. Karşılaşmanın yapıldığı spor tesisin çıkış kapısı ile sporcuları taşıyacak olan araç arasında yer alan mesafe ve bu mesafenin yürüyerek kat edilebileceği süre spor muhabirin oyuncularından demeç ve bilgi alması gereken yer ve zamandır. Son dönemlerde televizyon istasyonlarının görevlendirdiği kameraman ve muhabirlerinin de aynı amaçla aynı mekanda bulunduğu göz önüne alındığında spor muhabirlerinin yaşadığı güçlükler daha

net ortaya çıkacaktır. Öte yandan yaşanan güçlükler sonucunda ulaşılmış olan bilgi veya demecin de ne derece güvenilir olduğu sorusunun yanıtı da kuşkuludur.

Yine spor basını çalışanlarının uymak durumunda olduğu bir diğer kural değişikliği de girme serbestisine sahip oldukları yerler ile ilgili olmuştur. Özellikle kulüplerin kurumsallaşma sürecine girmeleri, sporcularına demeç verme yasağı getirmeleri, Galatasaray Spor Kulübü gibi sporcuları ile yapılacak olan röportajlar için para istemeleri<sup>491</sup>, kulüplerin bünyelerinde yabancı teknik direktörlere görev vermeleri ve bu teknik direktörlerin ülkelerindeki uygulamaları Türkiye'ye de taşınmaları artık spor basını çalışanlarının karşılaşmaları belirli bir yerden izlemesi ve karşılaşma öncesi hazırlıkları izin verilen günde ve yine izin verilen yerlerden izlemesi, soyunma odalarına girememesi, demeç almak veya röportaj yapmak istediği sporcu için önceden randevu talebinde bulunması gibi yeni uygulamalara neden olmuştur<sup>492</sup>.

Spor haberlerinin hazırlanma aşamasında, bir diğer deyişle de haber toplama aşamasında karşılaşılan en büyük engellerden biri de spor haberine konu olan, spor etkinliğinin gerçekleştirildiği mekanlardan kaynaklanmaktadır. Spor basını çalışanlarının izlemesi için ayrılan bölümün karşılaşmayı izlemek için uygun olmaması, doğrudan haberi olumsuz bir biçimde etkilemekte, haber veya yorum eksik olmaktadır. Eksik haber veya yorum ise çoğu zaman, taraflı olma suçlaması ile karşı karşıya kalmaktadır.

Konu ile ilgili bir diğer engel de, özellikle 1980'li yılların başında basketbol sahalarında yaşanan, spor basını için ayrılmış bölümlerin izleyiciler tarafından kullanılmasıdır. Uluç, spor karşılaşmalarına ev sahipliği yaptığı dönemde İstanbul Spor ve Sergi Sarayı'nı<sup>493</sup>, "... pota arkasındaki oyunu doğru dürüst izleme olanağı vermeyen,

<sup>491</sup> Bir dönem, Galatasaray Spor Kulübü'nün futbolcuları ile yapılacak olan söyleşilerden para talep etmesinin, özel televizyon istasyonlarında yeni yayınlanmaya başlayan Televole Programı için konu sıkıntısı doğurduğu ve bu programın zaman içinde magazine kaymasına yol açtığı tartışmaları yapılmıştır.

<sup>492</sup> Yiğiter Uluç, bir dönem staj yaptığı İspanya'nın Barcelona Kulübü'nün basının yoğun ilgisi nedeni ile genellikle hazırlıkların basına kapalı yapıldığını, haftanın belli günlerinde basının antrenmanlara kabul edildiğini veya haftanın belli günlerinde kimi futbolcuların basın ile görüşmelerine izin verildiğini ve basın ile ilişkilerin belirlenmiş kurallar çerçevesinde yürütüldüğünü söylemektedir. Bkz. Uluç, 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], a.g.b. s. 87.

<sup>493</sup> İstanbul Spor ve Sergi Sarayı adına uygun bir biçimde hem sportif etkinlikler hem de sergi, konferans, panel gibi kültürel etkinlikler olarak kullanılmıştır. Ancak daha sonra spor etkinlikleri için kullanımdan kaldırılmış ve İstanbul Kongre Merkezi olarak adı değiştirilmiştir.

herkesin, karısı, kızı, çoluğu çocuğu, sevgilisi ile erkenden gelip doldurduğu mezbele”<sup>494</sup> olarak tanımlamıştır. Ancak spor basını gibi sporun da kurumsallaşması, sporun örgütlenmesi ve uygulanmasından sorumlu resmi kurumların yapılanmalarının hız kazanması, Uluç’un şikayet ettiği uygulamaların ortadan kalmasını sağlamıştır.

Spor etkinliğinin gerçekleştirildiği mekanlarda oluşan bir diğer sorun, bu kez spor basını çalışanlarından kaynaklanmaktadır. Karşılaşma sonrası spor basınında muhabir olarak görev yapan kişilerin haber toplama amacı ile bir an önce harekete geçmeleri, spor etkinliğinin uygulanması ve söz konusu etkinliğin yönetilmesi adına sorunlar yaratmaktadır. Spor basını çalışanları özellikle de spor muhabirleri ve fotoğrafçıları, karşılaşmaları izlemeleri için kendilerine ayrılmış olan yerlerde karşılaşmaları izlememekte, özellikle de karşılaşma sonlarına doğru sporcularla bir an önce röportaj yapmak veya fotoğraf çekmek için saha kenarında kümelenmektedirler. FIFA Kokartlı hakem Metin Tokat, görevlerini daha iyi yapma amacıyla böylesi girişimlerde bulunan spor basını çalışanlarının kendi işlerini, yani hakemliğin sağlıklı bir biçimde yerine getirilmesini güçleştirdiğini<sup>495</sup> belirtmektedir. Hakemlik gibi her an dikkat ve karşılaşma üzerine yoğunlaşmayı gerektiren bir meslekte, bu yoğunlaşmasının spor basını çalışanlarınca bozulacak olması ve ardından hakemin olası hataları karşısında yine spor basını çalışanlarınca eleştiriliyor olması oldukça ilginç bir ikilemdir.

Spor basınına doğrudan olayın veya etkinliğin gerçekleştiği yerden haber toplaması ile ilgili dikkat etmesi gereken noktalar yukarıda sıralanmıştır. Diğer taraftan spor basınına sadece doğrudan haber toplama tekniği ile yetinemeyeceği ve yetinmemesi gerektiği de açık bir gerçektir. Spor basını konularının işlendiği bölümde de aktarıldığı gibi günümüzde sporun tıp, ekonomi, pazarlama, reklamcılık, hukuk, kitle iletişimi, mühendislik gibi birçok bilim dalı ile çok yoğun ilişki içinde olması spor basınına da sporla ilişkili olmak üzere bu konularda haber yapmasını gerektirmiştir. Spor basını çalışanının uzmanlık alanı dışında yer alan bu konular ile ilgili haber ve yorumlar söz konusu olduğunda spor basını çalışanının ilgili konularda gerekli bilgiye sahip olamayacağı olasılığı bulunmaktadır. Bu nedenle söz konusu edilen konularda

<sup>494</sup> Uluç a, 1987, a.g.e., s. 40-41.

<sup>495</sup> Metin Tokat, “Futbolda Hakem” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 202.

yapılacak haber ve yorumlarda, mutlak bir biçimde konunun uzmanlarından bilgi alınmalı, gerektiği durumlarda bu uzmanların yorumlarına başvurulmalıdır.

Spor basını, olması gerektiği gibi diğer basın türlerinden farklı bir yapı ve işleyişe sahiptir. Spor basını yukarıda da aktarıldığı gibi, sporun disiplinlerarası bir bilim haline gelmesi ve farklı yön ve boyutlar kazanması nedeni ile çok farklı yönleri ile haber yapabilmektedir. Günümüz uygulamalarında, spor basını kimi zaman bu haber kaynaklarını haber toplama amacı ile kullanmaktadır. Ancak spor basını, sporun bu farklı yön ve boyutlarını konu zenginliğini sağlamak, sporu farklı yön ve boyutları ile sunarak gelişmesine katkıda bulunmak amacı ile bu haber kaynaklarını kullanmamaktadır.

Spor basınının bu kaynakları kullanmasının altında yatan neden haber kaynaklarının kısıtlı olmasıdır. Haber kaynaklarının gerek sayı olarak kısıtlı olması gerekse de varolan haber kaynaklarının spor basınına karşı olumsuz tutumları nedeni ile spor basını çok farklı alanlardan, çok farklı kişilerden haber toplamaya çalışmaktadır. Stadyum, spor salonu, antrenman sahası, kamp yeri, tatil yöresi, eğlence mekanı ve birçok yer spor basını için haber toplanabilecek alanlardır. Spor basınının böylesi alanlardan ve bu alanlarda yer alan kişilerden haber toplama zorunda kalması daha sonra ayrıntılı olarak değinilecek olan magazinleşme sorununa da yol açmaktadır.

Spor basınında haber toplama tekniklerinden biri de yazılı kaynaklara başvurmaktır. Kitap, dergi, gazete gibi diğer kitle iletişim araçları, spor basınının haber ve yorum yazımında kullanacağı etkin haber kaynakları arasında yer almaktadır. Özellikle Türk sporcuların yurtdışına transfer olması ile birlikte onlar ile ilgili haberlerin belirgin bir biçimde yoğunluk kazanması, yabancı spor basınının izlenmesine ve bu kaynaklardan elde edilen bilgiler ile haber yapılmasına neden olmuştur. Spor basınının haber kaynağı olarak kullandığı yazılı kaynaklar özellikle geçmiş dönemde söz konusu edilen amacın dışında kullanılmıştır. Geçmiş dönemlerde sporcuların transferlerinde kullanılan kataloglar, iyi resimler var diyerek yalan haber, transfer haberleri için kullanılırken, artık günümüzde her türlü bilgiye ulaşılabilirdiğini söyleyen Durukan, artık bilgiye ulaşmak için teknolojik koşulların ilerlemiş olması nedeni ile bu tür uygulamaların kalmadığını<sup>496</sup> söylemektedir.

<sup>496</sup> "Basın Tribünü", *Super Sport*, 6 Kasım 2000.

#### 2.4. Haber ve Yorumlarda Tarafsızlık Sorunu

Spor basını sürekli eleştirilmekte, ciddiye alınmamakta, hatta spor ile ilgili sorunların nedeni olarak da görülmektedir. Spor basınının böylesi olumsuzlanması daha önce sözü edilen rüştünü ispat etmesi yönündeki beklentilerin sürdüğüne işaret ederken, spor basınının ürünleri olan haber, yorum veya fotoğraf ile ilgili sorunlar bulunduğunu da göstermektedir. Spor basınının ürünlerinde kimi sorunlar doğal olarak karşılanabilmektedir. Teknik ve insani nedenlerden kaynaklanan sorunlar, tüm diğer basın türlerinde olduğu gibi spor basınında da doğal karşılanabilir niteliktedir. Ancak spor basınına yöneltilen eleştiriler ve uygulamada karşılaşılan sorunlar tarafsızlığın korunamaması biçiminde ortaya çıktığında sorunlara gösterilen hoş görü geçerliliğini yitirmektedir.

Spor basınında tarafsızlık eleştirileri bağlamında, amatör veya yerel sporlar, özellikle de takım sporları ile ilgili haber yazımında, spor yazarları ve spor muhabirlerinin genellikle ev sahibi takımı veya sporcuyu destekledikleri yönünde bir uygulama ve bu uygulamanın neden olduğu bir olumsuz düşünce bulunmaktadır<sup>497</sup>. Gerçekten de yerel kahramanlar ile ilgili her eleştiri, hem yapıcı hem de çok sayıda taraftarın inandığı doğrultuda, beklentilerine yanıt verecek niteliktedir. Yerel takım ve oyuncuların performansları beklenen düzeyde olmadığında, okuyucu veya taraftarlar, kendi gözlemleri ve inançlarının yanı sıra spor yazar ve muhabirlerinin konu ile ilgili yorumlarına da önem vermektedir. Bu durumdaki yazar veya muhabir dostça bir tutum sergilemekte ve tutumunu okuyucusu gibi açıkça ifade ederek, ev sahibi takım veya sporcunun kazanmasını istemektedir. Yukarıda aktarılan tutum içindeki muhabir, rakiplerinin aklını karıştırmak, onların planlarını bozmak veya kendi çıkarlarını korumak için muhabirleri kullanmak isteyen bir teknik direktör veya yöneticinin fiili halkla ilişkiler uzmanı<sup>498</sup> olarak hareket etmekten kaçınmalıdır.

<sup>497</sup> Ayrıntılı bilgi için Bkz. John Edwards ve Denise Archambault, "The Home-Field Advantage", **Sport, Games, and Play Social and Psychological Viewpoints**, (Ed.: Jeffery H. Goldstein) 2. Edition, Hillside: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1989, ss. 333-370.

<sup>498</sup> Mac Dougall, a.g.e., s. 551.

Ulusal sporlar ve spor takımları ile sporculardan sorumlu tutulan yazar ve muhabirlerin içinde oldukları durum yerel ölçekteki yazar ve muhabirlerin durumu ile aynıdır. Her ne kadar yerel ölçekte daha fazla baskı yapıldığı yönünde yaygın bir görüş bulursa da, günümüz uygulamalarında ulusal ölçekteki spor haberciliğinde de aynı yoğunlukta baskıların yapıldığı gözlemlenmektedir.

Spor basınının taraflı olduğu eleştirileri karşısında spor basını, bir kurum olarak kendisinin ve okuyucusuna sunduğu ürünlerin tarafsız olduğunu bir refleks olarak ısrarla savunmaktadır. Bu eleştiriler ve eleştiri karşısındaki savunma refleksi bir çok kez tekrar edilmesi nedeni ile bir söylem haline gelmiştir. Ancak spor basınının böylesi bir tutumun sergilenmesi tarafsızlığını tartışmalı hale getirmekte, okurlarının akıllarında soru işaretlerinin oluşmasına yol açmaktadır.

Spor Basınının konularının işlendiği bölümde de yer verildiği gibi konularda belli spor dalına ve spor dalı ile ilgilenen kulüplere ağırlık vermesi nedeni ile spor basınının tarafsız olduğu veya tarafsızlığını korumaya çabaladığı gibi görüşler geçerliliğini yitirmektedir. Gerek uygulamada gerekse de kuramda spor basınının tarafsız olması beklenemez bir durumdur. Bunun kuşkusuz toplumsal, ekonomik, kültürel ve politik bir çok gerekçesi bulunmaktadır. Bu dışsal gerekçelerin yanı sıra, bir kurum olarak spor basınının örgüt yapısı ve kültürü, çalışanların nitelikleri, mesleki normlar gibi içsel gerekçelerde spor basınının tarafsız olmamasında etkili olmaktadır.

Spor basınında tarafsızlık olgusunu etkileyen etmenlerin başında toplumsal nitelikte olanlar gelmektedir. Spor basınının hedef kitesini oluşturan okurların toplumsal ve kültürel nitelikleri spor basınının tarafsızlığını ne denli koruyabileceğinin en önemli göstergesini oluşturmaktadır. Spor basınının okur kitlesinin büyük bir bölümünün futbolsever olması bir diğer deyişle de futbol severlerin büyük bir bölümünün spor basınının ürünlerini almaları müşterisi olmaları, doğrudan spor basınının etkilemektedir. Benzer bir biçimde spor basını okurlarının belli bir coğrafyada yaşıyor olması yine tersten ifade ile belli bir coğrafyada yaşayanların spor gazetesi almaları spor basınının içerik ve tekniğini tarafsızlık bağlamında etkileyen bir diğer etmendir. Bu etmenlere, spor olgusunun ayrıntılı bir biçimde işlendiği bölümde de aktarıldığı gibi bireylerin daha güçlü olma amacı yaşadıkları coğrafyadaki yerel takımların yanında 3 Büyükler ve Trabzonspor'u tutuyor olmaları da eklendiğinde spor basınının konu bağlamında tarafsız olamayacağı ortaya çıkmaktadır. Öte yandan

İstanbul'un ekonomi, kültür, bilim ve teknoloji gibi sporun da başkenti olması spor basınının bu coğrafya ve bu coğrafyada yürütülen spor etkinliklerine ağırlık vermesine neden olmaktadır. Konu bağlamında böylesi sınırlılıklar içinde olan spor basınının bu konuları içerik haline getirmesi ve işlemesi sürecinde de tarafsız olması beklenemez.

Tüm bu sıralanan dışsal etmenlerin en önemli olanları ekonomik gerekçelerdir. Daha önce de yer verildiği üzere spor basını son tahlilide tecimsel bir işletme niteliği taşımaktadır ve haberini, yorumu ve tüm içeriğini kâr etmek için okuruna sunmaktadır. Kuşkusuz spor basınının bir basın türü olması nedeni ile kimi kamusal işlev ve sorumlulukları da bulunmaktadır, ancak ekonomik göstergelere ve tecimsel kaygılar söz konusu edilen kamusal işlev ve sorumluluktan daha öncelikli hale gelmiştir. Ali Sami Alkış, spor servisi sorumlularına müdahale edildiğini, manşetlerin spor servisi dışında, başkaları tarafından belirlendiğini iddia etmektedir. Eskiden spor servisi sorumluları ile gazete sahiplerinin bu denli yoğun ilişki içinde olmadığını söyleyen Alkış, artık ticari kaygıların yanı sıra “ticari ilişkilerin meslek kaygılarını da buldozer gibi ezdiğine”<sup>499</sup> işaret etmektedir. Öcal Uluç da spor basınının belli konuları ve belli kulüpleri konu olarak işlemesinin ve bunun karşılığında belli çıkarlar elde etmesinin yanı sıra kimi zaman “gazete-medya kuruluşlarının, binalarının dışında hazırlanmış olan metinlerin spor sayfalarında, virgülüne dokunmadan, onlarca ayrı ayrı medya kuruluşlarının, onlarca gazetesinin<sup>500</sup> manşetlerinde haber olarak yerleştirilmesinden”<sup>501</sup> söz etmektedir. Bunda kuşkusuz toplumsal yapı ve yaşam için başat konuma gelmiş olan ekonomi-politiğin etkisi büyüktür. Gerçekten de toplumsal yapı ve yaşamın bir parçası olan, toplumsal bir kurum haline gelmiş olan spor basınının içinde bulunduğu sistemden, etkileşim içinde bulunduğu ve bulunmak zorunda olduğu diğer üst yapı kurumlarından etkilenmemesi beklenemez bir durumdur. Bu bağlamda spor basını, öncelikle yaşamını sürdürmek ardından da kâr etmek için tecimsel kaygılarına öncelik vermek zorunda kalmaktadır.

<sup>499</sup> Ali Sami Alkış, “Spor Medyasının Çalışma Koşulları” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 69-97.

<sup>500</sup> Söz konusu edilen onlarca gazete arasında spor gazetelerinin de bulunduğu belirtilmelidir.

<sup>501</sup> Öcal Uluç b, “Spor Gazetecisinin Özgürlüğü” **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 42.

Spor basını okuyucusunun, taraftarı olduğu takım ile ilgili olumlu haberleri üstelik de çok sayıda haberi okumak istemesi oldukça doğaldır. Spor basını ürününü para vererek almış olan bir okurun bir taraftar olmasının ötesinde bir fanatik olması olasılığı da oldukça yüksektir. Böylesi niteliklere sahip bir okur kitlesinin taleplerini yerine getirmek ve aynı zamanda da tarafsız kalmayı başarabilmek oldukça güçtür. Rowe, spor basınının, nesnellik, denge, eleştirel mesafe gibi meslek normları ile kendi bulunduğu fiziksel alanın yerel, bölgesel veya ulusal takımlarını destekleme veya profesyonel sporcu, gözlemci, yöneticilerden çok spor tutkunlarının beklentilerine yanıt verme yönünde baskılar altında çatışma yaşamakta olduğuna<sup>502</sup> dikkat çekmektedir. Bu durum da spor basınının tecimsel kaygılarından ötürü arz-talep dengesini gözetmesi ve bu dengenin korunmasına öncelik vermesinin hem spor basının önemli bir özelliği olduğunu hem de tarafsızlığı koruyamamasının en önemli nedeni olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Spor basını, daha önce de yer verildiği üzere konu ve içerik anlamında spor dallarında olduğu gibi spor kulüpleri arasında da bir ayırım yapmaktadır. Spor dalları arasında futbolun sahip olduğu ayrıcalığa, kulüpler anlamında 3 Büyükler ve Trabzonspor sahiptir. Spor basınında ağırlıklı konunun futbol olmasının yanı sıra futbolda da 3 Büyükler ve Trabzonspor sayfaları kaplamaktadır. Ali Sami Alkış, 227 ülkeyi incelediği bir araştırmasında bugüne değin sadece 4 takımın şampiyon olduğu, Türkiye dışında bir başka ülkenin bulunmadığını saptamıştır<sup>503</sup>. Yaklaşık 100 yıllık tarihinde 3 Büyükler ve Trabzonspor dışında başka bir takımın şampiyon olamadığı bir ülkenin spor basınında da 3 Büyükler ve Trabzonspor'un olması doğal karşılanmalıdır. Bu bağlamda spor basınının yine adı geçen 4 kulübe bağımsız sayfalar ayırması, sayfaların üzerine “Fenerbahçe Sayfası”, “Galatasaray Sayfası” “Beşiktaş Sayfası”, “Trabzon Sayfası” yazması da bu uygulamanın doğal bir uzantısı niteliğindedir<sup>504</sup>. Teknik ve içerik olanaklarını sadece futbol ve sözü edilen kulüplere ayırmış olan spor

<sup>502</sup> Rowe 1996a, a.g.e., s. 254-255.

<sup>503</sup> Düzel, a.g.yz., s. 6.

<sup>504</sup> Spor basınında bir dönem 3 Büyükler ve Trabzonspor'a ayrılmış olan sayfaların başında, “Sarı Kanaryalar”, “Kara Kartallar”, “Karadeniz Fırtınası”, “Avrupa Fatihi” gibi bu takımların taraftarları arasında anıldıkları isimler yer almıştır. Öte yandan Demirkol, spor basınının Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımına ayrılmış olan sayfanın başına konan “Avrupa Fatihi” ibaresi ile artık tarafsızlıktan uzaklaştığını ve Galatasaray Spor Kulübü'nün yayın organı olarak hizmet ettiğini söylemektedir. Bkz. Demirkol, a.g.m., s. 27.



basını, bu kulüpler ile ilgili uzman olduğu varsayılan muhabir ve spor yazarlarını bu kulüpler ile ilgili haber ve yorumlardan sorumluluğu tuttuğu için de tarafsızlık ve nesnel haber verme gibi özelliklerini tamamen yitirmektedir.

Spor basınının, konu olarak futbol, futbol konusu içinde de 3 Büyükler ve Trabzonspor ağırlık vererek bir ayrıcalık sıralamasına gitmesi, 3 Büyükler ve Trabzonspor'un arasında da bir ayrıcalık sıralaması yapmasını kaçınılmaz kılmaktadır. Spor basınında 3 Büyükler ve Trabzonspor arasında Fenerbahçe Spor Kulübü'nün ayrıcalıklı bir yere sahip olduğu yönünde yaygın bir görüş bulunmaktadır. Adı geçen kulüpler başarı durumlarına göre ön plana çıkmalarına kaşın, Fenerbahçe Spor Kulübü ve futbol takımı başarı veya başarısızlık durumunda her zaman ön planda tutulmaktadır. Kırca, Galatasaray Spor Kulübü futbol takımının başarısını örneğinde "Hiçbir gazete; televizyon, hiçbir yorumcu; Fenerbahçe'nin felaketi kadar zaman ve emek ayırmıyor Galatasaray'ın başarı sırlarına..."<sup>505</sup> diyerek bu Fenerbahçe'nin ayrıcalıklı konumuna dikkat çekmiştir.

Fenerbahçe taraftarı olmayan bir çok spor yazarının "Fenerbahçeli Medya" olarak tanımladıkları kitle iletişim araçlarının spor servislerinin bir çoğu kasıt veya olasılık Fenerbahçe taraftarı muhabir ve yazarları istihdam etmektedir. Orhan Koloğlu, Fenerbahçe Spor Kulübü'nün ayrıcalıklı olmasını, spor basınında kapladığı alanla değil, spor basınının içeriği ile saptama yoluna gitmiştir. Koloğlu, "Ali Şen şaklabanlıkları ve yöntemlerini alkışlayanların, ciddi oldukları için Seba ya da Süren, hele işlerine gelmediği için Cavcav aleyhindeki yayınları basın ahlakına uyan[r] mı?"<sup>506</sup> şeklindeki ifadesi ile spor basınının Fenerbahçe Spor Kulübüne hacim olarak daha fazla yer ayırmasının yanı sıra içerik ve yaklaşım ile de ayrıcalık tanıdığını iddia etmektedir. "Bir kulübün [Fenerbahçe Spor Kulübü] başkanlığına aday olan ve rakip kulübün

<sup>505</sup> Kırca, a.g.e., s. 26

<sup>506</sup> Ali Şen: Dönemin Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanı. Kitle iletişim araçlarında, daha çok diğer kulüpler ile girdiği polemikler ve magazin haberleri ile görünmüştür. Süleyman Seba: Dönemin Beşiktaş Jimnastik Kulübü Başkanı. 16 yıl Beşiktaş Jimnastik Kulübü'ne başkanlık yaparak, Türkiye'nin en uzun dönemli spor kulübü başkanı olmuştur. Kamuoyunda ve kitle iletişim araçlarında ciddiyeti ile tanınmıştır. Faruk Süren: Çalışmanın yapıldığı dönemde Galatasaray Spor Kulübü Başkanı. Kamuoyunda ve kitle iletişim araçlarında ciddiyeti ile tanınmıştır. İlhan Cavcav: Çalışmanın yapıldığı dönemde Gençlerbirliği Spor Kulübü Başkanı. Seba gibi Türkiye'nin en uzun soluklu spor kulübü yöneticilerinden biridir. Yurtdışından yaptığı yabancı oyuncu transferleri ve bu oyuncuları yüksek bir bedelle diğer kulüplere satması ve karşılaşma yayın hakları konusunda Anadolu Kulüpleri Birliği yönünde tavır koyması ile tanınmıştır.

[Galatasaray Spor Kulübü] bayrağını televizyonda parçalamaktan çekinmeyen bir yazarın [Ömer Çavuşoğlu] sütun başlığı: Tarafsızın köşesi”<sup>507</sup> diyen Koloğlu, spor basınının tarafsızlık konusunda büyük çelişkiler yaşamakta olduğunu en somut biçimde ortaya koymaktadır. Spor basınında Fenerbahçe Spor Kulübü taraftarı olan yazar ve muhabirlerinin bulunması ise spor basınında tarafsızlık olgusunu olumsuz etkileyen içsel etmenler arasında yer almaktadır. Yine Fenerbahçe Spor Kulübü taraftarı olduğu iddia edilen spor yazarı Altan Tanrıkulu da “Fenerbahçe Türkiye’nin en sansasyonel ekibi ... Son 10 yılda kendi kendini eritiyor. Sabırsız bir medyaya, medyadan fazlaca etkilenen bir taraftar kitlesine, taraftardan çok çekinen yönetimlere, yönetimleri değiştiren bir futbol takımına sahip.”<sup>508</sup> diyerek, Fenerbahçe Spor Kulübü’nün spor basını ile olan ilişkisini, bu ilişkinin ulaştığı boyut ve yoğunluğunu ortaya koymaktadır.

Uluç, 1984-1985 futbol sezonunda Beşiktaş Jimnastik Kulübü futbol takımının çok formda olduğunu, bir ara en yakın rakibi ile arasındaki puan farkını 5’e çıkardığını, yine aynı dönemde spor basınında Futbol Federasyonu’nun Beşiktaşlı olduğu, teknik direktör Stankoviç’in futbolculara kötü davrandığı, kulüpte huzursuzlukların yaşandığı, yönetimin ikiye bölündüğü, teknik direktörün görevine son verileceği yönünde haberlerin yayınlanmaya başladığını ve sonuçta Fenerbahçe Spor Kulübü futbol takımının ligi şampiyon olarak bitirdiğini söylemektedir. Beşiktaş Jimnastik Kulübü ve Galatasaray Spor Kulübü futbol takımlarının iddialı oldukları 1985-1986 futbol sezonunda ise, Galatasaray Spor Kulübü’nün yabancı oyuncularının sezon sonunda gönderileceği, yabancı oyuncularının aralarının açık olduğu, teknik direktörün takım ile ilgilenmediği, futbolcuların gece hayatına daldıkları yönünde haberlerin yayınlandığını ifade eden Uluç, bu tür ve içerikte haberlerin “tesadüf” olduğunu söylemiş ve Fenerbahçe Spor Kulübü futbol takımının şampiyon olduğu yıllarda bu tür ve içerikteki “tesadüfi” haberlerin neden yayınlanmadığını<sup>509</sup> sormuştur.

Çalışmanın yapıldığı dönemde oynanan futbol ligleri boyunca Fenerbahçe Spor Kulübü Futbol Takımı şampiyon olmamış ve spor basınında Uluç’un “tesadüfi” olarak nitelendirdiği haberlerin benzeri konu ve içerikte, öznesi Fenerbahçe Spor Kulübü

<sup>507</sup> Koloğlu . a.g.m., s. 22.

<sup>508</sup> Altan Tanrıkulu, "Fener'in 4 Transferi", **Maraton Sabah Gazetesi Eki**, 11 Mayıs 1999, s. 7.

<sup>509</sup> Uluç a, 1987, a.g.e., s. 259-260.

Futbol Takımı, futbolcuları, teknik direktörleri ve yöneticileri olan birçok haber yer almıştır.

Selahattin Duman ise spor basınının taraflılığının yöneticilerinden başladığını söylemektedir. Duman, spor basını yöneticilerinin deklare etmeseler de bir takımın taraftarı olduklarını ve taraftarı oldukları takım için “Beşinci kol” gibi çalıştıklarını belirtmektedir. Duman sürecin işleyişini “... Diyelim ki Galatasaray bu hafta Van’la oynayacak.. Van’ın düştüğü kesinleşmiş.. Yani Galatasaray’ın yenmesi kaçınılmaz.. Fenerli spor müdürü işte bu noktada devreye girer.. “Cim-Bom Van’a beş çekecek” türünden hayali haberler kor.. Yok “Hakan üç gol benden dedi..” Yok “Terim Van’ı değil Antalya’yı düşünüyoruz dedi..” türünden başlıklarla doldur-boşalt yaparlar.. Karşı takımın oyuncularını da hırs basar.. O gün sahaya “hayatlarının maçı” oynamak için çıkarlar.. Galatasaraylı spor müdürleri de, aynı çarkı Fenerbahçe’nin maçları için işletip, onun o haftaki rakiplerini “küçümseyici” başlıklarla dolduruşa getirirler.. Bu çark hiç değişmez..”<sup>510</sup> şeklinde açıklamaktadır. Duman’ın bu aktarımı, spor basınının en önemli sorunlarından olan tarafsızlığın, yöneticilerden başladığını, bu nedenle de var olan hiyerarşi içinde en alt kadroya kadar ulaştığını ve gelenekselleştiği için de çözümünün oldukça güç olduğunu göstermektedir.

Bora’nın “Dörtlü Oligarşi” adını verdiği 3 Büyükler ve Trabzonspor’un dışında diğer takımların da adları spor basınında geçmektedir, ancak ligin gerçek anlamda bir lig olabilmesi için başarılı olmaları kaçınılmaz olan ve yine Bora’nın “Başaltı takımları” olarak nitelendirdiği bu takımlar ile ilgili haberler, spor basınında bu takımların başarılarını artıracak, kazandıkları başarıları destekleyecek içerik ve amaçtan uzaktır<sup>511</sup>. Spor basını “Başaltı takımları” ile ilgili haberlere, “Dörtlü Oligarşi”nin önemini ve başarısının boyutunu vurgulamak için yer vermektedir.

Konu ile ilgili olarak spor yazarı Necati Bilgiç, kendilerine 1500-1600 sözcüklük yer ayrıldığını, Bora’nın deyimini ile Başaltı takımlarının kentlerinde 1000 okuyucu bulunduğunu, ancak İstanbul’da 100 bir okuyucu bulunduğunu, bu nedenle de büyük takımların ayrılan alanda eleştirildiğini, kazanan başaltı takımına çok az değinilebildiği

<sup>510</sup> Selahattin Duman, “Ve Güneş Sarı Kırmızı Doğdu-2”, **Sabah Gazetesi**, 11 Mayıs 1998a, s. 28.

<sup>511</sup> Tanıl Bora, “Kocaelispor Bir Atık Deposu mu? Kahretmişler Mangası”, **Gazete Pazar**, 11 Ocak 1998, s. 34; Bora, 1999, a.g.m., s. 3.

savunmasını yapmaktadır<sup>512</sup>. Ancak Başaltı takımlarının bulunduğu coğrafyalarda yaşayan taraftarlar da sonuçta bir okurdur ve tecimsel kaygıları nedeni ile spor basınının ilgi alanını oluşturmaktadır. Bu da, spor basınının bir tarafgirlik örneği daha sergilenmesine yol açmaktadır.

Spor basını dağıtım yapılan illere göre farklı başlıkların ve bu başlıklara uygun haber ve yorum içeriklerinin kullanılmaktadır. İstanbul baskısında kullanılan başlık ile Anadolu'nun farklı illerine gönderilen baskılarda kullanılan başlıkların farklı olması<sup>513</sup>, okuyucu bir diğer deyişle tiraj kaygısından kaynaklanmaktadır. Herhangi bir Anadolu takımı ile karşılaşan 3 Büyükler ve Trabzonspor, İstanbul ve Trabzon baskılarında övülen başlıklar ile anlatılırken, bu takımlar ile karşılaşmış olan takımların illerine gönderilen baskılarda bu takımların da başarılı olduğu şeklinde başlıklar kullanılmaktadır. Ancak daha önce de yer verildiği üzere 3 Büyükler ve Trabzonspor dışında kalan takımların hiçbiri, hiçbir zaman 3 Büyükler ve Trabzonspor'un yaptığı gibi ezemez, parçalayamaz, dağıtamaz, bombalayamaz, bu takımlar 3 Büyükler ve Trabzonspor karşısında sürpriz yapabilir, kafa tutabilir, çıkışa geçebilir. Ancak, 3 Büyükler ve Trabzonspor taraftarlarının hoşuna gitmesi için haber ölçütlerinden uzaklaşmak, onların beğeni ve değerlendirme düzeylerini düşük olarak kabul etmek ve haberleri buna göre inşa etmek, öncelikle bu takımların taraftarlarına yapılmış bir haksızlık ve sayısızlıktır<sup>514</sup>.

Spor basınının kendisini konu sınırlılığı içine hapsedmesi ve bu konu sınırlılığı içinde tarafsızlığını yitirmesi kaçınılmaz olarak başka sorunların ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Spor yazarı Öcal Uluç, "... üç büyük kulüp ... ayıp olmasın diye bir de Trabzonsporunu kattık; ... onlardan geri kalan yerlere de diğer futbol kulüplerini şöyle böyle koymaya başladık ... Her büyük kulübün yirmi tane futbolcusu ... üçer dörder tane de ünlü yöneticisi ... 4-5 tane de antrenör .. 110 kişi, diğer kulüplerden de bir o kadar koyun 210 kişi... Bu kadar insanla hergün ne yapacağız?" diye sormaktadır. Uluç bu kendi sorusunun yanıtını, aynı zamanda da ortaya çıkan fiili durumun sonuçlarını ise "...

<sup>512</sup> Necati Bilgiç b, "Dilimiz-Felsefemiz Oturumunun Soru – Cevap Bölümünde Yapılan Konuşma" **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 71.

<sup>513</sup> Kozanoğlu, 1990, a.g.e., s. 135.

<sup>514</sup> Kaya a, a.g.b., s.10.

iki gazeteyi açıyorsunuz, bir teknik direktörün ak dediğine yanı teknik direktörün öbür gazeteye bakıyorsunuz kara demiş... İşte o zaman asparagas dediğimiz, spekülasyon dediğimiz, palavra dediğimiz haber uydurmaları başlıyor”<sup>515</sup> şeklinde açıklamıştır.

Spor basınında yalan haberin nedenleri arasında spor basınının kendisinin konu kısıtlılığı içine hapsetmiş olmasının yanı sıra genç muhabirlere fırsat verilmemesi de yer almaktadır. Hali hazırda konu sınırlılığı içinde olan genç muhabirler, belli bir kulübün taraftarı olmasının dışında başka bir niteliği bulunmayan spor yazarları tarafından belirli konuların kapatılması nedeni ile sansasyonel haberlere imza atarak, kendilerini kanıtlama yoluna gitmektedirler. Bu uygulama da kimi zaman asparagas haberlerin hazırlanmasına kadar varmaktadır.

Yukarıda sıralananlar spor basınının haber kaynağı anlamında ciddi bir tehlike ve tehdit altında olduğuna işaret etmektedir. Spor basınının haber kaynakları ile ilgili yaşanan sorunların en görünür yanı spor basını çalışanlarının haber kaynakları ile girdiği iletişim ve ilişkidir. Kuşkusuz haberci ve kaynak ilişkisi içinde spor basını çalışanları ile sporcular, teknik direktörler, yöneticiler ve menajerler gibi spor dünyası içinde yer alan kişiler yoğun bir iletişim ve ilişki içindedirler. Böylesi bir ilişki, spor basını çalışanına, görevini yerine getirme anlamında büyük destek sağlamaktadır.

Spor dünyası içindeki kişiler ile yoğun bir ilişki içinde olan spor muhabiri veya spor yazarı, olay ve kişiler arasındaki bağlantıları daha kolay ve hızlı kuracak, neden sonuç ilişkilerini daha net bir biçimde ortaya koyacak, olayların ve kişilerin geçmişlerini daha iyi bilecek, daha kolay haber alacaktır. Ancak bu yakınlık, yukarıda da aktarıldığı gibi bir kişi veya kurumun halkla ilişkiler müşavirliğine dönüşebileceği gibi bir takım veya kurum hakkındaki spor basını çalışanının düşüncesinin “biz” ve “bizim takıma” dönüşmesi tehlikesini de taşımaktadır. Bu nedenle, haber toplamak, kaynakların sayısını artırmak, kaynaklar ile iyi ilişkiler kurma amacına yönelik olsa da kurulacak tüm ilişkilerde belirli bir düzey sürekli olarak korunmalıdır.

Kuramsal anlamda yapılması gereken bu noktalar, günlük yaşamda uygulama şansı bulamamaktadır. Görev yaptığı spor basınının bir kurum olarak kimi tecimsel kaygılar taşımasının yanı sıra spor basını çalışanının belirli bir kulübün taraftarı olması,

<sup>515</sup> Uluç b, 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 25.

tarafsız kalmasını önlemektedir. Spor basını çalışanının taraftar olması taraflı olması ve tarafsız kalamaması anlamını taşımaktadır.

Sahip olduğu aidiyet duygusunun yoğunluğunun tarafsız olmasına engel olması, kaçınılmaz olarak spor basını çalışanını taraftarı olduğu kulüp ile ilgili sürekli olumlu haberler vermeye, olumsuz haberleri bir eşik bekçisi gibi tutmasına neden olmakta, bu durum kulüp savunuculuğunu ve sözcülüğünü yapmaya, belli bir kişi veya kurumun amaçlarını gerçekleştirmede araç olmaya kadar varmaktadır.

Türk spor basınında karşılaşılan en yaygın hatalardan biri de, spor basınının bir çıkara alet olmasıdır. Bu durum özellikle hakemlik kurumu ile ilgili haberlerde kendisini göstermektedir. Futbol hakemi Metin Tokat düşüncesini "... Salı gününden itibaren eğer hakemler açıklandığı takdirde, Çarşamba gününden x takımından bir idarecimiz "bu hakemi istemiyoruz" a giriyor. Perşembe günü de gazetelerde "bu hakem geçen maçta böyle olmuş" diye giriyor"<sup>516</sup> şeklinde belirterek, spor basınına hakemlik kurumu üzerinde baskı kurmada ne denli kolay aracı olabildiğini gözler önüne sermektedir. Tokat'ın bu açıklamasının ışığında, spor basınının bu tür yayınlarından etkilenenin sadece hakemler olmayacağı, taraftarın da bu tür yayınlardan etkileneceği ve şiddete başvurabileceği olasılıkları da ortaya çıkmaktadır. Spor basınında yaşanan kirliliğin meslek adına dürüst, samimi, ilkeli davranılmadığı sürece durdurulamayacağını ifade eden Çol, "... Okuyucu ya da izleyici adına değil, kulüp ya da kişi çıkarları adına görev yaptığımız sürece, kirlenmeye durduramayız"<sup>517</sup> diyerek, kulüp yazarlığının da kirliliğin ve tarafsızlığın korunamamasını bir nedeni olduğuna işaret etmektedir.

Yukarıda yer verilen bu durumun, spor basını açısından en olumsuz yanı ise kendi kendini yeniden üretmesi, tekrar etmesidir. Kaynak ile spor basını çalışanı arasında var olan ve kendini her yeniden ürettiğinde yoğunluğu daha da artan bu durum, kaçınılmaz olarak tarafsızlığı önleyecektir.

Spor basını çalışanı ile kaynak arasındaki ilişkinin aynı boyut ve yoğunlukta sürmesi durumunda ise kaçınılmaz bir biçimde oto-sansür uygulamalarını getirecek ve

<sup>516</sup> Tokat, 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.b., s. 203.

<sup>517</sup> Zeki Çol "Spor Medyası, Spor Olayı ve Olimpizm" **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 73.

ilişkinin yoğunluğu düşürüldüğünde ise kaynaktan haber alamama, doğrudan baskı ve sansür gibi daha olumsuz koşullar doğacaktır. Büyüka, spor muhabir veya yazarının yazdığı bir haber veya yorumun kulüp yöneticileri veya teknik direktörü tarafından beğenilmemesi durumunda o spor basını çalışanının takımın seyahat ettiği uçağa binemeyeceğini, antrenmanları izleyemeyeceğini söylemektedir. Büyüka, spor basınından ve basında sayfa sayısı, televizyonda ise spora ayrılan dakika sayısı artıkça yalan haber sayısının da arttığını söylemektedir<sup>518</sup>. Konu ile ilgili güncel olarak kabul edilebilecek bir örnek Galatasaray Spor Kulübü futbol takımı eski teknik direktörü Fatih Terim'in uygulamalarıdır. Terim'in spor dünyasında Galatasaray taraftarları kadar, diğer kulüp taraftarlarınca popüler olmasına yol açan "hak" ve "adalet" söylemleri, Terim'in spor basını ile ilişkilerinde yaşamı geçirilmemiştir. Eğin, Terim'in "Kulüp hakkında yazanları kamuoyun önünde Ali Şen'vari bir tavırla"<sup>519</sup> lanetlediğini, "kendisi hakkında olumsuz yazıların sahipleri ya da 'aleyhinde' haber çıkan gazetelerin muhabirleriyle, onları Florya'ya<sup>520</sup> veya deplasmanlarda takım uçağına almayarak"<sup>521</sup> hesaplaştığını<sup>522</sup> söylemektedir. Bu durum da, daha önce de yer verildiği üzere Galatasaray haberlerinden sorumlu muhabirler için haber bulamamak, yazarlar içinse stadyumlarda yuhalanmak ve küfür yemek anlamına gelmiştir. Haberci ve haber kaynağı arasındaki benzer olumsuz bir gelişme de 2000 yılı Eylül ayı içinde yaşanmıştır. Fenerbahçe Spor Kulübü'nde futbol şubesi sorumluluğunu kaldıran başkan Aziz Yıldırım, futbol takımı teknik direktörü Mustafa Denizli ile doğrudan iletişim

<sup>518</sup> "Basın Tribünü", **Super Sport**, 6 Kasım 2000.

<sup>519</sup> Dönemin Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanı Ali Şen de, kulüp, futbol takımı ve kendisi ile ilgili olumsuz haber ve yorum yazarları kamuoyuna şikayet etmiş ve hedef göstermiştir.

<sup>520</sup> Galatasaray Spor Kulübü'nün tesislerinin bulunduğu semtin adı. Resmî adı "Metin Oktay Tesisleri" olan bu tesisler kamuoyu ve spor basınında "Florya" olarak anılmaktadır.

<sup>521</sup> Spor Kulüplerinin futbol takımlarının deplasman karşılaşmalarının dönüşlerinde genellikle spor basını çalışanları dönüşte kullanılan uçağı alınarak, haber ve yorum yazmaları için gerekli olan bilgiyi toplamalarına olanak tanınmakta ve böylece aleyhlerinde haber ve yorum yazmaları da önlenmiş olmaktadır. Murat İğrek, bu uygulamanın sadece spor kulüpleri ile sınırlı olmadığını, spor federasyonlarının da aynı uygulamayı yine aleyhte haber ve yorum yazılmasını önleme amacı benimsemiş olduklarını, kendisine birkaç kez eleştirmiş olduğu federasyon başkanı tarafından İran'da düzenlenen Dünya Şampiyonası'na katile başkanı olarak gönderilme teklifi edildiğini söylemektedir. Bkz. Murat İğrek, "Özeleştirî Oturumunun Soru - Cevap Bölümünde Yapılan Konuşma" **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 147.

<sup>522</sup> Oray Eğin, "Fatih Terim'in Yüzleri", **Radikal İki-Radikal Gazetesi Eki**, 16 Mayıs 1999b, s. 5.

kurmayı amaçlamış, ancak aynı zamanda da spor basını ile önemli haber kaynaklarından biri arasındaki ilişki ve iletişimi de kopartmıştır<sup>523</sup>.

Spor basını, özelde futbolu genelde ise sporu, spora özgü öğelerle değil, spor dışı öğelerle, özellikle de şiddet ile sunmaktadır. İlk bakışta sporun doğasında bulunan rekabetten kaynaklanan çatışma ve şiddet gibi öğelerin, sporun aktarılmış olması nedeni ile spor basınında yansıma bulduğu izlenimi doğabilir. Ancak Mutlu'nun da belirttiği gibi "Türkiye'de bu unsurların medya temsillerindeki oranı, oynanan futbolun tekniği, incelikleri ve niteliğine ilişkin değerlendirmeleri tümüyle bastırarak"<sup>524</sup> düzeye ulaşmıştır. Spor haberlerinde olduğu kadar, belki daha fazla spor yorumlarında<sup>525</sup> hissedilen ve körüklenen şiddet olgusu günümüz spor basınına bir refleksi, hatta promosyon malzemesi haline gelmiştir.

Spor basınına şiddeti bir promosyon malzemesi ve refleksi haline getirmesinin altında yatan neden yine konu sıkıntısı ve tarafsızlığın korunamamasıdır. Haber ve yorumlarda şiddet öğesinin yer alması da, spor basını çalışanı ile kaynak arasındaki ilişki gibi kendini yeniden, ancak yoğunlaşarak üretmektedir. Spor basını okuyucusuna sürekli belli konu ve içerikte haber ulaştırma, konu kısıtlılığı içinde haberi ilginç kılma gibi kaygıları taşımaktadır.

Öte yandan büyük bir bölümü aynı zamanda taraftar da olan ve kendi tuttuğu takım lehine yazılmış haber ve yorumları görmek isteyen spor basını okuyucusu, kendi tuttuğu takım ile ilgili nesnel, gerçekçi ve yararlı haber ve yorumları okumaktan çok, heyecan ve sansasyon istemekte, kendi tuttuğu takımda sembol haline gelmiş isimlerin eleştirilmesine tahammül göstermemektedir<sup>526</sup>. Sonuçta tecimsel bir işletme olan spor basını ve yine sonuçta tüketici olan okurun bu taleplerine uygun ürün arz etmek zorundadır. Çünkü bu döngüyü oluşturan koşul ve nedenleri tarihsel süreç içerisinde kendi hazırlamıştır. Bu nedenlerden ötürü spor basını tarafsızlık ve nesnel haber verme özelliklerinin yitirilme ve kaçınılmaz olarak da "fanatikleşmektedir".

<sup>523</sup> Gürçan Bilgiç a, "Basın ve Fenerbahçe", **Binyıl Gazetesi**, 25 Eylül 2000, s. 26.

<sup>524</sup> Mutlu, a.g.m., s. 368.

<sup>525</sup> Hasan Yüksel ve arkadaşları tarafından yapılan bir araştırmaya denek olarak katılan 36 spor yazarının % 89'u "Şiddet olaylarının çıkmasına spor yazarları neden olabilir mi?" sorusuna "Evet" yanıtı vermişlerdir. Yine aynı oranda spor yazarı, kendilerini "şiddet olaylarının engellenmesinde etkili bir faktör" olarak görmüştür. Ayrıntılı bilgi için Bkz. Yüksel a ve diğerleri, a.g.m., s. 26.

<sup>526</sup> Demirkent, **Medya Medya**, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], a.g.e., s. 88.



için ortaya çıkmışken, iş yeri takımları öncelikle çalıştırdıklarında bir aidiyet yaratmak ardından da ürettiği ürünün Pazar payını ve sahip olduğu imajı güçlendirmek amacı ile var olmuşlardır<sup>530</sup>. Sahiplik, sponsorluk, reklam gibi yöntemlerle spora yatırım yapmış olan kurum ve işletmelerin, spor basını aracılığıyla spora yapmış oldukları yatırımdan daha fazla kâr elde etme çabası içinde olmaları doğaldır, ancak doğal olan bir diğer durum da spor basınının bu çabalar karşısında mesleki ilke ve sorumluluklarına sahip çıkmasıdır.

Her iki grup arasındaki bu çelişkinin en yoğun yaşandığı dönemler, Olimpiyat Oyunlarının düzenlendiği dönemler, en yoğun yaşandığı alanlar ise Olimpiyat Oyunlarının medya merkezleridir. Olimpiyat Oyunlarının medya merkezleri, Simson ve Jennings'in deyimi ile "Olimpiyatların para babalarının" ürün ve reklamları ile dolu yerlerdir. Olimpiyat Oyunlarının kendi faaliyet dallarına göre "Resmi Sponsorluğu"nu alan bu firmalar ürünlerinin tanıtımına öncelikle spor basını çalışanlarından başlamaktadırlar. Coca Cola ücretsiz olarak içecek, Mars yine ücretsiz olarak çikolata dağıtırken, Brother elektronik daktiloları ve yazıcılarını, IBM bilgisayarlarını, Ricoh faks makinelerini spor basını çalışanlarının "daha rahat ve sağlıklı" bir şekilde görev yapmaları için kullanıma açarken, adı Olimpiyat Oyunları ile özdeşleşen, logosu neredeyse Olimpiyat Amblemi'nden daha çok bilinen Adidas ise her spor basını çalışanına yine ücretsiz olmak koşulu ile evrak çantası vermektedir. Tüm bu promosyonlar, halkla ilişkiler sürecinin planlanmış bir parçasıdır ve uygulamaya konması ile spor gazetecilerinin Olimpiyat "ailesinin bir üyesi" olmasını sağlamaya yöneliktir<sup>531</sup>. Olimpiyat ailesinin bir üyesi yapılan spor basını çalışanının, üyesi olduğu yeni ailesi hakkında gerçekte var olan herhangi bir olumsuzluğu dile getirip getiremeyeceği sorusu gündeme gelmektedir. Spor dünyasında sponsorluk uygulamaları ve reklamların artması nedeni ile spor basını çalışanı, haberlerinde reklam ve haber arasındaki ayrımı gözetmek zorundadır. Bu konuda başarılı olabilmek için, bilgi, birikim, mesleki deneyim ve eğitim gereklidir.

Spor basını, kendisine yöneltilebilir taraflı olma suçlaması karşısında gerek bir kurum olarak gerekse de okura sunduğu tüm ürünleri ile tarafsız olduğu yönünde,

<sup>530</sup> Kaya a, a.g.t., s. 198.

<sup>531</sup> Simson ve Jennings, a.g.e., s. 34.

söyleme dönüşmüş bir savunma refleksine sahiptir. Ancak spor basının tarafsız olduğunu kanıtlamaya yönelik bu söylem ve refleks, spor basınının kendi uygulamaları ile geçersiz hale gelmektedir. Spor basını işlemekte olduğu konu ve içerik olarak taraflı bir tutum sergilemiştir. Konu ve içerikteki bu taraftarlık, kaçınılmaz olarak konu ve içeriğin toplanması, işlenmesi ve okura sunulmasında da kendisini göstermektedir. Spor basının konu sınırlılığı içinde bulunması, bir diğer deyişle de konuda taraflı olması, tecimsel kaygılar ile birlikte spor basını çalışanlarının taraflı olmasından da beslenmektedir. Spor basınının taraflı olması, kaynak ile arasındaki ilişki ve iletişimin; kaynak lehine baskın olmasına, sansür ve oto-sansürü beraberinde getirmesine Öte yandan da pratiğe dökülen şiddet gibi olumsuzluklara da neden olmaktadır. Spor basınında taraftarlık ve taraflılık, kendini yeniden üretmekte ve her yeni görünümünde daha da fazla yoğunluk kazanmaktadır.

Spor basınında iletiler haber veya yorum biçiminde ulaştırılmaktadır. Türü her ne olursa olsun spor basını iletilerini okurlarına ulaştırabilmek için kaçınılmaz olarak dili kullanmak zorundadır. Bu bağlamda, spor basınında kullanılan dil ile ilgili bilgiler vermenin yararlı olacağı düşünülmektedir.

### 3. SPOR BASININDA DİL KULLANIMI

Bu başlık altında spor basını haber ve yorumlarında kullanılan dil ile, yine spor basınında klişe, patolojik, cinsel ve militarist kavramlar kullanımı ile ilgili bilgiler verilmeye çalışılacaktır.

#### 3.1. Haber ve Yorum Dili

Yukarıda açıklanmaya çalışıldığı gibi spor basınının kullandığı dil yazı dilidir. Ancak söz konusu edilenin habercilik olması nedeni ile spor basını yazı dili içinde yer

alan ve diğer basın türlerinin de kullanmakta olduğu haber dilini kullanmak zorundadır. Haber dili ise, yine belli bir eğitim sonucu kazanılan, dil bilgisi kurallarına daha çok uyulması gereken, sözcük seçimi ürünü daha etkili yapacak şekilde olan, okurda soru işaretleri bırakmayacak ölçüde açık, net ve kesin bir dildir.

Spor basınında haber ve yorumların genel konusunun daha önce de yer verildiği üzere bir futbol karşılaşması olması, haber ve yorumların karşılaşma bitiminden sonra okura ulaştırılması, spor etkinliğindeki bireysel ve takım performanslarının, meydana gelen olayların, açığa çıkan insani duyguların okura aktarılmasını gerekli kılmaktadır. Spor basınının haber veya yorum biçiminde yukarıda sıralanan tüm olay, olgu ve durumları bilgi formunda vermesi oldukça güçtür. Ancak spor basını tüm bunları kullandığı ve kullanmak zorunda olduğu dil ile gerçekleştirmektedir. Spor basının dili, okurun taleplerini yerine getirmek için gerekli ve yeterlidir. Bu nedenle spor haberlerinde dil, sadelik, kesinlik, canlılık, doğruluk, açıklık ve orijinallige<sup>532</sup> zarar vermeyecek biçimde kullanılmalı, seçilen sözcüklerin dizimine ve dil bilgisi kurallarına da dikkat edilmelidir. Söz konusu edilen dilin, spor basını çalışanları tarafından kullanımı ise bilgi, birikim, deneyim, eğitim ve kendini geliştirmeyi gerekli kılmaktadır.

Normatif anlamda aktarılmaya çalışılan spor basını dilinin uygulamada farklılıklar gösterdiği açıktır. Spor basını, uygulamada, haber dilinden farklı bir biçimde yapılandırılmış bir dil kullanmaktadır. Spor basınının haber dilinde farklı bir dil kullanmasının ilk ve en önemli nedeni, konusu olan sporun farklı bir yapı ve işleyişe sahip olmasıdır. Sporun doğasından kaynaklanan özellikleri aktarmak durumunda olan spor basını bu nedenle dilde farklılaşmaya gitmektedir.

Bir spor dalının İlke, kural, uygulanma biçimi olarak diğer spor dallarından farklılığı, spor haber ve yorumları ile kullanılan dile de yansımaktadır. Uzmanlaşmanın hem nedeni hem de sonucu olan farklı spor dalları ile ilgili farklı bir dil ve üslup çerçevesinde yapılandırılmış haber ve yorum yapma, ancak bu konuda uzmanlaşmış spor basını çalışanlarının üstesinden gelebileceği bir uğraş niteliği taşımaktadır. Bu durum birlikte spor basınında uzmanlaşma olgusu ile spor basınının diğer basın türlerinden içerik ve dil olarak ayrışmasını da beraberinde getirmektedir.

---

<sup>532</sup> Tokgöz, a.g.e., s. 177.

Tunstall, 1971 yılında yaptığı bir araştırmada; gazetecilerin belli alanlarda uzmanlaştıklarını ve bu uzmanlaşma çerçevesinde geniş okur kitlesinden çok sınırlı, seçkin bir kitle veya bu kitlenin bir parçası olan potansiyel kaynakları önemsediklerini<sup>533</sup> sonucuna ulaşmıştır. Tunstall'ın ulaştığı bu sonuçlar, spor basınının dilinin incelenmesi ile doğrulanmaktadır. Gerçekten de spor basını, haber ve yorum dilinde kullandığı kavramlar ve üslup ile sadece spor dünyasının aktörlerini önemsedığı, onların hali hazırda bildiği ve kullandığı sözcükleri kullanmaya özen gösterdiği açık bir gerçektir. Ancak spor basınının okurları sadece spor dünyası aktörleri ile sınırlı değildir. Spor basınının asıl okur kitlesinin bu kavramları bilemeyeceği olasılığı spor basınının kullandığı dil ve kavramlar açısından sorunlu olduğuna işaret etmektedir.

Yaygın ve popüler olan spor dallarının yurtdışından Türkiye'ye gelmiş olması, bu spor dallarındaki kural, ilke, hareket ve durumları niteleyen sözcüklerin de yabancı dilde üretilmiş olduğu için aynen aktarılması ve kullanılması gibi bir sorunu da beraberinde getirmektedir. Bu tür spor kavramı ve söz dizimleri zaman içinde ya Türkçeleştirilmekte ya da aynen kullanılmaktadır. Adı geçen yabancı kavramların aynen kullanımını en kolay ancak dile en çok zarar veren yöntem olurken, bu kavramların Türkçeleştirilmesi ve Türkçeleştirilmiş kavramların kullanılmasını sağlamak en güç, ancak dilin korunması ve sonraki kuşaklara aktarılabilmesi için en sağlıklı ve geçerli yöntem niteliğindedir. Batı Dilleri Sözcüklerine Karşılıklar Kılavuzu adlı eserin önsözünde "... Batı'da, yeniden doğan kavramlar için nasıl yeni sözcükler yapılıyorsa, Türkçe'de de bu kavramları karşılayacak yeni sözcükleri hemen türetmemiz gerekir. Bu görev, özellikle yeni buluşlarla, yeni düşüncülerle ilk kez karşılaşan ve ülke ekinine, ülke endüstrisine, ülke ticaretine bunları katan kimselere düşer..."<sup>534</sup> şeklinde görüşlerini belirten Melih Cevdet Anday, spor konusunda kullanılmakta olan yabancı kavramların Türkçeleştirilmesinde asıl sorumluluğun, spor ve spor basını dünyasına düştüğüne de işaret etmektedir.

Ancak günümüz spor basını ve spor basını çalışanlarının Anday'ın vurguladığı sorumluluğun sahiplenilmediği gözlemlenmektedir. Spor basını, kullanmak zorunda olduğu bu spor kavramlarını Türkçeleştirmedeği gibi, Türkçe'si var olan bir çok

<sup>533</sup> Mc Quail ve Windahl, a.g.e., s. 147.

<sup>534</sup> Melih Cevdet Anday, **Dilimiz Üzerine Konuşmalar**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1996, s. 97.

kavramı da kullanmamaktadır. Gerçekten de “savunma” yerine “defans”, “hücum” yerine “ofans”, “alan savunması” yerine “zone defans”, “bitiş” yerine “finish” kavramlarını kullanan spor basını ve çalışanlarından, Türkçeleri olmayan kavramları Türkçeleştirme yönünde çaba göstermelerini beklemek hatalı olacaktır. Bu nedenle de futbol aracılığıyla Türkçe’ye 70’in üzerinde sözcüğün Türkçeleştirilmeden girmiş olmasını<sup>555</sup> doğal bir gelişme olarak kabul etmek gereklidir.

Spor basınının yabancı kavramların Türkçeleştirilmesine katkıda bulunmaması ve kavramların Türkçe karşılıklarını kullanmaması bir yana spor basınında Türkçe kazandırılmış kavramları da kullanılmamaktadır. Aksoy, Türk Dil Kurumu bünyesinde yer alan Terimler Kolu’nun Jimnastik Terimleri Sözlüğü, Uçantop Terimleri Sözlüğü, Alantopu Terimleri Sözlüğü, Masatopu Terimleri Sözlüğü, Sepettopu Terimleri Sözlüğü ve Yumrukoyunu Terimleri Sözlüğü gibi sözlükleri çıkardığını<sup>536</sup> söylemektedir. Söz konusu edilen sözlüklerin bile adlarının günümüzde yabancı karşılaşması, özleştirme çabalarından sonra kullanılmamasından kaynaklanmaktadır. Bu noktada söz konusu edilen Türkçeleştirilmiş kavramları öncelikle kendisi kullanmayarak, dolaşıma sokmayan spor basını suçludur.

Türkçeleştirilmiş olsun veya yabancı dilden aldığı gibi aynen kullanılsın, spor kavramlarının haber veya yorum içinde kullanılması dikkatin ötesinde, bilgi gerektirmektedir. Bu kavramların ne anlama geldiğini, nerede ve ne zaman kullanılması gerektiğini bilmek, bu kavramların kullanımında en önemli noktayı oluşturmaktadır. Dünya Güreş Şampiyonluğu’nu kazanan Celal Atik ile ilgili yorumunu telefon ile yazdıran Tercüman Gazetesi Spor Servisi’nden Ali Gümüş’ün “Celal Atik’in Bravlesi” olarak aktardığı başlık, telefonun diğer ucundaki spor basın çalışanının “bravle”<sup>537</sup> kavramını bilmemesi nedeni ile okuyucuya “Celal Atik’in Kurabiyesi”<sup>538</sup> biçimde ulaştırılmıştır. Bu anı herhangi bir konu veya spor dalında uzmanlaşmayı kendisine hedef olarak seçen spor basını çalışanının, uzmanlaştığı konu dışında diğer konu ve spor

<sup>535</sup> Bülent Tanık, “Adana’da Futbol ve Demirspor Futbolun Adana’ya Girişine İlişkin Gözlemler”, **Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 357.

<sup>536</sup> Ömer Asım Aksoy a, **Gelişen ve Özleşen Dilimiz**, Genişletilmiş 2. Basım, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 1970, s. 21-22.

<sup>537</sup> Bravle: Güreşte, alttaki güreşçinin, beline sarılmış olan rakibini, bir ya da iki bileğinden yakalayıp kılıç atarak yana düşürme oyunu. Bkz. Savaş, a.g.e., s. 29.

<sup>538</sup> Acar a, a.g.e., s. 77.

dalları ile ilgili temel kural, kavram ve ilkeleri de bilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Yukarıda aktarılan anı, spor kavramları ile ilgili bilgi ve deneyimin sahibi olmanın yanı sıra kavramların Türkçeleştirilmesi gerekliliğine de işaret etmektedir.

Spor basını dilinde teknik kavramlar gibi bir cümlelin en basit öğeleri olan özne, sıfat ve yüklem kullanımında da kimi farklılıklar görülmektedir. Haber ve yorumda öznesi ile uyuşmayan, biçimsel ve anlam olarak aykırı düşen yüklemelerin kullanılması, spor basını haber ve yorumlarında sık karşılaşılan hatalardan biri haline gelmiştir. Spor basını haber dilinde yaşanan bir diğer sorun ise yüklemelerin zamanları ile ilgilidir. Haberlerde yüklemelerin zamanlarında birlik olmaması, haberin bir bütün olarak anlaşılmasını güçleştirdiği gibi, yazarı açısından da bir sonraki cümleyi biçim ve anlam açısından oluşturmada sorun yaratmaktadır. Bu nedenle spor haberlerinde yüklemelerin zaman birliği içinde olması gerekmektedir.

Öte yandan haberlerde kullanılan yüklemelerin etken veya edilgen olması da spor basını dili açısından önem taşımaktadır. Tokgöz, etken yüklemeler kullanılmasıyla okuyucuların cümleler arasındaki bağıntıyı kaybetmemesi açısından yararlı olduğunu vurgularken, etken veya edilgen yüklemeler arasında bir bütünlük olması gerektiğinin<sup>539</sup> de altını çizmektedir.

Spor basını özelliikle haberlerde özne kullanımında yaşanan belirgin bir sorun ise belirsiz, kesin bir biçimde tanımlanamayan ve bu nedenle de doğrulanamayan bir grubun özne olarak kullanılmasıdır. Spor basını haberlerinde “tarafar”, “tarafarlar”, “futbolseverler”, “sporseverler”, “spor kamuoyu” gibi öznenin çok geniş bir kitleyi kapsadığı cümleler kullanılmaktadır. Öte yandan “... Kulübü”, “... Kulübü yöneticileri” gibi yine belirsiz bir grubu özne olarak veren haberler spor basınında yayınlanmaktadır. Spor basınına göre “tarafar”, “...kulübü”, “futbolseverler”, “Türk sporseverleri” tepki vermekte, kınamakta, lanetlemekte veya herhangi bir oyuncunun transfer edilmesini istemektedir. Böylesi öznelerin haber veya yorumda kullanılabilmesi için, haber veya yorumun yer aldığı yayın organı tarafından bir kamuoyu araştırması yapılmış olması gerekmektedir. Ancak, uzun zaman alan ve yüksek maliyetli bir araştırma yapmanın olanağı bulunmadığı için, söz konusu edilen genelleyici öznelerin kullanımı hatalıdır. Haber veya yorumun hazırlık aşamasında gerekli ve yeterli düzeyde ayrıntılı ve titiz

<sup>539</sup> Tokgöz, a.g.e., s. 178.

biçimde araştırma yapılmıyor olması ve spor bäsınının veya spor basını çalışanının kendi düşüncesini, yorumunu, istek ve beklentisini yine kendi imzası altında okura sunma cesaretini gösterememesi de böylesi öznelerin kullanılmasındaki diğer gerekçeleri oluşturmaktadır.

Spor basını dilinde gözlemlenen hem bir diğer farklılık hem de bir diğer sorun sıfat kullanımını ile ilgilidir. Snyder ve Speitzer, ABD’de spor basınının oyunculara “Dört nala koşan ruh”, “Bebek”, “Dört atlılar” gibi adlar takarak kahramanlaştırmaları, böylece hem spora olan ilgiyi artırdıklarını hem de sporun alınıp satılabilen bir tüketim malına dönüşmesine katkıda bulduklarını söylemektedirler<sup>540</sup>. Bu gelişmenin ardından spor basınında sıfat kullanımı yaygın bir hale gelmiştir. Gerçekten de okur, yıldız veya kahraman olarak gördüğü sporcuların bu tür sıfatlarla anılmasını kendi görüşünün doğrulanması anlamında istemektedir.

Öte yandan sıfat kullanımı haber ve yorumu daha ilgi çekici hale getirdiği de yaygın bir kanı haline gelmiştir. Sıfatların habere renk kattığı gibi bir görüş doğrudur, ancak yerinde olmayan veya öznesinin hak etmediği bir sıfatın kullanılması habere yanlış ve uyumsuz bir renk katmaktadır<sup>541</sup>. Fransız Dışışleri Bakanlarından Clemenceau, La Justice Gazetesi’nin Yazışleri Müdürü iken içe yeni başlayan bir muhabire “... bir cümle yazarken, önce bir isim, bir fiil, bir de tümleç kullanacaksın. Sıfat kullanmak istiyorsan, önce benim iznimi almalısın.”<sup>542</sup> diyerek haber ve yorumda sıfatların yerinde kullanılmasının ne denli önemli olduğuna dikkat çekmiştir.

Yukarıda sıralananlar sıfat kullanma gerekçeleri bağlamında spor basını haber dilinde sıfat kullanımının doğal ve kaçınılmaz bir uygulama olduğu sonucuna varılabilir. Ancak günümüz spor basını dilinde sıfat kullanımı yukarıda aktarılan amaç ve sınırlılıklardan uzaklaşarak, büyük bir yoğunlukta ve gereksiz olduğu durumlarda da sıfat kullanımını biçiminde uygulanmaktadır. Bu uygulama ilk bakışta okurun ilgisini ve dikkatini çekse de, zaman içinde okur, gelişen teknolojik ve ekonomik koşullar nedeni ile kullanılan bu sıfatların, ne denli gerçek ve hak edildiğini gözleme olanağına sahip

<sup>540</sup> Snyder ve Speitzer, 1983, a.g.e., s. 211’den Büker, a.g.e., s. 50

<sup>541</sup> Westley, a.g.e., s. 107.

<sup>542</sup> Tokgöz, a.g.e., s. 178.

olacaktır. Bu durumda orta ve uzun vadede spor basınının güvenilirliğini kuşkulu hale getirecektir.

Spor basınında haber ve başlık yazımında sıfat kullanma alışkanlığı gibi kısaltma kullanma alışkanlığı da gelenek halini almıştır. Genellikle kulüp adlarını nitelendirmek için kullanılan kısaltmaların nasıl saptandığını Hürriyet Gazetesi Spor servisinden Esat Yılmaer, basketbol özelinde, “[Daçka nedir? Sorusu üzerine] Basketbol seyircisinin koyduğu bir ad. Darüşşafaka’yı böyle kıstattılar... Karşıyaka’nın Kaf Kaf diye, Barcelona’nın Barça diye kısaltılması gibi”<sup>543</sup> şeklinde açıklamaktadır. Benzer bir biçimde Galatasaray Spor Kulübü Cimbom, Arslan, Fatih’in Arslanları<sup>544</sup>, Fenerbahçe Spor Kulübü önceleri Kanarya, Sarı Kanaryalar, günümüzde ise Fener, Beşiktaş Jimnastik Kulübü Kartal, Kara Kartal, Trabzonspor Karadeniz Fırtınası, Eskişehirspor Es Es, Kırmızı Şimşekler, Göztepe Spor Kulübü Göz Göz biçimde kısaltmalar ile anılmaktadır. Başına herhangi bir renk getirilen şimşek sıfatı, spor kulüplerini nitelendirmek için en çok kullanılan sıfat olma özelliği taşımaktadır. Öte yandan kulüp adlarının sonunda yer alan spor sözcüğü kaldırılarak, Kocaelispor Kocaeli, Denizlispor Denizli biçiminde kullanılması da yaygın bir uygulamadır.

Spor basınında karşılaşılan bir diğer yaygın uygulamada sporcuların özellikle de futbolcuların isimlerinin kısaltmasıdır. Prof. Dr. Nevzat Gözaydın, Kemalettin yerine Kemo, Abdullah yerine Apo, Şifo gibi kısaltmaları kullanılmasının sempati yaratmak ve hoş görünmek olduğunu, bu tür kısaltmaların okuyucu tarafından daha çabuk kabul edilmesini sağladığını, ancak konuşma ve yazı diline herhangi bir katkıda bulunmak bir yana dili yoksullaştırdığını<sup>545</sup> belirtmektedir.

Spor basınında kullanılan kısaltmalar ile ilgili olarak “Galatasaray” yerine “G.Saray” yazan spor sekreterinin işine son veren Yeni Gün Gazetesi sahibi Cihad Baban’ın, “Okuyucu bilmece çözmez”<sup>546</sup> gerekçesi ile kısaltma yapılmaması gerektiğini

<sup>543</sup> Hakkı Devrim, “<<Daçka>> Dedikleri de Nedir?”, **Radikal Gazetesi**, 16 aralık 1999, s. 7.

<sup>544</sup> Fatih Sultan Mehmet ve Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımını 1996 –2000 yılları arasında 4 kez arka arkaya şampiyon yapan, UEFA Kupasını kazandıran Teknik Direktör Fatih Terim’e gönderme yaparak.

<sup>545</sup> Nevzat Gözaydın, “Dilimiz-Felsefemiz” **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 74-75.

<sup>546</sup> Uluç a, 1987, a.g.e., s. 98.



yönündeki sözleri oldukça haklıdır. Spor basınında kullanılan kısaltmaların tüm okurlar tarafından bilinemeyeceği olasılığı göz ardı edilerek sıkça kullanılan kısaltmalar, sıkı taraftar ve okurlar tarafından anlaşılmasına karşın, diğer okurlar tarafından anlaşılammaktadır. Bu durumda spor basını sorunun nedeni olan haber veya yorumda kısaltmanın kullanımını gerektiren ilk yerde açılımı ile parantez içinde kısaltmasını vererek sorunun girebilecekken, bu uygulama ve sonucu olan sorunda spor basını ısrarcı olduğu görülmektedir.

Türk spor basınında gerek haber gerekse yorumlarda sıfat kullanımında olduğu gibi yoğun bir biçimde deyim kullanımı gözlemlenmektedir. “Genellikle gerçek anlamı dışında kullanılarak bir düşünceyi anlatan kalıplaşmış söz grubu”<sup>547</sup> olarak tanımlanan deyimler, kuşkusuz haber veya yorum, türü ne olursa olsun yazıyı etkili kılmasının yanı sıra renklendirmektedir. Ancak spor basınında deyimlerin yoğun bir biçimde kullanımı, ürünü etkili ve canlı hale getirmek, inandırıcı kılmak amacından çok spor basını konu seçimi ve sahip olduğu ekonomi politik söylemden kaynaklanmaktadır.

Spor basını seçtiği konuları, sahip olduğu ekonomi-politik söyleme uygun hale getirerek okuyucusuna sunmaktadır. Daha sonra ayrıntılı bir biçimde de değinileceği gibi, spor basını, sahip olduğu dil ve bu dilin kullanıma sokulması ile tarihe indirgenmiş bir milliyetçilik söylemine sahiptir<sup>548</sup> ve bu söylemi haber ve yorum formunda okurlarına aktarmaktadır. Tarihe indirgenmiş bir milliyetçilik söylemi ise milliyeti vurgulanan ulusun, ortak kültürünün en önemli parçası olan dilden destek almaktadır. Deyimler kalıplaşmış olma özelliğini tarihsel süreç içinde kazandığı ve bu kalıplaşmada ortaklık yarattığı için milliyetçilik söyleminin gizli ve en önemli destekçileri arasında yer almaktadır.

Öte yandan deyim ortaklaşmış olması nedeni ile her okur tarafından anlaşılmaktadır. Çünkü okurlar deyimlerin üretildiği ortak kültüre sahiptir. Ayrıca deyim kullanılarak yazılan haber ve yorumlar daha hareketli, renkli, okuru sıkmayan ürünlerdir. Didaktik, ciddi, bilgi verme amacını ön planda tutan yazılara göre tercih edilme olasılıkları çok daha yüksek olan deyimler kullanılarak yazılan yazılar daha

<sup>547</sup> Resimli Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 1977, s. 157.

<sup>548</sup> Talimciler, kullanılan dil temel alınarak toplumların tarihsel bilinçaltılarının açığa çıkarılabileceğinden hareket ederek, günümüz Türk toplumunun Osmanlı'nın batılılaşma çabalarından bu yana Batıya karşı hayranlık ve eziklik duygusu içinde olduğunu belirtmektedir. Talimciler, a.g.m., s. 99.

eğlendirici de olmaktadır. Bu nedenlerden ötürü spor basını dilinde deyim kullanımına yer vermektedir.

Spor basınında kullanılan dilin, sporun doğasında var olan heyecan olgusunu okurlara aktarabilecek nitelikte olmalıdır. Spor etkinlikleri sırasında yine sporun doğasından kaynaklanan rekabet, kazanma hırsı, kazanmanın sevinci, kaybedenin üzüntüsü gibi insani duygular da spor basınına okuyucularına aktarması gereken haber ögelere arasında yer almaktadır. İnsan duygularını dile ve yazıya dökmenin zorluğu göz önüne alındığında, spor basınında kullanılan dilin ne denli önem taşıdığı ve nitelikli olması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Öte yandan spor basını okuyucusunun genellikle görmediği, izlemediği karşılaşmaları veya spor etkinlikleri hakkında bilgi sahibi olmak, onları görmüş gibi olmak istemesi spor basınına dilinde de farklılaşmalara neden olmaktadır. Çünkü bu talepleri yerine getirecek olan spor basını haber ve yorumlarında kullanılan dil sürükleyici ve resimsi olmak durumundadır<sup>549</sup>. Resimsi olmak durumundadır, çünkü okuruna görmediği bir olayı, etkinliği aktaracak, onun görmüş gibi olmasını sağlayacaktır. Sürükleyici olmak durumundadır, çünkü, bilinmeyen, görülmeyen bir olay veya olguyu tanımlamak oldukça güç ve anlaşılması zor bir uğraştır. Okurun bu yöndeki talepleri spor basınına kimi zaman geleneksel haber dilinden uzaklaşmasına neden olmaktadır.

Spor dünyasının içinde görevli olanların geldikleri toplumsal ve kültürel tabakanın genel nitelikleri göz önüne alındığında, bu kişilerin spor basınında yer alan açıklamalarının sözcüğü sözcüğüne kendilerine ait olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu durum da spor basınında dil ile ilgili yaşanmakta olan bir başka soruna işaret etmektedir. Söz konusu edilen sorunun nedeni ise spor basını ve çalışanı olmayıp, spor basınına konusunu oluşturan sporun öznesi konumundaki sporcu, teknik direktör ve yöneticilerdir.

Spor basını çalışanı, spor dünyası içinde yer alan aktörlerden aldığı açıklamaları haber veya yorum formuna getirirken ayrıca bir işlemden geçirmektedir. Öncelikle konuşma dili biçiminde alınan bu açıklamalar, yazı diline dönüştürülmekte, bunun içinde Türkçe dil bilgisi kurallarına uygun hale getirilmekte, sporcuların eğit ve kültür

<sup>549</sup> Eroğlu, a.g.m., s. 82.

düzeyleri ile doğru orantılı olmak üzere açıklamanın yazı diline dönüştürülmesi için gerekli kimi düzeltme ve eklemeler yapılmakta ve bunlar yapılırken de haber dili ve yapısı için kaçınılmaz olan ilkeler gözetilmektedir. Bu durum da spor basını çalışanlarının görevleri arasında “dil katili” olarak davranan sporcuların dile daha az zarar vermeleri sağlamaya çalışmanın da bulunduğunu göstermektedir. Bu görev kültür ve kültürün korunması adına son derece önemlidir. Çünkü spor basını okuyucularının büyük bir bölümünü gençler oluşturmakta ve bu okur kitlesi açıklaması yayınlanan sporcuları model olarak almaktadırlar. Tüm bu işlemlerin ardından yayınlanabilir hale gelen açıklamalarda kimi zaman anlam kayıpları olmakta, kimi zaman ise açıklama sahibinin kastetmediği, amaçlamadığı düşünceler varmış gibi gözükmemektedir. Bu durum ise spor basını çalışanını söylenmeyeni yazma suçlaması ile karşı karşıya bırakmaktadır.

Türkiye’de olduğu gibi ABD’de de spor basını çalışanları profesyonel sporcuların sözlerini aktarmada büyük güçlükler yaşamaktadır. Philadelphia Inquirer Gazetesi spor servisi çalışanlarından Bill Lyon “Birçok profesyonel sporcunun söylediklerini müstehcen olmaları nedeni ile kelime kelime aktaramazsınız... onların sözlerini yıkamak zorundasınız” derken, Chicago Tribune’un spor editörü George Langford da, söz konusu temizlik işleminin sporcuları kurtarmak için değil, okuyucular için yapıldığını belirtmektedir<sup>550</sup>. Bu noktada spor dünyasından alınan dil ve anlam açısından bozuk ve düzeltilmesi gereken demeçler, spor servisi çalışanlarına, polemik yaratarak tirajı artıracak haberler yapmaları için olanak da tanımaktadır.

Kimi spor gazeteleri ve bu gazetelerde görev yapan spor basını çalışanları “ciddi” spor gazetesi ve gazetecileri olma iddiası ile karmaşık ve sofistike bir dil kullanma eğilimindedirler. Diğer basın türlerinde olduğu gibi spor basınında da haber veya yorumlarda kullanılan her türlü uzun cümle, ne kadar başarılı ve etkili tasarlanmış olsa da habere birleşik cümlelerden daha çok zarar vermektedir. Söz konusu edilen nitelikteki cümlelerin okuyucu tarafından anlaşılması güç olduğu kadar redaksiyon anlamında düzeltilmesi de aynı oranda güç olmaktadır<sup>551</sup>. İyi yorum yapma ve etkili yazma adına ağdalı bir dil kullanan, içeriği gibi dilini de karmaşık hale getiren spor yazarları, yorumlarını “Klasik Edebiyat” ürününe çevirmektedirler.

<sup>550</sup> H. Eugene Goodwin, *Graphing for Ethics in Journalism*, Iowa: Iowa State University Press, 1983, s. 204.

<sup>551</sup> Westley, a.g.e., s. 107.

Yukarıda aktarılmaya çalışan karmaşık ve sofistike yazma iddiası ve çabası içindeki spor basını çalışanlarının sayısı oldukça az olması nedeni ile dikkat çekmezler iken, bu uygulamaların tam tersi bir yöntem benimseyip, uygulayan spor basını çalışanlarının sayısı çok daha fazla olması nedeni ile eleştiri almaktadırlar.

Spor basını, kültür ve kültürün yozlaşması ile ilintili olarak kullandığı dili ile kültürü yozlaştırma suçlaması ile karşı karşıyadır. Bu suçlamanın dayanakları sadece spor basını dilinde kullanılan yabancı sözcükler ve bu sözcüklerin ana dili yozlaştırması ile sınırlı kalmamaktadır. Suçlama asıl dayanağını spor basınının yoz bir dil kullanılmasından almaktadır. Spor basınının konu ve içerik olarak sporu işleme ve spor kavram ve kurallarının çoğunun yabancı olması kuşkusuz ana dili bozacak olan bir etmendir. Bu etmen, kültürel kurumların işletilmesi ile kavramların Türkçeleştirilmesi sayesinde ortadan kaldırılabilir. Ancak spor basınının yoz bir dil kullanması, dile ve kültüre yabancı kavram ve sözcüklerin kullanılmasından çok daha ağır zararlar vermektedir ve giderilmesi ise çok da kolay olmamaktadır. Bu noktada spor basınının bir kitle iletişimi aracı olduğu ve kitle iletişim araçlarının işlevlerinden olan ayna olması nedeni ile toplumu ve kaçınılmaz olarak da toplumun kültürünü yansıttığı savunusu yapılabilir. Ancak diğer kitle iletişim araçları gibi spor basını da kamusal görevlere sahiptir. Bu kamusal görevler arasında toplumsal kültürün korunması ve geliştirilmesi de yer almaktadır. Bu bağlamda spor basını adına yapılacak olan bu savunu geçersiz olmaktadır.

Spor basını dilinin de haber dili olması gerekirken<sup>552</sup>, tecimsel ve içeriğin anlamını yitirmesi, sorun doğasında bulunan öğelerin ve insani duyguların aktarılamaması gibi kaygılardan dolayı, spor basını; günlük konuşma diline yakın bir haber dili kullanmaya başlamıştır. 1960'lı yıllarda "Ben hiçbirşey istemiyorum, bana bir kart verin yeter" diyerek spor servislerine çalışmaya gelen gençlerin ortaokul ve lise düzeyinde ancak hevesli ve özellikle de spora tutkulu gençler olduğunu söyleyen Spor yazarı Abdülkadir

<sup>552</sup> Spor basını dili gibi, basının diğer dallarında kullanılan haber dilinde de değişmeler ve bozulmalar olduğu gözlemlenmektedir. Üstelik bu durum, günümüze özgü değildir. Dönemin Tercüman Gazetesi Spordan Sorumlu Müdürü Atilla Gökçe "Karpuzun bir dilimi tatlı ise diğer dilimleri de tatlıdır" diyerek basının genel anlamda bir diz bozukluğu ve yozlaşması yaşadığına dikkat çekmiştir. Atilla Gökçe a, "Türkiye'de Spor Basınının Dil ve Sayfa Tekniği Sorunları", **Spor Basını ve Basında Spor Semineri 15-16 Mart 1985**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, 1985, s. 49. 1999 yılında yayınlanmaya başlayan Star Gazetesi Spor servisi dil konusunda benzerlerinden oldukça daha yoğun bir biçimde argo kullanmaktadır. "GS'Lilere Bizi Meze Yapma", **Star Gazetesi**, 8 Aralık 1999, s. 31.

Yücelman, 1960'lı yıllarda başlayan sendika çalışmaları ile kadrolaşmaları, spor servislerinin lise öğrencisi ve hatta ortaokul öğrencileri düzeyinde kalmasına yol açtığını, bu nedenle de spor basını dilinin lise veya ortaokul kompozisyon dilinden farksız olduğunu da<sup>553</sup> belirtmektedir.

Yücelman'ın belirttiği nitelikteki spor basını çalışmasının istihdam eden spor basınında kullanılan haber dilinde sözcükler, ibareler ve hatta bütün olarak tümcelerinin kitlesel olarak üretilmiş, her biri kendinden sonra gelenle özdeş plastik mutfak kapları gibi görünen bir üslupta<sup>554</sup> oldukları dikkat çekmektedir. Bu tür gazeteler böylece tekrarlama yolu ile kendi dilini ve dilsel "sahiciliğini" yaratmakta ve böyle bir dilin gerçekten var olduğu sanısını doğurmaya çalışmaktadırlar<sup>555</sup>. Spor basını dil kullanımı ve sözcük seçimi konularında yaptığı tekrarlamalar, kendi dil kullanımı içinde bir tutarlılık ve istikrar sağlama amacından çok gelecekte kullanımında hazır bir sözcük deposuna sahip olmaya yöneliktir. Spor basını daha önce değinilmiş olan niteliklerle sahip bir dili kullanmadığı için, haber veya yoruma konu olan olay ve olguları abartacak, dramatize edecek ve kimi zaman da vulgarlaştıracak bir dil kullanımı ile haber ve yorumlarını yapılandırmaktadır.

Spor basınına eleştirilen bir dili kullanmasında 1950'li yıllarda başlayan 1980'li yıllarda doruğa ulaşan kitle iletişim teknolojilerindeki gelişmeye koşut olarak spor basınına yaşadığı tecimsel kaygıların payı bulunmaktadır. Özellikle televizyonun teknolojik ve içerik olarak gelişmesi, toplum genelinde yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bu da spor basını yaygınlığının azalmasına, spor basınına okumak için fazladan zaman ayrılan bir uğraş olarak görülmesine yol açmıştır. Spor basınına televizyon ile girdiği bu yersiz rekabet önce spor basını sayfalarının renklenmesine ve daha fazla fotoğraf kullanılmasına ardından da dildi farklılaşmalar yaşanmasına doğru bir gelişim çizgisi izlemiştir. Tüm bu gelişmelerin yanı sıra insanoğlunun mücadele, rekabet, kavgaya ilgi duyması da gerekçe olarak gösterilerek saldırgan bir dil kullanılmaya başlanmıştır. İnsanların artık okumaya zaman ayırmamaları, spor

<sup>553</sup> Yücelman, 1985, a.g.b., s. 45.

<sup>554</sup> Fritz Spiegl, **Keep Taking the Tabloids! What the Papers Say and How They Say It**, London Pan, 1983, s. 10'dan aktaran Rowe 1996a, a.g.e., s. 261.

<sup>555</sup> Rowe, 1996a, a.g.e., s. 261.

basınının haber başlık ve metinlerini daha ilgi çekici kılabilmek için argo deyimleri kullanılmasına neden olmuştur<sup>556</sup>.

Tüm eğitim ve kültür seviyesindeki okurların anladığı gerekçe gösterilen günlük konuşma dilinin haber dili olarak kullanılması zaman içinde erozyona uğramış, zaman içinde argo bir dil kullanılmaya başlamıştır. Spor basınının kullandığı argo, “bir meslek grubunun veya bir topluluk üyelerinin kullandığı, genel dilin sözcüklerine yeni anlamlar yükleyerek veya genel dile yeni sözcükler katarak oluşturulan dil”<sup>557</sup> değil, “külhanbeyi”<sup>558</sup> dili olan argodur.

Richman, tüm eğitim ve kültür seviyesindeki okurların anlaması gerekçe gösterilerek yazılan bu argolarla dolu basit yazı ve yorumların sahiplerini “okuyucunun en düşük beğeni düzeyine yaltaklanan bayağı yazarlar”<sup>559</sup> olmakla suçlamaktadır. Spor basını dilinde argo kullanımı spor basını, saygınlığını yitirmesinin yanı sıra yeni bir tehlike ile karşı karşıya bırakmaktadır. Spor basını okurları, spor basınında kullanılan argoyu anlamadıklarında, eğlenmek veya bilgi sahibi olmak için anlamadığı sözcüklerle dolu olan okumakta olduğu haberi bırakıp bir başka haberi okumaya başlayacağı gibi, yukarıda sıralanan amaçlarını gerçekleştirmek için spor gazetesini okumamayı da tercih edebilmektedirler. Bu da spor basınının argo kullanmadaki amacının tam zıttı bir durumun ortaya çıkması anlamını taşımaktadır.

Spor basınında argo kullanımı, sadece spor basını tarafından talep edilen bir uygulama değildir. Spor haber ve yorumlarında argo kullanımı, spor basınına saygınlığını yitirme, okur kaybetme gibi zararlar verse de, kimi spor basını okuru tarafından daha farklı bir işlev doğrultusunda kullanılmaktadır. Toplumsal yaşam içinde kullanılan ve toplumsal yapı ve kültürün ayrılmaz parçası olan dil, kendisini kullanan bireylerin yaşamlarını biçimlendirmektedir. Bu önerme, tersten kurulduğunda ise, dil kullanılarak yeni bir dünyanın oluşturulacağı, dünyanın yeniden anlamlandırılabilceği<sup>560</sup> sonucuna ulaşılmaktadır. Dili kullanarak, kendisine verili olan

<sup>556</sup> Kaya a, a.g.t., s. 225.

<sup>557</sup> Özkırmı, a.g.e., s. 25.

<sup>558</sup> Özkırmı, a.g.e., s. 25.

<sup>559</sup> A. Richman, “Death of Sportswriting”, *GQ*, Eylül 1991, s. 337’den aktaran Rowe, 1996a, a.g.e., s. 262.

<sup>560</sup> Metin, a.g.m., s. 92.

yaşamın dışında bir başka yaşam yapılandırma, günlük yaşamda argo ve “geyik muhabbeti” şeklinde kendisini göstermektedir.

Gerek argo, gerekse geyik muhabbeti, sosyolojik anlamda kaba gözlemle bile incelendiğinde kendisine has bir dile sahip olduğu, kullanıcıları tarafından resmi ve günlük konuşma dili dışında farklı anlamlandırmalara sahip bir dil kullanıldığı saptanmaktadır. Argo ve geyik muhabbetinde kullanılan dil yine resmi veya egemen dilin sözcükleri olmakta, ancak kullanıcıları tarafından yeniden anlamlandırılarak, verili olan anlamın geçerliliğini yitirmesi sağlanmaktadır.

Yine resmi dili kullanarak yapılan yapılandırma ile resmi dilin dışına çıkılması, resmi veya egemen dil tarafından günlük yaşama konmuş olan tüm kuralların, tabuların, yasakların geçerliliğini yitirdiği, resmi veya egemen dilin sahibi ve kullanıcıların iktidarları ve iktidardan aldıkları gücün zayıflaması anlamını taşımaktadır. Çünkü iktidar sahipleri, argo ve geyik muhabbeti dilini kullananlara, yapmaları veya yapmamalarını istedikleri davranışları, uymaları gereken kuralları aktaramayacak, iletişim kuramayacak ve bir anlamda da onları sorumlu tutamayacaktır. Egemen dilin benimsetmiş olduğu resmi söylemi yıkıcı nitelikte bir dil kullanan geyik muhabbeti çoğu zaman farklı kültürel, toplumsal ve sınıfsal yaşam deneyimlerine sahip bireyleri kendi potası içinde eriten ortak bir iletişim alanı oluşturma, bu nedenle de adı geçen farklı gruplardan gelen bireyleri ortak bir kimlik altında birleştirme<sup>561</sup> özelliğine de sahiptir.

Böylesi işleyiş ve niteliklere sahip olan dilin toplumsal yapı ile bulunduğu yerde resmi söylemi yıkmış olması nedeni ile kendisinin bir söyleme dönüşmesi kaçınılmaz olmaktadır<sup>562</sup>. Bu bağlamda Baker ve Demir’in de belirttiği gibi söyleme dönüşen bu dilin, ne söylediği değil nereden dolaşıma sokulduğu önem taşımaktadır. Tüm bu sıralananlar ışığında kendisine bir argo oluşturmuş, klişeler yaratmış, daha sonra değinilecek olan patolojik ve militarist kavramlara yeni anlamlar yüklemiş ve tüm bunları kullanmış olan spor basını dikkatleri üzerine toplamaktadır. Spor basınının argo

<sup>561</sup> Metin, a.g.m., s. 92-93.

<sup>562</sup> Heino da snowboard örneğinde, yeni sporların sembolik gücünün ve sembolik direnişlerinin kullanılan giysi, ekipman ve dilde ortaya çıktığını söylemektedir. Snowboard ile uğraşan gençler geleneksel kayakçıların kullandığı giysi ve ekipmanların hiçbirin kullanmamakta, paylaştıkları hip-hop kültürüne uygun giysiler ve snowboardlar ile bu sporu yapmaktadırlar. Ayrıca sporun teknik, kural, hareket ve uygulamalarını nitelenmek için yine gelenekselleşmiş ve burjuva sporu olarak bilinen kayak sporundaki hiçbir kavramı kullanmamaktadırlar. Bkz. Heino, a.g.m., 178.

sahibi olması veya geyik muhabbetlerine konu olmasının dışında tüm bunları “dolaşıma sokması”, bir diğer deyişle de yeniden yapılandırılmış bir dilin “dolaşıma sokulduğu yer” olması onu önemli kılmaktadır.

### 3.2. Haber ve Yorumlarda Klişe Kullanımı

Tüm basın türlerinde kimi klişelerin bulunması ve bu klişelerin haber ve yorum yazımında kullanılması doğaldır. Söz konusu edilen klişeler, basının kendisinin üretmediği, konu aldığı olay, olgu veya etkinlik ile bunların sahipleri, sorumluları veya organize edenleri tarafından üretilmiş sözcük ve sözcük öbekleridir. Basmakalıp sözler olan klişeler olmaksızın belirli konuları okurlara kısa ve öz olarak aktarmak olası değildir. Tüm bu sıralanan özellik ve işlevlerin ışığında klişe, ilgililerinin ortaya çıkardıkları belirli bir durum, olay veya olguyu kısa ve öz olarak anlatmayı amaçlayan, dilin ayrılmaz bir parçası haline gelmiş sözcük veya sözcük öbekleri olarak tanımlanabilir. Spor basınına da kendisine özgü bir konuyu, olguyu ve olayı okuyucusuna haber ve yorum formatında aktardığı için, sporda bulunan klişeleri kullanması kaçınılmazdır. Bu bağlamda spor basınında da klişe kullanımı doğal bir uygulama niteliğindedir.

Spor basınında kullanılan klişeler, spor basınının konusu olan spor dünyası ve spor dünyasının aktörleri tarafından da üretilmiştir. Kuşkusuz bunda spor basınının yayın yaptığı toplumsal yapının da büyük rolü bulunmaktadır. Toplumun genel kültür, ekonomik ve politik yapısı, spor basınında kullanılmakta olan klişelerin oluşmasında pay sahibidir. Çünkü, daha önce de değinildiği üzere klişeler dilin bir parçasıdır ve dil de toplumsal yapı ve yaşamın hem nedeni hem de sonucudur, toplumsal bağlamdan etkilenmemesi, onu etkilememesi beklenemez bir durumdur.

Ancak spor basınının, spor dünyasının klişelerinin yanı sıra kendisinin de yarattığı klişeleri kullandığı gözlemlenmektedir. Kimi spor yazarları, hali hazırda kullanılmakta olan spor klişeleri değiştirerek, kendine özgü olanı yaratmaktadırlar. Böylesi bir uygulama yazarın kendi üslubunu yaratması ve kendisini diğerlerinden farklı kılmasına adına olumludur. Ancak bu amaç doğrultusunda kullanılacak bir araç olması gereken klişe değiştirmek ve yeni klişe yaratmak, araç olmayı aşarak amaca dönüştüğünde, yazının okuyucusunu olduğu kadar yazarını da rahatsız edecek boyutlara



ulaşmaktadır. Bu bağlamda haber yazan iyi bir muhabirin veya yorum yazan iyi bir yazarın ürününde yoğun bir biçimde klişe kullanmaması, gerekli durumlarda kullanılmakta olan klişeleri değiştirmesi, abartılı ifadeler ile deyimlerin abartılı bir biçimde kullanılmasından kaçınması gereklidir<sup>563</sup>.

Spor basınında klişe kullanımı öylesi bir noktaya varmıştır ki, spor dünyasının yarattığı ve kullandığı klişelerden çok daha fazlası spor basını çalışanları tarafından üretilmiş ve kullanıma sokulmuştur. Klişelerin spor basını çalışanları tarafından bu denli yoğun olarak üretilmesi ve kullanılması, daha önce de değinilmiş olan tekrarlama yolu ile kendi dilini ve dilsel “sahiciliğini” yaratmak ve böyle bir dilin gerçekten var olduğunu kanıtlama amacına yöneliktir. Spor basını klişeleri de bu amacın gerçekleştirilmesini sağlayan “plastik mutfak kaplarının” görünen yüzüdür. Kendi dilsel sahiciliğini yaratmak ise, okurunu var olan toplumsal, kültürel ve ekonomik bağlamından kopartmak anlamını taşımaktadır. Bağlamından kopartılan bir bireyin veya bireylerin ise, iletilere çok daha açık ve savunmasız olacağı, çok daha kolay manipüle edileceği açık bir gerçektir.

Her ne kadar spor haber ve yorumunu daha renkli ve canlı kılmak, okurun dikkatini çekmek amacına yönelik olarak hazırlandığı savunulsa da spor basını klişeleri, o kadar çok konuda ve çok sayıda üretilmiştir ki, spor basınının dil sahiciliğini doğurmaktan başka bir amaca yönelik olduğu ve bu amaç dışında bir amaca hizmet ettiği iddia edilemez. Spor basınının konusunun futbol olması nedeni ile sadece futbol ile ilgili klişelerin sıralanması bu yargının somut bir biçimde kanıtlanmasına ve daha net anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

Her sporda olduğu gibi futbolda da amaç kazanmaktır. Futbolda kazanmak içinse öncelikle gol atmak gerekmektedir. Spor basını “Gol” ve “Gol pozisyonları” ile ilgili bir çok klişe yaratmıştır. Spor haber ve yorumlarında gol, sadece kendisi yani “gol” olarak da tanımlandığı ve kullanıldığı gibi “Topu/meşin yuvarlağı filelere göndermek”, “Topu fileler ile buluşturmak”, “topu ağlara göndermek/bırakmak”, “müsait pozisyonu değerlendir(eme)mek”, “golü bulmak” biçiminde de tanımlanmakta ve kullanılmaktadır. Kazanmanın aracı iken spor basını tarafından amaca dönüştürülmüş olan gol, kimi zaman sahibi ile birlikte de anılmaktadır: “...’nin golü ile hayata dönmek”, “gol orucunu

---

<sup>563</sup> Westley, a.g.e., s. 108.

bozmak”, “goller ...’dan geldi (..dakika)”, “...dakikada golü bulan ...”. Kimi zaman ise, “90’a göndermek”, “90’a takmak”, “gole şapka çıkartmak”, “harika düşünölmüş bir gol”, “uzun zaman unutulmayacak bir gol”, “sahalarımızda görmeye alışık olmadığımız/sahalarımızda ender/nadir görölen bir gol” gibi klişelerle golün estetik yanı ve önemi vurgulanmaktadır. Yorumlardan çok spor haberlerinde gol, sahibi ve estetik yanı ile birlikte golün hazırlanışı veya kaçırılması da işlenmektedir. Bu durumlarda ise “Ceza alanına/sahasına girmek”, “müsait pozisyonda olmak”, “...’ın düşürölmesi ile kazanılan serbest vuruş/atış/penaltı/frikik”, “kale direğini sıyırmak”, “çok az farkla avuta çıkmak/gitmek” gibi klişeler kullanılmaktadır. “Gol orucunda olmak” uzun süredir gol akamayan bir futbolcuyu nitelenmek için kullanılırken, “beraberliğı/galibiyeti getiren gol”, “...’yı hayata döndüren gol”, “...’yı ipten alan gol” klişeleri ile de golün önemi vurgulanmaya çalışılmaktadır.

Karşılaşma sonuçlarına ilişkin klişeler de spor basınında kullanılmaktadır. Herhangi bir karşılaşmadan kazanan taraf olarak ayrılan takım “karşılaşmadan mutlu ayrılan taraf” olarak nitelenirken, bu takımın galibiyeti “zafer”<sup>564</sup>, “farklı galibiyet”, “farklı kazanmak”, “tarihi fark”, “muhteşem bir sonuçla geçmek/yenmek/elemek”, “puansız göndermek”, gibi klişelerle aktarılmaktadır. Galibiyet kimi zaman, “... engelini aşmak/geçmek” biçiminde mağlup olan taraf ile birlikte anılmaktadır. Yenilgi spor basını için “Yara almak” ve “yaralı olmak [bir önceki hafta yenilgi almak]”, “hezimet”, “ligdeki düşüşe devam”, “başarısız sonuçlara bir yenisi eklemek” gibi klişelerle ifade edilirken beraberlik ise “tek puanla göndermek” veya “tek puanla yetinmek” zorunda olunan bir sonuçtur. Çünkü spor basınına göre tek amaç vardır, o da kazanmaktır. Var olan ekonomi-politiğe koşut biçimde spor yapan herkes, her takım kazanmak durumundadır. Sporun estetik yanı, mücadele etmiş olmanın önemi, sağlık, dostluk gibi söylemler sporun pazarlanmasında kullanılan argümanlardır ve spor basını açısından kazanmak kadar önem taşımamaktadırlar.

Kazanması gereken takımların, kazanmak için yaptıkları veya yapacakları çalışmalar hazırlıklar da spor basını açısından önem taşımaktadır. Daha önce de aktarıldığı üzere takımların hafta içi yapmış oldukları hazırlıklar spor basınıın konu

<sup>564</sup> Galibiyetin “zafer” olarak nitelendirilmesi, bir sonraki galibiyetin veya çeyrek final, yarı final ve final dizgesinde süre giden karşılaşmalarda elde edilmesi durumunda nasıl nitelendirilebileceğı sorusu yanıtız kalmaktadır.

sıkıntısı çektiği dönemde özel çalışma alanını oluşturmaktadır. Bu nedenle takımların karşılaşma öncesi hazırlıkları ile ilgili haberlerde kullanılmak üzere bir çok klişe hazırlanmıştır. Bir diğer deyişle de bir çok kavram klişeleştirilmiştir. Herhangi bir takımın karşılaşmaya hazırlanması “hazırlıklarını dün de sürdürmek”, “hazırlıklarını tamamlayarak (dün) kampa girmek”, “...’nın ... provası”, “hazırlıklarını tamamlamak ve maç saatini beklemeye başlamak” klişeleri ile aktarılırken, hazırlıklara spor basınının dahil edilmemesi özellikle vurgulanarak “basına kapalı idman yapmak” klişesi kullanılarak verilmektedir. Karşılaşma öncesi takımlardaki sakat veya cezalı oyuncular, karşılaşmanın kazanılması açısından önem taşıdığı için bunlar ile ilgili de bir çok klişe yaratılmıştır: “sakat ve cezalı oyuncuların teknik heyeti korkutması”, “...’nın sakatlıkları, ...’nin ise cezalı olmaları nedeni ile (yarınki) karşılaşmada yer alamayacak olmalarının, teknik direktör .... düşündürmesi”, “...’nın ...’ya karşı oynamasının zor olduğu belirtildi”. Sakat ve cezalı oyuncuların karşılaşma öncesi durumlarının verilmesi, spor basınının ayrıcalıklı konuları olan 3 Büyükler ve Trabzonspor’un teknik direktörlerinin “...’yı yenecek güce sahip olduklarını” açıklamalarına karşın, beklenmedik olası bir sonuç alması durumunda meşrulaştırılmış ve deklare edilmiş bir gerekçe olması amacına yöneliktir. Yine karşılaşma öncesi sakat veya cezalı oyuncuların yerine hangi oyuncuların oynamasının planlandığı “sakatlığı/kart cezası nedeni ile forma giyemeyecek olan ...’nın yerine ...’nin oynamasının beklenmesi” klişesi ile verilmektedir.

3 Büyükler ve Trabzonspor’un ayrıcalıklı bir konuma sahip olması, 4’lü Oligarşi ile Başaltı takımlarının ligdeki durumlarının ve amaçlarının da ayrıca ve farklı olarak vurgulanmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda 3 Büyükler ve Trabzonspor’un ligdeki durumları ve genel amaçları “liderlik/ikincilik/üçüncülük mücadelesi vermek”, “İlk beşe girmek”, “şampiyonluğa kilitlenmek”, “şampiyonluğu hedeflemek”, “şampiyonluk ipini göğüslemek”, “... kupasını müzesine taşımak/götürmek”, “...”, “iddiasını korumak”, “final/yarı final kapısını aralamak”, “finale/yarı finale adını yazdırmak”, “destan yazmak”, “tüm hesaplarını şampiyonluk lig ikinciliği için/üzerine yapmak” klişeleri ile ifade edilmektedir. 4’lü Oligarşi dışındaki takımlar ise onlar kadar başarılı olamayacağı önyargısı ile daha düşük hedeflere yöneltilmektedir. “ilk 10 arasında yer almak”, “ligin alt/üst sıralarında mücadele etmek”, “başarılı/başarısız sonuçlara imza atmak”, “başarılı/başarısız/iyi/kötü grafik çizmek”, “galibiyet ile nefes almak”, “tarihinin en

kötü sezonunu yaşamak”, “... için şansını sürdürmek”, “...’nın karşısında duramamak/tutunamamak” klişeleri Başaltı takımlarının durumlarını ve amaçlarını nitelenmek için kullanılmaktadır. Öte yandan ligdeki durumları iyi olmayan takımların sıralamadaki yerleri daha da dramatize ederek “ligde kalma mücadelesi vermek”, “ateş hattında olmak”, “düşme hattına yaklaşmak”, “tüm hesaplarını kümede kalma/galibiyet/üç puan vb için/üzerine yapmak”, “son günlerin başarılı/başarısız takımı olmak” klişeleri ile sunulmaktadır.

Takımların karşılaşma içindeki durumları ve hedefleri ise “skoru artırmak”, “skoru korumak”, “golün şokunu atmak”, “geçen haftanın şokunu atmış görünmek”, “ilk golün gecikmesi”, “disiplini bozmak”, “oyun düzeninden uzaklaşmak”, “pozisyon zengini olmak”, “top yapmak”, “pas dağıtmak”, “oyun kurmak”, “üstünlük kurmak”, “orta saha hakimiyetini kaptırmak”, “kademeye girmek”, “şov yapmak”, “adeta şov yapmak”, “kontra atağa kalkmak” gibi klişeler kullanılarak aktırılmaktadır.

Takımların karşılaşma içindeki durumları ve hedefleri gibi futbolcuların saha içi konumlar ve görevler ile ilgili de bir çok klişe yaratılmıştır. Futbolcuların saha içindeki dizilişleri, saha içindeki konumlar ve futbolcuların bu konumlar bağlamındaki görevleri spor dünyası tarafından oluşturulan kavramlar ile aktarılmasının yanı sıra spor basınının kendi oluşturduğu klişeler kullanılarak da aktarılmaktadır. “Savunma/ceza sahası”, “ceza yayı üzeri”, “rakip saha”, “rakibin yarı/ceza sahası/alani”, “18”<sup>565</sup> klişeleri saha içindeki konumları nitelenmek için kullanılırken “İleri uç”, “forvet”, “ileri ikili/üçlü”, “orta beşli”, “defans hattı” gibi klişeler ise saha içindeki bu konularda görev yapan futbolcuları tanımlamak için kullanılan klişelerdir. Saha içinde görevli olan futbolcuların hareketleri ise “Savunmayla orta saha/orta saha ile ileri uç arasında köprü görevi yapmak”, “deplase olmak”, “boş alana kaçmak”, “kendini unutturmak”, “geçit vermemek”, “çizgiden götürmek”, “defans zaafi”, “defansın açık vermesi”, “topu uzaklaştırmak”, “tehlikeyi savuşturmak”, “derinlemesine pas yapmak/atmak”, “kendi yarı/ceza sahası/alani”, “kendi sahasına hapsetmek” gibi klişeler ile ifade edilmektedir.

Günümüzde sporcuların birer kahraman olarak görülmelerinin ardından birer yıldız olarak kabul edilmeleri onların spor haber ve yorumlarında özel bir yere sahip

<sup>565</sup> Ceza sahasının 18 olarak adlandırılması, ceza sahasının İngiliz ölçü sistemi ile 18 yarda olmasından kaynaklanmaktadır. Bkz. Talay, a.g.e., s. 18.

olmalarını beraberinde getirmiştir. Bunda kuşkusuz televizyon istasyonlarının sporu ve sporcuyla eleştirmeyen ve onlara destek olan tutumlarının da payı bulunmaktadır. Televizyon istasyonlarının eleştirel olmayan bu tavrı, spor basını da etkilemiş, spor basını özellikle futbolculara karşı eleştirel tutumunu yumuşatmak zorunda kalmıştır. Bu bağlamda sporcular, birer yıldız olarak sunulma gayreti içinde, başarıları abartılı olarak verilmiş, bunun içinde birçok klişe yaratılmıştır. “File bekçisi” olarak nitelendirilen kaleciler “panter kesilmek”, “geçit vermemek”, “90’dan çıkarmak”, “yan topları almak”, “yan toplara çıkmak”, “iyi yer tutmak” , “barajı yerleştirmek”, “Topun kaleciden/barajdan/direkten dönmesi” gibi klişeler ile anılmaktadırlar. Ancak varoluş nedenleri gol atılmasını engellemek olan kaleciler, futbolun güzelliği olan golü ve golcülerin yarattığı mutluluğu bozmakla görevlendirilmiş “oyunbozanlar”dır<sup>566</sup>. Diğer futbolcuların yaptığı hatalar, yine yaptıkları güzel hareketler ve attıkları goller ile affedilebilirken, kalecilerin böyle bir şans bulunmamaktadır. Bu nedenle de haberi yazan muhabir insafli ise kalecinin hatası “şanssız gününde olmak”, “kontropiyede kalmak”, “zamanlaması iyi/kötü olmak” gibi klişeler ile ifade edilmektedir. Ama her zaman suçlanan ve bu suçun cezasını ödemek zorunda kalan odur. Herhangi bir oyuncu ceza sahasında “9 kusurlu hareket”ten birini yaptığında bile bu kusuru düzeltmek, düzeltmediği zaman ise cezayı çekmek kaleciye düşmektedir.

Futbolcular özellikle de golcüler seyirciler için olduğu kadar spor basını için de özeldir. Onlar spor basınına varlık nedenidir, bu nedenle de özel olarak işlenmek zorundadırlar. “Gecenin/karşılaşmanın/sahanın yıldızı olmak”, “herkesi büyülemek”, “sahanın en iyisi olmak”, “ayakta kalan tek oyuncu olmak”, “canla başla çalışmak/mücadele etmek/savaşmak”, klişeleri yıldızlar için yaratılmıştır. Yıldızların sayılarının az olması bu klişelerin rast gele kullanımını önlediği gibi bir düşünce var olabilir. Ancak her zaman bir yıldız gereksinim duyulması, birinin yıldız olarak gösterilmesini gerektirmektedir. Yıldızların, yıldızlaşmasına yardımcı olan futbolcular ise “orta sahanın beyni”, “defansın bel kemiği”, “Sezonun en iyi/kötü oyununu oynamak”, “son günlerin formda oyuncusu olmak”, “Oyuna girmek”, “Oyundan çıkmak”, “tecrübeli oyuncu”, “soğukkanlı oyuncu”, gibi klişeler ile anlatılmaktadırlar. Bir de yıldız adayı olan genç futbolcular bulunmaktadır. “Genç oyuncu”, “ümit veren

---

<sup>566</sup> Galeano, a.g.e., s. 12.

oyuncu”, “yetenekli oyuncu” klişeleri bu futbolcular için hazırlanmıştır ve bu futbolcular niteliklerini kaybetmedikleri takdirde yıldızlar için kullanılan klişeler ile anılacaklardır. Takımlar ise “en iyi kadroya sahip olmaları” ile övülür, “gol/galibiyet sözü” veren, “yıldızlardan kurulu takım” olduğu vurgulanır. Futbolcular kimi zaman da “riskli hareketler yapmak”, “gereksiz kart görmek”, “... dakikada kırmızı karta oyun dışında kalmak”, “kadro dışı kalmak”, “bu sezon istenileni vermemek”, “formasını ...’ya kaptırmak”, “yedek kulübesine adeta demir atmak” gibi klişeler kullanılarak eleştirilirler.

Spor basını haber ve yorumlarında sporcu sakatlanmaları “... ameliyatı geçirerek sahalardan uzaklaşmak”, “uzun süren sakatlık dönemi sonrası sahalara dönmek”tir. Sakatlanan sporcular ise başka ifade kullanmaksızın “forma giyeceği günü sabırsızlıkla beklemekte”, “forma giyeceği gibi iple çekmekte”, “formasını geri almakta”, “takımdan ayrı kalmasına üzülmekte”, “oynayamaması nedeni ile kahrolmakta”dır, sakatlanan her futbolcu için “tribünlerden seyretmenin daha zor” olmaktadır.

Futbolcuların transferleri ile ilgili haberler, daha önce de değinildiği gibi spor basınının konu ve haber sıkıntısı çektiği futbol liglerinin kapandığı dönemlerdeki başat haberler ve haber konusudur. Bu haberlerde duyurulanların büyük bir bölümünün gerçekleşmemesi, haberin öznesi veya nesnesi konumundakiler tarafından yalanlanması, okuyucunun da yalan haber kabulü ile heyecan ve aidiyet duygusunu tatmin için bu haberleri okumak istemesi, haberlerin gerçek ile bağıntılarının düşük yoğunlukta olduğunu kanıtlamaktadır. Gerçeklik ve nesnellik dereceleri düşük yoğunlukta olan bu tür ve içerikteki haberlerde, spor basınının dilsel sahiçiliğini kullanması çok daha kolay ve kaçınılmaz olmaktadır. Bu nedenle de transfer haberlerinde klişe kullanımı diğer konulardan çok daha yoğun bir oranda gerçekleşmektedir.

Spor basınındaki transfer konulu haber ve yorumlarda bir takım veya birden çok takım kesinlikle birilerine taliptir. Çünkü haberin varlık nedeni bu taleptir. Bu nedenle de “...’nın transfer atağı”, “..., ...’ya ... ve...’ya talip”, “..., ...’nın transfer listesinde”, “..., ...’nı işini bitirmek üzere”, “..., ... için harekete geçti”, “..., yeni sezon için futbolcu/golcü/kaleci arayışlarını sürdürüyor” klişeleri transfer konulu haber ve yorumlarda kullanılan başlıca klişeler arasında yer almaktadır. Kulüplerin özne olarak kullanıldığı transfer haberlerinin yanı sıra futbolcuların ön plana çıkarıldığı, özne olarak görüldüğü transfer haberleri de bulunmaktadır. Bu tür haberlerde söz konusu edilen

sporcu “bir çok takımın gözdesi haline gelen savunma/forvet/orta saha oyuncusu olmak”tır, bu sporcunun “ transferi ... kulislerinde” konuşulmaktadır. Öte yandan kulübü ile sorunları olan ve başka kulübe transfer olmak isteyen futbolcular da bulunmaktadır. Spor basını bu futbolcular için “takımında ayrılmak isteyen ..., yöneticilerden anlayış beklemesi”, “... kulübüne transfer olmak isteyen ..., yöneticilerden bonservisinde indirim yapmalarını beklemesi” gibi klişeleri kullanmaktadır. “İnşallah jübilemi de bu forma altında yaparım”, “... gibi büyük bir camiaya geldiğim için mutluyum”, “...’a uzun yıllar hizmet etmek istiyorum”, “bana güvenenleri utandırmayacağım” gibi birçok klişe, futbolcunun transferi gerçekleşikten sonra, bunu duyuran haberlerde yer almaktadır. Transfer edilen ancak beklenen performansı gösteremeyen, kendisini kanıtlaması için yeterli zaman tanınmayan sporcular için kullanılan klişe tektir: “büyük umutlar ile transfer edilen ancak şu ana kadar kendini gösterememek/hayal kırıklığı yaratmak/kendinden bekleneni verememek”.

“Oyunu okumak”, “...’yı 18 kişilik maç kadrosuna almak”, “...’yı 18 kişilik maç kadrosundan çıkarmak”, “ideal 11’i kurmakta zorlanmak”, “gerekli değişiklikleri yapmamak”, “takım içinde disiplini sağlayamamak”, “yönetim ile arası açık olmak”, yönetici ve taraftarın, Einstein kadar zeki olmasını, Freud kadar insan psikolojisi bilmesini, Meryem gibi mucize yaratmasını, Gandhi kadar sabırlı olmasını istedikleri<sup>567</sup> futbol dünyasının diğer aktörlerinden olan teknik direktörler için spor basınında kullanılan klişelerdir.

“Hakemin başlama/bitiş düdüğü”, “orta sahayı/korneri/serbest atışı/penaltı noktasını göstermek”, “kart göstermediği için oyunun sertleşmesine neden olan”, aynı zamanda da “haksız kart gösteren” hakemler için kullanılan klişelerdir. Hakem, Galeano’nun deyişi ile kimi zaman gördüğü ile kimi zaman ise görmediği ile eleştirilen, ancak hiçbir zaman hiçbir tarafın olumlu düşünmediği saha içinde “hiçbir muhalefete olanak tanımayan dikta rejimini sürdüren tiran”<sup>568</sup>, saha dışında ise korumasız bir futbol dünyası aktörüdür.

<sup>567</sup> Galeano, a.g.e., s. 21.

<sup>568</sup> Galeano, a.g.e., s. 18.

Spor haberlerinin ayrılmaz parçası olan Hava ve Saha durumu ile ilgili klişeler ise şu şekilde sıralanmaktadır: “Kendi sahası”, “deplasman”, “ilk/ikinci yarıda rüzgara karşı oynamak”, “saha avantajını kullanmak”, “futbol oynamaya müsait bir hava/saha/zemin”. Seyirciler ise spor basınının özel ilgi alanını oluşturmaktadır. Seyircilerin, “ateşli taraftar/seyirci”, “muhteşem/coşkulu taraftar”, “vefağar/cefakar taraftar”, “az sayıda taraftar”, olması ve “sevgi gösterisinde bulunması”, “zaferi kutlaması”, “sabaha kadar uyumaması”, “takımlarına destek vermesi” durumunda spor basını için bir sorun yoktur, spor basını bu nitelikteki taraftarları bu gibi etkinlikler için desteklemektedir. Ancak spor basının verdiği destek, destek olmaktan çıkarak genellikle kışkırtmaya dönüştüğünde taraftarlar, “Holiganlar”, “Şiddet yanlısı taraftarlar”, “amacı olay çıkartmak olan taraftarlar”, “bir avuç ne idüğü belirsiz” klişeleri ile anılmaya başlanmaktadır.

“Yabancı takımlar karşısında kondisyon eksikliğimiz olması”, “teknik olarak onlardan eksikliğimiz olmaması”, “anlayış farklılığı bulunması”, “Avrupalı takımlara karşı artık rahatlıkla gol pozisyonu bulabilmemiz”, “Avrupa takımlarına karşı aşağılık kompleksinden kurtulmamız”<sup>569</sup>, “Artık tüm ağırlığı lige vermek [Elenmenin ardından]”, “Türk futbol tarihinde ilke imza atmak”, “Avrupa Fatihi olmak”, “Ezilmeyip yenilmek”, “onurlu beraberlik/yenilgi”, “gurur duymak”, “destan yazmak”, “tarih yazmak”, “Avrupa takımı gibi oynamak”, “Avrupa takımı olduğumuzu göstermek”, “Küçümsemelerinin bedelini ödetmek” “... Ekolü”, “... Futbolunun güçlü temsilcisi”, “... yolunda önemli bir engeli geçmek/aşmak”, “... için büyük avantaj elde etmek”, “turu zora sokmak”, “Avrupa futbolunun en zor/güçlü liglerinden biri olan ... liginde lider olan ...”, “İkinci tur/final/yarı final vizesi almak” spor basınında ulusal takımının veya kulüp takımlarının karşılaşmalarını konu alan haber ve yorumlarda sıklıkla kullanılan klişelerdir.

### 3.3. Spor Basınında Kullanılan Patolojik Kavramlar

Spor haberlerinde genellikle can çekişme, hastalık, aksamak, ölü gibi olmak topallamak, can çekişmek gibi patolojik kavramlar kullanılmaktadır. Bu tür patolojik

<sup>569</sup> Tarik Sipahi, “Her Zaman, Her Yerde Rastlayabilirsiniz Futbol Klişeleri”, *Gazete Pazar*, 11 Ocak 1998, s. 27.



kavramların spor haber ve yorumlarında kullanımının ilk ve görünür amacı eleştirilmekte olan olay, olgu, kişi veya kurumda var olduğu ileri sürülen sorunun belirginleşmesini sağlamak, okuyucuda konu ile ilgili dikkat uyandırmak ve inandırıcılığı sağlamaktadır.

Gerçekten de Lukacs “Genel olarak sağlığın ilerlemenin, hastalığın ise gericiğinin safında yer aldığı söylenbilir... Anormalliğe gelince, çoğu zaman bu, insanlığın ilerlemesinin yönüne ve yapısına karşı kısır bir muhalefettir, yani geleceğe dönük olmayan bir muhalefet...” şeklindeki ifadesi spor basınının içeriği anlamlı kılma ve dikkat çekme adına patolojik kavramları metafor olarak kullanmasını haklı çıkarmaktadır. Ancak spor haber ve yorumlarında kullanılan patolojik kavramların gerek nitelik gerekse nicelik olarak incelenmesi farklı amaçlara da hizmet ettiğini göstermektedir. Öte yandan Gürbilek’in, Lukacs’ın eleştirisinde hastalık kavramının, modern sanatı tanımlamak için kullanılan kısırlık, sakatlık, yozlaşma, çürüme, can çekişme ve ölüm metaforlarıyla örerek insanın tüm biyolojik korkularını kullanma amacına yönelik olduğu<sup>570</sup> biçimindeki yorumu, patolojik kavramları kullanan spor basınının öncelikli amacının farklı olduğu yönünde ip uçları vermektedir.

Spor basınında kullanılan bazı patolojik klişeler ise şu şekilde sıralanmaktadır: “parçalamak”, “ezip geçmek”, “rakibini dağıtmak”, “operasyon yapmak”, “pençe geçirmek”, “avlamak”, “hançer gibi saplamak”, “kansızlar/kansız olmak”, “...’nın öfkesi”, “...’nın gazabı”, “..’nın öcü”, “müzminleşmek/kronik hale gelmek/kronikleşmek [takım içinde giderilemeyen hatalar için]”, “sancılı bir dönem geçirmek”, “şok girmek/şoka sokmak”, “nefes aldirmamak”, “göbekten saldırmak”, “göbekten delmek”, “göbekten geçmek”, “dişli rakip”, “canla başla mücadele etmek”, “dişi tırnağı ile mücadele etmek”, “formasını terletmek”, “takımı sırtlamak”, “defans,/orta saha/ileri uç için aranan kanın bulunması”, “körük gibi ciğerleri olmak”, “orta sahanının beyni,” “defansın belkemiği”, “gözüne kestirmek”, “topun direği yalaması”, “rakipleri uyutmak”, “bücür”.

<sup>570</sup> György Lukacs, “Sağlıklı Sanat ya da Hastalıklı Sanat”, *Writer and Critic*, 1970, s. 103-109’dan aktaran Gürbilek, a.g.e., s. 87-88.

Yukarıda geçen patolojik kavramlar, haber ve yorumlar içinde yer alırken, “İnönü’de Boğarız”<sup>571</sup>; “Türksün Bugün Ezer Geçersin”<sup>572</sup>; “Haydi Korkma Vur Yumruğunu”<sup>573</sup>; “Haydi Kartal Parçala Horozu”<sup>574</sup>; [Kurban Bayramının ikinci günü Galatasaray’ın başarısının ardından] “Bu Can Sana Kurban”<sup>575</sup> gibi ifadeler ise spor gazetelerinin birinci sayfasındaki manşetler şeklinde okuyuculara aktarılmıştır.

Söz konusu edilen ve eleştirilen patolojik kavramların haber ve yorum içinde sadece kavram olarak geçmesinin okuyucu üzerinde yaratacağı etki ile birinci sayfada ve üstelik manşet içinde verilmesinin yaratacağı etki çok daha farklı olmaktadır. Spor basınında başarı; zafer, ezmek, parçalamak başarısızlık ise ezilmek, parçalanmak, dağılmak, ruhsuzluk, kansızlıktır. Çünkü başarı amaçtır ve amacı gerçekleştirmek gerekmektedir. Bu amacın gerçekleştirilebilmesi için, bireyin aklının araçsal akıl olması, bireyin her türlü yöntemle güdülenmesi, hatta biyolojik korkularının kışkırtılarak güdülenmesi bile meşru yöntemlerdir. Biyolojik korkuları kışkırtılarak ve daha önce değinilen konu ve haber/yorum yazım teknikleri ile bağlamından kopartılan bireyin, bir diğer deyişle de spor basını okurunun ekonomi-politiğin de olumladığı bu söylemi kabullenmesi son derece kolay olacaktır.

1980’li yıllardan sonra Türk basınında kullanılmaya başlanması ile bir paralellik gösteren spor basınında patolojik kavramların kullanımı, toplumsal kültür ve dilin bir parçası olan deyimler formunda olmakta, bu da itici olmalarını da önlemektedir<sup>576</sup>.

Spor basınında patolojik kavramların yanı sıra “Arslanın pençesi”, “kartalın gagası”, “dev oyuncu”, “devleşmek”, “bücür” “yeniden doğmak” gibi mitsel benzetmeler, “fırtına gibi esmek”, “zirveye çıkmak”, “rüzgar gibi esmek”, “savurmak”, “sallamak”, “fırtına/deprem etkisi yaratmak” gibi doğa olaylarını çağrıştıracak deyimler kullanılmaktadır. Bu mitsel benzetmeler ve doğa olaylarını çağrıştıracak deyimler de patolojik kavramların kullanım amacına koşut amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır.

<sup>571</sup> “İnönü’de Boğarız”, **Taraftar Fotomaç**, 20 Kasım 1996.

<sup>572</sup> “Türksün Bugün Ezer Geçersin”, **Taraftar Fotomaç**, 27 Ekim 1992, “Savulun Türkler Geliyor”, **Fanatik**, 11 Haziran 1996.

<sup>573</sup> “Haydi Korkma Vur Yumruğunu”, **Taraftar Fotomaç**, 16 Eylül 1992.

<sup>574</sup> “Haydi Kartal Parçala Horozu”, **Fanatik**, 1 Ekim 1997.

<sup>575</sup> “Bu Can Sana Kurban”, **Fanatik**, 17 Mart 2000.

<sup>576</sup> Bu noktada, patolojik deyimler içeren dilin bulunması, patolojik kavramların kullanılmasına getirilen eleştirilerin toplumsal kültür için de geçerli olacağı sonucunu doğurmaktadır.

### 3.4. Spor Basınında Kullanılan Cinsel Kavramlar

Spor basını insani korkuları kışkırtacak patolojik kavramlar, mitsel benzetmeler ve doğa olaylarını çağrıştıran deyimler yanı sıra cinsellik söylemini üzerine yapılandırılmış bir dili de kimi zaman kullanmaktadır. “İngiliz Basını Yenilgiyi Hazmedemeyip yine Saldırdı “Yavşaklar””<sup>577</sup>; “Galatasarayımız Manchesteri Oyup Destan Yazdı”<sup>578</sup>; “Kızlar Kadar Olamadılar”<sup>579</sup>; “Şerefsizler”<sup>580</sup>; “Neredesiniz Delikanlı Juventus Erkekleri”<sup>581</sup>; “Bunlar Eşşoğlueşek”<sup>582</sup> spor basının yine birinci sayfasında, manşette yer alan cinsellik söylemi üzerine yapılandırılmış dilinin örnekleridir.

Spor basınının cinsellik söylemini, rakipleri aşağılamak, aşağılama yolu ile yenilgiyi veya hataları gizlemek ve başarıyı olduğundan daha büyük göstermek amacı ile kullanmaktadır. Spor basını Türk takımlarının kendi aralarında yaptığı karşılaşmalarda daha ölçülü ve seviyeli olma gereksinimi duyması nedeni ile böylesi kavramlar nadir olarak kullanılmaktadır. Nadir de olsa bu tür kullanımlar ile karşılaşmaktadır. 3 Büyükler ve Trabzonspor’un diğer takımlar ile yaptığı kimi karşılaşmalar ile ilgili haberlerde bu tür seksist ifadeler kullanılmaktadır. Yüksel, Galatasaray ve Bursaspor Kulüpleri arasındaki futbol karşılaşması öncesi FotoMaç Gazetesi’nin “Sıra Kestanede”, “Kestaneyi de çizecekler” şeklinde başlık attığını söylemektedir<sup>583</sup>. Başlıkla kullanılan “Kestane” sözcüğü ile kestanesi ünlü olan Bursa şehri ve şehrin adını taşıyan futbol takımı nitelenmemiştir. Kestane sözcüğü ve kalça, “Kestaneyi çizmek” argosu ile kesici veya delici bir alet ile kalçanın yaralanması veya anal ilişki anlatılmak istenmiştir.

<sup>577</sup> “İngiliz Basını Yenilgiyi Hazmedemeyip yine Saldırdı “Yavşaklar””, **Taraftar Fotomaç**, 5 Kasım 1993’den aktaran Talimciler, a.g.m., s. 103.

<sup>578</sup> “Galatasarayımız Manchesteri Oyup Destan Yazdı”, **Taraftar Fotomaç**, 4 Kasım 1993’den aktaran Talimciler, a.g.m., s. 103.

<sup>579</sup> “Kızlar Kadar Olamadılar”, **Fanatik**, 25 Kasım 1998.

<sup>580</sup> “Şerefsizler”, **Fanatik**, 24 Kasım 1998; “Şerefsizler”, **Taraftar Fotomaç**, 24 Kasım 1998. Her iki spor gazetesi de 24 Kasım 1998 tarihinde aynı başlığı atmışlardır.

<sup>581</sup> “Neredesiniz Delikanlı Juventus Erkekleri”, **Taraftar Fotomaç**, 25 Kasım 1998.

<sup>582</sup> “Bunlar Eşşoğlueşek”, **Taraftar Fotomaç**, 25 Kasım 1998.

<sup>583</sup> Yüksel b, a.g.e., s. 96.

### 3.5. Spor Basınında Kullanılan Militarist Kavramlar

Spor basınında sıkça karşılaşılan bir diğer kavram yumağı militarist kavramlardır. “3 cephede birden savaşmak [Lig, Federasyon Kupası ve Avrupa Kupalarındaki karşılaşmalar için]”, “...’nın füzesi”, “bazuka gibi şut”, “...’nın bombası”, “direkte patlamak”, “baskın yemek”, “...’nın en büyük silahı”, “gizli silahı olmak”, “kendi silahı ile vurmak”, “savaşmak”, “savaşan takım”, “hücumu destek vermek”, “hücum etmek”, “atak yapmak”, “atağa kalkmak”, “savunma/defans yapmak”, “cansiperane savunma”, “savaşçı takım/oyuncu”, “takımın sahadaki komutanı”, “saha kenarındaki kurmaylar”, “generaller ve erler”, “tehlikeli oyuncu”, “tehlikeli pozisyon”, “kaybedilen orta sahanın yeniden alınması”, “rakip yarı/ceza saha/alanını işgal etmek”, “kendi sahasına hapsetmek”, “zafer kazanmak”, “bozguna uğramak/uğratmak”, “revizyona gitmek”, “ezeli rekabet”, “düşmanlık”, “rekabet”, “rakip”, “kazanmak”, “yenmek”, “yenilmek”, “...’nın affının olmaması” gibi militarist kavramlar haber ve yorum içinde kullanılırken, “Gidin vurun Gelin”<sup>584</sup>; “Avrupa Bombalanacak”<sup>585</sup>; “Ya İstiklal Ya Ölüm Maçı”<sup>586</sup> gibi militarist ifadeler içeren başlıklar spor basınında birinci sayfasında yer almaktadır.

Bu noktada sporun kazanma amacı üzerine yoğunlaşması ve hatta bu amaç için yapılıyor olması, böylesi niteliklere sahip olan sporu konu ve içerik olarak işleyen spor basınında kesin ve net bir biçimde savaşı kazanmaya odaklanan silahlı kuvvetlerin kullandığı kavram ve ifadelerin kullanmasının masumane bir nedeni olarak görülebilir. Diğer taraftan sporun, savunma ve hücum amaçlı kimi strateji, taktik ve planları gerekli kılması, bu planların eklektik bir yapı ve disiplin içinde uygulanmasının kaçınılmaz olması silahlı kuvvetler ile benzeşmesine yol açmaktadır. Bu durumda silahlı kuvvetler ile benzeşmiş olan sporu işleyen spor basınında, sporun kendisinde de kullanılmakta olan kimi militarist kavramları kullanması kolaylaştırmakta, meşru görülmesini sağlamaktadır.

Ancak spor basınında militarist kavramların kullanılmasının asıl ve öncelikli amacı, daha önce değinilmiş olan deyimlerin de yardımı ile dilde milliyetçilik

<sup>584</sup> “Gidin Vurun Gelin”, **Taraftar Fotomaç**, 16 Eylül 1997.

<sup>585</sup> “Avrupa Bombalanacak”, **Taraftar Fotomaç**, 16 Eylül 1992.

<sup>586</sup> “Ya İstiklal Ya Ölüm Maçı”, **Taraftar Fotomaç**, 29 Mart 1995.

söyleminin yapılandırılmasıdır. Spor basınının ulusal takımın veya kulüp takımlarının Avrupa takımları ile yapacağı karşılaşmaları ile ilgili haberlerde “biz” ve “onlar” karşıtlığını yapılandırması, tarihten de aldığı destek ve militarist kavramların da yardımı çok daha etkili olmaktadır.

Spor basınının uluslararası karşılaşmalarda, militarist kavramların yanı sıra “onlar” olarak nitelendirdiği rakiplerin otantik özelliklerini alaycı bir üslupla, aşağılama malzemesi olarak kullanılması da dikkat çekmektedir. Herhangi bir Türk takımı veya ulusal takımın İspanya ile oynayacağı karşılaşma öncesi gül, şal, zil, kurban kesmek, boğa şişlemek, Almanya ile oynayacağı karşılaşma öncesi biracılar, Danimarka ile oynayacağı karşılaşma öncesi Vikingler, İtalya ile oynayacağı karşılaşma öncesi pizza yemek, makarnacılar, çizmeyi giymek, Fransa ile oynayacağı karşılaşma öncesi horozu yolmak gibi ifadeler içeren haberler spor basınında yayımlanmaktadır. Öte yandan karşılaşılan rakibin dilinde başlık atmak da yine aşağılama amacına yönelik uygulanan bir diğer gelenektir. Türk takımlarının karşılaşmaları kazanmasının ardından, yenilen rakip takımın ana dilinde genellikle “elveda” veya “güle güle” anlamına gelen sözcükler başlık olarak kullanılmaktadır.

Spor basını, ulusal takımların veya Türk takımlarının yurtdışı karşılaşmaları ile ilgili haberlerde biz ve onlar karşıtlığını temel alan bir dili kullanması nedeni ile oldukça rahattır. Öte yandan yurt içi karşılaşmalar ile ilgili olan çatışmanın dramatikleştirilmesi ve mücadeleye ilişkin öğelerin vurgulanmasında kullanılacak dil açısından spor basını güçlük yaşamaktadır. Spor basını 3 Büyükler ve Trabzonspor dışında kalan takımların taraftarlarını incitmek için kullandığı haber dilinde denge sağlamak zorundadır. Bora'nın “Başaltı” takımlar olarak nitelendiği bu takımlar ile ilgili haberlerde, spor basını dengeli bir dil kullanmayı büyük ölçüde başarmaktadır. Ancak spor basını açısından asıl büyük sorun; Mutlu'nun da belirttiği gibi “Büyük takımlar” ile ilgili haberlerde kullanılacak dildir<sup>587</sup>. Spor basını bu sorunu, 3 Büyükler ve Trabzonspor ile ilgili haberlerde bu takımları karşılaştırıp, herhangi birinin üstünlüğünü tescil edilmesine yol açacak bir dil kullanımı yerine, her takım ile ilgili haberlerde olumlu veya olumsuz yönlerini diğerlerinden bağımsız ve ilişki kurulamayacak bir

---

<sup>587</sup> Mutlu, a.g.m., s. 368.

biçimde abartacak, olduğundan fazla gösterecek veya sorunların fark edilmemesini sağlayacak bir dil kullanımı ile aşmıştır.

Spor basınında şu ana değin aktarılmaya çalışılan konular yazınsal nitelikteki spor basını öğelerini oluşturmaktadır. Söz konusu yazısal öğeler, bir diğer deyişle haber, yorum ve bunlarda kullanılan dilin yanı sıra spor basını kimi görsel öğeleri de kullanmaktadır. Spor basınının, haber ve yorumların etkilerini artırmak amacı ile kullandığı görsel öğeler ve kullanımı ile ilgili genel hatları ile de olsa bilgi vermenin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Tüm bu sıralananlar ile birlikte spor basını haber dilinin spor kavram ve söz dizimleri, deyimler, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları, argo sözcük ve söz dizimlerinden oluştuğu saptaması yapılabilir.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### SPOR BASINI HABER DİLİNE İLİŞKİN BİR UYGULAMA

#### 1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

İnsanın daha doğar doğmaz yapmaya çalıştığı el kol hareketlerini bedensel etkinlik olarak değerlendirerek bunun bir spor etkinliği olduğunu söylemek biraz zorlama olsa da, daha güç bedensel yetenekleri gerektiren atletizm karşılaşmalarını ya da daha kesin kurallara sahip futbol karşılaşmalarını sporun örnekleri olarak tanımlamak olasıdır.

Spor, birey ya da bireyler tarafından amatör katılımcısı açısından fiziksel ve zihinsel gelişim, izleyicisi açısından boş zaman geçirme, eğlenme, tepki verme, aidiyet ve milliyetçilik duygularını tatmin etme, model alma, topluma uyum sağlama, profesyonel katılımcısı açısından gelir elde etme, statü kazanma, sınıf atlama gibi çoklu amaçlar doğrultusunda kullanılan toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik işlevlere sahip bir alt sistem ve aynı zamanda rekabete dayalı, teknik, fiziksel, mesleki ve iletişimsel bir süreçtir<sup>588</sup>.

Daha ilk insandan bu yana varolmasına karşın uygarlık sürecine koşut olarak gelişim ve değişim gösteren spor, günümüzde tüm toplumları etkileyen, onların ilgi ve enerjisini çeken bir endüstriye dönüşmüştür. Ülkemizde, önceleri savunma ve saldırı amaçlı yapılmasına karşın, Cumhuriyet dönemindeki zihinsel dönüşüm ile birlikte asıl amaç ve işlevlerine sahip olan spor, günümüzde tüm dünyada olduğu gibi etkin ve yaygın bir konuma ulaşmıştır. Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü'ne bağlı ülkemizde 36 faal spor federasyonu bulunmaktadır. Bunlar arasında yer alan Avcılık ve Atıcılık, Bedminton, Basketbol, Boks, Buz Sporları, Futbol, Güreş, Halter, İzcilik, Karate, Okçuluk, Satranç, Su Kayağı, Tenis ve Vücut Geliştirme gibi federasyonlar ülkemizde sporun örgütlülüğünü, çeşitliliğini ve yaygınlığını ortaya koymaktadır.

---

<sup>588</sup> Sporun daha ayrıntılı tanımı ve tartışmaları çalışmanın "Spor Nedir?" başlıklı bölümünde yapılmıştır.

Haber ve bilgi sağlama, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitim, kültürün gelişmesine katkı, eğlendirme ve bilgilendirme işlevlerine sahip basın kurumu içinde toplumsal yaşamın bir parçası olan sporun da ayrılmaz bir yeri vardır. Günümüzde ekonomi gazeteleri dışında ülkemizde yayınlanan bütün gazetelerde spor haberlerine, bölümlerine ya da sayfalarına rastlanmaktadır. Ulusal dağıtımı yapılan Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri ise spor konularına verdikleri ağırlık nedeniyle spor gazeteleri olarak anılmaktadır. Yine ulusal dağıtımı yapılan ve 32 sayfa halinde yayınlanan Star Gazetesi'nin yaklaşık beşte ikisi spor haber ve konularına ayrılmaktadır.

Ülkemizde spor basınının haber ve konularının neler olduğu incelendiğinde başat spor dalının futbol olduğu ortaya çıkmaktadır<sup>589</sup>. Hatta futbol haberlerinin yoğunluğu, spor haberciliğinin yalnızca futbol haberciliği olarak anılmasına yol açmaktadır.

Basın içerisinde spor konuları ile sınırlı bölüm olarak tanımlanabilecek spor basının bugün ülkemizde ulaştığı seviye incelendiğinde toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik işlevleri anlamında ortaya çıkan tartışmaların yoğunluğu dikkati çekmektedir. Yakın zamanlarda yayınlanan Kozanoğlu'nun "Türkiye'de Futbol, Bu Maçı Alıcaz!"<sup>590</sup>, Kıvanç'ın "Kesin Ofsayttır"<sup>591</sup>, Bora'nın "Takımdan Ayrı Düz Koşu"<sup>592</sup>, Horak, Reiter ve Bora'nın "Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü"<sup>593</sup>, Kırca'nın "Futbol Hayattır"<sup>594</sup>, Gümüş'ün "Futbol ve Biz"<sup>595</sup> isimli eserlerinde futbol ve işlevleri sorgulanmaktadır. Kozanoğlu ve Kıvanç'ın eserlerinde futbol basının tutarlılık ve tarafsızlığı tartışma gündemine getirilmektedir.

Basında haber yazımından farklı olarak spor basınında daha farklı tekniklerin kullanıldığı dikkatleri çekmektedir. Tartışmaların da odaklandığı genelleyici bir anlatımla spor haberlerinde geleneksel haber yazım formülü olan 5N ve 1K kuralına uyulmadığı, eş deyişle haberlerde haber öğelerinin tümünün yanıtlanmadığı, haber ve

<sup>589</sup> Kaya a, 1996, a.g.t., s. 263-264.

<sup>590</sup> Can Kozanoğlu, **Türkiye'de Futbol "Bu Maçı Alıcaz!"**, 2. Basım, İstanbul: Kıyı Yayınları, 1990.

<sup>591</sup> Ümit Kıvanç b, **Kesin Ofsayt Televizyon Futbolu ve Futbol Medyası**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.

<sup>592</sup> Tanıl Bora, **Takımdan Ayrı Düz Koşu**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.

<sup>593</sup> Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora (Der.), **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, İstanbul: İletişim Yayınları 1993.

<sup>594</sup> Ali Kırca, **Futbol Hayattır**, İstanbul: Can Yayınları, 2000.

<sup>595</sup> Semih Gümüş, **Futbol ve Biz**, İstanbul: Can Yayınları, 2000.



yorumun birbirine karıştığı, haberde nesnellığe önem verilmediği ve daha çok serbest yazım tekniğinin kullanıldığı söylenebilmektedir.

Bu çalışmada da buraya kadar üç bölüm halinde sporun tarihçesi, amaç ve işlevleri; spor basını, tarihçesi, içeriği, amaç ve işlevleri, çalışanları ve okurları; spor basınında haber, yorum ve dil kullanımı tanımlanmıştır. Spor basınında dil kullanımına kuramsal bölümde klişe ve klişe kullanımı ile kullanılan patolojik, cinsel ve militarist terimler başlıkları altında yer verilmiştir. Gelineen noktada spor basının geleneksel basından ayrılan en önemli yanının işlevlerini de farklılaştıran haber dili olduğu ortaya çıkmaktadır.

O halde, “Spor basınının haber dilini farklı kılan öğeler nelerdir? Spor haberlerinin dilini oluşturan öğelerin nitelikler nelerdir? Spor haberlerinde hangi kavramlar kullanılmaktadır? Hangi kavramlar hangi sıklıkla haberlerde yer almaktadır?” soruları akla gelmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde, yukarıdaki sorulardan hareketle, geleneksel basından yapı, içerik ve işleyiş olarak ayrı nitelikler taşıyan spor basınının haber dili, iletişimin belirgin içeriğinin objektif, sistematik ve niceliksel tanımlarını yapan bir araştırma tekniği olan içerik çözümlemesi uygulamasına dayalı olarak ortaya konulmaktadır. Spor haberlerinin dili, bu dili oluşturan öğelerin neler olduğu, taşıdığı nitelikler, kullandığı kavramlar ve bunların kullanım yoğunlukları başlıkları altında sorgulanmaktadır.

## 2. ARAŞTIRMANIN AMAÇ VE VARSAYIMLARI

Spor basını haber dilinin içerik çözümlemesi uygulamasına dayalı olarak ortaya konulacağı araştırmanın bu bölümünde genel olarak spor haberlerinin dili, bu dili oluşturan öğelerin neler olduğu, taşıdığı nitelikler, kullandığı kavramlar ve bunların kullanım yoğunluklarının ne olduğunun araştırılması amaçlanmaktadır. Bu temel amaç doğrultusunda, uygulama bölümünde alt amaçlar olarak aşağıda yer alan soruların yanıtları aranmaktadır:

1. Spor basını haber dilini farklı kılan öğeler nelerdir?
2. Spor haberlerinin dilini oluşturan öğeler nelerdir?

3. Bu dili oluşturan temel kavram ve söz dizimlerinin nelerdir?
4. Olay, zaman ve gazete türüne bağlı olarak;
  - i) spor kavram ve söz dizimleri,
  - ii) deyimler,
  - iii) doğa ile ilgili kavramlar,
  - iv) mitolojik kavramlar,
  - v) patolojik kavramlar,
  - vi) militarist kavramlar,
  - vii) ulusal semboller,
  - viii) ekonomi kavramları,
  - ix) argo sözcük ve söz dizimlerinin kullanım yoğunluğu nedir?

Öte yandan araştırmada, aşağıda sıralananlar birer varsayım olarak kabul edilmiştir:

1. Spor basını haber dili farklı öğelerden oluşmuştur.
2. Spor basını haber dili spor kavram ve söz dizimleri, deyim, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları ve argo sözcük ve söz dizimlerinden oluşmaktadır.
3. Spor basını haber dili ağırlıklı olarak spor kavram ve söz dizimlerinden oluşmakta, ancak ulus, ulusçuluk ve muhafazakar yapıyı yineleyen ifadeler de sıkça kullanılmaktadır.
4. Spor basını haber dilini oluşturan kavram, söz dizimi ve deyimler, haberin konu ve içeriğine, yayınlandığı zaman ve yayınlandığı gazeteye göre farklı boyut ve yoğunlukta kullanılmaktadır.

### 3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Spor haberlerinin dilinin tanımlanacağı bu araştırmanın yöntemi; araştırma modeli, evren ve örnekleme, veri toplama yöntemi bu başlık altında ayrı başlıklar halinde tanımlanmaktadır.

### 3.1. Araştırma Modeli

En genel ifadeyle spor basınının haber dili yapısını ortaya koymayı amaçlayan bu araştırma, bir durum saptaması niteliğindedir. Araştırmada, “geçmişte veya halen var olan bir durumu varolduğu haliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımı”<sup>596</sup> olan Genel Tarama Modeli kullanılmıştır. Haber dili öğelerinin tanımlanması ve dağılımının ortaya konulması amaçları çerçevesinde de Tekil Tarama Modeli uygulanmıştır. Bu çerçevede aşağıda ayrı başlık halinde tanımlanan evren ve oradan alınan örnekleme, veri toplama yöntemi başlığı altında tanımlanan içerik çözümlemesi uygulanmıştır.

### 3.2. Evren ve Örneklemin Belirlenmesi

Spor basını haber dilinin çözümleneceği bu araştırmanın evrenini Türkiye’de yaygın basının bir alt dalı olarak tanımlanan spor basını oluşturmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde ortaya konulduğu çerçevede bu evren içerisinden maliyet ve kontrol güçlükleri, etik- moral zorunluluklar doğrultusunda araştırma örnekleminin belirlenmesine gereksinim duyulmuştur. Bu doğrultuda;

- i) Türkiye’deki spor basını temsil yeteneğine sahip gazetelerin,
- ii) Bu gazetelerde yer alan haberleri temsil yeteneğine sahip örnek olayların,
- iii) Bu örnek olaylara ilişkin gazetelerde yer alan haberlerin inceleneceği zaman aralığının belirlenmesi gerekmektedir.

#### 3.2.1. Türkiye’deki spor basını temsil yeteneğine sahip gazetelerin belirlenmesi

Basın evrenine yönelik bilimsel çalışmalarda örneklem belirlemede dikkate alınan belli başlı ölçütler;

- i) Gazete sahipliği, eş deyişle gazetenin hangi yayın grubuna bağlı olduğu,
- ii) Gazete içeriklerinin farklılığı, eş deyişle yaygın, ekonomi ya da spor gazetesi olması,

---

<sup>596</sup> Niyazi Karasar, **Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler**, 7. Basım, Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd., 1994, s. 77-79.

- iii) Gazete tirajları, eş deyişle gazetenin satın alındığı okur kitlesini ifade fiili satış rakamları,
- iv) Gazete okurluk araştırmalarına dayalı olarak okurların farklı yaş, cinsiyet, gelir grubu ve siyasi görüşlere sahip olmaları,
- v) Okurlar tarafından sayfaların tercih edilme oranları, eş deyişle hangi sayfaların okurlar tarafından daha çok okunduğu bilgisi biçiminde sınıflandırılabilir.

Türk basını evreninde “spor basını” denildiğinde iki ayrı gazete türü ile karşılaşmaktadır. Bunlardan ilki yalnızca spor konularını işleyen spor gazeteleri ile sayfalarında spor haberlerine yer veren yaygın gazetelerdir. Türkiye’de günlük olarak yayınlanan ve ulusal dağıtımı yapılan iki ayrı spor gazetesi bulunmaktadır. Bunlar Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleridir. Bu gazetelerden Fanatik, Doğan Grubu’na ve diğeri de Bilgin Grubu’na aittir<sup>597</sup>. Fanatik Gazetesi, 190.747 satış rakamına sahiptir. Taraftar Fotomaç Gazetesi ise, 190.838 adet satılmaktadır. Her iki gazetenin ulusal dağıtım yapılan gazetelerin toplam tirajı içerisindeki oranları yüzde 5,1’dir<sup>598</sup>. Bu doğrultuda Türkiye’de spor gazetelerini temsilen her iki gazetenin de evrene dahil edilmesi uygun bulunmuştur.

Ancak Türk basınında yaygın gazetelerin spor sayfalarının belirlenmesi anlamında seçilecek gazetelerin belirlenmesi ise spor gazeteleri kadar kolay değildir.

Genel olarak Türk basınında gazete sahipliğini altı ayrı grup ile tanımlamak olasıdır. Bunlar Hürriyet ve Milliyet Gazeteleri’nin sahibi Doğan Grubu, Sabah Gazetesi’nin sahibi Bilgin Grubu, Star Gazetesi’nin sahibi Uzan Grubu, Akşam Gazetesi’nin sahibi Karamehmet Grubu ve Türkiye Gazetesi’nin sahibi İhlas Grubudur<sup>599</sup>.

Gazetelerin tirajları dikkate alındığında, Tablo 1’e göre farklı bir medya gruplarına bağlı gazeteler arasında en fazla tiraja sahip gazeteler olarak Hürriyet (yüzde 15,1), Star (yüzde 14,3) ve Sabah (yüzde 12) Gazeteleri ön plana çıkmaktadır. Bu üç

<sup>597</sup> Bu gazetelerin spor basını tarihi içerisindeki yeri ise daha önce kuramsal bölümde ele alınmıştır.

<sup>598</sup> Merkez Dağıtım A.Ş.’nin 11. 06.2001 Tarihli 2000 Yılları Aylık Satış Rakamları Konulu Faksı.

<sup>599</sup> Erkan Yüksel, **Türkiye’de Ekonomi Basını Gündemi ve Siyasal Gündem İlişkisi (Özelleştirme Örneğinde Bir Gündem Belirleme Çalışması)**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999, s. 150.

gazete Türkiye'deki gazete satın alan okurların yüzde 41,4'ü tarafından tercih edilen gazetelerdir.

**Tablo 1.**  
**Yaygın Gazetelerin 1999 Yılı Günlük Ortalama Net Satışları**

Gazete Adı	Net Satış	Yüzde
1. Hürriyet	526918	15,6
2. Sabah	419561	12,4
3. Star	383991	11,4
4. Türkiye	355627	10,5
5. Milliyet	315225	9,3
6. Posta	295246	8,7
7. T. Akşam	278536	8,2
8. Zaman	201130	6,0
9. Takvim	151687	4,5
10. T. ve D. Güneş	102414	3,0
11. Gözcü	99101	2,9
12. Akit	70444	2,1
13. Radikal	60981	1,8
14. Cumhuriyet	52128	1,5
15. Yeni Asır	34276	1,0
16. Milli Gazete	16829	0,5
17. Ortadoğu	10963	0,3
18. Yeni Asya	5094	0,2
<b>Toplam</b>	<b>3496160</b>	<b>100</b>

(Kaynak: Basın İlan Kurumu Raporu, 9 Şubat 2001 ve Merkez Dağıtım A.Ş.'nin 8. 06.2001 Tarihli 1999-2000 Yılları Aylık Satış Rakamları Konulu Faksı)

Bir başka ölçüt, gazetelerin hangi okurlar tarafından tercih edildiğine ve farklı okur kitlelerinin tercih ettiği gazetelerin belirlenmesine yönelik amaçlar taşıyan okurluk araştırmalarına dayalı olarak okurların farklı yaş, cinsiyet, gelir grubu ve siyasi görüşlere sahip olmalarıdır. Ancak spor basını haber dilinin ortaya konulacağı bu çalışma okur odaklı bir yapıda bulunmadığından farklı yaş, cinsiyet, gelir grubu ya da siyasi görüşlere sahip kişilerce tercih edilen gazetelere dönük bir sınıflandırmaya gidilmesi ve buradan örneklemin belirlenmesine gereksinim duyulmamıştır.

Örneklemin seçilmesinde dikkat edilen son ölçüt ise spor sayfalarının okunma oranlarıdır. Hangi gazetelerin spor sayfaları okurlar tarafından daha çok tercih edilmekte ya da okunmaktadır? Gazete okurları ile ilgili demografik ve psikografik veriler elde etme amacı ile BİAK Araştırma Şirketi tarafından periyodik olarak yapılan Türkiye Basın Okurluk Araştırması'nda okurların gazeteleri tercih etme nedenleri sorulmuştur. Bu soru ile okurların satın aldıkları gazeteleri hangi sayfaları için aldıkları sorgulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Tablo 2'de spor sayfaları için tercih edilen

gazeteler ve tercih edilme oranları verilmiştir. Buna göre Sabah, Hürriyet ve Star Gazetelerinin spor sayfaları, diğer gazetelerin spor sayfalarından daha fazla okur bulmaktadır.

*Tablo 2.*  
*Yaygın Gazetelerin Spor Sayfaları İçin Tercih Edilme Oranları*

	<b>Gazete Adı</b>	<b>Yüzde</b>
1.	Sabah Gazetesi	18,34
2.	Hürriyet Gazetesi	13,96
3.	Star Gazetesi	10,96
4.	Milliyet Gazetesi	8,77
5.	Posta Gazetesi	8,56
6.	Türkiye Gazetesi	4,36

(Kaynak: BİAK Türkiye Okunurluk Araştırması 12. Dönem 2000 Raporu'ndan Uyarlanmıştır.)

Sonuç olarak spor gazeteleri olmaları nedeni ile Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri ile incelenen ölçüt bağlamında; en fazla satış rakamına, en fazla spor sayfasına, okurlar tarafından en fazla tercih edilen ve okunan spor sayfalarına sahip olmaları ve farklı medya gruplarına bağlı olmaları nedenleri ile Hürriyet, Sabah ve Star Gazetelerinin spor sayfaları Türkiye'deki spor basını temsilen örneklem olarak seçilmiştir<sup>600</sup>.

### 3.2.2. Araştırmada incelenecek örnek olayların belirlenmesi

Spor basınının konularını ortaya koyan “Dünya’da ve Türkiye’de Basının Gelişimi ile Türk Basınında Sporun Haber Ögeleri Açısından İncelenmesi” adlı çalışmada belirlenen 1140 haberin 855’inin futbol, 77’sinin basketbol ve 23’ünün de at yarışları kategorisinde yoğunlaştığı yer almaktadır. Buna göre spor basınının neredeyse “futbol basını” olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Çünkü spor basınının başat konusu futboldur<sup>601</sup>. Bu durum, spor basınında haber yapılan örnek olayların

<sup>600</sup> Yukarıda adı geçen ölçüt ve somut verilerin dışında Fanatik ve Taraftar Fotomaç gazetelerinin yanı sıra Hürriyet, Sabah ve Star gazetelerinin Çalışma Evrenine dahil edilip edilemeyeceği konusunda öğretim üyeleri ve sektör çalışanları ile de görüşmeler yapılmıştır. Anadolu Üniversitesi BESYO Müdürü Prof. Dr. Fethi Heper, Marmara Üniversitesi BESYO öğretim üyesi, Radikal Gazetesi spor yazarı Metin Tükenmez ve Milliyet Gazetesi spor müdürü Zeki Çol ile yapılan görüşmelerde seçilen gazetelerin evreni temsil etme yeteneğine sahip olduğu sonucunda uzlaşmıştır. Fethi Heper, -Anadolu Üniversitesi BESYO Müdürü Öğretim Üyesi- “Araştırma Örneklemi” konulu telefonla yapılan görüşme, 14 Şubat 2001, saat 12.00-12.10; Metin Tükenmez, -Marmara Üniversitesi BESYO öğretim üyesi- Radikal Gazetesi spor yazarı- “Araştırma Örneklemi ve Spor Basını Dili” konulu telefonla yapılan görüşme, 12 Şubat 2001, saat 17.35-17.45; Zeki Çol, -Milliyet Gazetesi spor yazarı- “Araştırma Örneklemi ve Spor Basını Dili” konulu telefonla yapılan görüşme, 12 Şubat 2001, saat 17.25-17.35.

<sup>601</sup> Kaya a, a.g.t., s. 263-287.

- i) Galatasaray Spor Kulübü–Arsenal Football Clup arasında Danimarka'nın Kopenhag kentinde 17 Mayıs 2000 tarihinde yapılan, normal ve uzatma süresi 0-0 biten ve penaltı atışları sonucu Galatasaray Spor Kulübü'nün 4-1 kazandığı karşılaşma, ilk kez bir Türk Futbol Takımının UEFA Şampiyonu olması, söz konusu şampiyonluğun Türk futbol tarihinde bir ilk olmasının yanı sıra aynı zamanda ulaşılmış olan en büyük başarı olması nedeni ile örnek olay olarak seçilmiştir. Bundan sonra Galatasaray-Arsenal karşılaşması olarak anılacaktır.
- ii) 1-1 biten ilk karşılaşmanın ardından 17 Kasım 1999 tarihinde Türkiye ve İrlanda Ulusal Futbol Takımları arasında Bursa Atatürk Stadyumu'nda yapılan ve 0-0 sonuçlanan Baraj karşılaşması, Türk Ulusal Futbol Takımının Avrupa Kupası 2000'e gitme hakkı kazanması, son dönemde yaşanan en gergin ve heyecanlı ulusal karşılaşma olması nedeni ile örnek olay olarak araştırma kapsamına alınmıştır. Bundan sonra Türkiye-İrlanda karşılaşması olarak anılacaktır.
- iii) Galatasaray Spor Kulübü – Fenerbahçe Spor Kulübü Futbol Takımları arasında 26 Mart 2000 tarihinde İstanbul Ali Sami Yen Stadyumu'nda oynanan ve Fenerbahçe Spor Kulübü'nün 1-0 kazandığı karşılaşma, Fenerbahçe Spor Kulübü Futbol Takımının tarihinin en kötü sezonlarından birisini yaşadığı dönemde, yine tarihinin en başarılı dönemini yaşayan Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımını yenmiş olması, derbi adı verilen karşılaşmaların, özellikle de söz konusu edilen iki kulüp futbol takımları arasındaki karşılaşmaların her zaman ilginç ve gerilimli olması nedeni ile örnek olay olarak seçilmiştir. Bundan sonra Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması olarak anılacaktır.
- iv) Gençlerbirliği Spor Kulübü ve Beşiktaş Jimnastik Kulübü Futbol Takımları arasında 7 Ağustos 2000 tarihinde Ankara'da oynanan ve Gençlerbirliği Spor Kulübü'nün 1-0 kazandığı karşılaşma, Gençlerbirliği Spor Kulübü Futbol Takımı ile Beşiktaş Jimnastik Kulübü Futbol Takımı arasında rekabetin kurumsallaşmaya başlaması, Beşiktaş Jimnastik Kulübü Futbol Takımının Şampiyonlar Ligi ön eleme karşılaşmasında elenmesinin hem ardından oynanması nedeni ile örnek olay olarak seçilmiştir. Bundan sonra Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması olarak anılacaktır.
- v) Trabzonspor – Gaziantepspor kulüpleri Futbol Takımları arasında 6 Mayıs 2000 tarihinde Gaziantep Kamil Ocak Stadyumu'nda oynanan ve Gaziantepspor

Kulübü Futbol Takımının kazandığı karşılaşma, Trabzonspor Kulübü Futbol Takımının tarihinin en kötü dönemlerinden birini geçirmesine karşın, Gaziantepspor Kulübü Futbol Takımının çok başarılı bir sezon geçirmesi, yakın tarihte yine aynı kulübü Federasyon Kupası'nda 3-0 gibi bir sonuçla elemesi ve bu karşılaşma sonrası ilk kez UEFA Kupası'na katılmaya hak kazanması nedeni ile örnek olay olarak seçilmiştir. Bundan sonra Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması olarak anılacaktır.

### 3.2.3. Örnek olayların inceleneceği zaman aralığının belirlenmesi

Bir futbol karşılaşmasının basında yer alış biçimini üç ayrı zaman sınıflaması ile tanımlamak olasıdır. Bunlar karşılaşma öncesi, karşılaşma günü ve karşılaşma sonrasıdır. Ancak her karşılaşmanın öncesi ve sonrasında basında haber olarak yansımaları bir standarda sahip değildir. Örneğin, Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımının UEFA Kupası'nı kazandığı, Arsenal Football Club ile yaptığı karşılaşma ile Trabzonspor ile Gaziantepspor Kulüpleri Futbol Takımları arasındaki karşılaşmalar, karşılaşma öncesi ve sonrası ile farklı sayıda günlerde, farklı habere konu olmuştur. Bu doğrultudaki genel gözlemden hareketle belirlenen örnek olaylara ilişkin yargısal olarak karşılaşma olayların gazetelerde yoğun olarak yer aldığı ağırlıklı gün sayısı dikkate alınarak karşılaşma öncesi 3 gün, karşılaşma günü ve karşılaşması sonrası 3 gün çalışmanın örnek olaylara yönelik haberlerinin gazetelerde inceleneceği zaman aralığı olarak belirlenmiştir. Başka bir anlatımla belirlenen örnek olaylara yönelik haberler, gazetelerin karşılaşma öncesi 3 gün, karşılaşma günü ve karşılaşma sonrası 3 gün içerisindeki sayılarında yayınlananlar ile sınırlandırılmıştır.

### 3.3. Sınırlılıklar

Öncelikle tez çalışması ilke ve süresiyle kısıtlı olan bu araştırma, genel olarak spor basını çerçevesinde spor basınının haber dili yapısı ile sınırlıdır. Amacı bilimsel ve objektiflik ölçütü içinde değerlendirilecek verilere ulaşmak olan her araştırma için olduğu gibi bu araştırma için de kaçınılmaz olan sınırlılıklar aşağıda sıralanmıştır:

1. Araştırma genel olarak haber dili çerçevesinde spor basını ile sınırlı tutulmuştur.



2. Araştırma, spor gazetelerini temsilen Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazetesi ile yaygın gazetelerdeki spor sayfalarını temsilen Hürriyet, Sabah ve Star Gazetesi'nin spor sayfalarında yer alan haberler ve bunların dili ile sınırlıdır.
3. Araştırma, belirlenen örnek olayların ve bunlara bağlı olarak belirlenen zaman aralığını ifade eden 14-20 Mayıs 2000, 14-20 Kasım 2000, 23-29 Mart 2000, 4-10 Ağustos 2000, 3-9 Mayıs 2000 tarihleri arasında yayınlanan gazetelerin sayıları ile sınırlıdır.
4. Çalışmanın örneklemini oluşturan gazete ve ilgili sayfalarında, ilgili tarihler arasında yayınlanan konu ile ilgili yer alan tüm haberlerin inceleme kapsamı içerisinde tanımlanmıştır.
5. Haberin birden çok tanımının olması, bir çok öğeden oluşuyor olması, araştırma birimini oluşturacak haberlerin nitelik ve niceliklerinin neler olacağı, neler olması gerektiği sorusunu gündeme getirmiştir. Araştırma biçiminin de sistematik olarak oluşturulması için haber kavramına bir standart getirilmesinin yararlı olarak değerlendirilmiştir. Araştırma boyunca haberler, haber öğeleri olarak adlandırılan haber başlıkları (alt, üst, başlık ve manşet), spotları, haber metinleri, fotoğraf altları, grafik ve illüstrasyon metinlerinden oluşan bir bütün olarak kabul edilmiş, yorum, köşe yazısı, değerlendirme gibi editoryal ürünler haber kapsamı dışında bırakılmıştır.
6. Araştırmanın içerik çözümlemesi uygulama şablonu dokuz ana kategori ile sınırlandırılmıştır. Bunlar spor kavram ve söz dizimleri, deyimler, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları ve argo biçiminde sıralanmaktadır.
7. SPSS 7.5 programı kullanılarak elektronik ortama aktarılan verilerin öncelikle frekans dağılımları alınmış ve veriler 10 anlamlılık barajına göre tablolaştırılarak yorumlanmıştır. Araştırmacının hata aralığını da azaltacak biçimde 10'dan az yinelenen alt kategoriler anlamlı bulunmamıştır.

Sonuç olarak sosyal bilimler alanında yapılan her kuramsal ve uygulamalı çalışmaların insan ve toplumu konu almasından kaynaklanan sınırlılıklar bu çalışma için de geçirlidir.

### 3.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın amaçlarını oluşturan sorulara yanıt aranması doğrultusunda çalışmada tanımlanan örnekleme uygulanan içerik çözümlemesi yöntemiyle veriler elde edilmiştir.

İçerik çözümlemesi, Berelson tarafından “İletişimin yazılı/açık (manifest) içeriğinin objektif, sistematik (dizgeli) ve sayısal (kantitatif) tanımlarını yapan araştırma tekniği”<sup>605</sup> biçiminde tanımlanırken, Merten yöntemi “Sosyal gerçeğin belirgin (manifest) içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin (manifest) olmayan özelliklere hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntem”<sup>606</sup> olarak tanımlanmaktadır.

İçerik çözümlemesinin birbiri ile örtüşen iki tanımında yer alan objektiflik özelliği ile diğer araştırmacılar tarafından da paylaşılıp, uygulanabilen ve böylece aynı sonuçların alınabildiği, sistematiklik özelliği ile araştırma yönteminin açık ve düzenli bir biçimde uygulandığı, araştırma evrenini temsil eden örnekleme kesintisiz uygulanabilen, yazılı/açık olma özelliği ile sadece metinde<sup>607</sup> varolanın saptandığı, sayısallaştırma özelliği ile de somut verilerin elde edildiği bir araştırma yöntemi olduğu ortaya çıkmaktadır. Tüm bu özellikleri nedeni ile yöntem, bir metnin ‘nasıl’ anlaşılması gerektiği ve ‘neden’ o şekilde yazıldığına ilişkin soruları yanıtlayan metin çözümlemesi ve yorumsal yaklaşımdan ayrılmaktadır<sup>608</sup>.

Bu yapısı ile içerik çözümlemesi, bu araştırmanın amacını oluşturan spor basını haber dili nedir ve öğeleri nelerdir biçimindeki soruların yanıtlarını verebilecek bir yöntem olarak ortaya çıkmaktadır.

İçerik çözümlemesi uygulaması altı aşamada gerçekleştirilmektedir. Bunlar;

- i) Araştırma sorununun belirlenmesi,

<sup>605</sup> B. Berelson, **Content Analysis in Communication Research**, Glencoe, Illinois: The Press, 1952, s. 18’den aktaran Orhan Gökçe b, **İçerik Çözümlemesi Sosyal Bilimlerde Bir Araştırma Yöntemi** Genişletilmiş 2. Baskı, Konya, 1995, s. 16.

<sup>606</sup> K. Merten, **Inhaltanalyse EinÄhrung in Theorie Methode und Praxis**, Opladen: Westdeutscher, 1983, s. 15’den aktaran Gökçe b, 2001, a.g.e., s. 25.

<sup>607</sup> İçerik Çözümlemesi Yöntemi ile sadece basılı metinler değil, resim, müzik, ses, jest ve mimik ile gerçekleştirilen metinler de çözümlenmeye tabi tutulabilir. Bkz. J. Heinnig ve Lutz Huth, **Kommunikation als Problem der Linguistik**, Göttingen: Eine Einführung, 1975; Merten, a.g.e., s. 16’dan aktaran Gökçe b, 1995, a.g.e., s. 25; Uğur Demiray, **İletişim Ötesi İletişim (Meta-Communication)**, Eskişehir: Turkuaz Yayınları, 1994, s. 14.

<sup>608</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. Gökçe b, 1995, a.g.e., s. 60-64.

- ii) Varsayımların oluşturulması,
- iii) Araştırma evreni ve örnekleminin belirlenmesi,
- iv) Sınıflandırma sisteminin geliştirilmesi ve kategorilerin oluşturulması,
- v) Uygulama,
- vi) Verilerin çözümlenmesi aşamalarıdır.

Buraya kadar araştırmanın belirlenen sorunsalı, oluşturulan varsayımları ve tanımlanan örnekleme çerçevesinde artık sınıflandırma sisteminin geliştirilmesi ve kategorilerin oluşturulmasına gereksinim duyulmaktadır.

Uygulamada kullanılacak olan kategorilerin saptanmasında, kuramsal bölümde yer alan bilgilerin yanı sıra bir tarama yapılması, araştırmacının da diğer okuyucular gibi önce metni okumak, algılamak ve irdelemek zorunda olması, ancak bu süreç sonrasında metinde yer alan anlatımları soyutlayıp<sup>609</sup>, kategorileri oluşturabilmesi ile mümkün olabilmektedir.

Uygulamada kategori oluşturulması, öncelikle sayıları çok olan araştırma birimleri ile ilgili karmaşıklığı en aza indirmek amacına dayanmıştır. Sayıca fazla olan metinlerin kuramsal açıdan önemli olan noktalarına göre sınıflandırılarak betimlenmesi zorunluluğunun yanı sıra Früh'ün vurguladığı gibi araştırma amacı açısından önem taşımayan göstergelerin çözümlenme dışı bırakılması<sup>610</sup> da kategori oluşturmayı gerekli kılan bir diğer etkidir.

Sonuç olarak Ek 1'de sunulduğu biçimiyle yukarıdaki ölçütler çerçevesinde içerik çözümlenmesi uygulama şablonu oluşturulmuştur. Spor basını haberlerinde kullanılan öğeleri saptamaya amacına yönelik kategorilerin oluşturulmasında;

- i) Bir göstergenin ait olduğu kategori içinde yer almasına,
- ii) Kategorilerin birbirini dışlaması için ayırt edici olmasına,
- iii) Araştırma biriminde yer alan göstergeleri dışarıda bırakmamasına,
- iv) Kodlamayı araştırmacı dışında farklı bir kodlayıcı yapsa da göstergeleri aynı kategoriye almasına olanak tanınmasına,
- v) Araştırmanın amacına yönelik olması ilkelerine dikkat edilmiştir<sup>611</sup>.

<sup>609</sup> Gökçe b, 2001, a.g.e., s. 20-21.

<sup>610</sup> W. Früh, *Inhaltsanalyse Theorie und Praxis*, München : Ölschläger, 1981, s. 41'den aktaran Gökçe b, 2001, a.g.e., s. 46-47.

<sup>611</sup> L. Badrin, *L'Analyse de Contenu*, Paris: P.U.F., 1977, [Sayfo No belirtilmemiş]'den aktaran Gökçe b, 2001, a.g.e., s. 49.

Oluşturulan uygulama şablonunda;

- i) Spor basını haberlerinde spor kavram ve söz dizimleri: Spor etkinliğinin doğasında bulunan, teknik, süreç ve amaç olarak onu niteleyen, ilgili hedef kitlesine bilgi aktarımı için spor basını çalışanlarınca haberlerde kullanılan kavram ve söz dizimleri,
- ii) Deyimler: Spor basını haberlerini daha ilginç, dikkat çekici, etkili ve inandırıcı kılmak için genellikle gerçek anlamı dışında kullanılarak bir düşünceyi, etkinliği veya olguyu niteleyen kalıplaşmış söz grubu,
- iii) Doğa ile ilgili kavramlar: Spor basını haberlerinde, ürünü daha ilginç, dikkat çekici, kolay anlaşılır ve etkili kılmak için gerçek anlamları dışında kullanılarak bir olgu, etki veya etkinliği nitelerken doğaya gönderme yapan kavram ve söz dizimleri,
- iv) Mitolojik kavramlar: Spor basını haberlerinde, ürünü daha ilginç, dikkat çekici ve etkili kılmak için kullanılan, bir olgu, etki veya etkinliği nitelerken tarih ve mitolojiye, mitolojide var olduğu veya yaşandığı genel kabul gören olaylara gönderme yapan kavram ve söz dizimleri,
- v) Patolojik kavramlar: Spor basını haberlerinde, ürünü daha dikkat çekici ve etkili kılmak için kullanılan bir olgu, etki veya etkinliği nitelerken insan anatomisi ve sağlığına gönderme yaparak insani korku ve kaygıları kışkırtan kavram ve söz dizimleri,
- vi) Militarist kavramlar: Spor basını haberlerinde, ürünü daha ilginç, dikkat çekici ve etkili kılmak için gerçek anlamları dışında kullanılarak bir olgu, etki veya etkinliği nitelerken askeri ve silahlı olana gönderme yaparak, insani korku ve kaygıları kışkırtan kavram ve söz dizimleri,
- vii) Ulusal semboller: Spor basını haberlerinde, ürünü daha ilginç, dikkat çekici ve etkili kılmak için kullanılarak bir olgu, etki veya etkinliği nitelerken ulus, ulus devlet, ulus devlet sınırları, ulusu oluşturan etmenlere ve ulusun tarihi ile ilgili olana gönderme yaparak birlik ve beraberlik duyguları yaratan ve geliştiren kavram ve söz dizimleri,
- viii) Ekonomi kavramları: Toplumsal üst yapı kurumlarından olan ekonomi üst yapı kurumunu ve etkinliklerini teknik, süreç ve amaç olarak niteleyen, sporun ekonomik boyut ve etkinliği ile ilgili bilgileri hedef kitlesine aktarmak için spor basını çalışanlarınca haberlerde kullanılan kavram ve söz dizimleri,

- ix) Argo: Spor basını haberlerinde kullanılan ve ürünün daha kolay anlaşılır olmasını ve dikkat çekmesini amaçlayan, ancak uzlaşmış argo tanımından uzak bir biçimde spor dünyasının edilgen katılımcılarının kullandığı sözcük ve söz dizimleri ana kategoriler olarak belirlenmiş ve bu ana kategorilere uygun alt kategoriler geliştirilerek uygulama çerçevesi genişletilmiştir.

Oluşturulan uygulama şablonu daha sonra ön deneme ile sınanmış, Ek 1’de sunulan son halini almıştır. Daha sonra sosyal bilimler için istatistik programı olan SPSS’e aktarılan veriler, ayrı bir başlık altında çözümlenmiş ve yorumlanmıştır.

#### 4. VERİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ VE YORUMU

Araştırma konusu, amacı ve yöntemi çerçevesinde içerik çözümü uygulamasına dayalı olarak elde edilen veriler bu başlık altında sınırlılıklar çerçevesinde örnek olaylara ait haber sayıları ile içerik çözümü uygulama şablonu ana kategorilerine yönelik biçimde ortaya konulacak, frekans dağılımları çerçevesinde çözümlenerek yorumlanacaktır.

##### 4.1. Haber Sayıları

Araştırmada incelenen 5 örnek olay ve bunların yayınlandığı 7 günlük süre içerisinde incelenen 5 gazetede yayınlanan toplam haber sayısı Tablo 3’de özetlendiği biçimde, 1293’tür.

*Tablo 3.  
Gazetelere Göre Haber Dağılımı*

<b>Gazete</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde</b>
1. Star	385	29,78
2. Fanatik	340	26,30
3. Taraftar Fotomaç	256	19,80
4. Hürriyet	162	12,52
5. Sabah	150	11,60
<b>Toplam</b>	<b>1293</b>	<b>100</b>

Gazeteler bazında ise en fazla haberi yayınlayan 385 haber (yüzde 29,78) ile Star Gazetesi olmuştur. Bunu, spor gazeteleri olan Fanatik (yüzde 26,3) ve Taraftar Fotomaç (yüzde 19,8) Gazeteleri izlemektedir. Yaygın bir gazete olmasına karşın Star Gazetesi’nin daha fazla haber yayınlamış olması, kimi günlerde 12 sayfaya ulaşan spor

haberi yayınlaması ile ilişkilendirilebilmektedir. Bu durumun bir diğer nedeni, Star Gazetesi'nin pazara yeri girmiş olması ve daha önce kuramsal bölümde de yer verildiği üzere, pazara yeni giren gazetelerin sporu ve spor haberlerini promosyon malzemesi<sup>612</sup> olarak kullanmalarındadır.

Örnek olaylar bazında gazetelere göre haber sayılarının dağılımı Tablo 4'de özetlenmektedir. Buna göre Galatasaray-Arsenal karşılaşması gazetelerde en fazla (yüzde 36,7) haber yapılan örnek olaydır. Yargısal bir biçimde değerlendirildiğinde bunun bir UEFA Kupası final karşılaşması olması, ilk kez bir Türk futbol takımının bu kupada final oynaması, yine ilk kez bir Türk futbol takımının bu kupayı kazanması, karşılaşma sonucu elde edilen başarının o döneme göre Türk futbol tarihinde ulaşılan en büyük başarı olması gibi faktörler bu karşılaşmayı diğerlerinden farklı ve önemli kılmaktadır<sup>613</sup>. Ardından Galatasaray-Fenerbahçe (yüzde 24,2) ve Türkiye-İrlanda karşılaşmaları (yüzde 22,5) gazetelerde daha fazla haber konusu yapılmıştır. Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması ise gazetelerde en az (yüzde 7,3) haber yapılan örnek olay olmuştur.

**Tablo 4.**  
**Karşılaşma ve Gazetelere Göre Haber Sayısı Dağılımı**

	<i>Fanatik</i>		<i>Fotomaç</i>		<i>Hürriyet</i>		<i>Sabah</i>		<i>Star</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Galatasaray-Arsenal	107	22,57	81	17,09	65	13,71	52	10,97	169	35,65	474	36,66
Türkiye-İrlanda	85	29,21	51	15,53	46	15,81	39	13,40	70	24,05	291	22,51
Galatasaray-Fenerbahçe	78	24,92	76	24,28	28	8,95	39	12,46	92	29,39	313	24,21
Gençlerbirliği-Beşiktaş	41	33,88	27	22,31	18	14,88	13	10,74	22	18,18	121	9,36
G. antepspor-Trabzonspor	29	30,85	21	22,34	50	5,32	7	7,45	32	34,04	94	7,27
Toplam	340	26,3	256	19,8	162	12,53	15	11,6	385	29,78	1293	100

Gazeteler bazında bir değerlendirme yapıldığında ilk örnek olayla ilgili en fazla haberin (yüzde 35,7) Star Gazetesi'nde, en az haberin (yüzde 11) ise Sabah

<sup>612</sup> Bu noktada Hürriyet ve Sabah Gazetelerinin, Star Gazetesi'nden daha az spor haberi yayınlamasını ilginç kılan, her iki gazetenin de geleneğinde spor bulunmasıdır. Özellikle Hürriyet Gazetesi'nin 1948 Londra Olimpiyat Oyunları'nda Türk güreşçilerin başarılarını birinci sayfadan vererek ikinci baskı yapacak kadar çok talep görmesi, Türk spor basın tarihi açısından bir dönüm noktası olarak kabul edilirken, araştırma sonunda gazetenin spora karşı düşük yoğunluklu bu ilgisi, bir diğer deyişle de ilgisizliği ilginç olarak yorumlanmalıdır.

<sup>613</sup> Çalışmanın kuramsal bölümünde de yer verilmiş olan spor basını çalışanlarının kulüplere ve takımlara sempati duymalarının ötesinde taraftar olmaları ve bu durumu ürünlerine yansıtılmaları da bir diğer etmen olarak görülebilir.

Gazetesi'nde yayımlandığı ortaya çıkmaktadır. Türkiye-İrlanda karşılaşmasında en fazla haberi (yüzde 29,2) Fanatik Gazetesi, en az haberi ise yine Sabah Gazetesi (yüzde 13,4) yayınlamıştır. Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşmasında da en fazla haberi (yüzde 29,4) yayınlayan gazete Star Gazetesi'dir. En az haber (yüzde 9) ise Hürriyet Gazetesi'nde yer almıştır. Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması en fazla (yüzde 33,9) Fanatik Gazetesi'nde haber yapılırken, en az (yüzde 7,5) Sabah Gazetesi'nin bu karşılaşmayı haber yaptığı ortaya çıkmaktadır. Gazetelerde en az yer bulan Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması ise en fazla (yüzde 34) Star Gazetesi'nde ve en az (yüzde 5,3) Hürriyet Gazetesi'nde haber konusu edilmiştir. Dolayısı ile veriler ışığında, toplam haber sayısı dağılımında olduğu gibi farklı nitelikte karşılaşmalara göre de Star, Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri en fazla haber yayınlayan gazeteler arasında ilk üç sırayı alırken, Hürriyet ve Sabah Gazeteleri en az haber yayınlayan gazeteler olarak belirlenmiştir. Bu durum Star Gazetesi'nin spor gazetelerinden hiç de farklı olmayan sayıda spor haberlerine yer verdiğini ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamına alınan haberler yayın dönemlerine göre de farklılıklar göstermektedir. İncelenen haberlerin hangi dönemlerde, ne kadar yer aldığı ise Tablo 5'de özetlenmiştir.

Aşağıda yer alan tabloda da özetlendiği gibi spor basınında en çok haber karşılaşma sonrası yayınlanmaktadır. Karşılaşma sonrası yayınlanan haberler toplam haber sayısının yarısından da fazladır (yüzde 52,4). Karşılaşma öncesi ve karşılaşma günü yayınlanan haberler ise daha düşük yoğunlukta kalmaktadır.

**Tablo 5.**  
**Tarihe Göre Haber Sayısı Dağılımı**

	<b>Tarih</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde</b>
1.	Karşılaşma Sonrası	678	52,4
2.	Karşılaşma Öncesi	384	29,7
3.	Karşılaşma Günü	231	17,9
	<b>Toplam</b>	<b>1293</b>	<b>100</b>

#### 4.2. Haber Dili Öğeleri

Araştırmada incelenen 5 örnek olay ve bunların yayımlandığı 7 günlük süre içerisinde incelenen 5 gazetede yayınlanan tüm haberlerin içerikleri genel bir çerçevede

ele alınarak dokuz ana kategoride tanımlanmıştır. Bunlar ayrı başlıklar halinde aşağıda genel olarak, gazetelere, örnek olaylara ve zaman dilimine bağlı olarak sıralanmaktadır.

Spor basını haber dilini oluşturan öğeler ve bu öğelerin kullanılma yoğunlukları Tablo 6’da özetlenmektedir.

Tablo 6’da da görüldüğü üzere incelenen haberlerde en yoğun (59,3) yinelenen ögenin “Spor kavram ve söz dizimleri” olduğu ortaya çıkmıştır. Ardından “Ulusal semboller” ve “Deyimler” gelmektedir. Bu noktada haber dilini oluşturan öğelerin ağırlı olarak “Ulusal semboller”, “Deyimler” ve “Militarist” ifadelerden oluşması dikkat çekicidir.

*Tablo 6.  
Haber Dilini Oluşturan Öğelerin Dağılımı*

<i>Haber Dili Öğeleri</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
1. Spor Kavram ve söz dizimleri	4727	59,3
2. Ulusal Semboller	854	10,7
3. Deyimler	791	9,9
4. Militarist Kavramlar	705	8,8
5. Patolojik Kavramlar	360	4,5
6. Doğa Kavramları	293	3,7
7. Ekonomi Kavramları	111	1,4
8. Mitolojik Kavramlar	109	1,4
9. Argo sözcük ve söz dizimleri	27	0,3
<i>Toplam</i>	<i>7977</i>	<i>100</i>

Bu sonuçlar da çalışmanın kuramsal bölümünde değinilen ve araştırmanın hipotezlerinden birini oluşturan Spor basınının var olan “milliyetçi – muhafazakar” yapıyı yinelediği yönündeki kanıyı da doğrulamaktadır. İncelenen haberlerde en az yinelenen dil öğeleri ise “Mitolojik kavramlar” ve “Argo sözcük ve söz dizimleri” kategorileri biçiminde tanımlanmaktadır.

#### **4.2.1. Spor kavram ve söz dizimleri**

Haber içeriklerinde aranılan ilk ana kategori spor kavram ve söz dizimleridir. Araştırmada bu kategoriye ait, en az 10 kez yinelenme niteliğine sahip; eş deyişle anlamlı, toplam 153 alt kategori belirlenmiştir. Bunlar Tablo 7’de özetlenmektedir.



**Tablo 7.**  
**İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Spor Kavram ve Söz Dizimleri**

Spor Kavramları	Sayı	Yüzde
1. Futbolsever, Taraftar, Seyirci	257	19,90
2. Sarı Kırmızı Takım/Ekip/Oyuncu	215	16,60
3. Cim Bom	177	13,70
4. Hoca	129	10
5. Derbi	118	9,10
6. Yıldız, Yıldız/ Oyuncu	115	8,90
7. Fener	108	8,40
8. Forma Giymek/Şansı Bulmak, Formasına Kavuşmak,	103	8
9. Kupayı Almak/Kazanmak, Kupaya Ulaşmak	96	7,40
10. Final, Finale Yükselmek/Çıkmak/ Gitmek/ Taşımak/Kalmak/Katılmak	87	6,70
11. Sarı Lacivert Takım/Ekip/Oyuncu	87	6,70
12. Oynamak, Oynamamak, Oynayabilmek	79	6,10
13. Final Maçı, Final Karsılığı	75	5,80
14. Elemek, Elenmek, Elemeler	68	5,30
15. Beraberlik, Beraberlik Almak/ Kazanmak/Çıkartmak, Berabere Kalmak/Sonuçlanmak/Ayrılmak,	64	4,90
16. Defans, Savunma (Konum Ve Etkinlik)	60	4,60
17. Rövanş	60	4,60
18. Teknik Adam/Patron, Patron	58	4,50
19. Deplasman	56	4,30
20. Golcü Oyuncu	55	4,30
21. Siyah Beyaz Takım/Ekip/Oyuncu	53	4,10
22. Galibiyet, Galibiyet Almak/Kazanmak/Çıkartmak/Sonuçlanmak/Yaşamak/Elde Etmek, Galibiyet İle Tanışmak/Ayrılmak	51	3,90
23. 90 Dakika	50	3,90
24. Forvet, Santrfor, Tek Forvet	47	3,60
25. Teknik Heyet, Kadro, Kurmay	47	3,60
26. ... Ekibi	46	3,60
27. Kart Görmek	45	3,50
28. Sahaya Çıkmak	42	3,20
29. Orta Alan, Saha, Yuvarlak (Konum)	41	3,20
30. Hazırlıklara Başlamak, Hazırlıkları Sürdürmek/Tamamlamak	40	3,10
31. Bordo Mavili Takım/Ekip/Oyuncu	38	2,90
32. Cezalı Olmak/Duruma Düşmek	38	2,90
33. Tecrübeli/Deneyimli Oyuncu/Futbolcu/ Kaleci/İsim	38	2,90
34. Transfer, Transfer Etmek, Transferini Düşünmek, Yeni Transfer	37	2,90

Tablo 7 Devamı

35.	İdman/Antrenman Yapmak	36	2,80
36.	Üst Üste Kazanmak/Kaybetmek/ Şampiyon Olmak	36	2,80
37.	İlk 11, Muhtemel 11, 11'i Sürmek	35	2,70
38.	Yenilgi/Mağlubiyet, Yenilgi/ Mağlubiyet Almak/Tanışmak, Yenilmek,	33	2,60
39.	File Bekçisi	31	2,40
40.	Kampa Girmek, Kamp Yapmak	31	2,40
41.	Hakem, Orta/Yan Hakem, Hakem Üçlüsü	29	2,20
42.	Orta, Orta Yapmak, Ortalamak,	29	2,20
43.	UEFA Kupası Şampiyonu	29	2,20
44.	Ağlara Göndermek/Havalandırmak/ Gitmek, Ağları Sarsmak, Ağlarla Buluşturmak,	28	2,20
45.	Kupa Getirmek, Kupa İle Dönmek	28	2,20
46.	Sağ-Sol Kanat/Kulvar	28	2,20
47.	Avantaj Elde Etmek/Sağlamak, Avantaja Sahip Olmak, Avantajı Kullanmak	26	2
48.	Gol Kaydetmek/Bulmak/Kazandırmak, Gole Çevirmek/ İmza Atmak	26	2
49.	Kırmızı Siyahlı Takım/Ekip/Oyuncu	26	2
50.	Lig Maçı	26	2
51.	Süper	26	2
52.	Maça/Karşılaşmaya Çıkmak	25	1,90
53.	Performans, Performans Sergilemek,/ Göstermek/ Ortaya Koymak	25	1,90
54.	Holigan	24	1,90
55.	Beşiktaş	23	1,80
56.	Final Oynamak	23	1,80
57.	Resmi Maç	23	1,80
58.	Antep	22	1,70
59.	Ceza Alanı, Ceza Sahası İçi/Dışı	22	1,70
60.	Düz Koşu Yapmak, Düz Koşulara Başlamak	22	1,70
61.	Farklı Yenilgi/Mağlubiyet/Galibiyet	22	1,70
62.	Favori Olmak/Olmamak/Gösterilmek	22	1,70
63.	Maç Oynamak	22	1,70
64.	Oyun/Saha Dışı Kalmak, Oyundan/Sahadan Alınmak/Atılmak	22	1,70
65.	Soyunma Odası	22	1,70
66.	Direğe Çarpmak, Direkten Dönmek, Direği Sıyırmak	21	1,60
67.	Golsüz Sona Ermek/Bitmek, Golsüz Beraberlik	21	1,60
68.	Kafayı Vurmak, Kafayla İndirmek	21	1,60
69.	Rekor, Kırmak, Elinde Bulundurmak, Alt Üst Etmek, Ulaşmak	21	1,60
70.	Savunma/Defans Oyuncusu/Beşlisi/ Dörtlüsü	21	1,60

Tablo 7 Devamı

71.	Takımı Desteklemek	21	1,60
72.	Uzatma, Uzatma Dakikaları	21	1,60
73.	Auta Çıkmak/Atmak/Göndermek/ Gitmek	20	1,50
74.	Ev Sahibi Takım, Ev Sahipliği	20	1,50
75.	Topla Buluşmak, Son Buluşan Olmak	20	1,50
76.	Şampiyon Olmak	19	1,50
77.	Camia	18	1,40
78.	Dev Maç, Final	18	1,40
79.	Korner, Çelmek, Çıkmak, Atmak, Göndermek	18	1,40
80.	Rakip Saha/Yarı Saha/Ceza Alanı/Kale	18	1,40
81.	Serbest Vuruş, Çift Vuruş/Atış	18	1,40
82.	Tezahürat, Tezahürat Yapmak, Tezahüratta Bulunmak	18	1,40
83.	3 Puan Almak, 3 Puanla Ayrılmak/ Dönmek, 3 Puana Ulaşmak	17	1,30
84.	Futbolcuları/Oyuncuları Kutlamak	17	1,30
85.	Galibiyeti/Kupayı/Başarıyı Taraftara/ Türk Halkına Armağan Etmek	17	1,30
86.	Hezimet	17	1,30
87.	Pozisyon Üretmek/Bulmak/Yaratmak, Pozisyona Girmek	17	1,30
88.	Trabzon	17	1,30
89.	Ümit Takım, Ümitler	17	1,30
90.	Başarılı/Çalışkan İsim, Futbolcu	16	1,20
91.	Ceza Alanı/Sahasına Girmek, Ulaşmak	16	1,20
92.	İdmanda Hırslı/Neşeli/Neşesiz/Moralli/ Moralsız/Keyifli/Keyifsiz Görünmek	16	1,20
93.	Kadroya/Kafileye Dahil Etmek, Kadroya Çağrılmak	16	1,20
94.	Müzesine Götürmek/Taşımak	16	1,20
95.	Atak, Atak Geliştirmek/Yapmak/ Başlatmak,Atağa Kalkmak	15	1,20
96.	Başarılı Çalıştırıcı	15	1,20
97.	Çift Kale Maç Yapmak	15	1,20
98.	Sezon Başı/Sonu	15	1,20
99.	Tecrübeli/Deneyimli Hoca/Çalıştırıcı	15	1,20
100	Üstün Oynamak/Olmak, Üstünlük Kurmak/Sağlamak	15	1,20
101	Filelere Göndermek/Yollamak,, Filelerle Buluşturmak, Fileleri Havalandırmak	14	1,10
102	İkili Mücadele	14	1,10
103	Karşı Karşıya Kalmak	14	1,10
104	Kupanın Ellerde Yükselmesi, Kupayı Havaya Kaldırmak/Kucaklamak	14	1,10
105	Kurtariş Yapmak	14	1,10
106	Tribün, Açık, Kapalı, Numaralı	14	1,10

Tablo 7 Devamu

107	Kadro Dışı Kalmak, Kadro Dışı Bırakmak	13	1
108	Kalesinde Gol Görmek	13	1
109	Konsantre/Motive Olmak, Etmek	13	1
110	Maçın/Karşılaşmanın/Sahanın Yıldızı/ En İyisi Olmak	13	1
111	Meşin Yuvarlak	13	1
112	Penaltı Golü, Penaltıyı Gole Çevirmek	13	1
113	Takım Arkadaşları	13	1
114	Taktik Ağırlıklı Çalışma Yapmak, Taktik Çalışmak	13	1
115	Topun Başına Gelmek/Geçmek	13	1
116	Yedek, Yedek Kalmak/Soyunmak, Kulübeye Çekilmek, Kulübede Oturmak	13	1
117	Başkent	12	0,90
118	Başlama/Bitiş Dündüğü	12	0,90
119	Çalışma Yapmak	12	0,90
120	Ceza Vermek, Ceza Verilmesi/Gelmesi	12	0,90
121	Durdurmak	12	0,90
122	Kader Maçı	12	0,90
123	Morali Yüksek Olmak, Moralsız Olmak, Moral Bozukluğu	12	0,90
124	Öne Geçmek, Önde Kapatmak/ Tamamlamak/Olmak	12	0,90
125	Pres Yapmak	12	0,90
126	Sahalardan/Takımdan Uzak Kalmak	12	0,90
127	Takımın Başında Olmak, Takımın Başına Geçmek	12	0,90
128	Taraftarı Üzmek/Kahretmek	12	0,90
129	120 Dakika	11	0,90
130	Galibiyet İçin Sahaya Çıkmak, Galibiyet Beklemek, Galibiyeti Düşünmek	11	0,90
131	Kaleye Geçmek, Kaleyi Korumak	11	0,90
132	Kötü Gidiş, Kötü Sonuçlar Almak	11	0,90
133	Pozisyonu Değerlendirememek/ Kaçırarak, Pozisyondan Yararlanamamak	11	0,90
134	Uygun/Müsait Pozisyon/Durum, Uygun/Müsait Pozisyon/Durumda Olmak	11	0,90
135	Uzatmaya Gitmek, Uzatmaya Geçilmek, Uzatmak	11	0,90
136	Yedek Kulübesi	11	0,90
137	Aşırtma Vuruş, Aşırtma Vuruş Yapmak	10	0,80
138	Çalıştırıcı	10	0,80
139	En Büyük	10	0,80
140	Genç Hoca	10	0,80
141	Gol Bulmak/Bulamamak	10	0,80
142	Kaleciye Kalmak, Kaleciye Dönmek	10	0,80
143	Kaliteli Takım/Oyuncu/Futbolcu	10	0,80
144	Kart Cezalı Olmak	10	0,80

145	Kupaya Yakın Olmak, Kupaya Uzanmak	10	0,80
146	Markaj Yapmak, Marke Etmek	10	0,80
147	Motive Etmek, Motive Olmak	10	0,80
148	Penaltı Noktasını/Serbest Vurusu Göstermek	10	0,80
149	Sert Sut, Sert Vuruş	10	0,80
150	Taraftara Affettirmek	10	0,80
151	Tur Atlamak, Tura Çıkmak, Turu Geçmek	10	0,80
	<b>Toplam</b>	<b>4727</b>	

İncelenen haberlerde en çok yinelenen spor kavramının sporun edilgen tüketicisini nitelediği ortaya çıkmaktadır. “Futbolsever”, “Taraftar” ve “Seyirci” ifadeleri haberlerin yüzde 20’sinde yinelenmiştir.

**Tablo 8.**  
*En Sık Yinelenen Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalara Göre Dağılımı*

	Galatasaray -Arsenal		Türkiye- İrlanda		Galatasaray -Fenerbahçe		G.Birliği- Beşiktaş		G.Antepspor Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Futbolsever, taraftar, seyirci	92	35,8	43	16,7	68	26,5	37	14,4	17	6,6	257	100
Sarı Kırmızı	163	75,8	7	3,3	44	20,5	1	0,5	0	0	215	100
Cim Bom	113	63,8	6	3,4	55	31,1	2	1,1	1	0,6	177	100
Hoca	48	37,2	26	20,2	35	27,1	12	9,3	8	6,2	129	100
Derbi	1	0,8	4	3,4	112	94,9	0	0	1	0,8	118	100

(Kaynak: Ek 2’de sunulan Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalara Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Karşılaşmalar bağlamında bu kategori değerlendirildiğinde, Tablo 8’deki verilerden hareketle, en yoğun kullanımının (yüzde 35,8) ilk örnek olayda incelenen UEFA Kupası Final Karşılaşmasında olduğu dikkatleri çekmektedir. Ardından Galatasaray-Fenerbahçe ve Türkiye-İrlanda karşılaşmaları ile ilgili yazılan haberlerde “Futbolsever”, “Taraftar” veya “Seyirci” ifadeleri yoğun olarak yer almıştır.

Spor kavram ve sözdizimi ana kategorisinde, “Sarı Kırmızı” ön eki ile “Takım, ekip, oyuncu ve futbolcu” ifadeleri ikinci yoğun kullanıma sahiptir. Galatasaray Spor Kulübü, futbol takımı ve futbol takımında görev yapan sporcuları sembolize eden ifadeler, haberlerin yüzde 16,6’sında yinelenmiştir. “Sarı Kırmızı” ifadesi en yoğun olarak sembolize ettiği Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımının karşılaşmalarını

konu edinen haberlerde yinelenmektedir. İfade, Galatasaray-Arsenal karşılaşması ile ilgili haberlerde yoğun bir biçimde (yüzde 75,8) yinelenirken, bu oran Galatasaray-Fenerbahçe (yüzde 20,5) ve diğer karşılaşmalarda daha düşüktür.

Spor kavram ve söz dizimleri ana kategorisi içerisinde haberlerde en yoğun yinelenen üçüncü ifade, “Cim Bom”dur. “Sarı kırmızı” ifadesi gibi Galatasaray Spor Kulübü, futbol takımı ve futbol takımında görev yapan sporcuları sembolize eden “Cim Bom” ifadesi, incelenen tüm haberlerde 177 kez (yüzde 13,7) yinelenmektedir. “Cim Bom” ifadesi yine en yoğun olarak nitelendirdiği kulübün karşılaşmalarında yinelenmektedir.

Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberlerinde ifade, yüzde 63,8 oranında yinelenirken; bu oran Fenerbahçe karşılaşması haberlerinde yüzde 31,1’dir. Öte yandan Galatasaray’ın oynadığı bir karşılaşma olmamasına karşın Türkiye-İrlanda, Gençlerbirliği-Beşiktaş ve Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşmalarına yönelik haberlerde de “Cim Bom” ifadesine rastlanılmaktadır. Dolayısıyla bu karşılaşmalarda da Galatasaray’dan bir biçimde söz edilmektedir.

Haberlerde en çok yinelenen dördüncü ifade “Hoca”dır. İfade futbolcular tarafından karşılaşmada görev yapan hakemleri de nitelenmesine karşın, bu araştırmada “Teknik Direktörü” ifade eden anlatımlar çerçevesinde incelenmiştir.

“Hoca” ifadesi, incelenen haberlerin yüzde 10’unda yinelenmektedir<sup>614</sup>. İfade en yoğun biçimde (yüzde 37,2) Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. Bu karşılaşmanın ardından ifade en çok Galatasaray-Fenerbahçe (yüzde 27,1) ve Türkiye-İrlanda (yüzde 20,2) karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir<sup>615</sup>.

<sup>614</sup> Teknik direktörleri niteleyen kavramlar sadece Hoca kavramı ile sınırlı değildir. Spor kavram ve söz dizimleri kategorisinin alt kategorileri oluşumunda Hoca kavramı ile eş anlamlı olarak kullanılan kimi kavramlar da saptanmıştır. Teknik adam, teknik patron, patron, teknik heyet, teknik kadro, kurmay ekibi, tecrübeli hoca-çalıştırıcı, çalıştırıcı söz konusu edilen kavramlar arasında yer almaktadır. Bu kavramlar içinde teknik adam ve teknik patron kavramı 58 kez, tecrübeli hoca-çalıştırıcı kavramı 15 kez, başarılı çalıştırıcı kavramı ise yine 15 kez yinelenmiştir.

<sup>615</sup> Hoca kavramının karşılaşmalar bağlamında incelemesinde de anlaşıldığı gibi Galatasaray ve Fenerbahçe ile Ulusal Futbol Takımlarının teknik direktörleri spor basını tarafından önemli görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı dönemde Galatasaray teknik direktörü olarak görev yapan Fatih Terim ve Ulusal Futbol Takımı Teknik Direktörü olarak görev yapan Mustafa Denizli’nin, bu spor kavramı bağlamında ayrıca değerlendirilmesi gerekmektedir. Adı geçen her iki teknik direktör de Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımı ve Ulusal Futbol Takımında görev yapmışlar, kendilerinden önceki teknik direktörlere göre başarılı sonuçlar almışlar, Türk futbolunun Avrupa’ya açılmasında

En sık yinelenen spor kavramları ve ya söz dizimleri sıralamasında beşinci sırada “Derbi” ifadesi yer almaktadır. Aynı kentte yer alan, kentin kültüründe önemli bir yere sahip, kurumsallaşmış ve aralarındaki rekabetin gelenekselleşip ve kurumsallaştığı iki takımın karşılaşması<sup>616</sup> olarak tanımlanan ifade, haberlerin yüzde 9,10’unda yinelenmektedir. “Derbi” ifadesinin tamama yakını (yüzde 94,92) Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir<sup>617</sup>. Öte yandan derbi niteliği taşımamasına karşın Türkiye-İrlanda (yüzde 3,39), Galatasaray-Arsenal (yüzde 0,85) ve Gaziantepspor-Trabzonspor (yüzde 0,85) karşılaşmalarını konu alan haberlerde de bu ifadeye yer verilmiştir.

---

önemli katkılarda bulunmuşlardır. Ekonomi-politiğin söylem aracı haline gelen, kimi zaman ulusal kahraman olarak sunulan bu iki teknik direktör ve sahip olduğu kişiliklerin teknik direktörleri niteleyen kavramların bu denli sık kullanılmasında etkili olduğu saptaması hatalı olmayacaktır. Söz konusu edilen dönemde 3 Büyüklükler olarak adlandırılan kulüplerden biri olan Beşiktaş Jimnastik Kulübü Futbol Takımı’nın ciddi bir teknik direktör sorunu ile karşı karşıya olması, ancak konu ile ilgili sıralamada dördüncü sırada yer alması elde edilen verileri daha anlamlı hale getirmektedir.

Tüm bunların yanı sıra Ümit Kıvanç da spor basınının Hoca kavramını çok kullanmasını asılsız habere bağlamaktadır. Kıvanç “Ağza laf yakıştırmak” olarak nitelendirdiği uygulama ile daha saldırgan demeçler veren veya saldırgan bir demecin sahibi olduğu kuşku götürmeyen teknik direktörlerin ağzından demeçler verilmesini, bu demeçlerin haber formuna dönüştürülmesini Hoca kavramının bu denli çok çıkmasına gerekçe olarak göstermektedir. Ümit Kıvanç b, -Medyakronik Web Sitesi Gazeteci-Yazar- “Spor Basınının Dili” konulu görüşme, Eskişehir: 3 Mayıs 2001.

<sup>616</sup> Kavram, gerek spor dünyasının aktörleri, gerekse spor basını çalışanları tarafından kimi zaman hatalı kullanılmaktadır. Kavramın yukarıda verilen açıklaması ışığında herhangi bir karşılaşmanın Derbi olarak nitelenmesi için gerekli koşulları taşımayan karşılaşmalar Derbi olarak nitelendirilmektedir. Farklı iki şehrin takımı arasındaki karşılaşma Anadolu Derbisi olarak nitelendirilmekte, aynı şehrin, kurumsallaşmamış ve aralarında rekabetin gelenekselleşmemiş iki takımı arasındaki karşılaşma derbi olarak adlandırılmaktadır.

<sup>617</sup> Derbiler, özellikle Galatasaray-Fenerbahçe derbileri, takım taraftarları için olduğu kadar Türk futbolu ve spor basını için de büyük önem taşımaktadır. Söz konusu edilen takımların ligdeki performansları, durumları ve amaçları ne olursa olsun futbolcular, teknik direktörler, taraftarlar bu karşılaşmalara odaklanmaktadır. Derbilerin sonuçları, takımların başarılarını daha belirgin yapmakta, başarısızlıklarını ise gizlemekte, şampiyonluğun adaylarını, ligdeki diğer takımlar ile yapacakları karşılaşmalardan alacakları sonuçlardan çok derbilerden alacakları sonuçları belirlemekte, takımlar gibi teknik direktörlerin başarı veya başarısızlıklarının ölçümünde derbiler bir ölçüt olmakta, bu gibi nedenlerden ötürü de derbiler diğer karşılaşmalardan farklı ve önemli olmaktadır. Yukarıda önemi tartışılan derbilerin, özellikle de Galatasaray ve Fenerbahçe arasında oynanan derbilerin sadece bu takım taraftarları için değil, Türk futbolu için önem taşıması, kaçınılmaz olarak spor basını için de ayrıcalıklı olmalarına yol açmaktadır. Spor basını derbilere, öncelikle sporun edilgen tüketicileri ilgi gösterdiği için konu ve içerik olarak işlemektedir. Öte yandan satış rakamlarının büyük bir bölümünün İstanbul’da gerçekleşmesi, spor basını bu takımların karşılaşmalarına önem vermeye zorlanmaktadır. Haber toplama ekonomisi olmama, spor basını çalışanlarının bu takımlara karşı ilgisi olması ve diğer çevresel koşullar da yukarıda yer verilen ekonomi kökenli gerekçelere eklenebilir. Spor basını çalışanlarının da büyük ölçüde bu takımların taraftarı olmaları da gerekçeler arasında sıralanmalıdır.



En sık yinelenen spor kavram ve söz dizimlerinin hangi dönemde ve ne yoğunlukta yayımlandıkları sorusunu yanıtı ise Tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9.**  
*En Sık Yinelenen Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı*

	<i>Karşılaşma Öncesi</i>		<i>Karşılaşma Günü</i>		<i>Karşılaşma Sonrası</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Futbolsever, Taraftar, Seyirci	63	24,5	45	17,5	149	58	257	100
Sarı Kırmızı	59	27,4	29	13,5	127	59,1	215	100
Cim Bom	42	23,7	34	19,2	101	57,1	177	100
Hoca	37	28,7	15	11,6	77	59,7	129	100
Derbi	44	37,3	21	17,8	53	44,9	118	100

(Kaynak: Ek 3’de sunulan Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

“Futbolsever”, “Taraftar” ve “Seyirci” ifadeleri daha çok karşılaşma öncesi haberlerde mi, yoksa karşılaşma sonrası haberlerde mi kullanılmaktadır? Yukarıdaki tabloda yer alan verilere göre, bu sözcüklerin karşılaşma sonrası haberlerde daha yoğun (yüzde 58) biçimde yinlendiğini ortaya koymaktadır. “Sarı Kırmızı” ifadesi de daha çok (yüzde 59,1) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmiştir. Bu ifade en az (yüzde 13,5) karşılaşma günü yayınlanan haberlerde yinelenmiştir. “Cim Bom” ifadesi tarih bağlamında en yoğun olarak (yüzde 57,1) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. İfadenin karşılaşma öncesi yayınlanan haberlerde yinelenme oranı yüzde 23,7 iken bu oran karşılaşma günü yayınlanan haberlerde yüzde 19,2’dir. Tablo 9’da özetlendiği gibi “Hoca” ifadesinin karşılaşma sonrası haberlerdeki yinelenme oranı (yüzde 59,7), karşılaşma öncesi (yüzde 28,7) ve karşılaşma günü (yüzde 11,6) yayınlanan haberlerdeki yinelenme oranına göre daha yüksektir. “Derbi” ifadesinin ise yarıya yakını (yüzde 44,92) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenirken, bu oran karşılaşma öncesi (yüzde 37,29) ve karşılaşma günü (yüzde 17,80) yayınlanan haberlerde daha düşüktür.

En sık yinelenen spor kavram ve söz dizimlerinin araştırma kapsamına alınan gazetelere göre yinelenme oranları Tablo 10’da özetlenmektedir.



**Tablo 10.**  
**En Sık Yinelenen Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Gazetelere Göre Dağılımı**

	<i>Fanatik</i>		<i>Fotomaç</i>		<i>Hürriyet</i>		<i>Sabah</i>		<i>Star</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Futbolsever, Taraftar, Seyirci	78	30,4	53	20,6	34	13,2	25	9,7	67	26,1	257	100
Sarı Kırmızı	53	24,7	41	19,1	33	15,3	29	13,5	59	27,4	215	100
Cim Bom	40	22,6	24	13,6	15	8,5	17	9,6	81	45,8	177	100
Hoca	27	20,9	29	22,5	7	5,4	19	14,7	47	36,4	129	100
Derbi	37	31,4	21	17,8	13	11	13	11	34	28,8	118	100

(Kaynak: Ek 4’de sunulan Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Gazetelere Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

“Futbolsever”, “Taraftar” ve “Seyirci” ifadeleri gazeteler bağlamında da farklılıklar göstermiştir. Tabloda da özetlendiği gibi ifadelerin yaklaşık üçte biri (yüzde 30,4) *Fanatik* Gazetesi’ne ait iken, onu *Star* (yüzde 26,1) ve *Taraftar Fotomaç* (yüzde 20,6) Gazeteleri izlemektedir. “Sarı kırmızı” ifadesini haberlerinde en çok yineleyen (yüzde 27,4) gazete *Star* Gazetesi’dir. Ardından *Fanatik* (yüzde 24,7) ve *Taraftar Fotomaç* (yüzde 19,1) Gazeteleri bu ifadeyi yoğun olarak kullanmaktadır. En az bu ifadeyi yineleyen (yüzde 13,5) *Sabah* Gazetesi’dir.

Gazeteler bağlamında “Cim Bom” ifadesinin yinelenme yoğunluğunda ilk sırayı *Star* Gazetesi almaktadır. İfadenin toplam kullanımının yarıya yakını (yüzde 45,8) *Star* Gazetesi’nin haberlerinde yer alırken, bunu *Fanatik* (yüzde 22,6) ve *Taraftar Fotomaç* (yüzde 13,6) Gazeteleri izlemektedir. “Hoca” ifadesini haberlerinde en çok (yüzde 36,4) yineleyen gazete, *Star* Gazetesi’dir. Bunu, *Taraftar Fotomaç* (yüzde 22,5) ve *Fanatik* (yüzde 20,9) Gazeteleri izlemektedir. “Hoca” sözcüğünü en az (yüzde 5,4) yineleyen gazete *Hürriyet* Gazetesi’dir. “Derbi” ifadesini haberlerinde en çok (yüzde 31,4) yineleyen gazete *Fanatik* Gazetesi’dir. Ardından *Star* (yüzde 28,8) ve *Taraftar Fotomaç* (yüzde 17,80) Gazeteleri gelmektedir. İfadeyi en az (yüzde 11) yineleyen *Sabah* ve *Hürriyet* Gazeteleri’dir.

Sonuç olarak spor kavram ve söz dizimlerine yinelenme sıklığı açısından bakıldığında, spor ve spor basınının tüketicisi konumundaki futbolsever ve taraftarların ilk sırada yer aldığı ortaya çıkmaktadır. Bu ifadenin ardından araştırmanın yapıldığı dönemde yurtdışında başarılı olan Galatasaray Futbol Takımı’nı vurgulayan “Sarı Kırmızı” ve “Cim Bom” ifadeleri haberlerde sıklıkla yinelenmiştir. Fenerbahçe Spor

Kulübü Futbol Takımı'nı simgeleyen “Fener” ve “Sarı Lacivert” gibi ifadeler ise haberlerde en fazla yinelenen ikinci futbol takımını ortaya koymaktadır.

Spor ve spor basınının tüketicileri ve söz konusu edilen süreçte araç konumu ile yer alan takımların vurgulanmasının ardından, süreç içerisinde görevli olan kişiler, haberlere konu edilmişlerdir. Teknik direktörler ve sporcular “Hoca” ve “Yıldız” ifadeleri ile nitelendirilmiş ve diğer spor kavram ve söz dizimlerine oranla daha yoğun olarak yinelenmiştir.

Sürecin çıktısı veya eş deyişle de sürecin amacına yönelik olan, bu amacı vurgulayan “Kupayı almak”, “Kupayı kazanmak”, “Kupaya ulaşmak” ifadeleri “Final”, “Finale yükselmek”, “Finale çıkmak”, “Finale gitmek” ifadeleri da en sık yinelenenler arasında yer almıştır.

En az yinelenen spor kavram veya sözdizimleri ise “En Büyük”, “Genç Hoca”, “Gol Bulmak/Bulamamak”, “Kalecide Kalmak, Kaleciden Dönmek” “Kaliteli Takım/Oyuncu/Futbolcu”, “Kart Cezalı Olmak”, “Kupaya Yakın Olmak, Kupaya Uzanmak”, “Markaj Yapmak, Marke Etmek”, “Motive Etmek, Motive Olmak”, “Penaltı Noktasını/Serbest Vuruşu Göstermek”, “Sert Şut, Sert Vuruş”, “Taraftara Affettirmek”, “Tur Atlamak, Tura Çıkmak, Turu Geçmek” ifadeleridir.

Sonuç olarak incelenen spor kavram ve söz dizimleri büyük ölçüde karşılaşma sonrası haberlerde yinelenmiş, bu dönemi karşılaşma öncesi ve karşılaşma günü haberler izlemiştir. Yaygın bir gazete olan Star Gazetesi bir çok spor kavram ve söz diziminin en yoğun yinlendiği gazete olmuştur. Bu gazeteyi Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazetelerinin izlerken, Hürriyet ve Sabah Gazeteleri ise son iki sırayı almıştır.

#### 4.2.2. Deyimler

Araştırma kapsamında yer alan haberlerin incelenmesi sonucu spor basınında deyimlerin oldukça yoğun bir biçimde yinlendiği ortaya çıkmıştır. Spor basını haber dilinde kullanılan deyimlerin hangileri olduğu ve haberlerdeki yinelenme oranlarına yönelik veriler Tablo 11’de özetlenmektedir.

**Tablo 11.**  
**İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Deyimler**

	<b>Deyim</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde</b>
1.	Devirmek Gurur Duymak, Gururu Olmak, Gurur	57	4,4
2.	Kaynağı Olmak	46	3,6
3.	Hak Etmek, Hakkı Olmak	41	3,2
4.	Başarıya/Zafere/Rekora/İlke İmza Atmak	40	3,1
5.	Görev Almak, Görev Vermek, Görev Yapmak, Görevi Yerine Getirmek	35	2,7
6.	Sevinçe Boğmak, Sevinç Yaşamak, Sevinç Yaşatmak	35	2,7
7.	Coşmak, Coşkulu Olmak, Coşku Yaşamak	33	2,6
8.	Vize Almak, Vize İle Ayrılmak	26	2
9.	Şölen/Tören/Bayram Yapmak, Şölen/Tören/Bayram Yerine Çevirmek	22	1,7
10.	İşi(ni) Bitirmek	20	1,5
11.	Tepki Almak/Göstermek, Tepkiye Neden Olmak	18	1,4
12.	Yıkmak, Yıkılmak	18	1,4
13.	Övgüler Yağdırmak, Övmek, Övgü Yağmuruna Tutmak	16	1,2
14.	Boyun Eğmek, Boynu Bükük Olmak, Ayrılmak	15	1,2
15.	Karşı Karşıya Gelmek	15	1,2
16.	Avantaj Yakalamak	14	1,1
17.	Kapısını Ardına Kadar Açmak, Aralamak, Kapısından Girmek,	14	1,1
18.	Mutlu Sona Ulaşmak	14	1,1
19.	Sokağa Dökmek, Sokağa Dökülmek	14	1,1
20.	Yalnız Bırakmamak	14	1,1
21.	Yerini Almak	14	1,1
22.	İddia Etmek, İddialı Olmak, İddialı Konuşmak	13	1
23.	Sevgi Gösterisi, Sevgi Gösterisinde Bulunmak	13	1
24.	Alkış Almak, Alkış Tutmak	12	0,9
25.	Başarının/Galibiyetin/Zaferin Mimari Olmak	12	0,9
26.	Cevap/Yanıt Vermek	12	0,9
27.	Elinden Gelemini Yapmak	12	0,9
28.	Ezmek, Ezilmek, Eze Eze	12	0,9
29.	Kilitlenmek	12	0,9
30.	Nokta Koymak, Noktalamak	12	0,9
31.	Şansı Azalmak, Şansını Kaybetmek, Şansı Bitmek	12	0,9
32.	Ter Dökmek, Formasını Terinin Son Damlasına Kadar İslatmak,	12	0,9
33.	Fırsatı Kaçırarak/ Tepmek/ Harcamak	11	0,9

Tablo 11 Devamı

34.	Hakim Olmak, Hakimiyeti Kaptırmamak	11	0,9
	Şans Vermek/Tanımak, Sansı Devam		
35.	Etmek	11	0,9
36.	Şov Yapmak, Şov Yaşamak	11	0,9
	Takip Altına Almak, Takip Altında		
37.	Olmak	11	0,9
38.	Yüzünü Güldürmek	11	0,9
39.	Dize Getirmek, Diz Çöktürmek	10	0,8
	Göz Bebeği, Gözdesi Olmak, Göz		
40.	Doldurmak	10	0,8
41.	İlgi Göstermek	10	0,8
42.	Pay/Emek Sahibi Olmak	10	0,8
43.	Rol Oynamak	10	0,8
44.	Sınav Vermek, Sınava Çıkmak	10	0,8
45.	Talip Olmak, Talip Çıkmak	10	0,8
	<b>Toplam</b>	<b>791</b>	

Spor basını haber dilinde en sık yinelenen deyimlerin karşılaşmalar bağlamında yinelenme oranları Tablo 12’de özetlenmektedir.

Tablo 12.  
En Sık Yinelenen Deyimlerin Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	Galatasaray- Arsenal		Türkiye- İrlanda		Galatasaray- Fenerbahçe		G.Birliği- Beşiktaş		G.Antepspor Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Devirmek	15	26,3	11	19,3	20	35,1	4	7	7	12,3	57	100
Gurur Duymak, Gururu Olmak, Gurur Kaynağı Olmak	22	47,8	15	32,6	5	10,9	2	4,3	2	4,3	46	100
Hak Etmek, Hakkı Olmak	17	41,5	15	36,6	2	4,9	2	4,9	5	12,2	41	100
Başarıya/Zafere/R ekora/İlke İmza Atmak	26	65	4	10	5	12,5	2	5	3	7,5	40	100
Görev Almak/ Vermek/ Yapmak/ Yerine Getirmek	8	22,9	9	25,7	12	34,3	6	17,1	0	0	35	100

(Kaynak: Ek 5’de sunulan Deyimlerin Karşılaşmalara Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

“Devirmek” deyimini haberlerde en çok (yüzde 7,2) yinelenen deyimdir. Anlam olarak saf dışı bırakmak, yenmek, elemek gibi anlamlar taşıyan deyim, başarının vurgulanması amacı ile yoğun bir biçimde yinelenmiştir. Bu noktada deyimden ayrıca vurgulanan başarının boyut ve yoğunluğunun artırılması, başarılı olanın yüceltilerek ve başarısız olanın aşağılanması gibi anlam ve çağrışımları da beraberinde getirdiği

vurgulanmalıdır. Tablo 12’de özetlendiği gibi “Devirmek” deyimini en yoğun (yüzde 35,1) olarak Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması ile ilgili haberlerde yinelenmiştir. Bu karşılaşmayı Galatasaray-Arsenal (yüzde 26,3) ve Türkiye-İrlanda (yüzde 19,3) karşılaşmaları izlemektedir. Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberleri “Devirmek” deyiminin en az (yüzde 74) yinlendiği haberlerdir.

En sık yinelenen deyimler sıralamasında “Gurur duymak”, “Gururu olmak”, “Gurur kaynağı olmak” deyim grubu ikinci sırada yer almaktadır. Bu deyimler, haberlerin yüzde 3,60’ında yinelenmiştir. Deyim grubu en yoğun olarak (yüzde 47,8) Galatasaray-Arsenal karşılaşmasını konu alan haberlerde yinelenmektedir. Ardından Türkiye-İrlanda ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşmaları gelmektedir. Deyim alt kategorisi en az Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir.

En sık yinelenen deyimler sıralamasında üçüncü sırada “Hak etmek” ve “Hakkı olmak” deyim grubu yer almaktadır. Haberlerin, yüzde 5,18’inde deyim grubu yinelenmiştir. Deyim grubu en yoğun olarak (yüzde 41,5) Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir. Bu karşılaşmayı Türkiye-İrlanda ve Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşmaları izlemektedir. Deyim grubu en az Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir.

En sık yinelenen deyimler sıralamasında dördüncü sırada başarıyı vurgulayan deyimlerin yer almaktadır. “Başarıya imza atmak”, “Zafere imza atmak”, “Rekora imza atmak” ve “İlke imza atmak” gibi deyimler haberlerin yüzde 3,10’unda yinelenmektedir. Deyim grubu en yoğun olarak (yüzde 65) Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. Ardından Galatasaray-Fenerbahçe ve Türkiye-İrlanda karşılaşması haberleri gelmektedir. Deyim grubu en az Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir.

En sık yinelenen deyimler sıralamasında beşinci sırada “Görev” ile ilgili deyimler yer almaktadır. “Görev almak”, “Görev vermek”, “Görev yapmak”, “Görevi yerine getirmek” deyimleri, haberlerin yüzde 2,70’inde yinelenmiştir. Deyim grubunun büyük bir bölümü (yüzde 34,3) Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. Ardından Türkiye-İrlanda ve Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberleri gelmektedir. Deyim grubu en az Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir.

Spor basını haberlerinde en sık yinelen deyimler olan Devirmek, Gurur Duymak, Gururu Olmak, Gurur Kaynağı Olmak, Hak Etmek, Hakkı Olmak, Başarıya/Zafere/ Rekora/İlke İmza Atmak, Görev Almak, Görev Vermek, Görev Yapmak, Görevi Yerine Getirmek ifadelerinin yayınlanma tarihlere göre yinelenme oranları ise Tablo 13’de özetlenmektedir.

**Tablo 13.**  
**En Sık Yinelenen Deyimlerin Tarihe Göre Dağılımı**

	Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Karşılaşma Sonrası		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Devirmek	10	17,5	11	19,3	36	63,2	57	100
Gurur Duymak, Gururu Olmak, Gurur Kaynağı Olmak	6	13	4	8,7	36	78,3	46	100
Hak Etmek, Hakkı Olmak	3	7,3	6	14,6	32	78	41	100
Başarıya/Zafere/ Rekora/İlke İmza Atmak	8	20	4	10	28	70	40	100
Görev Almak/ Vermek/ Yapmak/ Yerine Getirmek	10	28,6	7	20	18	51,4	35	100

(Kaynak: Ek 6’da sunulan Deyimlerin Tarihe Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Tablo 13’e göre, “Devirmek” deyimini, en çok (63,2) karşılaşma sonrası haberlerde yinelenirken, bu oran karşılaşma öncesi ve karşılaşma günü yayınlanan haberlerde daha düşüktür. “Gurur duymak”, “Gururu olmak” ve “Gurur kaynağı olmak” deyimlerinin de büyük bir bölümü (yüzde 78,3) olarak karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Karşılaşma öncesi ve karşılaşma günü yayınlanan haberlerde deyim grubunun yinelenme oranı daha düşüktür.

“Hak etmek” ve “Hakkı olmak” deyimleri ise çoğunlukla (yüzde 78) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmiştir. “Başarıya imza atmak”, “Zafere imza atmak”, “Rekora imza atmak” ve “İlke imza atmak” deyimleri ise en yoğun (yüzde 70) olarak karşılaşma sonrası yinelenmektedir. “Görev almak”, “Görev vermek”, “Görev yapmak”, “Görevi yerine getirmek” deyim grubunun yarıdan fazlası (yüzde 51,4) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmiştir.

Haberlerde en sık yinelenen deyimlerin gazetelerde yer alma, eş deyişle de gazetelere göre haberlerde yinelenme oranları ise Tablo 14’de özetlenmektedir.

Gazeteler bazında bir değerlendirme yapıldığında; Star Gazetesi'nin "Devirmek" deyimini haberlerinde en çok (yüzde 35,1) yineleyen gazete olduğu belirlenmektedir. Ardından Taraftar Fotomaç ve Hürriyet Gazeteleri gelmektedir. Deyimi en az yineleyen ise Fanatik Gazetesi'dir.

**Tablo 14.**  
**En Sık Yinelenen Deyimlerin Gazetelere Göre Dağılımı**

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Devirmek	7	12,3	14	24,6	8	14	8	14	20	35,1	57	100
Gurur Duymak, Gururu Olmak, Gurur Kaynağı Olmak	17	37	8	17,4	5	10,9	7	15,2	9	19,6	46	100
Hak Etmek, Hakkı Olmak	14	34,1	11	26,8	4	9,8	6	14,6	6	14,6	41	100
Başarıya/Zafere/Re kora/İlke İmza Atmak	11	27,5	9	22,5	7	17,5	4	10	9	22,5	40	100
Görev Almak/ Verme/ Yapmak/ Yerine Getirmek	19	54,3	8	22,9	2	5,7	2	5,7	4	11,4	35	100

(Kaynak: Ek 7'de sunulan Deyimlerin Gazetelere Göre Dağılımı'ndan uyarlanmıştır.)

"Gurur duymak", "Gururu olmak" ve "Gurur kaynağı olmak" deyimlerinin gazetelere göre yinelenme dağılımında ilk sırada Fanatik Gazetesi bulunmaktadır. Fanatik Gazetesi deyim gurubunun büyük bir bölümünü (yüzde 37) haberlerinde yinelerken, bu gazetenin ardından Star ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri gelmektedir. Deyim grubunu en az yineleyen Hürriyet Gazetesi'dir.

Gazetelere göre "Hak etmek" ve "Hakkı olmak" deyimlerinin yinelenme sıralamasında ilk sırayı Fanatik Gazetesi (yüzde 34,1) almaktadır. Fanatik Gazetesi deyim grubunun büyük bir bölümünü haberlerinde yinelerken, ardından Taraftar Fotomaç ve Sabah Gazeteleri gelmektedir. Deyim grubunu en az yineleyen ise Hürriyet Gazetesi'dir.

"Başarıya imza atmak", "Zafere imza atmak", "Rekora imza atmak" ve "İlke imza atmak" deyimlerini en yoğun (yüzde 27,5) yineleyen gazete yine Fanatik Gazetesi'dir. Ardından Taraftar Fotomaç ve Star Gazeteleri gelmektedir. Deyim grubunu en az yineleyen Sabah Gazetesi'dir.

“Görev almak”, “Görev vermek”, “Görev yapmak”, “Görevi yerine getirmek” deyimlerinin yarısından fazlası (yüzde 54,3) Fanatik Gazetesi tarafından yinelenmektedir. Bu gazetenin ardından Taraf Taraf Fotomaç ve Star Gazeteleri gelmektedir. Deyim grubunun en az yinlendiği gazeteler ise Hürriyet ve Sabah Gazeteleri’dir.

Sonuç olarak en sık yinelenen deyimlerin süreç sonunda ulaşılan sonuç ve sonuçtan kaynaklanan başarı ve mutluluk üzerine yoğunlaşmış deyimler olduğu ortaya çıkmıştır. “Sevince boğmak”, “Sevinç yaşamak”, “Sevinç yaşatmak”, “Coşmak”, “Coşkulu olmak”, “Vize almak”, “Vize ile ayrılmak”, “Şölen, tören, bayram yapmak”, “Şölen/tören/bayram yerine çevirmek”, “İşi(ni) bitirmek” söz konusu edilen nitelikte deyimlerdir. En az yinelenen deyimler ise “Dize getirmek”, “Diz çöktürmek”; “Göz bebeği”, “Gözdesi olmak”, “Göz doldurmak”; “İlgi Göstermek”; “Pay/Emek sahibi olmak”; “Rol oynamak”; “Sınav vermek”, “Sınava çıkmak”; “Talip olmak”, “Talip çıkmak” şeklinde sıralanmaktadır. Deyimler en yoğun olarak karşılaşma sonrası yayımlanan haberlerde yinelenmektedir. Deyimleri en sık yineleyen gazeteler ise Star ve Fanatik Gazeteleri’dir.

#### 4.2.3. Doğa kavramları

Çalışmanın kuramsal bölümünde de değinildiği gibi spor basını dilinde spor kavram ve söz dizimleri ile deyimlerin yanı sıra “Doğa”yı çağrıştıran, doğa olaylarını sembolize eden kimi ifadeler kullanılmaktadır. Spor basını, Tablo 15’ten de anlaşılacağı üzere, Doğa kavramı olarak kimi zaman bir hayvanı, kimi zaman bir doğa olayını, kimi zaman da doğada yer alan bir mekanı kullanmaktadır.

*Tablo 15.  
İncelenen haberlerde En Sık Yinelenen Doğa Kavramları*

	<b>Doğa Kavramları</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde</b>
1.	Arslan	122	9,40
2.	Kanarya	51	3,90
3.	Deprem, Sallanmak, Artçı Şok	40	3,10
4.	Zirveye/Doruğa Ulaşmak/Çıkmak	23	1,80
5.	Kartal	20	1,50
6.	Felaket	13	1
7.	Altın Çağ/Yıl/İsim	12	0,90
8.	Fırtına, Fırtına gibi Esmek	12	0,90
	<b>Toplam</b>	<b>293</b>	



Spor basını haberlerinde en sık yinelenen doğa kavramlarının hangi karşılaşmada ne oranda yinlendiklerine ilişkin veriler Tablo 16’da özetlenmektedir.

*Tablo 16.  
En Sık Yinelenen Doğa Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı*

	<i>Galatasaray -Arsenal</i>		<i>Türkiye- İrlanda</i>		<i>Galatasaray -Fenerbahçe</i>		<i>G.Birliği- Beşiktaş</i>		<i>G.Antepspor -Trabzonspor</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Arslan	83	68	7	5,7	32	26,2	0	0	0	0	122	100
Kanarya	0	0	2	3,9	48	94,1	0	0	1	2	51	100
Deprem, Sallanmak, Artçı Şok	4	10	35	87,5	0	0	1	2,5	0	0	40	100
Zirveye/Doruğa Ulaşmak/Çıkmak	13	56,5	2	8,7	5	21,7	1	4,3	2	8,7	23	100
Kartal	1	5	0	0	0	0	19	95	0	0	20	100

(Kaynak: Ek 8’de sunulan Doğa Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

İncelenen haberlerde en sık (yüzde 9,40) yinelenen ifade “Arslan”dır. İfadenin büyük bir bölümü (yüzde 68) olarak Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. Ardından Galatasaray-Fenerbahçe ve Türkiye-İrlanda karşılaşması haberleri gelmektedir. İfade en az Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması ile ilgili haberlerde yinelenmiştir.

Doğayı niteleyen ifadelerin yinelenme sıklığı sıralamasında “Kanarya” ifadesi ikinci sırada yer almaktadır. “Kanarya” ifadesi incelenen haberlerin yüzde 3,9’unda yinelenmiştir. “Kanarya” ifadesinin tamama yakını (yüzde 94,1) Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. Öte yandan ifadenin sembolize ettiği Fenerbahçe ile bir ilgisi olmamasına karşın Türkiye-İrlanda ve Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberlerinde de “Kanarya” ifadesi yinelenmiştir.

Kulüpleri sembolize eden hayvan isimlerinin ilk iki sırayı aldığı kategoride üçüncü sırada doğa olaylarını niteleyen “Deprem”, “Sallamak” ve “Artçı Şok”<sup>618</sup> gibi

<sup>618</sup>Bu doğa kavramları, örnek olaylarda konu edilen karşılaşmaların sonuçları, sonuçların önemi ve sonuçların etkisini vurgulamak amacı ile kullanılmıştır. Spor basını, karşılaşma sonucunun ne denli önemli olduğu ve büyük bir etki yaptığının, karşılaşmaya özellikle izleyici, yine spor basınının ifadesi ile futbolseverlerin ne denli büyük ilgi gösterdiğinin altını çizmek, ön plana çıkarmak için deprem, sallamak ve artçı şok gibi doğa olaylarını haber içeriklerinde kullanmıştır. Spor basınının haberleri daha ilginç ve okunur hale getirme kaygı ve çabası, doğa olaylarının yer aldığı bu alt kategorinin bu denli kullanımına yol açmıştır. Türkiye’nin 1999 yılında yaşadığı 17 Ağustos ve 12 Kasım depremleri ve sonrasında söz konusu edilen doğa olaylarının sürekli gündemde kalması, haberin ilginç kılınması açısından beklenen etkiyi sağlamada önemli bir etken olarak görülmektedir. Öte yandan söz konusu edilen kavramların insanoğlunun korkuları olduğu, onu endişeye ittiği ve kimi zaman da kışkırttığı göz önüne alındığında deprem, sallamak ve artçı şok gibi kavramların bulunduğu alt kategorinin etik olmayan ancak etkili bir kullanım sahası oluşturduğu saptaması yapılacaktır.

ifadeler yer almaktadır. Söz konusu edilen ifadeler incelenen toplam haberlerin yüzde 3,10’unda yinelenmektedir. “Deprem”, “Sallamak” ve “Artçı Şok” ifadelerin önemli bir bölümü (yüzde 87,5) Türkiye-İrlanda karşılaşmasını konu edinen haberlerde yinelenmektedir. Bu karşılaşmayı Galatasaray-Arsenal ve Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşmaları izlemektedir. Galatasaray-Fenerbahçe ve Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşmalarında ise söz konusu edilen ifadeler yinelenmemiştir.

Spor basını haberlerinde en sık yinelenen doğa kavramlarının tarihlere göre ne oranda yinelandıklarına ilişkin veriler Tablo 16’da özetlenmektedir.

Tablo 17’ye göre, “Arslan” ifadesi karşılaşma sonrasında yayınlanan haberlerde daha yoğun (yüzde 56,56) bir biçimde yinelenmiştir. “Kanarya” ifadesinin yarıdan fazlası (yüzde 51) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. “Deprem”, “Sallamak” ve “Artçı şok” ifadelerinin yarıdan fazlası (yüzde 57,5) karşılaşma sonrasında konu edinen haberlerde yinelenmektedir.

**Tablo 17.**  
**En Sık Yinelenen Doğa Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı**

	<i>Karşılaşma Öncesi</i>		<i>Karşılaşma Günü</i>		<i>Karşılaşma Sonrası</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Arslan	29	23,8	24	19,7	69	56,6	122	100
Kanarya	15	29,4	10	19,6	26	51	51	100
Deprem,Sallanmak, Artçı Şok	15	37,5	2	5	23	57,5	40	100
Zirveye/Doruğa Ulaşmak/Çıkmak	3	13	4	17,4	16	69,6	23	100
Kartal	3	15	5	25	12	60	20	100

(Kaynak: Ek 9’da sunulan Doğa Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Gazetelere göre doğa kavramlarını haberlerde yineleme oranı Tablo 18’de özetlenmektedir.

Tablo 18’ göre “Arslan” ifadesi en yoğun (yüzde 44,2) olarak Star Gazetesi haberlerinde yinelenmektedir. Bunu, Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri izlemektedir. İfadeyi haberlerinde en az yineleyen ise Sabah Gazetesi’dir.

“Kanarya” ifadesi en yoğun olarak (yüzde 43,1) Star Gazetesi haberlerinde yinelenmektedir. Bu gazeteyi Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri izlemektedir. “Kanarya” ifadesini haberlerinde en az yineleyen ise, Sabah Gazetesi’dir.

Taraftar Fotomaç Gazetesi, ifadelerin en çok (yüzde 30) yineleniği gazetedir. Bunu, Fanatik ve Star Gazeteleri izlemektedir. Söz konusu edilen ifadeleri haberlerinde en az yineleyen ise, Sabah Gazetesi'dir.

**Tablo 18.**  
*En Sık Yinelenen Doğa Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı*

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Arslan	28	23	22	18	9	7,4	9	7,4	54	44,3	122	100
Kanarya	20	39,2	5	9,8	3	5,9	1	2	22	43,1	51	100
Deprem,Sallanmak												
Artçı Şok	11	27,5	12	30	5	12,5	4	10	8	20	40	100
Zirveye/Doruğa												
Ulaşmak/Çıkmak	8	34,8	1	4,3	4	17,4	4	17,4	6	26,1	23	100
Kartal	7	35	6	30	2	10	0	0	5	25	20	100

(Kaynak: Ek 10'da sunulan Doğa Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı'ndan uyarlanmıştır.)

Sonuç olarak haberlerde hayvan adları, doğa olaylarını niteleyen ifadelerden daha yoğun biçimde yinelenmektedir. Bu ifadeler en yoğun olarak Galatasaray-Arsenal ve Türkiye-İrlanda karşılaşmalarını konu edinen ve karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Doğayı niteleyen bu ifadeler Star, Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri'nde daha sık yinelenmektedir.

#### 4.2.4. Mitolojik kavramlar

İncelenen haberlerde anlamlı kategori oluşturulabilen, Tablo 19'te de özetlendiği gibi, 4 mitolojik ifade ortaya çıkmıştır.

**Tablo 19.**  
*İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Mitolojik Kavramlar*

	Mitolojik Kavramlar	Sayı	Yüzde
1.	Dev/Devler, Devleşmek	51	3,90
2.	Kral	34	2,60
3.	Uğur, Uğurlu gelmek	14	1,10
4.	Cehennem	10	0,80
	<b>Toplam</b>	<b>109</b>	

Tablo 19'dan da anlaşılacağı üzere spor basını haberlerinde en sık yinelenen mitolojik kavramlar "Dev", "Devler", "Devleşmek", "Kral", "Uğur", "Uğurlu gelmek" ve "Cehennem" olarak ortaya çıkmaktadır.

Spor basını haberlerinde sık yinelenen bu kavramların karşılaşmalar bağlamında yinelenme oranları Tablo 20’de özetlenmektedir.

**Tablo 20.**  
**En Sık Yinelenen Mitolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı**

	Galatasaray -Arsenal		Türkiye- İrlanda		Galatasaray -Fenerbahçe		Gençlerbirli ği-Beşiktaş		G.antepspor - Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Dev, devler, Devleşmek	27	52,9	14	27,5	8	15,7	1	2	1	2	51	100
Kral	25	73,5	4	11,8	5	14,7	0	0	0	0	34	100
Uğur, Uğurlu gelmek	6	42,9	7	50	1	7,1	0	0	0	0	14	100
Cehennem	2	20	8	80	0	0	0	0	0	0	10	100

(Kaynak: Ek 11’de sunulan Mitolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

İncelenen haberlerde en sık yinelenen mitolojik ifade “Dev”, “Devler” ve “Devleşmek”<sup>619</sup> biçiminde tanımlanmaktadır. Söz konusu ifadeler, haberlerin yüzde 3,90’ında yinelenmektedir. Bunun yarıdan fazlası (yüzde 52,9), Galatasaray-Arsenal karşılaşması ile ilgili haberlerde yinelenmektedir. Ardından Türkiye-İrlanda ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberleri gelmektedir. Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberleri mitolojik ifadeler grubunun en az yinlendiği karşılaşmadır.

En sık yinelenen mitolojik kavramlar sıralamasında “Kral”<sup>620</sup> ifadesi ikinci sırada yer almaktadır. İfadenin haberlerin yüzde 2,60’ında yinlendiği ortaya çıkmaktadır. “Kral” ifadesinin önemli bir kısmı (yüzde 73,5), Galatasaray-Arsenal karşılaşmasını işleyen haberlerde yinelenmektedir. Adından Galatasaray-Fenerbahçe ve Türkiye-İrlanda karşılaşması haberleri gelmektedir. Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması “Kral” ifadesinin haberlerde en az yinlendiği karşılaşmadır.

En sık yinelenen mitolojik ifadeler sıralamasında üçüncü sırada “Uğur” ve “Uğurlu gelmek” ifadeleri yer almaktadır. Mitolojik ifadelerin haberlerde yinelenme oranı yüzde 12,8’dir. “Uğur” ve “Uğurlu gelmek” ifadelerinin yarısı (yüzde 50)

<sup>619</sup> Dev, devler ve devleşmek gibi kavramlardan oluşan mitolojik alt kategorinin, gücü, güçlüyü, zoru ve önemliyi vurgulamak için kullanıldığı saptanmıştır. Kavramlar “Dev maç/karşılaşma”, “Dev rakip”, “Devleşti” biçiminde sıkça kullanılmıştır. Kavramlarla nitelenen kimi zaman sporcu, kimi zaman takım, kimi zaman ise karşılaşmanın kendisi olmuştur. Böylece, okura haberde yer alan sporcu ve takımların, habere konu olan karşılaşmanın umulandan daha önemli olduğu iletisi verilmeye çalışılmış, bir sonraki ilgili haberin de okutulması amaçlanmıştır.

<sup>620</sup> Kavram genelde bir kişi veya sporcuyu övmek, onun diğerlerinden farklı ve başarılı olduğunu vurgulamak amacı ile kullanılmıştır.

Türkiye-İrlanda karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. Ardından Galatasaray-Arsenal ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberleri gelmektedir. Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberlerinde mitolojik ifade grubu en düşük yoğunlukta yinelenmiştir.

Haberlerde en sık yinelenen mitolojik kavramların hangi tarihte, ne yoğunlukta yinlendiği ise Tablo 21’de özetlenmektedir.

Tablo 21’e göre, “Dev”, “Devler” ve “Devleşmek” ifadelerinin yarıdan fazlası (yüzde 54,9), şu ana kadar incelenen ifadelerden farklı olarak karşılaşma öncesi yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Karşılaşma sonrası yayınlanan haberler “Kral” ifadesinin en yoğun yinlendiği haberlerdir. “Kral”ifadesinin yarısının (yüzde 50) yinlendiği bu dönemin ardından karşılaşma öncesi ve karşılaşma günü gelmektedir. Karşılaşma sonrası yayınlanan haberler “Uğur” ve “Uğurlu gelmek” ifadelerinin en yoğun (yüzde 50) yer aldığı dönemdir.

**Tablo 21.**  
**En Sık Yinelenen Mitolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı**

	<i>Karşılaşma Öncesi</i>		<i>Karşılaşma Günü</i>		<i>Karşılaşma Sonrası</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Dev, devler, Devleşmek	14	27,5	9	17,6	28	54,9	51	100
Kral	10	29,4	7	20,6	17	50	34	100
Uğur, Uğurlu gelmek	6	42,9	1	7,1	7	50	14	100
Cehennem	5	50	4	40	1	10	10	100

(Kaynak: Ek 12’de sunulan Mitolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Spor basını haberlerinde en sık yinelenen mitolojik kavramlar olarak saptanan “Dev”, “Devler”, “Devleşmek”, “Kral”, “Uğur”, “Uğurlu gelmek” ve “Cehennem” ifadelerinin gazetelere göre haberlerde yinelenme oranı ise Tablo 22’de özetlenmektedir.

Tablo 22’ye göre, “Dev”, “Devler” ve “Devleşmek” ifadelerini haberlerinde en yoğun (yüzde 27,5) yineleyen gazete, Fanatik Gazetesi’dir. Bunun ardından Star ve Sabah Gazeteleri gelmektedir. Taraftar Fotomaç Gazetesi ise mitolojik ifade grubunun en az yinlendiği gazetedir.

**Tablo 22.**  
**En Sık Yinelenen Mitolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı**

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Dev, Devler, Devleşmek	14	27,5	5	9,8	9	17,6	11	21,6	12	23,5	51	100
Kral	6	17,6	10	29,4	2	5,9	1	2,9	15	44,1	34	100
Uğur, Uğurlu gelmek	2	14,3	4	28,6	2	14,3	0	0	6	42,9	14	100
Cehennem	3	30	3	30	3	30	1	10	0	0	10	100

(Kaynak: Ek 13’de sunulan Mitolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

“Kral” ifadesinin en yoğun (yüzde 44,1) yinelenildiği gazete Star Gazetesi’dir. Bu gazetenin ardından Taraftar Fotomaç ve Fanatik Gazeteleri gelmektedir. “Kral” ifadesinin haberlerinde en az yineleyen Sabah Gazetesi’dir.

“Uğur” ve “Uğurlu gelmek” ifadelerini haberlerinde en yoğun (yüzde 42,9) yineleyen gazete Star Gazetesi’dir. Bu gazeteyi Taraftar Fotomaç ve Fanatik Gazeteleri izlemektedir. “Uğur” ve “Uğurlu gelmek” ifadelerini haberlerinde en az yineleyen Sabah Gazetesi’dir.

Sonuç olarak incelenen haberlerde bir çok mitolojik ifadenin yinelenmesine karşın en çok yinelenen ifadeler “Dev”, “Devler” ve “Devleşmek”; “Kral”; “Uğur” ve “Uğurlu gelmek” ifadeleridir. Bu ifadeler en yoğun olarak karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Mitolojik ifadeleri en yoğun yineleyen gazeteler ise Star, Fanatik Gazeteleri’dir.

#### 4.2.5. Patolojik kavramlar

İncelenen haberler çerçevesinde, Tablo 23’de de yer alan 17 adet Patolojik ifade anlamlı bulunmuştur. Bunlar arasında, en sık yinelenenleri “Sakat”, “Sakatlanmak” ve “Sakatlık” ifadeleridir. Sporcuların fiziksel durumları ile ilgili bilgi verme amacına yönelik olan bu ifadeler, aynı zamanda olumsuzlukların, hataların, yinelenen aksaklıkların nitelenmesi için de kullanılmaktadır. Söz konusu edilen ifadeler, haberlerin yüzde 8,8’inde yinelenmektedir.

**Tablo 23.**  
**İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Patolojik Kavramlar**

	<b>Patolojik Kavramlar</b>	<b>Sayı</b>	<b>Haber yüzde</b>
1.	Sakat, Sakatlanmak, Sakatlık	114	8,80
2.	Ağrı, Acı, Sancı	27	2,10
3.	Şok, Şok Yaşamak, Şoku Sürmek, Şoke olmak	25	1,90
4.	Sakatlığı Uzun Sürmek	23	1,80
5.	Tedavi, Tedavi edilmek, Tedavi altına alınmak, Tedaviye başlamak	20	1,50
6.	Sakatlığı Geçmek/Düzelme/Sona Ermek	16	1,20
7.	Yara, Yaralı, Yara Almak/ Yaralanmak	16	1,20
8.	Beyin Travması/Sarsıntısı	14	1,10
9.	Darbe Almak/Yemek/Vurmak, Darbe Gelmesi	14	1,10
10.	Kırılmak	14	1,10
11.	Sakatlığı Nedeni İle Oynayamamak	14	1,10
12.	Adale, Adale Yırılması/Çekmesi	13	1
13.	Durumu İyiyeye Gitmek	10	0,80
14.	Hastaneye Kaldırılmak	10	0,80
15.	MR Çekilmek/Çektirmek	10	0,80
16.	Ödem Oluşmak, Ödem Toplanması	10	0,80
17.	Yüregi İle Oynamak, Yüregini koymak	10	0,80
	<b>Toplam</b>	<b>360</b>	

“Sakat”, “Sakatlanmak” ve “Sakatlık” ifadeleri en yoğun (yüzde 24,6) olarak Türkiye-İrlanda karşılaşmasını konu alan haberlerde yinelenmektedir. Ardından Galatasaray-Arsenal ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberleri gelmektedir. Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberleri, patolojik ifade grubunun en az yinlendiği haberlerdir. En sık yinelenen patolojik ifadeler sıralamasında “Ağrı”, “Acı” ve “Sancı” ifadeleri ikinci sırada yer almaktadır. Söz konusu edilen ifadeler, haberlerin yüzde 2,1’inde yinelenmektedir.

Spor haberlerinde en sık yinelenen patolojik kavramların karşılaşmalara göre dağılımı Tablo 24’de özetlenmektedir.

“Ağrı”, “Acı” ve “Sancı” ifadeleri en yoğun (yüzde 37) olarak Türkiye-İrlanda karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir. Ardından Galatasaray-Arsenal ve Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberleri gelmiştir. Bu ifadeler en az Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir.

Tablo 24.  
En Sık Yinelenen Patolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	Galatasaray -Arsenal		Türkiye- İrlanda		Galatasaray -Fenerbahçe		G.Birliği- Beşiktaş		G.Antepspor Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Sakat, Sakatlanmak, Sakatlık	26	22,8	28	24,6	26	22,8	20	17,5	14	12,3	114	100
Ağrı, Acı, Sancı	9	33,3	10	37	3	11,1	4	14,8	1	3,7	27	100
Şok, Şok Yaşamak, Şoku Sürmek, Şoke olmak	6	24	3	12	5	20	9	36	2	8	25	100
Sakatlığı Uzun Sürmek	4	17,4	3	13	9	39,1	5	21,7	2	8,7	23	100
Tedavi, Tedavi edilmek, Tedavi altına alınmak, Tedaviye başlamak	9	45	3	15	4	20	3	15	1	5	20	100

(Kaynak: Ek 14’de sunulan Patolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

“Şok”, “Şok yaşamak”, “Şoku sürmek” ve “Şoke olmak” ifadeleri, en çok yinelenen patolojik kavramlar sıralamasında üçüncü sırada yer almaktadır. Söz konusu edilen patolojik ifadeler haberlerin yüzde 1,9’unda yinelenmektedir.

“Şok”, “Şok yaşamak”, “Şoku sürmek” ve “Şoke olmak” ifadelerinin en yoğun yinlendiği karşılaşma, şu ana değin incelenen ifadelerden farklı olarak Gençlerbirliği-Beşiktaş (yüzde 36) karşılaşması haberleridir. Ardından Galatasaray-Arsenal ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberleri gelmektedir. Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberleri ise patolojik ifadenin en az yinlendiği haberlerdir.

En sık yinelenen patolojik kavramların tarihe göre dağılımı Tablo 25’de özetlenmektedir. Buna göre, “Sakat”, “Sakatlanmak” ve “Sakatlık” ifadeleri şu ana değin incelenen birçok ifadeden farklı olarak en yoğun (yüzde 41,2) karşılaşma öncesi haberlerde yinelenmiştir.

Karşılaşma sonrası yayınlanan haberler “Ağrı”, “Acı” ve “Sancı” ifadelerinin yarıdan fazlasının (yüzde 51,8) yinlendiği haberler olduğu ortaya çıkmaktadır. Karşılaşma öncesi ve karşılaşma günü yayınlanan haberlerde ifadelerin yinelenme oranı ise daha düşüktür.

“Şok”, “Şok yaşamak”, “Şoku sürmek” ve “Şoke olmak” ifadelerinin önemli bir kısmı (yüzde 76) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Karşılaşma



öncesi ve karşılaşma günü yayınlanan haberlerde söz konusu edilen ifadelerinin yinelenme oranı daha düşüktür.

**Tablo 25.**  
**En Sık Yinelenen Patolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı**

	<i>Karşılaşma Öncesi</i>		<i>Karşılaşma Günü</i>		<i>Karşılaşma Sonrası</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Sakat, Sakatlanmak, Sakatlık	47	41,2	23	20,2	44	38,6	114	100
Ağrı, Acı, Sancı	8	29,6	5	18,5	14	51,9	27	100
Şok, Şok Yaşamak, Şoku Sürmek, Şoke olmak	2	8	4	16	19	76	25	100
Sakatlığı Uzun Sürmek	10	43,5	3	13	10	43,5	23	100
Tedavi, Tedavi edilmek, Tedavi altına alınmak, Tedaviye başlamak	9	45	0	0	11	55	20	100

(Kaynak: Ek 15’de sunulan Patolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

En sık yinelenen patolojik kavramların gazetelere göre dağılımı Tablo 26’da özetlenmektedir.

**Tablo 26.**  
**En Sık Yinelenen Patolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı**

	<i>Fanatik</i>		<i>Fotomaç</i>		<i>Hürriyet</i>		<i>Sabah</i>		<i>Star</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Sakat, Sakatlanmak, Sakatlık	35	30,7	28	24,6	14	12,3	11	9,6	26	22,8	114	100
Ağrı, Acı, Sancı	9	33,3	4	14,8	1	3,7	4	14,8	9	33,3	27	100
Şok, Şok Yaşamak, Şoku Sürmek, Şoke olmak	8	32	5	20	2	8	1	4	9	36	25	100
Sakatlığı Uzun Sürmek	7	30,4	4	17,4	3	13	2	8,7	7	30,4	23	100
Tedavi, Tedavi edilmek, Tedavi altına alınmak, Tedaviye başlamak	5	25	4	20	4	20	4	20	3	15	20	100

(Kaynak: Ek 16’da sunulan Patolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Tablo 26’ya göre, “Sakat”, “Sakatlanmak” ve “Sakatlık” ifadelerini haberlerinde en çok (yüzde 30,7) yineleyen gazete Fanatik Gazetesi’dir. Bu gazeteyi Taraftar Fotomaç ve Star Gazeteleri izlemektedir. Sabah Gazetesi, patolojik ifade grubunu haberlerinde en az yineleyen gazetedir.

“Ağrı”, “Acı” ve “Sancı” ifadelerini haberlerinde en çok (yüzde 33,3) yineleyen gazeteler Fanatik ve Star Gazeteleri’dir. Bu gazeteleri Taraftar Fotomaç ve Sabah Gazeteleri izlemektedir. Söz konusu edilen patolojik ifadeleri haberlerinde en az yineleyen Hürriyet Gazetesi’dir.

“Şok”, “Şok yaşamak”, “Şoku sürmek” ve “Şoke olmak” ifadelerini haberlerinde en çok (yüzde 36) yineleyen gazete Star Gazetesi’dir. Bunu, Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri izlemektedir. Patolojik ifade grubunu en az yineleyen ise Sabah Gazetesi’dir.

Sonuç, olarak incelenen haberlerde en yoğun yinelenen patolojik ifadeler “Sakat”, “Sakatlanmak” ,“Sakatlık”; “Ağrı”, “Acı”, “Sancı”; “Şok”, “Şok yaşamak”, “Şoku sürmek”, “Şoke olmak”dır. En az yinelenen patolojik ifadeler ise “Durumu iyiye gitmek”; “Hastaneye kaldırılmak”; “MR çekilmek/çektirmek”; “Ödem oluşmak”, “Ödem toplanması”; “Yüreği ile oynamak”, “Yüreğini koymak” şeklinde sıralanmaktadır. Sık yinelenen patolojik ifadeler en yoğun olarak karşılaşma sonrası dönemde yinelenmektedir. Öte yandan ifadelerin en yoğun yinelandığı gazeteler ise Fanatik, Star ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri’dir.

#### 4.2.6. Militarist kavramlar

İncelenen haberlerde yer alan ve anlamlı bulunan 17 militarist kavrama yönelik veriler, Tablo 27’de özetlenmektedir.

*Tablo 27.  
İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Militarist Kavramlar*

	<b>Militarist Kavramlar</b>	<b>Sayı</b>	<b>Haber yüzde</b>
1.	Rakip, Rekabet	129	10
2.	Zafer, Zafer Kazanmak/Ulaşmak/ Yaşamak, Zaferle Ayrılmak	120	9,30
3.	Mücadele, Mücadele Etmek, Mücadele Vermek	74	5,70
4.	Güvenlik Görevlisi, Ekibi (Polis, Jandarma)	62	4,80
5.	Hedef, Hedefi Vurmak, Hedefe Ulaşmak, Hedeften Uzaklaşmak	55	4,30
6.	Güvenlik Önlemi/Tedbiri	47	3,60
7.	Ezeli Rakip, Ezeli Rekabet	45	3,50
8.	Saldırı, Saldırmak, Saldırıya Ugramak	39	1,40
9.	Kahraman, Kahraman olmak	27	2,10
10.	Savaş, Savaşmak	24	1,90

Tablo 27 Devamı

11.	Kapışmak	16	1,20
12.	Akın Yapmak/ Akın etmek	13	1
13.	İsyan etmek, İsyan bayrağı	12	0,90
14.	Silah/Gol Silahı	11	0,90
15.	Vurmak, Vurulmak	11	0,90
16.	Alarm, Alarm vermek/geçmek	10	0,80
17.	Patlama, Patlamak, Patlatmak	10	0,80
	<b>Toplam</b>	<b>705</b>	

Tablo 27'den de anlaşılacağı üzere Spor basını haberlerinde en sık yinelenen militarist kavramlar “Rakip”, “Rekabet”, “Zafer”, “Zafer kazanmak”, “Zafere ulaşmak”, “Zafer yaşamak”, “Zaferle ayrılmak”, “Mücadele”, “Mücadele etmek” ve “Mücadele vermek” biçiminde sıralanmaktadır. Bu ifadelerin karşılaşmalara göre dağılımı Tablo 28’de özetlenmektedir.

**Tablo 28.**  
**En Sık Yinelenen Militarist Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı**

	Galatasaray -Arsenal		Türkiye- İrlanda		Galatasaray -Fenerbahçe		G.Birliği- Beşiktaş		G.Antepspor Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Rakip, rekabet	43	33,3	23	17,8	46	35,7	10	7,8	7	5,4	129	100
Zafer, Zafer Kazanmak/Ulaşmak Yaşamak, Zaferle Ayrılmak	58	48,3	29	24,2	30	25	1	0,8	2	1,7	120	100
Mücadele, Mücadele Etmek, Mücadele Vermek	22	29,7	11	14,9	27	36,5	5	6,8	9	12,2	74	100
Güvenlik Görevlisi, Ekibi (Polis, Jandarma)	32	51,6	11	17,7	10	16,1	9	14,5	0	0	62	100
Hedef, Hedefi Vurmak, Hedefe Ulaşmak, Hedeften Uzaklaşmak	19	34,5	12	21,8	12	21,8	4	7,3	8	14,5	55	100

(Kaynak: Ek 17’de sunulan Militarist Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır)

İncelenen haberlerde en fazla yinelenen militarist ifadelerin “Rakip” ve “Rekabet” olduğu ortaya çıkmıştır. Bu ifadeler haberlerin yüzde 10’unda eş deyişle de her 10 haberin birinde yinelenmektedir. “Rakip” ve “Rekabet” ifadelerinin büyük bir bölümü (yüzde 35,7), Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşmasını konu edinen haberlerde yinelenmektedir. Ardından Galatasaray-Arsenal ve Türkiye-İrlanda karşılaşması

haberleri gelmektedir. Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberleri ise sözü edilen ifadelerin en az yinelenildiği haberlerdir.

“Zafer”, “Zafer kazanmak”, “Zafere ulaşmak”, “Zafer yaşamak” ve “Zaferle ayrılmak” ifadeleri en çok yinelenen üçüncü militarist alt kategoridir. Zafer ve zafer kazanmayı niteleyen ifadeler haberlerin yüzde 9,3’ünde yinelenmektedir.

Söz konusu edilen militarist ifadelerin yarıya yakın bir bölümü (yüzde 48,3) Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir. Ardından Galatasaray-Fenerbahçe ve Türkiye-İrlanda karşılaşması haberleri gelmektedir. Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberleri, “Zafer”, “Zafer kazanmak”, “Zafere ulaşmak”, “Zafer yaşamak” ve “Zaferle ayrılmak” ifadelerinin en az yinelenildiği haberler olmuştur.

Mücadele ile ilgili ifadeler, en çok yinelenen militarist ifadeler sıralamasında üçüncü sırada yer almaktadır. “Mücadele”, “Mücadele etmek” ve “Mücadele vermek” ifadeleri haberlerin yüzde 5,70’inde yinelenmektedir.

“Mücadele”, “Mücadele etmek” ve “Mücadele vermek” ifadeleri en yoğun olarak (yüzde 36,5) Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşmasını konu alan haberlerde yinelenmiştir. Ardından Galatasaray-Arsenal ve Türkiye-İrlanda karşılaşması haberleri gelmektedir. Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberleri ise sözü edilen ifadelerin en az yinelenildiği haberlerdir.

En sık yinelenen militarist kavramların tarihe göre dağılımı Tablo 29’da özetlenmektedir.

Tablo 29’a göre, “Rakip” ve “Rekabet” ifadelerinin en yoğun (yüzde 46,5) yinelenildiği dönem, karşılaşma sonrasıdır.

“Zafer”, “Zafer kazanmak”, “Zafere ulaşmak”, “Zafer yaşamak” ve “Zaferle ayrılmak” ifadelerinin önemli bir kısmı (yüzde 74,2) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir.

Karşılaşma sonrası yayınlanan haberler, “Mücadele”, “Mücadele etmek” ve “Mücadele vermek” ifadelerinin en çok (yüzde 52,7) yinelenildiği haberlerdir.

**Tablo 29.**  
**En Sık Yinelenen Militarist Kavramların Tarihe Göre Dağılımı**

	<i>Karşılaşma Öncesi</i>		<i>Karşılaşma Günü</i>		<i>Karşılaşma Sonrası</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Rakip, rekabet	38	29,5	31	24	60	46,5	129	100
Zafer, Zafer Kazanmak/Ulaşmak / Yaşamak, Zaferle Ayrılmak	17	14,2	14	11,7	89	74,2	120	100
Mücadele, Mücadele Etmek, Mücadele Vermek	20	27	15	20,3	39	52,7	74	100
Güvenlik Görevlisi, Ekibi (Polis, Jandarma)	12	19,4	18	29	32	51,6	62	100
Hedef, Hedefi Vurmak, Hedefe Ulaşmak, Hedeften Uzaklaşmak	17	30,9	10	18,2	28	50,9	55	100

(Kaynak: Ek 18’de sunulan Militarist Kavramların Tarihe Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

En sık yinelenen militarist kavramların gazetelere göre dağılımı Tablo 30’da özetlenmektedir.

**Tablo 30.**  
**En Sık Yinelenen Militarist Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı**

	<i>Fanatik</i>		<i>Fotomaç</i>		<i>Hürriyet</i>		<i>Sabah</i>		<i>Star</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Rakip, rekabet	41	31,8	21	16,3	23	17,8	16	12,4	28	21,7	129	100
Zafer, Zafer Kazanmak/Ulaşma k/ Yaşamak, Zaferle Ayrılmak	31	25,8	21	17,5	13	10,8	14	11,7	41	34,2	120	100
Mücadele, Mücadele Etmek, Mücadele Vermek	27	36,5	18	24,3	10	13,5	8	10,8	11	14,9	74	100
Güvenlik Görevlisi, Ekibi (Polis, Jandarma)	14	22,6	19	30,6	8	12,9	3	4,8	18	29	62	100
Hedef, Hedefi Vurmak, Hedefe Ulaşmak, Hedeften Uzaklaşmak	19	34,5	16	29,1	4	7,3	5	9,1	11	20	55	100

(Kaynak: Ek 19’da sunulan Militarist Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Tablo 30’a göre, Fanatik Gazetesi, “Rakip” ve “Rekabet” ifadelerinin en yoğun (yüzde 31,8) yinelenildiği gazetedir. Bu gazeteyi Star ve şu ana kadar incelenen ifadelerden farklı olarak Hürriyet Gazeteleri izlemektedir. İfadeyi en az yineleyen Sabah

Gazetesi'dir. Star Gazetesi, "Zafer", "Zafer kazanmak", "Zafere ulaşmak", "Zafer yaşamak" ve "Zaferle ayrılmak" ifadelerinin en yoğun (yüzde 34,2) yinlendiği gazetedir. Bu gazetenin ardından Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri gelmektedir. Hürriyet Gazetesi, sözü edilen militarist ifadeleri haberlerinde en az yineleyen gazetedir. "Mücadele", "Mücadele etmek" ve "Mücadele vermek" ifadelerinin en yoğun (yüzde 36,5) olarak yinlendiği gazete Fanatik Gazetesi'dir. Bu gazeteyi Taraftar Fotomaç ve Star Gazeteleri izlemektedir. Sabah Gazetesi, bu ifadeleri haberlerinde en az yineleyen gazetedir.

Sonuç olarak incelenen haberlerde en sık yinelenen militarist ifadeler "Rakip", "Rekabet"; "Zafer", "Zafer kazanmak", "Zafere ulaşmak", "Zafer yaşamak", "Zaferle ayrılmak"; "Mücadele", "Mücadele etmek", "Mücadele vermek"tir. "Alarm", "Alarm vermek" "Alarma geçmek"; "Patlama", "Patlamak", "Patlatmak" ifadeleri ise en az yinelenen militarist ifadelerdir. Haberlerde yer alan militarist ifadeler en yoğun olarak karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Star Gazetesi ve Fanatik Gazeteleri ifadelerin en çok yinlendiği gazetelerdir.

#### 4.2.7. Ulusal semboller

İncelenen haberler kapsamında 16 ulusal sembol kategorisi anlamlı bulunmuştur. Bunlara yönelik veriler Tablo 31'de özetlenmektedir.

*Tablo 31.  
İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Ulusal Semboller*

	Ulusal Semboller	Sayı	Haber yüzde
1.	Milli Takım	178	13,80
2.	Türk, Türkler, Vatandaş	131	10,10
3.	Türkiye, Vatan	122	9,40
4.	Avrupa, Avrupa Futbolu	83	6,40
5.	Milli, Miller	78	6
6.	Ay Yıldız, Ay Yıldızlı Ekip/Takım	77	6
7.	Bayrak	35	2,70
8.	Tarih Yazmak	28	2,20
9.	Tarihe Geçmek, Adını Tarihe Yazdırmak	27	2,10
10.	Türk Futbolu	19	1,50
11.	Destan/Efsane, Destan/Efsane Yazmak	15	1,20
12.	Türk Takımı	15	1,20
13.	Avrupa Fatihi	13	1
14.	Madalya, Madalya Almak	11	0,90

Tablo 31 Devamı

15.	Tarihi Zafer/Galibiyet/Başarı	11	0,90
16.	Temsilcimiz	11	0,90
	<b>Toplam</b>	<b>854</b>	

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere spor basını haberlerinde en sık yinelenen ulusal semboller “Milli takım”, “Türk”, “Türkler”, “Vatandaş”, “Türkiye” ve “Vatan” biçiminde sıralanmaktadır. Bu ifadelerin karşılaşmalara göre dağılımı Tablo 32’de özetlenmektedir.

Tablo 32’ye göre, “Milli takım” ifadesi en sık yinelenen ulusal sembol olduğu ortaya çıkmıştır. İfade, haberlerin yüzde 13,80’inde yinelenmektedir. “Milli takım” ifadesinin tamamına yakını (yüzde 85,4) Türkiye-İrlanda karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. İfadenin sembolize ettiği takımın karşılaşmaları olmamasına karşın, Galatasaray-Arsenal ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberlerinde de ifade yinelenmektedir. Gençlerbirliği-Beşiktaş ve Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşmalarını konu alan haberlerde ise “Milli takım” ifadesine yer verilmemiştir.

“Türk”, “Türkler” ve “Vatandaş” ifadeleri en sık yinelenen ulusal semboller sıralamasında ikinci sırada yer almaktadır. Bu kategori, haberlerin yüzde 10,1’inde yinelenmektedir. İfadelerinin yarısından fazlası (yüzde 58,8) Galatasaray-Arsenal karşılaşmasını konu alan haberlerde yinelenmektedir. Ardından Türkiye-İrlanda ve Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberleri gelmektedir. Galatasaray-Fenerbahçe ve Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberlerinde de bu ifadeler yer verilmiştir.

Tablo 32.

En Sık Yinelenen Ulusal Sembollerin Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	Galatasaray-Arsenal		Türkiye-İrlanda		Galatasaray-Fenerbahçe		Gençlerbirliği-Beşiktaş		G. antepspor-Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Milli Takım	16	9	152	85,4	10	5,6	0	0	0	0	178	100
Türk, Türkler, Vatandaş	77	58,8	51	38,9	0	0	0	0	3	2,3	131	100
Türkiye, Vatan	63	51,6	51	41,8	5	4,1	1	0,8	2	1,6	122	100
Avrupa, Avrupa Futbolu	46	55,4	13	15,7	10	12	10	12	4	4,8	83	100
Milli, Miller	0	0	64	82,1	13	16,7	1	1,3	0	0	78	100

(Kaynak: Ek 20’de sunulan Ulusal Sembollerin Karşılaşmalara Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

“Türkiye” ve “Vatan” ifadeleri en sık yinelenen Ulusal sembol sıralamasında üçüncü sırada yer almaktadır. Bu ifadeler haberlerin yüzde 9,4’ünde yinelenmiştir.

“Türkiye” ve “Vatan” ifadeleri en yoğun (yüzde 51,6) olarak Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. Ardından Türkiye-İrlanda ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberleri gelmektedir. Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberleri, sözü edilen ifadelerin en az yinlendiği haberlerdir.

En sık yinelenen ulusal sembollerin tarihe göre dağılımı Tablo 33’de özetlenmektedir.

**Tablo 33.**  
**En Sık Yinelenen Ulusal Sembollerin Tarihe Göre Dağılımı**

	<i>Karşılaşma Öncesi</i>		<i>Karşılaşma Günü</i>		<i>Karşılaşma Sonrası</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Milli Takım	51	28,7	29	16,3	98	55,1	178	100
Türk, Türkler, Vatandaş	38	29	23	17,6	70	53,4	131	100
Türkiye, Vatan	28	23	20	16,4	74	60,7	122	100
Avrupa, Avrupa Futbolu	20	24,1	16	19,3	47	56,6	83	100
Milli, Miller	25	32,1	9	11,5	44	56,4	78	100

(Kaynak: Ek 21’de sunulan Ulusal Sembollerin Tarihe Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Tablo 33’e göre, “Milli takım” ifadesinin yarıdan fazlası (yüzde 55,1) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. “Türk”, “Türkler” ve “Vatandaş” ifadelerinin yarıdan fazlası (yüzde 53,4) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Karşılaşma sonrası yayınlanan haberler, “Türkiye” ve “Vatan” ifadelerinin en sık (yüzde 60,7) yinlendiği haberlerdir.

En sık yinelenen ulusal sembollerin gazetelere göre dağılımı Tablo 34’de özetlenmektedir.

Tablo 34’e göre, “Milli takım” ifadesini haberlerinde en çok (yüzde 25,3) yineleyen gazete, Fanatik Gazetesi’dir. Bu gazetenin ardından Star ve Hürriyet Gazetesi gelmektedir. Sabah Gazetesi, “Milli takım” ifadesinin en az yinlendiği gazetedir.

“Türk”, “Türkler” ve “Vatandaş” ifadelerini haberlerinde en çok (yüzde 32,8) yineleyen gazete Fanatik Gazetesi’dir. Bu gazeteyi Star ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri izlemektedir. Sabah Gazetesi, sözü edilen ifadeleri haberlerinde en az yineleyen gazetedir.



**Tablo 34.**  
**En Sık Yinelenen Ulusal Sembollerin Gazetelere Göre Dağılımı**

	<i>Fanatik</i>		<i>Fotomaç</i>		<i>Hürriyet</i>		<i>Sabah</i>		<i>Star</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Milli Takım	45	25,3	31	17,4	38	21,3	21	11,8	43	24,2	178	100
Türk, Türkler, Vatandaş	43	32,8	22	16,8	21	16	9	6,9	36	27,5	131	100
Türkiye, Vatan	32	26,2	24	19,7	19	15,6	17	13,9	30	24,6	122	100
Avrupa, Avrupa Futbolu	23	27,7	12	14,5	8	9,6	11	13,3	29	34,9	83	100
Milli, Miller	21	26,9	21	26,9	8	10,3	7	9	21	26,9	78	100

(**Kaynak:** Ek 22’de sunulan Ulusal Sembollerin Gazetelere Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

“Türkiye” ve “Vatan” ifadeleri en yoğun (yüzde 26,2) olarak Fanatik Gazetesi haberlerinde yinelenmektedir. Bu gazeteyi, Star ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri izlemektedir. “Türkiye” ve “Vatan” ifadelerini haberlerinde en az yineleyen Sabah Gazetesi’dir.

Sonuç olarak incelenen haberlerde en sık yinelenen ulusal semboller, “Milli Takım”; “Türk”, “Türkler”, “Vatandaş”; “Türkiye”, “Vatandır. Haberlerde en az yinelenen ulusal semboller ise “Madalya”, “Madalya Almak”; “Tarihi Zafer/Galibiyet/Başarı”; “Temsilcimiz” ifadeleridir.

Haberlerde en sık yinelenen ulusal semboller yoğun olarak karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Fanatik, Star ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri ise bu ifadeleri haberlerinde en sık yineleyen gazetelerdir.

#### 4.2.8. Ekonomi kavramları

İncelenen haberlerde yer alan ekonomi kavramlarına yönelik 6 anlamlı kategori oluşturulabilmiştir. Bu kategorilere yönelik veriler Tablo 35’de özetlenmektedir.

**Tablo 35.**  
**İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Ekonomi Kavramları**

	<b>Ekonomi Kavramlar</b>	<b>Sayı</b>	<b>Haber yüzde</b>
1.	Prim, Prim Vermek/ Dağıtmak/Almak	44	3,40
2.	Sözleşme, Sözleşme Yapmak/İmzalamak	17	1,30
3.	Teklif Almak/Beklemek	15	1,20
4.	Karaborsa	13	1
5.	Ödül/Ödüllendirmek	12	0,90
6.	Reklam/Tanıtım, Reklam/Tanıtım Yapmak	10	0,80
	<b>Toplam</b>	<b>111</b>	

Tablo 35’den de anlaşılacağı üzere spor basını haberlerinde en sık yinelenen ekonomi kavramları . “Prim”, “Prim vermek”, “Prim dağıtmak”, “Prim almak”, “Sözleşme”, “Sözleşme yapmak”, “Sözleşme imzalamak”, “Teklif almak” ve “Teklif beklemek” biçiminde sıralanmaktadır. Bu ifadelerin karşılaşmalara göre dağılımı Tablo 36’da özetlenmektedir.

İncelenen haberlerde en sık yinelenen ekonomi kavramının, sporun etkin uygulayıcılarının gelir ve ödülleri ile ilgili olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında incelenen haberlerin yüzde 3,40’ından “Prim” ile ilgili ifadeler yinelenmektedir. “Prim”, “Prim vermek”, “Prim dağıtmak”, “Prim almak” ifadeleri haberlerinden yüzde 3,4’ünde yinelenmektedir. Bu kategori en yoğun olarak (yüzde 31,8) Türkiye-İrlanda karşılaşmasını konu edinen haberlerde yinelenmektedir. Ardından Galatasaray-Arsenal ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberleri gelmektedir. Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberleri, söz konusu edilen ifadelerin en az yinlendiği haberlerdir.

**Tablo 36.**  
**En Sık Yinelenen Ekonomi Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı**

	Galatasaray-Arsenal		Türkiye-İrlanda		Galatasaray-Fenerbahçe		Gençlerbirliği-Beşiktaş		G. antepspor-Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Prim, Prim Vermek/ Dağıtmak/Almak	12	27,3	14	31,8	12	27,3	3	6,8	3	6,8	44	100
Sözleşme, Sözleşme Yapmak/ İmzalamak	5	29,4	4	23,5	5	29,4	1	5,9	2	11,8	17	100
Teklif Almak/Beklemek	7	46,7	2	13,3	4	26,7	1	6,7	1	6,7	15	100
Karaborsa	2	15,4	10	76,9	1	7,7	0	0	0	0	13	100
Ödül/ Ödüllendirmek	8	66,7	3	25	1	8,3	0	0	0	0	12	100

(Kaynak: Ek 23’de sunulan Ekonomi Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

İncelenen haberlerde kullanım yoğunluğu sıralamasında ikinci sırayı “Sözleşme”, “Sözleşme yapmak” ve “Sözleşme imzalamak” ifadeleri almaktadır. Serbest Pazar ekonomisinin önemli araçlarından biri olan ve karşılıklı bağlayıcılığına karşın özünde bir özgürlüğü ve serbestiyi barındıran sözleşme olgusu incelenen haberlerin yüzde 1,3’ünde yinelenmektedir.

“Sözleşme”, “Sözleşme yapmak” ve “Sözleşme imzalamak” ifadeleri en yoğun (yüzde 29,4) olarak Galatasaray-Arsenal ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşmalarında yinelenmektedir. Ardından Türkiye-İrlanda karşılaşması haberleri gelmektedir. Bu ifadeler en az Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir.

En sık yinelenen ekonomi kavramları sıralamasında “Teklif almak” ve “Teklif beklemek” ifadeleri üçüncü sırada yer almaktadır. Bu ifadeler haberlerin yüzde 1,20’sine yinelenmektedir. Bu ifadeler en yoğun olarak (yüzde 46,7) Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. Bunu, Galatasaray-Fenerbahçe ve Türkiye-İrlanda karşılaşmalarını konu alan haberler izlemektedir. Söz konusu edilen ifade grubu en az Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir.

En sık yinelenen ekonomi kavramlarının tarihe göre dağılımı Tablo 37’de özetlenmektedir.

**Tablo 37.**  
**En Sık Yinelenen Ekonomi Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı**

	<i>Karşılaşma Öncesi</i>		<i>Karşılaşma Günü</i>		<i>Karşılaşma Sonrası</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Prim, Prim Vermek/ Dağıtmak/Almak	4	9,1	9	20,5	31	70,5	44	100
Sözleşme, Sözleşme Yapmak/ İmzalamak	5	29,4	3	17,6	9	52,9	17	100
Teklif Almak/Beklemek	3	20	0	0	12	80	15	100
Karaborsa	5	38,5	4	30,8	4	30,8	13	100
Ödül/ Ödüllendirmek	2	16,7	0	0	10	83,3	12	100

(Kaynak: Ek 24’de sunulan Ekonomi Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Tablo 37’e göre, “Prim”, “Prim vermek”, “Prim dağıtmak”, “Prim almak” ifadeleri daha çok (yüzde 70,5) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. “Sözleşme”, “Sözleşme yapmak” ve “Sözleşme imzalamak” ifadelerinin yarısından da fazlası (yüzde 52,9) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. “Teklif almak” ve “Teklif beklemek” ifadelerinin önemli bir kısmı (yüzde 80) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Karşılaşma

öncesi ifadelerin kullanımını ise daha düşüktür. Söz konusu edilen ifadelere, karşılaşma günü yayınlanan haberlerde ise hiç yer verilmemiştir.

En sık yinelenen ekonomi kavramlarının gazetelere göre dağılımı Tablo 38’de özetlenmektedir.

**Tablo 38.**  
**En Sık Yinelenen Ekonomi Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı**

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Prim, Prim Vermek/ Dağıtmak/Almak	12	27,3	12	27,3	2	4,5	8	18,2	10	22,7	44	100
Sözleşme, Sözleşme Yapmak/ İmzalamak	2	11,8	2	11,8	1	5,9	8	47,1	4	23,5	17	100
Teklif Almak/Beklemek	2	13,3	5	33,3	1	6,7	4	26,7	3	20	15	100
Karaborsa	2	15,4	4	30,8	3	23,1	2	15,4	2	15,4	13	100
Ödül/ Ödüllendirmek	2	16,7	5	41,7	1	8,3	0	0	4	33,3	12	100

(Kaynak: Ek 25’de sunulan Ekonomi Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Tablo 38’e göre, “Prim”, “Prim vermek”, “Prim dağıtmak”, “Prim almak” ifadelerini haberlerinde en sık (yüzde 27,3) yineleyen gazeteler Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri’dir. En az yineleyen Hürriyet Gazetesi’dir.

“Sözleşme”, “Sözleşme yapmak” ve “Sözleşme imzalamak” ifadelerini haberlerinde en sık (yüzde 47,1) yineleyen gazete, şu ana kadar incelenen ifadelerden farklı olarak Sabah Gazetesi’dir. Bu gazetenin ardından Star ve Fanatik Gazeteleri gelmektedir. Söz konusu edilen ifade grubunu haberlerinde en az yineleyen Hürriyet Gazetesi olmuştur.

“Teklif almak” ve “Teklif beklemek” ifadelerini haberlerinde en yoğun (yüzde 33,3) yineleyen gazete Taraftar Fotomaç Gazetesi’dir. Bu gazetenin ardından Sabah ve Star Gazeteleri gelmektedir. Söz konusu edilen ifadeleri en az yineleyen Hürriyet Gazetesi’dir.

Sonuç olarak incelenen haberlerde en çok yinelenen ekonomi kavramları; “Prim”, “Prim vermek”, “Prim dağıtmak”, “Prim almak”; “Sözleşme”, “Sözleşme yapmak”, “Sözleşme imzalamak”; “Teklif almak”, “Teklif beklemek”tir. Reklam/Tanıtım, Reklam/Tanıtım Yapmak ifadelerinin ise en az yinelenen ekonomi kavramları olduğu

ortaya çıkmaktadır. Haberlerde yer alan ekonomi kavramları en yoğun olarak karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Söz konusu edilen ifadeleri en çok yineleyen gazeteler ise Sabah, Star, Tarafat Fotomaç ve Fanatik Gazeteleri'dir.

#### 4.2.9. Argo sözcük ve söz dizimleri

Kuramsal bölümde de tartışıldığı üzere, günümüz Türk spor basını uygulamalarında argonun yaygın bir kullanımı olduğu gözlemlenmektedir<sup>621</sup>. Ancak bu geniş yelpazeye karşın iki argo ifade anlamlı kategori oluşturma yeteneğine sahip bulunmuştur.

*Tablo 39.  
İncelenen Haberlerde En Sık Yinelenen Argo Sözcük ve Söz Dizimleri*

	Argo	Sayı	Haber yüzde
1.	Geçmek	16	1,20
2.	Dalga Geçmek	11	0,90
	<b>Toplam</b>	<b>27</b>	

Tablo 39'dan da anlaşılacağı üzere spor basını haberlerinde en sık yinelenen argo sözcük ve söz dizimleri "Geçmek" ve "Dalga geçmek"tir. Bu ifadelerin karşılaşmalara göre dağılımı Tablo 40'da özetlenmektedir.

*Tablo 40.  
En Sık Yinelenen Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalara Göre Dağılımı*

	Galatasaray-Arsenal		Türkiye-İrlanda		Galatasaray-Fenerbahçe		Gençlerbirliği-Besiktas		G.antepspor-Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Geçmek	4	25	5	31,3	2	12,5	2	12,5	3	18,8	16	100
Dalga geçmek,	0	0	1	9,1	6	54,5	2	18,2	2	18,2	11	100

(Kaynak: Ek 26'de sunulan Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalara Göre Dağılımı'ndan yararlanmıştır.)

<sup>621</sup> Çalışmanın kuramsal bölümde de vurgulandığı gibi argo herhangi bir meslek gurubu tarafından geliştirilen ve mesleğin uygulanmasına yönelik kolaylaştırıcı, paylaşılan ortak anlamlardır. Argonun meslek guruplarınca kullanımı dışında, alt toplumsal tabakalar, eğitim, kültür ve ekonomik göstergeleri göreve düşük olanlar veya gençler tarafından dilin bozularak yeni anlamlar yüklenmesi olarak genel hatları ile çizilen diğer bir anlamı daha bulunmaktadır.

Argonun taşıdığı ilk anlam bağlamında her meslek grubunda olduğu gibi bir meslek olarak tanımlanan ve bu yolla geçim sağlanan spor ile ilgili uğraşlarda da bir argo oluşması doğal ve beklendik bir durumdur. Spor ile ilgili meslek dallarında oluşturulmuş olan bu argonun, faaliyet alanını duyurmayı, onu konu ve içerik olarak işlemeyi amaç edinen spor basınına da yansması kaçınılmazdır. Bu nedenle spor dünyası tarafından oluşturulan argonun, spor basını tarafından içeriklerinde kullanılması da doğal ve beklendik bir durumdur. Ancak spor basınına, argonun taşıdığı ikinci anlamı benimseyerek içeriklerinde kullanması da bir o kadar doğal olmayan bir durum olarak yorumlanmıştır.

Haberlerde en fazla “Geçmek” ifadesi argo olarak kullanılmıştır. Rakibi yenmek, elemek, saf dışı bırakmak, karşısında kazançlı durumda olmak gibi anlamlarda kullanılan geçmek ifadesi, haberlerin yüzde 1,2’sinde yinelenmektedir. “Geçmek” ifadesi en yoğun olarak (yüzde 31,3) Türkiye-İrlanda karşılaşması haberlerinde yinelenmektedir. Ardından Galatasaray-Arsenal ve şu ana kadar incelenen ifadelerden farklı olarak Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşması haberleri gelmektedir. “Geçmek” ifadesi en az Gençlerbirliği-Beşiktaş karşılaşması haberlerinde yinelenmiştir<sup>622</sup>.

Spor basınında sık yinelenen bir diğer argo ise “Dalga geçmek”tir. “Dalga geçmek” ifadesi incelenen haberlerin yüzde 0,9’unda yinelenmektedir. “Dalga geçmek” ifadesinin yarısından fazlası (yüzde 54,5) Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşmasını konu alan haberlerde yinelenmektedir. İfadenin Gençlerbirliği-Beşiktaş, Gaziantepspor-Trabzonspor ve Türkiye-İrlanda karşılaşması haberlerindeki yinelenme oranı ise daha düşüktür. Bu ifade Galatasaray-Arsenal karşılaşması haberlerinde yinelenmemiştir.

En sık yinelenen argo sözcük ve söz dizimlerinin tarihe göre dağılımı Tablo 41’de özetlenmektedir.

**Tablo 41.**  
**En Sık Yinelenen Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı**

	Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Karşılaşma Sonrası		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Geçmek	1	6,3	1	6,3	14	87,5	16	100
Dalga geçmek	0	0	2	18,2	9	81,8	11	100

(Kaynak: Ek 27’de sunulan Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Tablo 41’e göre, “Geçmek” ifadesinin önemli bir kısmı (yüzde 87,50) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. “Dalga geçmek” ifadesinin önemli bir kısmı (yüzde 81,8) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Argonunun karşılaşma günü yayınlanan haberlerdeki yinelenme oranı daha düşüktür. İfadeye karşılaşma öncesi haberlerde ise hiç yer verilmemiştir.

<sup>622</sup> Geçmek argosunun karşılaşmalar bağlamında kullanım yoğunluğu ile ilgili bu oranlar da, Ümit Kıvanç’ın geçmek argosunun 3 Büyükler için kullanılmadığı, kullanılmayacağı yönündeki saptamasını doğrulamaktadır. Ümit Kıvanç, -“Medyakronik Web Sitesi Gazeteci-Yazar- “Spor Basınının Dili” konulu görüşme, Eskişehir: 3 Mayıs 2001.

En sık yinelenen argo sözcük ve söz dizimlerinin gazetelere göre dağılımı Tablo 42’de özetlenmektedir.

**Tablo 42.**  
**En Sık Yinelenen Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Gazetelere Göre Dağılımı**

	<i>Fanatik</i>		<i>Fotomaç</i>		<i>Hürriyet</i>		<i>Sabah</i>		<i>Star</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Geçmek	5	31,3	4	25	3	18,8	3	18,8	1	6,3	16	100
Dalga geçmek	3	27,3	2	18,2	0	0	1	9,1	5	45,5	11	100

(Kaynak: Ek 28’de sunulan. Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Gazetelere Göre Dağılımı’ndan uyarlanmıştır.)

Tablo 42’ye göre, “Geçmek” ifadesini haberlerinde en sık (yüzde 31,3) yineleyen gazete *Fanatik Gazetesi*’dir. Bu gazetenin ardından *Taraftar Fotomaç* ve *Hürriyet Gazeteleri* gelmektedir. Şu ana kadar incelenen ifadelerden farklı olarak *Star Gazetesi*, “Geçmek” ifadesini en az yineleyen gazetedir.

*Star Gazetesi*, “Dalga geçmek” ifadesini haberlerinde en sık (yüzde 45,5) yineleyen gazetedir. Bu gazetenin ardından *Fanatik* ve *Taraftar Fotomaç Gazeteleri* gelmektedir. Diğer ifadelerin yinelenme sıralamasında genel olarak en son sırada çıkan *Hürriyet Gazetesi*’nde “Dalga geçmek” ifadesine hiç yer verilmemiştir.

Sonuç olarak, incelenen haberlerde en sık yinelenen argolar, “Geçmek” ve “Dalga geçmek”tir. Bu argolar en yoğun olarak Türkiye-İrlanda ve Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşmalarını konu alan ve karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. *Star* ve *Fanatik Gazeteleri* bu argoları en sık yineleyen gazetelerdir.

#### 4.2.10. Genel değerlendirme

Genel olarak spor basını haber dilinde spor kavram ve söz dizimleri, deyim, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları ve argo sözcük ve söz dizimleri kullanılmaktadır. Bunlar arasında spor kavram ve söz dizimleri en yoğun biçimde haberlerde dikkati çekmektedir. “Futbolsever”, “Taraftar” ve “Seyirci” ifadeleri; “Sarı Kırmızı takım”, “Sarı Kırmızı ekip”, “Sarı Kırmızılı” oyuncu ifadeleri; “Cim Bom” ifadesi; “Hoca” ifadesi; Derbi ifadesi; “Yıldız”, “Yıldız oyuncu” ifadeleri; “Fener” ifadesi; “Forma giymek”, “Forma şansı bulmak”, “Formasına kavuşmak” ifadeleri; “Kupayı almak”, “Kupaya ulaşmak”, “Kupayı kazanmak”, “Kupaya Katılmak” ifadeleri; “Final”, “Finale yükselmek”, “Finale çıkmak”, “Finale gitmek” ifadeleri; “Sarı Lacivert takım”, “Sarı

Lacivert ekip”, “Sarı Lacivertli oyuncu” ifadeleri spor basını haber dilinde en sık yinelenen spor kavram ve sözdizimleridir.

“Devirmek”, “Gurur duymak”, “Hak etmek”, “Zafere imza atmak”, “Görev almak”, “Sevince boğmak”, “Coşmak”, “Vize almak”, “Şölen, tören, bayram yapmak” ve “İşi(ni) bitirmek” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen deyimlerdir.

Spor basınının deyimler aracılığıyla geleneksel yapıyı yeniden ürettiği yönünde kuramsal bölümde öne sürülen yargı, deyimlerin yoğun yinelenme oranı doğrulanmıştır. Haberlerde en sık yinelenen deyimler başarıya ve başarının vurgulanmasına yöneliktir. Sık yinelenen spor kavram veya söz dizimlerinden olan “Kupayı kazanmak”, “Finale çıkmak” gibi ifadeler ile sözü edilen deyimler birbirlerini tamamlar niteliktedir. Spor kavram ve söz dizimleri amaç ve sonuca vurgu yaparken, deyimler ise sonuçla gelen mutluluğun vurgulamasını yapmıştır. Bu durumda deyimlerin sık yinelenme gerekçesi olarak değerlendirilmektedir.

Genel olarak “Arslan”, “Kanarya”, “Deprem”, “Sallanmak”, “Zirveye/doruğa ulaşmak/çıkmak”, “Kartal”, “Felaket”, “Fırtına, Fırtına gibi esmek” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen doğa ile ilgili ifadelerdir.

“Dev”, “Devleşmek”, “Kral”, “Uğur”, “Cehennem” spor basını haber dilinde en sık yinelenen mitolojik kavramlardır.

“Sakatlanmak”, “Ağrı”, “Acı”, “Sancı”, “Şoke olmak”, “Tedavi edilmek”, “Sakatlığı düzelmek”, “Yaralanmak”, “Beyin travması”, “Beyin sarsıntısı”, “Darbe almak”, “Kırılmak”, “Adale yırtılması”, “Durumu iyiye gitmek”, “Hastaneye kaldırılmak”, “MR Çekilmek”, “Ödem oluşmak” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen patolojik kavramlardır.

“Rakip”, “Rekabet”, “Zafer”, “Mücadele”, “Polis, Jandarma, Güvenlik Görevlisi, Ekibi”, “Hedef”, “Güvenlik tedbiri”, “Ezeli rekabet”, “Saldırı”, “Kahraman”, “Savaşmak”, “Kapışmak”, “Akın yapmak”, “İsyan etmek”, “Silah”, “Gol Silahı”, “Vurmak”, “Vurulmak”, “Alarm”, “Patlama” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen militarist kavramlardır.

“Milli Takım”, “Türk”, “Türkler”, “Vatandaş”, “Türkiye”, “Vatan”, “Avrupa”, “Milli”, “Ay Yıldız”, “Bayrak”, “Tarihe geçmek”, “Adını tarihe yazdırmak”, “Türk futbolu”, “Destan/Efsane”, “Türk Takımı”, “Avrupa Fatih”, “Madalya”, “Tarihi zafer”,



“Temsilcimiz” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen ulusal sembollerdir.

Araştırma kapsamında incelenen Galatasaray-Arsenal ve Türkiye-İrlanda karşılaşmalarının yurtdışı takımlar ile yapılıyor olması, ilgili haberlerde ulusal sembollerin kullanımını gerektirmiştir. Bunun da ötesinde bu iki karşılaşma ile ilgili haberlerin toplam haber sayısının yüzde 60’ına yakın olması, ulusal sembollerin sık yinelenmesinin bir diğer gerekçesi olarak değerlendirilmiştir.

“Prim”, “Sözleşme”, “Teklif almak, beklemek”, “Karaborsa”, “Ödül”, “Reklam/Tanıtım” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen ekonomi kavramlarıdır.

“Geçmek” ve “Dalga geçmek” spor basını haber dilinde en sık yinelenen argolardır.

Spor basınında kullanılan dilde spor kavram ve söz dizimleri, deyim, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları ve argo sözcük ve söz dizimleri Galatasaray-Arsenal, Galatasaray-Fenerbahçe ve Türkiye-İrlanda karşılaşmalarında yoğun olarak yinelenmektedir. Bu durumun en geçerli açıklaması söz konusu edilen üç karşılaşma ile ilgili haberlerin toplam haberlerin yüzde 80’inden fazla olmasıdır. Öte yandan Gençlerbirliği-Beşiktaş ve Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşmalarında yinelenme oranı daha düşüktür.

Yine spor basını haber dili öğeleri en çok karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmektedir. Bu oran karşılaşma öncesi ve karşılaşma günü yayınlanan haberlerde daha düşüktür. Söz konusu edilen öğelerin genellikle sonucu ve sonuç sonrasında elde edilen başarıyı nitelermeye yönelik olması, bunların karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde daha sık yinelenmesine yol açmaktadır. Öte yandan karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerin toplam haberlerinin yarısından fazlasını oluşturması da yinelenmenin bu dönemde yüksek olmasını sağlamaktadır.

İncelenen haberlerde yer alan spor kavram ve söz dizimleri, deyim, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları ve argo sözcük ve söz dizimleri en çok Star Gazetesi, Fanatik Gazetesi ve Taraftar Fotomaç Gazetesi’nde yinelenmektedir.

Bu noktada yaygın bir gazete olmasına karşın Star Gazetesi'nin spor gazeteleri olarak sınıflandırılan Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri'nden daha fazla kavram, söz dizimi ve deyimli haberlerinde yinelemesi beklendik bir sonuç değildir. Ancak Star Gazetesi'nde yayınlanan haberlerin toplam haberlerin yüzde otuzunu oluşturması, bu gazetenin neden kavram, söz dizimi ve deyimleri en yoğun kullanan gazete olduğunu açıklamaktadır.

Hürriyet ve Sabah Gazeteleri bu sıralamada son iki sırada yer almaktadırlar. Hürriyet ve Sabah Gazetelerinde yer alan toplam haber sayısı Star Gazetesi'nin haber sayısından daha azdır. Bu durum da Hürriyet ve Sabah Gazetelerindeki düşük yoğunluklu yineleme oranını açıklamaktadır.

Örnek olaylara konu edinen karşılaşmalar ile ilgili haber sayısı bakımından ilk sırada Galatasaray-Arsenal, ikinci sırada ise Galatasaray-Fenerbahçe karşılaşması haberleri yer almaktadır. Türkiye-İrlanda karşılaşması haberleri sayı bakımından üçüncü sıradadır. Söz konusu karşılaşmalar toplam haber sayısının yüzde 80'ini geçmektedir. Bu oran ise ilgili karşılaşmalardaki yineleme sıklığının en somut kanıtıdır.

Öte yandan tarafının büyük takımlar olmasına karşın Anadolu Kulüplerinin kazandığı karşılaşmalara ayrılan haber sayısı ise Galatasaray ve Fenerbahçe karşılaşmalarına oranla çok düşüktür. Bu da incelenen haberlerde bir bütün olarak spor basınının en azından konu dağılımı ve kulüplere ayırdığı yer ve onları nitelermeleri anlamında tarafsız olmaması, belli kulüp takımlarına öncelik ve ayrıcalık tanınması biçiminde yorumlanmaktadır.

## SONUÇ

Spor basınının kavram, kapsam, içerik ve haber dili açısından incelendiği bu çalışma kuramsal ve uygulama olarak iki ana bölümde değerlendirilebilir. Çalışmanın kuramsal bölümü, kendi içinde üç alt bölüme ayrılmıştır. Bu alt bölümlerde sporun tarihçesi, amaç ve işlevleri, spor basını, tarihçesi, içerik, amaç ve işlevleri, spor basınında haber; yorum ve dil kullanımını konuları ayrıntılı olarak tartışılmış ve irdelenmiştir. Çalışmanın uygulama bölümünde ise spor basını haber diline yönelik bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmada Spor basını haber dilini farklı kılan öğeler nelerdir?, Spor haberlerinin dilini oluşturan öğeler nelerdir?, Bu dili oluşturan temel kavram ve söz dizimlerinin nelerdir?, Olay, zaman ve gazete türüne bağlı olarak; spor kavram ve söz dizimleri, deyimler, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları, argo sözcük ve söz dizimlerinin kullanım yoğunluğu nedir? sorularının yanıtları aranmıştır.

Bu soruların yanıtlanması aşamasında ise kabul edilen varsayımlar, “Spor basını haber dili farklı öğelerden oluşmuştur”, “Spor basını haber dili spor kavram ve söz dizimleri, deyim, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları ve argo sözcük ve söz dizimlerinden oluşmaktadır”, “Spor basını haber dili ağırlıklı olarak spor kavram ve söz dizimlerinden oluşmakta, ancak ulus, ulusçuluk ve muhafazakar yapıyı yineleyen ifadeler de sıkça kullanılmaktadır”, “Spor basını haber dilini oluşturan kavram, söz dizimi ve deyimler, haberin konu ve içeriğine, yayınlandığı zaman ve yayınlandığı gazeteye göre farklı boyut ve yoğunlukta kullanılmaktadır” şeklinde sıralanmaktadır.

Genel hatları ile çalışmada ulaşılan sonuçları şu şekilde sıralamak olasıdır. Spor basınının konu ve içerik olarak işlediği spor, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de benzer gelişim çizgisine sahip olduğu söylenebilir. Günümüz Türkiye’sinde güreş, cirit, atıcılık, okçuluk gibi ulusal spor dalları yaygınlıklarını yitirirken, tüm dünya ile benzer bir biçimde en yaygın ve etkin olan sporlar dalları futbol, basketbol ve voleybol olarak belirmektedir.

Çok farklı eğitim, kültür ve ekonomik göstergelere sahip olsa da günümüz kitle toplumu içindeki bireyi spor ile farklı boyut ve yoğunluklarda ilgilenmektedir.

Günümüzde spor büyük kitleleri peşinden sürükleyen bir olgu haline gelmiştir. Sporun bu denli yoğun ilgi toplayabilmesi sadece sahip olduğu seyir niteliği ile açıklanamamaktadır. Sporun toplumsal bir olgu, bununda ötesinde toplumsal bir kurum haline gelmesi kuşkusuz sahip olduğu niteliklerin yanı sıra işlevlerinden de kaynaklanmaktadır.

Günümüz dünyasında sporun bugün ulaştığı nokta, toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik bağlamları ile toplumsal bir kurum haline geldiğini, kitlelerin ilgisini çekmekle kalmayıp onları peşinden sürüklediğini göstermektedir. Sporun böylesi etkin ve yaygın bir konuma gelmesinde kitle iletişim konu ve içerik olarak işlenmesinin rolü ve katkısı yadsınmaz. Toplumun spora karşı ilgisinin artması, basında yer alan sporun boyut ve yoğunluğunun artmasına yol açmıştır. Artık sütun/cm ile hesaplanan spor haberleri, bağımsız sayfalara sahip olmuş, bu durum spor basınının Türkiye’de ilk bağımsız servise sahip olmasına yol açmış ve giderek uzmanlaşma ve basın içinde ayrı bir türün doğmasını sağlamıştır.

Spor basını olarak adlandırılan bu yeni tür, sporu konu ve içerik olarak işlenmesinin yanı sıra sporun sahip olduğu işlevleri vermesi nedeni ile de günümüzde etkin ve yaygın bir yapıya kavuşmuştur.

Spor basınının konu ve içerik olarak sporu işlemesi ve sporun bir çok bilim dalı ile ilişki içinde olması nedeni ile hazırlık, karşılaşma, alt yapı, transfer, hukuksal boyut gibi çok farklı yönleri olması spor basınına konu zenginliği sağlamıştır. Ancak günümüz Türk spor basını ekonomik neden ve kaygıları ileri sürerek sadece futbol konusu işlemektedir. Türkiye’de 1950’lili yıllarda futbolda profesyonelliğin kabul edilmesi ile birlikte büyük bir gelişim gösteren Türk spor basını sadece Türkiye Birinci Futbol Ligi ve bu ligde mücadele eden Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor gibi köklü ve sürekli başarılı olan kulüplerin futbol takımları ve takımların karşılaşmaları ile ilgilenmektedir. Bu durumda spor basını kaçınılmaz olarak konu sıkıntısı içine sokmakta ve bu durum bir kısır döngü haline almaktadır.

Bu kısır döngünün spor basınına zararı sadece konu ve içerik ile sınırlı kalmamaktadır. Bu durum spor basınının istihdam politikasından, haber boyutuna, sayfa düzenlemesinden haberde kullandığı dile kadar bir dizi soruna yol açmaktadır. Bunda kuşkusuz 3 Büyükler ve Trabzonspor’u konu ve içerik olarak işlenmesinin yanı sıra bu kulüplerin futbol takımlarında oynamış olan futbolcuların spor yazarı olarak istihdam

edilmesinin de payı bulunmaktadır. Spor yazarlığı konusunda yaşanan bu politikasızlık, spor muhabirleri için de geçerli olmaktadır.

İstihdam politikasındaki bu hatalar, çalışanların gerekli ve yeterli niteliklere sahip olmaması ve spor basınının ticari kaygıları ile birleştiğinde, kaçınılmaz olarak spor basını haberlerinde de bir takım sorunlar ortaya çıkmaktadır. Öncelikle spor basını tarafsızlığını yitirmektedir. Ardından haber toplama ve yazmanın normatif ilkelerinden uzaklaşmaktadır. Bu durum kaçınılmaz olarak haber diline de yansımaktadır.

Bu noktada spor basınının, toplumsal yapı ve yaşam içinde farklı kurum ve kuruluşlarla ilişki ve etkileşim içinde olması ve ticari kaygılar taşımasının da etkili olduğu belirtilmelidir. Spor basını, bir basın türü olması nedeni ile kimi kamusal görev ve sorumluluklar taşısa da sonuçta bir ticari kuruluştur. Bu durum da bu ticari kuruluşun sahipliği yapanların ve sahip olduğu kitle iletişim aracının ekonomi ve siyasi elit ile uzlaşmasını beraberinde getirmektedir. Spor basını bu nedenle siyasi ve ekonomik elitin çıkarları, eş deyişle de var olan iktidar ve üretim ilişkilerinin devamı sağlayacak tür ve yöndeki içerikleri yayınlamaktadır. Bu ve benzeri durumlarda spor basınının haberleri ve haber konuları önem taşımaktadır. Ancak bu durum spor basınının bir araç olarak görülmesine, propaganda malzemesine dönüşmesine yol açmaktadır. Böylesi olumsuz görüntüler vermeksizin, söz konusu edilen tür ve yönde yayın yapmak, işlev vermek ise haber dile ile olasıdır. Bu nedenle de spor basını haber dili önem taşımaktadır.

Spor basınındaki futbol haberlerindeki sözcük seçimi çalışmanın uygulama bölümünün temelini oluşturmuştur. Uygulamada, Fanatik Gazetesi ve Taraftar Fotomaç Gazetesi, spor gazeteleri olduğu, Hürriyet Gazetesi, Sabah Gazetesi ve Star Gazetesi ise en çok fiili satış rakamına sahip oldukları, farklı yayın guruplarına ait oldukları ve daha da önemlisi spor sayfaları için en çok tercih edilen gazeteler oldukları için araştırmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Bu örneklem üzerinde Galatasaray-Arsenal, Türkiye-İrlanda, Galatasaray-Fenerbahçe, Gençlerbirliği-Beşiktaş ve Gaziantepspor-Trabzonspor karşılaşmaları ile ilgili karşılaşma öncesi 3 gün, karşılaşma günü ve karşılaşması sonrası 3 gün boyunca yayınlanan tüm haberler incelenmiştir.

Gerçekleştirilen uygulama sonucunda spor basını haber dilinin spor kavram ve söz dizimleri, deyim, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları ve argo sözcük ve söz dizimlerinden oluştuğu saptanmıştır. Bu öğeler arasında en çok yinelenen spor kavram

ve dizimleri, spor basını haber dilinin spor dünyasının kullandığı ifadelerden etkilendiğini ortaya koymaktadır.

En çok yinelenen spor kavram ve söz dizimleri ise “Futbolsever”, “Taraftar” ve “Seyirci” ifadeleri; “Sarı Kırmızı takım”, “Sarı Kırmızı ekip”, “Sarı Kırmızılı” oyuncu ifadeleri; “Cim Bom” ifadesi; “Hoca” ifadesi; “Derbi” ifadeleri şeklinde sıralanmaktadır.

Spor basını haber dilinde en sık yinelenen ikinci öge ise ulusal sembollerdir. “Milli Takım”, “Türk”, “Türkler”, “Vatandaş”, “Türkiye”, “Vatan”, “Avrupa”, “Milli”, “Ay Yıldız”, “Bayrak”, “Tarihe geçmek”, gibi ifadelerin en sık yinelenen ulusal semboller olduğu saptanmıştır.

Deyimler, spor basını haber dilini oluşturan öğelerin kullanım sıklığı sıralamasından üçüncü sırada yer almıştır. “Devirmek”, “Gurur duymak”, “Hak etmek”, “Zafere imza atmak”, “Görev almak”, “Sevince boğmak”, “Coşmak”, “Vize almak”, “Şölen, tören, bayram yapmak” ve “İşi(ni) bitirmek” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen deyimlerdir.

“Rakip”, “Rekabet”; “Zafer”, “Mücadele”, “Polis, Jandarma, Güvenlik Görevlisi, Ekibi”; “Hedef”, “Güvenlik tedbiri”, “Ezeli rekabet” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen militarist kavramlardır. Militarist kavramlar kategorisini oluşturan ifadeler ise spor basını haber öğelerinin kullanım sıklığı sıralamasında dördüncü sırayı almıştır.

Yukarıda sıralanan bu kategorilerin dışında spor basını haber dili yapısını oluşturan öğeleri ve bu öğeleri oluşturan ifadeler ise şu şekilde sıralanmaktadır: “Sakatlanmak”, “Ağrı”, “Acı”, “Sancı”, “Şoke olmak”, “Tedavi edilmek”, “Sakatlığı düzelmek”, “Yaralanmak” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen patolojik kavramlardır.

Genel olarak “Arslan”, “Kanarya”, “Deprem”, “Sallanmak”, “Zirveye/doruğa ulaşmak/çıkılmak”, “Kartal”, “Felaket”, “Fırtına, Fırtına gibi esmek” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen doğa ile ilgili ifadelerdir. “Prim”, “Sözleşme”, “Teklif almak, beklemek” gibi ifadeler spor basını haber dilinde en sık yinelenen ekonomi kavramlarıdır. “Dev”, “Devleşmek”, “Kral”, “Uğur”, “Cehennem” spor basını haber dilinde en sık yinelenen mitolojik kavramlardır. “Geçmek” ve “Dalga geçmek”

spor basını haber dilinde en sık yinelenen argolardır. Bu noktada spor basını haber dilini oluşturan öğelerin kullanım sıklığı sıralamasında argo sözcük ve söz dizimlerinin sonuncu sırada yer alması, eş deyişle en az kullanılan ifadelerin argo olması, ilginç bir sonuç olarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonucu spor basını haber dilinde, kuramsal bölümde tartışılmış olan cinsel öğelerin kategori dahi oluşturmamış olması, bir diğer ilginç sonuçtur.

Araştırmanın örneklemini oluşturan gazetelerin haber sayılarında da ilginç sonuçlara ulaşılmıştır. Spor gazeteleri olması nedeni ile Fanatik ve Taraftar Fotomaç'ın en fazla haber sayısına sahip olmaları beklenirken, Star Gazetesi en fazla (yüzde 29,78) haber yayınlayan gazete olmuştur. Bu gazeteyi adı geçen iki spor gazetesi, Fanatik (yüzde 26,30) ve Taraftar Fotomaç (yüzde 19,80) Gazeteleri izlemiştir. Hürriyet (yüzde 12,52) ve Sabah (yüzde 11,6) Gazeteleri ise son iki sırada yer almıştır. Bu durumda kaçınılmaz haber dilini oluşturan öğeler en çok Star Gazetesi, Fanatik Gazetesi ve Taraftar Fotomaç Gazetesi'nde yinelenmesine yol açmıştır. Hürriyet ve Sabah Gazeteleri bu sıralamada da son iki sırada yer almıştır. Hürriyet ve Sabah Gazetelerinde yer alan toplam haber sayısı Star Gazetesi'nin haber sayısından daha azdır.

Araştırma kapsamına alınan örnek olaylardan en çok (yüzde 36,66) haber konusu yapılan Galatasaray-Arsenal karşılaşması olmuştur. Bu karşılaşmayı Galatasaray-Fenerbahçe (yüzde 24,21) ve Türkiye-İrlanda (yüzde 22,51) karşılaşmaları izlemiştir. Gençlerbirliği-Beşiktaş (yüzde 9,36) ve Gaziantepspor-Trabzonspor (yüzde 7,27) karşılaşmaları ise habere en az konu edinen karşılaşmalardır. Bu da incelenen haberlerde bir bütün olarak spor basınının en azından konu dağılımı ve kulüplere ayırdığı yer ve onları nitelermeleri anlamında tarafsız olmaması, belli kulüp takımlarına öncelik ve ayrıcalık tanınması biçiminde yorumlanmaktadır. Galatasaray-Arsenal, Galatasaray-Fenerbahçe ve Türkiye-İrlanda karşılaşmalarının incelenen 1293 haberin yüzde 80'ininden fazlasını oluşturması, haber dilini oluşturan öğelerin de en fazla bu karşılaşmaları konu alan haberlerde yinelenmesine neden olmuştur.

Araştırma sonucu spor basını haber dilini oluşturan öğelerin büyük bir çoğunlukla (yüzde 52,4) karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinlendiği görülmüştür. Bu oran karşılaşma öncesi ve karşılaşma günü yayınlanan haberler için daha düşük olarak saptanmıştır.

Tüm bu sıralananlar ışığında spor basını haber dilinin büyük ölçüde spor kavram ve sözdizimlerinden etkilendiği, spor kavram ve söz dizimlerinin yanı sıra deyim, doğa ile ilgili kavramlar, mitolojik kavramlar, patolojik kavramlar, militarist kavramlar, ulusal semboller, ekonomi kavramları ve argo sözcük ve söz dizimlerinden oluştuğu, bunlar arasında spor kavram ve söz dizimlerinin ilk sırayı aldığı, ardından ulusal semboller ve deyimlerin geldiği ve bu nedenle ulus, ulusçuluk ve muhafazakar yapıyı yinelenildiği, haber dilini oluşturan öğelerin taraftar ve karşılaşma sonucuna odaklı olduğu, en yoğun olarak Fanatik ve Taraftar Fotomaç Gazeteleri tarafından ve karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenildiği sonucuna ulaşılmaktadır.

## Tartışma

Kitle toplumu içindeki birey, hangi demografik ve psiografik özelliklere sahip olursa olsun, farklı boyut ve yoğunlukta, yine farklı amaçlar doğrultusunda sporla ilgilenmektedir. Peki farklı yaş, cinsiyet, gelir, eğitim, dünya görüşünden insanların hepsinin ilgisinin spora yönelmesinin gerekçesi nedir? Neden bireyler haftanın belli günlerini, günün belli saatlerini spor ile ilgili konulara ayırır, spor programlarını izler, gazetelerde önce spor haberlerini okur? Neden bir takım tutar ve tuttuğu takım ile ilgili haberlerin hep olumlu olmasını ister? Neden tuttuğu takım ile ilgili olumlu haber yazan gazeteleri okumak ister? Sporu konu ve içerik olarak işleyen kitle iletişim araçlarının bu beklentilere tepkisi ne olur? Bu talepleri karşılama yönünde ne yapar? Haberlerini nasıl yazar? Haberlerde nelere konu edinir? Bu konuları nasıl ve hangi sözcükleri kullanarak işler? Sayıları daha da artırılabilir olan bu soruların yanıtlanmasına öncelikle spor nedir ve ne gibi işlevleri vardır? sorularının yanıtlanması ile başlanabilir.

Bu soruya, konuya bakış açısına göre birbirinden farklı onlarca yanıt verilebilir. Bu nedenle öncelikle bireylerin spordan ne anladığı ve amaçladığı sorgulanmalıdır. Spordan taşıdığı anlam ve amaç katılımcısına göre değişim göstermektedir. Profesyonel bir futbol takımında futbol oynayan bir sporcu ile sabahları yürüyüş yapan bir iş adamının, basketbol sahasının temizliğinden sorumlu bir görevli ile, o sahanın inşaatından sorumlu mühendisin spordan beklentisi ve sporu yüklediği amaç kuşkusuz aynı olamayacaktır. Bu nedenle de spordan taşıdığı amaç ve anlamın, spordan katılımcısının amacı tarafından belirlendiği saptaması hatalı olmayacaktır. Spordan para



kazanan bir kişi için spor gelir elde edilen bir meslek, sabah yürüyüşü yapan için sağlıklı yaşam aracı, lisede şampiyon olmak isteyen bir atlet için ise statü getiren, kendini gerçekleştirmesini sağlayan bir araçtır. Bu ve benzeri örneklerin sayısını daha da artırmak olasıdır. Ancak verilen örneklerden de anlaşıldığı üzere spor çoklu amaca sahiptir ve bu nedenle de çok farklı bakış açıları ile anlamlandırılabilir.

Sporun çoklu amaç ve anlam taşıyan yapısına karşın sporun kimi işlevlerini tanımlamak ve sınıflandırmak olasıdır. Bireylerin spora bu denli yoğun ilgi duymasının öncelikli gerekçeleri arasında sporun insan ile ilgili olması, insansız var olmaması gelmektedir. İnsanoğlunun fiziksel etkinliği, etkinliğe kattığı duyguları, etkinlikten beklentileri sporu anlamlandırmaktadır. Sporun bu özelliği onun sadece bedensel bir etkinlik olmadığını göstermektedir. Spor, bedensel etkinlik aracılığıyla insani değerleri yaşama geçirmektir, bedensel etkinlik ile kendini gerçekleştirmek, kendini ifade etmektir.

Kimi spor etkinliklerine etkin olarak katılan kişilerin bu gurur vesile yaptığı, bununla kendini diğer bireylerden farklılaştırdığı da günlük yaşamda gözlemlenmektedir. Örneğin golf oynayan bir kişi veya büyük kulüplerin birinde futbol oynayan bir genç, rekor kırmış bir atlet kuşkusuz diğer bireylerden farklı bir toplumsal konuma sahiptir. Bu durum spora edilgen katılım için bile geçerlidir. Galatasaray'ın UEFA Kupası'nı kazandığı karşılaşmayı Kopenhag'da izlemiş olan bir kişinin, bu bir övünme ve gurur konusu yapacağı açıktır. Bu durum ise sporun etkin veya edilgen katılımcısı statü sağlama gibi bir işlev daha sağladığı göstermektedir.

Öte yandan spor, etkin veya edilgen, amatör veya profesyonel katılımıcısını toplumsallaştırır. Çünkü spor, bireysel sporda olsa kolektif bir uğraştır, birlikte yapılı, ekip ruhu gerektirir. Başarı sporcular, teknik direktörler, yöneticiler ve mutlaka taraftarlar ile birlikte paylaşılır. Amaçlara birlikte yürünür, hedefler birlikte gerçekleştirilir, birlikten güç alınır, birliktelik sorumlulukları anımsatır. Başarısızlığın getirdiği yıkım ise yine birlikte paylaşılarak atlatılmaya çalışılır. Bu da en genel tanımı ile toplumsal öğrenme, toplumsallaşmanın en yalın ve doğrudan bireylere aktarımıdır.

Spor rekabettir. Sporcu bir başkası ile, kendi ile veya doğa ile mücadele eder. Türü, katılım düzey ve yoğunluğu, amacı ne olursa olsun tüm spor etkinliklerinde bir rakip, rekabet ve başarı arzusu ile mücadele vardır. Bu özelliği sporu hem yaygınlaştırır, hem de bireylere toplumsal yapı ve yaşam içinde yaşama kurallarını öğretir. Saha

içindeki görev paylaşımı, sporcuların yerleşimi, hakemin otorite olması, karşılaşmanın nasıl izleneceği, kısacası spordaki hemen hemen her şey yaşamda var olan göstergelerle doludur ve yaşam spora bu göstergeleri aktarmıştır.

Söz konusu edilen göstergeler arasında sporun etkin ve profesyonel katılımcılarına sağladığı gelir ve statü de bulunmaktadır. Bu nedenlerdi ki sporcular toplumsal birer modeldir, onlara imrenilir ve onlar gibi olunmak istenir. Spor onların toplumsal hareketliliğinin, sınıf atlamasının nedenidir. Sporcuların toplumsal yapı ve yaşam içindeki bu farklı konumları sporun, toplumsal hareketliliğin varlığını kanıtlama, model oluşturma, topluma model sunma, modelleri meşrulaştırma ve olumlama işlevine de işaret etmektedir.

Tüm bu sıralananların doğrudan olmasına ve etkin bir biçimde uygulanmasına karşın, farkında olunmaması, sporun aynı zamanda politika ve propagandanın bir aracı olabileceği, bu amaçla kullanılabileceğini olasılığını da gündeme getirmektedir. Hemen hemen tüm politikacıların bireysel anlamın dışında spora ilgi duymaları, spora politika karıştırılmamasını vurgulamalarına karşın, bunu kesinlikle yaşama geçirmemeleri, sporun politikasını planlamaları ve müdahale etmeleri günlük yaşamda sıkça karşılaşılan durumlardır. Spor ile kazanılan başarının tüm kamusal alanlara genellenmesi yine politikacılar tarafından sıkça yapılmaktadır. Çünkü sporda başarı kazanmak diğer kamusal alanlarda başarı kazanmaktan daha kolaydır, daha kesindir. Tüm bu özellikleri sporun politika ve ekonomi eliti tarafından etkin olarak kullanılabilir bir ideoloji taşıyıcısı olduğunu, var olan iktidar ve üretim ilişkilerinin olumlanmasında ve sürdürülmesinde yararlanılabilecek bir araç olduğunu göstermektedir.

Sporun tüm bu sıralanan amaç ve işlevler için yaygın ve etkin olduğu açıktır. Peki çok geniş ve karmaşık bir yapıda olan günümüz toplumlarında yaşayan bireyler sporun bu işlevlerinden nasıl haberdar olmakta, sporu bu amaç ve işlevler doğrultusunda kullanılmasına nasıl ikna edilmektedirler? Geleneksel toplumdaki haber ve bilgi kaynaklarının geçerliliğini yitirmesinin yanı sıra bireyin tüm yaşamını kuşatmış olan toplumsal, ekonomik ve politik koşulların da dayatması ile söz konusu edilen bilgilendirme ve bireyin spora ilgi büyük ölçüde kitle iletişim araçları yardımı ile gerçekleştirilmektedir.

Spor ve kitle iletişim araçları arasındaki ilişki, kitle iletişim araçlarının nitelik ve işlevleri ile daha da güçlenmekte ve ayrılmazlık özelliğine bürünmektedir. Kitle iletişim araçları öncelikle çok farklı olmasına karşın çok geniş kitlelere ulaşabilir. Bu nedenle demokratik bir yapıya sahip gözükmekte, konu ve içeriklerini hedef kitlesi için hazırlıyor görüntüsü sergilemektedir. Haber ve bilgi sağlama, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitim, kültürün gelişmesine katkı, eğlendirme ve bilgilendirme işlevlerine sahip olması da kitle iletişim araçlarını günümüz toplumsal yapı ve yaşamı içindeki birey için yaşamsal kılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının yukarıda genel hatları ile verilmeye çalışılan nitelik ve işlevlerinin yanı sıra kitlelerin ilgisini çeken sporu konu ve içerik olarak işlemesi de onu vazgeçilmez yapmaktadır. Spor konu ve içerik olarak işleyen kitle iletişim araçlarını sınıflandırmak olasıdır. Radyo, televizyon, video, internet ortamının da arasında yer aldığı bir çok kitle iletişim aracı arasında basın farklı nitelikleri ile diğerlerinden ayrılmaktadır. Basın öncelikle en eski kitle iletişim aracıdır. Diğer kitle iletişim araçları arasında kurumsallaşmasını en önce tamamlamış olanı yine basındır. Diğer kitle iletişim araçları kadar yaygın olmasa da basın en güvenilir kitle iletişim aracı olması nedeni ile etkin bir yapıya da sahiptir.

Gerçekten de sporun günümüzdeki anlam ve yaygınlığına kavuşması büyük ölçüde basının katkısı ile olmuştur. Basın ve spor arasındaki ilişkinin sadece spor yararına işlemediği de açık bir gerçektir. Basın, büyük kitlelerin ilgisini çeken sporu konu ve içerik olarak işleyerek hem tiraj sağlamış, hem ürün çeşitlenmesi olarak tanımlanabilecek bir yapılanmaya gitmiştir. Basında sporun yer aldığı alan ve etkinlik artıkça, uzmanlaşma kaçınılmaz olmuş ve spor basını doğmuştur.

Spor basınının öncelikli işlevi konu ve içerik olarak sporu işleyerek ilgili hedef kitlesini bu konudan haber ve bilgi sahibi etmektir. Ancak spor basını, konu ve içerik olarak işlediği sporun işlevlerini yerine getirmesini sağladığı için daha da önem kazanmaktadır.

Spor basını, adından da anlaşılacağı üzere sporu işleyen bir basın türü ve ürünüdür. Ancak spor basınının tamamen sporu her boyut ve yönü ile işlediği de söylenememektedir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de spor basını belli spor dallarına ağırlık vermektedir. ABD spor basınının Amerikan futbolu ve basketbolü öncelikli konu olarak işlemesi dışında, tüm dünyada futbolun başat spor olarak

sayfalarda yer aldığı saptaması hatalı olmayacaktır. Dünya ile benzer biçimde Türkiye’de futbolun başat spor olarak işlenmesinin kaçınılmaz gerekçeleri bulunmaktadır. Öncelikle futbol tüm dünyada en yaygın spor dalıdır. Milyonları peşinden koşturmakta, statları doldurmakta, milyarlarca dolara sahip bütçelere sahip olmakta, uğruna insanlar can vermektedir. Bu özelliğinin yanı sıra futbol kendine yapılan yatırımları en kolay amorti eden spor dalıdır. Bu nedenle de tüm özel sektörün ilgisini çekmekte, kendisini ve katılımcılarını geliştiren bir yapıya sahip olmaktadır. Öte yandan takım tutma, futbolcular ile kendini özdeşleştirme gibi özellikleri ile çok güçlü bir aidiyet sunmaktadır. Söz konusu edilen aidiyet öylesi bir noktaya varmıştır ki, insanlar kendilerini futbol kulüplere veya takımları ile ifade etmeye başlamışlar, bir alt kimlik olarak bu paydada yer almayı statü sahibi olmak olarak değerlendirmişlerdir. Tüm bu sıralanan özellikleri nedeni ile de ekonomi eliti gibi politika elitinin de ilgisini çekmekte, futbol konulu yatırımlar yapılmakta, yapılan yatırımlara destek ve kolaylık sağlanmakta, futbol dünyasının emrine bürokratlar atanmaktadır. Tüm bunlar sadece milyonların ilgisini çeken bir olay veya olguya politikanın ilgisiz kalamayacağı önermesi ile açıklanamayacak niteliktedir. Ancak futbolun bir politik araç ve en güçlü ideoloji taşıyıcısı olması, karşıt ideoloji tarafından da kullanılma olanak ve olasılığının bulunması, insan yeteneği ve motivasyonu ile bu alanda başarı kazanmanın daha kolay olması ve bu başarının tüm toplumsal yaşam alanlarına genellenebilmesi, politika elitinin kaçınılmaz olarak bu alanda yer almasına ve bu alanı kimseye bırakmamasına yol açmaktadır. Tüm bu sıralananlara bir de spor basınının sonuçta tecimsel bir işletme olması ve kimi tecimsel kaygılar gütmesi de eklendiğinde futbolun spor basınında başat konu olarak yer alması kaçınılmaz olmaktadır.

Futbolun spor basınının öncelikli ve ayrıcalıklı konusu olması yukarıda sıralananlar nedeni ile doğaldır. Ancak spor basını, futbolun yanı sıra diğer spor dallarına da yer vermek, onların yaygınlaşmasını ve böylece gelişmesini sağlamak zorundadır. Çünkü bu spor basınının taşımak ve yerine getirmek zorunda olduğu kamusal ve sportif sorumlulukları arasında yer almaktadır. Spor basınının işleyişi, söz konusu edilen kamusal ve sportif sorumluluğu yerine getirmediğini de tartışmaya gerek bırakmaksızın göstermektedir. Günümüz Türk spor basını sadece futbolu işlemekte, diğer spor dallarına gerekli ve yeterli düzeyde ilgi göstermemektedir.

Spor basınının başat olarak futbolu işlemesi, sadece diğer spor dallarına zarar vermekle kalmamakta, spor basınının kendisine de onarılması güç zararlar vermektedir. Yukarıda da değinildiği gibi spor basınının herhangi bir spor dalını konu ve içerik olarak işlemesi, o spor dalının önce yaygınlaşmasına, ardından da gelişmesi için gerekli ilgi ve yatırımların gelmesini sağlamaktadır. Yaygınlaşan, ilgi gören bir spor dalının da ilgili bir kitlesi bulunacağından, o spor dalı ile ilgili bilgi ve haber sahibi olmak için yine spor basınına baş vuracağı, eş deyişle de spor basınının tiraj sağlayacağı açıktır. Ancak spor basınının bu yolu kendine tiraj ve okur kitlesi yaratmada seçmediği de açık bir başka gerçektir.

Spor basınının sahip olduğu nitelik, etkinlik ve işlevlere karşın çoğu kez eleştirilerin hedefinde yer aldığı bilinen bir gerçektir. Spor basınına yöneltilen eleştirilerin başında tarafsız olmaması, gerçekleri ve olayları çarpıtması gelmektedir. Bu durum da yukarıda değinilen başat konu olarak futbolun işlenmesinden kaynaklanmaktadır. Çünkü Türk spor basını her yönü ve boyutu ile futbolu işlememektedir.

Günümüz spor basını sayfaları sadece Türkiye Birinci Lig'inde mücadele eden Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor takımları ile doludur. Bu takımları ile sadece karşılaşma, hazırlık, sonuç duyurusu, transfer, ekonomik sorunları ve yönetsel sorunları ile gündeme gelmektedir. Diğer ligler, bu liglerde mücadele eden takım ve kulüpler, futbolun sporcu, sporcu sağlığı, motivasyonu, beklentileri, sosyal ve insani hakları, genel yönetim, ekonomi, hukuksal yapı, fiziksel alt yapı, taraftarların tutum ve davranışları, gibi yön ve boyutları spor basınının gündemine gelmemektedir.

Spor basını tarafından gündeme getirilmeyen konulara dikkat edilirse, bunlar ülkenin ekonomi ve politika elitinin sorumluluğunda olan ve bu elitler tarafından giderilmesi gereken sorunlar olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu türlü sorunların spor basınında yer alması, öncelikle sorunların bilinir kılınmasına yol açmaktır. Ardından bu sorunların sorumlularını gündeme getirecek ve var olan ilişkilerin meşruiyetlerinin sorgulanmasına yol açacaktır. Sporun, özellikle de futbolun toplumsal bir olay ve olgu olması nedeni ile ülkenin, toplumun ve kültürün artıları ve eksileri genel bir görünümünü verdiği anımsandığında, görünümün olumsuz olması halinde yansımaları kimse, özellikle de adı geçen elitler istemeyecektir. Bu durum, spor basınının tecimsel

bir işletme olması ve tecimsel kaygılar duyması, kitle iletişim araçlarının sahipliğini yapanların ekonomi ve politika elitinin istek ve beklentileri doğrultusunda yayın yaptığı, tecimsel, politik ve ideolojik çıkarlarını uzlaştırdığı saptaması ile birleştiğinde söz konusu edilen konuların gündeme neden gelmediği, neden haber ve yorum olarak işlenmediği daha net anlaşılacaktır.

Kamusal sorumluluk ve etik açısından topluma zarar veren bu uygulamanın spor basını açısından olumsuz getirilerinin olması da kaçınılmazdır. Spor basını konu ve içerik olarak kendisini futbol ve belli kulüpler ile sınırlaması, spor basınının kendini bir kısır döngü içine atması ile eş anlamdadır. Spor basınının her gün sayfalarını adı geçen dört takım ile ilgili haberler ile doldurması oldukça güçtür. Bu durum kaçınılmaz olarak bir süre sonra konu sıkıntısı, olumsuz haber verememe ve bu nedenle sansür ve otosansür, asılsız, çarpıtılmış ve sansasyon yaratacak haberleri gündeme getirecektir. Tüm bu olumsuzlukların haberlere, konu, içerik, işleyiş ve yapı bakımından yansımaları da kaçınılmazdır.

Gerçekten de günümüzde Türk spor basını ağırlıklı olarak bu dört kulüp ile ilgili haberler vermekte, diğer kulüp ve takımlara oranlanmayacak kadar küçük yer ayırmaktadır. Söz konusu edilen bu uygulama haberlerin konusunda olduğu gibi dil yapısı ve sözcük seçiminde de görülmektedir.

Çalışma bağlamında yapılan incelemede spor basını haber dilinin oluşturan öğeler arasında ilk sırayı spor kavram ve söz dizimlerinin aldığını, ardından ise ulusal semboller, deyimler ve militarist kavramların geldiği saptanmıştır. Genel hatları ile verilen bu sıralama spor basını haber dilinin büyük ölçüde spor dünyası tarafından kullanılan kavram ve söz dizimlerinden etkilendiğini göstermektedir.

Spor basını haber dilinde en çok kullanılan ifadeler, Türk spor basınının yapısı, içeriği ve hedef kitlesi gibi birçok konuda ip ucu vermektedir. “Futbolsever”, “Taraftar” ve “Seyirci”, spor basını haberlerinde en sık yinelenen ifadelerdir. Bu ifadelerden de anlaşılacağı gibi spor basını okuyucu odaklı bir spor basınıdır. Spor basınının baskın konusu ise futboldur. “Sarı Kırmızı takım”, “Sarı Kırmızı ekip”, “Sarı Kırmızılı” oyuncu ifadeleri; “Cim Bom” ifadesi; “Sarı Lacivert takım”, “Sarı Lacivert ekip”, “Sarı Lacivertli oyuncu” gibi ifadeler ise daha önce de değinilmiş olan 3 Büyüklerin spor basınının ayrıcalıklı ve öncelikli konusu olduğunu göstermektedir. Bu yargıyı destekleyen bir diğer veri ise spor basını haberlerinde kullanılan doğa kavramlarıdır.

Doğa kavramlarının büyük bir bölümü arslan, kanarya, kartal gibi adı geçen kulüpleri sembolize eden ifadelerdir.

Öte yandan “Kupayı almak”, Kupaya ulaşmak”, “Kupayı kazanmak”, “Kupaya Katılmak” ifadeleri; “Final”, “Finale yükselmek”, “Finale çıkmak”, “Finale gitmek” ifadelerin yanı sıra zirveyi vurgulayan doğa kavramları da spor basınının sonuca yönelik yayın yaptığını, oyunu bir bütün olarak görmeyip, sonuca odaklandığını ve okurlarının da sonuca odaklanmasını istediğini göstermektedir. Spor basınının sonuca odaklı bir yayın yapmasının bir diğer somut kanıtı incelenen kavram, söz dizimi ve deyimlerin büyük çoğunlukla karşılaşma sonrası yayınlanan haberlerde yinelenmesidir. Bu noktada spor basınının haberlerinde sonuca yönelik yayın yapılmasının neden önem taşıdığı sorusu gündeme gelebilir. Spor basınının sonuca odaklanması, okurun karşılaşma ve sürecin bütününden kopmasına yol açmaktadır. Spor basınının spor değil, skor yazdığı, yazarların spor değil, skor yazarı olduğu suçlamasındaki gibi okurlar da süreci bir bütün olarak göremez hale gelmektedir. Bütünlüklü bir bakış açısı olmayan bireyler karşılaşmayı olduğu gibi yaşamı ve yaşamda olup biteni de bütün olarak kavrayıp, değerlendiremez. Ona verili olan ile yorum yapar, bu da olay ve olguların bağlamından kopartılması, ilgililerin ise çok daha kolay maniple edilmesine yol açmaktadır.

Spor kavram ve söz dizimlerinin ardından ise ulusal kavramların en sık yinelenen ikinci dil ögesi olarak ortaya çıkması, yukarıda değinilen sürecin bir uzantısı olarak spor basınının ulus, ulus devlet, ulusçuluk gibi düşünceleri ve akımları vurgulaması ve yinelenerek güçlendirilmelerini sağlaması ile açıklanabilir. Gerçekten de Milli Takım, Türk, Türkler, Vatandaş, Türkiye, Vatan, Avrupa, Avrupa Futbolu, Milli, Miller, Ay Yıldız, Ay Yıldızlı Ekip/Takım, Bayrak gibi ifadeler milliyetçi-muhafazakar yapıyı vurgulamakta, spor gibi daha genç ve yaşam deneyimi daha düşük kitlenin ilgi gösterdiği bir alanda yaygınlaştırmaya çalışmaktadır. Öte yandan yine ulusal semboller arasında yer alan Tarih Yazmak, Tarihe Geçmek, Adını Tarihe Yazdırmak gibi ifadeler de benzer işlevi tarihe gönderme yaparak yerine getirmektedir. Çünkü tarih nesnel değildir, aktarılması ve değerlendirilmesi nesnel ölçütlerden uzak yapılabilir. Bu nedenledir ki tarih hep “şanlı sayfalar” ile doludur. Tarihte yer alan, atalarımızın yaptığı veya yapması olası hataların hiç söz edilmemektedir. Bu nedenle de tarih bugünün ve bu gün iktidarda olanın kutsanması için kolay ve tekli olarak kullanılacak bir araç olarak

görülmektedir. Spor ve spor basınında kullanımı ise hiçbir kuşkuya gerek bırakmamaktadır. Çünkü sporun barış, dostluk, kardeşlik içerdiği de vurgulanmaktadır.

Bu görüşü destekleyen bir bulgu ise yine en sık kullanılan öğeler sıralamasında deyimlerin üçüncü sırayı almasıdır. Deyimler, kültürün bir parçasıdır ve kültürü ifade eder. Ancak kültürün aynı zamanda geleneksel yapı ve düşünceleri, inanışları da ifade ettiği gözden kaçırılmaması gereken bir noktadır. Bu nedenle de, spor basını haberlerinde deyimlerin büyük bir oranda kullanılmış olması, üstelik bu deyimlerin ilk sıralarında Devirmek, Gurur Duymak, Gururu Olmak, Gurur Kaynağı Olmak, Hak Etmek, Hakkı Olmak gibi deyimlerin bulunması bu düşünceyi desteklemektedir.

Bu noktada spor basını diline yönelik eleştiriler arasında yer alan şiddeti çağrıştırmasının spor kavram ve söz dizimlerinde de değil, deyimler, ulusal semboller ve militarist kavramlar için geçerli olduğu belirtilmelidir. Öte yandan deyimler arasında yer alan, konusu ve vurgusu gurur olan deyimler de yine ulus kavramına gönderme yapmaktadır. Hak etmek ve hakkı olmak deyimleri ise yıllardır ülkenin haksızlığa uğradığı, hakkı yendiği söylemlerinin bir uzantısı olarak değerlendirilmelidir.

En sık yinelenen öğeler sıralamasında dördüncü sırada militarist kavramların yer alması, az önce değinilmiş olan sporun barış, kardeşlik ve dostluk içerdiği söylemlerini geçersiz kılmaktadır. Rakip, Rekabet, Zafer, Zafer Kazanmak/Ulaşmak/ Yaşamak, Zaferle Ayrılmak, Mücadele, Mücadele Etmek, Mücadele Vermek gibi ifadelerin ilk sırada yer aldığı militarist kavramlar, sporun dostluktan çok düşmanlık, barıştan çok savaş olduğunu göstermektedir. Bu ifadeler, daha önce değinilmiş olan karşılaşmanın değil, sonucunun önemli olduğu, sonucun ise kazanmak olduğu görüşünü destekler niteliktedir. Karşılaşmanın taraflarını rakip, karşılaşmanın rekabet olduğu ve böylesine sunulduğu bir ortamda elbette ki dostça bir karşılaşma olamaz. Bu durumda beklenen ve olması gereken mücadele etmektir. Rekabet içindeki rakipler bu nedenle mücadele eder, mücadele verir. Bu mücadele ise sadece kazanmak içindir. Böylesi gerginleştirilen veya gergin olması istenen ortamda kazanmak ise zaferdir. Bu nedenle de amaç karşılaşmak, mücadele etmek değil, zafer kazanmak, zafere ulaşmaktır. Böyle olduğunda da sonucu giden yolda kullanılan araçların ve yaklaşımların da değişmesi kaçınılmaz olmaktadır. Spor basını taraf olduğu takımın zafer kazanması için her yolu denemesini, etik olan veya olmayan her yöntemle başvurmasını, özveriyi, fedakarlığı aşan bir performans



görülmektedir. Spor ve spor basınında kullanımı ise hiçbir kuşkuya gerek bırakmamaktadır. Çünkü sporun barış, dostluk, kardeşlik içerdiği de vurgulanmaktadır.

Bu görüşü destekleyen bir bulgu ise yine en sık kullanılan öğeler sıralamasında deyimlerin üçüncü sırayı almasıdır. Deyimler, kültürün bir parçasıdır ve kültürü ifade eder. Ancak kültürün aynı zamanda geleneksel yapı ve düşünceleri, inanışları da ifade ettiği gözden kaçırılmaması gereken bir noktadır. Bu nedenle de, spor basını haberlerinde deyimlerin büyük bir oranda kullanılmış olması, üstelik bu deyimlerin ilk sıralarında Devirmek, Gurur Duymak, Gururu Olmak, Gurur Kaynağı Olmak, Hak Etmek, Hakkı Olmak gibi deyimlerin bulunması bu düşünceyi desteklemektedir.

Bu noktada spor basını diline yönelik eleştiriler arasında yer alan şiddeti çağrıştırmasının spor kavram ve söz dizimlerinde de değil, deyimler, ulusal semboller ve militarist kavramlar için geçerli olduğu belirtilmelidir. Öte yandan deyimler arasında yer alan, konusu ve vurgusu gurur olan deyimler de yine ulus kavramına gönderme yapmaktadır. Hak etmek ve hakkı olmak deyimleri ise yıllardır ülkenin haksızlığa uğradığı, hakkı yendiği söylemlerinin bir uzantısı olarak değerlendirilmelidir.

En sık yinelenen öğeler sıralamasında dördüncü sırada militarist kavramların yer alması, az önce değinilmiş olan sporun barış, kardeşlik ve dostluk içerdiği söylemlerini geçersiz kılmaktadır. Rakip, Rekabet, Zafer, Zafer Kazanmak/Ulaşmak/ Yaşamak, Zaferle Ayrılmak, Mücadele, Mücadele Etmek, Mücadele Vermek gibi ifadelerin ilk sırada yer aldığı militarist kavramlar, sporun dostluktan çok düşmanlık, barıştan çok savaş olduğunu göstermektedir. Bu ifadeler, daha önce değinilmiş olan karşılaşmanın değil, sonucunun önemli olduğu, sonucun ise kazanmak olduğu görüşünü destekler niteliktedir. Karşılaşmanın taraflarını rakip, karşılaşmanın rekabet olduğu ve böylesine sunulduğu bir ortamda elbette ki dostça bir karşılaşma olamaz. Bu durumda beklenen ve olması gereken mücadele etmektir. Rekabet içindeki rakipler bu nedenle mücadele eder, mücadele verir. Bu mücadele ise sadece kazanmak içindir. Böylesi gerginleştirilen veya gergin olması istenen ortamda kazanmak ise zaferdir. Bu nedenle de amaç karşılaşmak, mücadele etmek değil, zafer kazanmak, zafere ulaşmaktır. Böyle olduğunda da sonucu giden yolda kullanılan araçların ve yaklaşımların da değişmesi kaçınılmaz olmaktadır. Spor basını taraf olduğu takımın zafer kazanması için her yolu denemesini, etik olan veya olmayan her yönüme başvurmasını, özveriyi, fedakarlığı aşan bir performans

göstermesini beklemektedir. Bu sıralananlar doğrultusunda spor haberlerinde patolojik kavramların sıkça kullanılarak insani korkuları kışkırtması da doğal olmaktadır.

Spor basını haber dilini oluşturan öğeler sıralamasında argo sözcük ve söz dizimlerinin son sırada yer alması, spor basınının argo kullanmadığı yönünde bir görüşün doğmasına yol açabilir. Yapılan inceleme sonucu spor basınının 250'nin üzerinde argo sözcük ve söz dizimini haberlerinde yinelediği saptanmıştır. Bunların büyük bir bölümü ise meslek argosu olmaktan uzaktır. Yine spor basını haberlerinde kullanıldığı saptanan argoların büyük bir bölümü konuşma ve yazı dilinde yer alan kavram ve söz dizimlerinin bozulmuş biçimleridir. Bular da göstermektedir ki spor basını konuşma ve yazı dilini bozan bir yaklaşım içinde yayın yapmaktadır. Spor basını hedef kitlesinin görece gençler olduğu ve bu yaklaşıma karşı en korumasız grubu oluşturdukları anımsandığında bu yaklaşımın ne denli tehlikeli olduğu ortaya çıkmaktadır.

Spor basını haber dili ve dili oluşturan öğelerin ardından gazeteler ve yaklaşımları da ilginç olarak değerlendirilebilir. Spor basınının kapsamı tamamen konu ve içerik olarak sporu işleyen spor gazetelerinin yanı sıra günlük olarak yayınlanan ve ulusal dağıtımı yapılan gazetelerdeki spor sayfalarından da oluşmaktadır. Spor gazetelerinin televizyon programları, bulmaca ve fal gibi düzenli bölümlerinin dışında tamamen sporu işlemesi, bu gazetelerde yayınlanan spor haberi sayısının daha fazla olması gerektiği kanısını doğurmaktadır. Ancak yapılan araştırmada bir yaygın gazetenin en fazla spor haberi veren gazete olduğu saptanmıştır. Bu noktada araştırmanın örneklemini iki spor gazetesi ve üç yaygın gazetenin oluşturduğu anımsandığında, neden yaygın bir gazete daha fazla spor haberi yayımlandığı sorusu gündeme gelmektedir. Star Gazetesi'nin en fazla spor haberi yayınlamasının gerekçesi, gazetenin yayın yaşamına yeni başlaması, eş deyişle pazara yeni giriyor olmasında yatmaktadır.

Ekonomi, çocuk, meslek gazeteleri, kurum gazeteleri gibi belli hedef kitleye yönelen gazeteler dışında yayın yaşamına başlayan her yaygın gazetenin spor yukarıda yer verilen ve kitleleri peşinden koşturana özelliğinden dolayı spor konusuna ağırlık vermesi kaçınılmazdır. Star Gazetesi'nin de bu yolu izlediği açıktır., Gazete günlük 12 sayfaya varan spor haberlerini okurlarına ulaştırmakta, bu nedenle de en fazla spor haberini yayınlayan gazete olmaktadır. Öte yandan diğer iki yaygın gazete Hürriyet ve

Sabah'ın da pazara yeni girdikleri dönemde aynı yolu izledikleri basın tarihinde yer alan bir gerçektir.

Özetle günümüzde sporun yaygınlığı gün geçtikçe artmaktadır. Sporun yaygınlığının artması, yüklendiği ve ona yüklenen işlevler nedeni ile daha etkin bir hal almasına yol açmaktadır. Hemen hemen herkesin ilgi duyduğu böylesi bir yapı içindeki sporu konu ve içerik olarak işleyen spor basını da etkinlik ve yaygınlığını artırmaktadır. Ancak, Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor futbol takımlarını konu ve içerik olarak işleyen, diğer spor dalları, kulüp ve takımlarına yer vermeyen, sporun farklı boyut, yön ve sorunlarını dile getirmeyen spor basını konu açısından bir kısır döngü içindedir. Spor basınının konu ve çalışanlarının seçimi açısından içinde bulunduğu sağlıksız yapı, spor basını sahipliğinin tecimsel kaygıları ile birleştiğinde kaçınılmaz olarak spor basını haber dilini etkilemektedir. Günümüzde spor basını haber dili var olan iktidar ilişkilerini koruyup, geliştiren ve meşruiyetini artıran bir görünüm sergilemektedir. Öte yanda ulus, ulusçuluk gibi akım, en etkin biçimde spor basını haber dili ile yayılmakta ve güçlenmektedir. Toplumun genel ekonomi, eğitim ve kültür düzeyine koşut olarak, okuma alışkanlığı azalmaktadır. Bu da kaçınılmaz olarak basın ve spor basınında satış rakamlarının düşmesine yol açmaktadır. Spor basını bu sorunu haberlerde sansasyon yaratarak çözüme yoluna gitmektedir. Haberde yaratılmak istenen sansasyon ise sadece konu ile değil haber dili ile gerçekleştirilmeye çalışılmakta, bu da argo kullanımına yol açmaktadır. Tüm bu sıralananlar ise sonuçta spor basını haber dilinin yozlaşmasına neden olmaktadır.

## Öneriler

Spor basınının haber dili ve futbol haberlerinde sözcük seçimini saptamayı amaçlayan bu çalışma ile elde edilen veriler ışığında kimi öneriler getirmek yararlı olacaktır. Söz konusu edilen önerileri, Araştırmaya İlişkin Öneriler ve İleriye Yönelik Öneriler olarak iki ana başlık altında toplamak olasıdır.

Spor basınında yer alan ve spor basını tarafından işlenen konuların büyük bir bölümünü oluşturan futbol haberlerinde kullanılan sözcüklerin seçimini saptamaya yönelik olan bu araştırma ile ilgili geliştirilen öneriler şu şekilde sıralanmıştır.

- Çalışmanın kuramsal bölümünde daha öz bilgilere yer vermek yerine, konu ile ilgili daha ayrıntılı bilgiler verilebilirdi.
- Örnekleme spor gazeteleri ve yaygın gazetelerin yanı sıra spor dergileri ve dergilerin spor sayfaları da dahil edilebilirdi.
- Spor haberlerini hazırlayan spor basını çalışanları üzerinde konu ile ilgili bir sormaca yapılabilirdi.
- Spor basını okurları üzerinde, spor basını haber dilini nasıl değerlendirdikleri, dili anlayıp anlamadıkları, olumlayıp, olumlamadıklarını vb. konuları saptamaya yönelik bir sormaca yapılabilirdi.
- Spor basını haberlerinde kullanılan spor kavram ve söz dizimlerinden aynen kullanılanlar ve spor basını tarafından türetilmiş olanlar ayrımlanabilirdi.

Araştırmaya yönelik önerilen ve bu çalışmadan elde edilen veriler ışığında konu ile ilgili olarak ileriye yönelik öneriler ise şu şekilde sıralanmıştır:

- Spor konusunda bir çok araştırma yapılmış olmasına karşın, bu olgu ve süreci konu edinen spor basını üzerine yeterli sayıda araştırma yapılmamıştır. Bu nedenle öncelikle spor basını konusunu kavram, kapsam, süreç ve içerik olarak ayrıntılı bir biçimde tanımlayan çalışmalar yapılmalıdır.
- Spor basını futbol haberlerinde sözcük seçiminin yanı sıra dil yapısını da konu edinen çalışmalar yapılmalıdır.
- Araştırmada incelenen dönemin yanı sıra saptanacak farklı dönemler üzerinde yapılacak çalışmalar ile karşılaştırma olanağı tanıyan çalışmalar yapılmalıdır.
- Yurtdışında benzer konularda yapılmış araştırmalar ile elde edilen sonuçlar ile karşılaştırmalı yeni çalışmalar yapılmalı, uluslar arası ilişkilere girilmelidir.
- Üniversiter eğitim veren kurum ve kuruluşların yanı sıra, sektörde yer alan kuruluşlar, meslek örgütleri, sivil toplum kuruluşları, bu alanda yapılmakta olan ve yapılacak çalışmalara maddi ve manevi boyutta destek vermelidir.
- Spor basını üst düzey yöneticileri, haber dili konusunda geçerliliği ve uygulama olanağı olan politikalar saptayarak, bunları kararlılıkla uygulamalıdır.

- Spor basını çalışanları öncelikle dil konusunda bilinçlendirilmeli, ardından da eğitilmelidir. Eğitim sadece çalışanları kapsamamalı, spor basınında çalışmaya başlayacak olanlar ön eğitimden geçirilmelidir.
- TSYD konu ile ilgili komisyon kurmalı, bu komisyon Eğitim Komisyonu ile ortaklaşa farklı illerde eğitim seminerleri vermelidir.
- Tüm sektörün uzlaşısı ile mesleğe yeni başlayacaklara TSYD'nin ilgili komisyonlarından yeterlilik belgesi verilmelidir.
- Spor basını çalışanları, haber dili ve haber dilini oluşturan sözcükler konusunda kendilerini geliştirmeli, bu doğrultuda kurumsal etkinliklerin yanı sıra, bireysel girişim ve çabalarda bulunmalıdır.
- Spor basını haberlerindeki sözcük seçiminin yanı sıra spor basını haber dili yapısını sorun ve amaç edinen çalışmalar yapılmalıdır.
- Spor basını haber dilinin incelendiği bu çalışmanın bir benzeri yine spor basını yorum ve köşe yazıları için yapılmalıdır.
- Spor basını haber dili yapısını ve sözcük seçimini etkileyen, haber konusu, haberde adı geçen kişi ve kuruluşlar, haber kaynağı gibi etmenlerin de göz önünde bulundurulduğu yeni çalışmalar yapılmalıdır.
- Spor basını haber dili yapısı ve sözcük seçiminin toplumbilimsel, politik, ve psikolojik boyut ve yönlerini ortaya koyan yeni çalışmalar yapılmalıdır.
- Çalışmanın kuramsal bölümünde kullanılmak üzere yapılan literatür taramasında alanda büyük bir açık olduğu saptanmıştır. Bu nedenle başta kütüphaneler olmak üzere Türkiye Spor Yazarları Derneği ve yayın kurullarının alan ile ilgili bir arşiv ve koleksiyon oluşturması yararlı görülmüştür.

## EKLER

Ek 1.	Uygulama Şablonu .....	274
Ek 2.	Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalara Göre Dağılımı .....	275
Ek 3.	Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı.....	279
Ek 4.	Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Gazetelere Göre Dağılımı .....	283
Ek 5.	Deyimlerin Karşılaşmalara Göre Dağılımı.....	287
Ek 6.	Deyimlerin Tarihe Göre Dağılımı .....	288
Ek 7.	Deyimlerin Gazetelere Göre Dağılımı.....	289
Ek 8.	Doğa Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı .....	290
Ek 9.	Doğa Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı .....	290
Ek 10.	Doğa Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı.....	290
Ek 11.	Mitolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı.....	291
Ek 12.	Mitolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı .....	291
Ek 13.	Mitolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı .....	291
Ek 14.	Patolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı .....	292
Ek 15.	Patolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı.....	292
Ek 16.	Patolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı .....	293
Ek 17.	Militarist Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı.....	293
Ek 18.	Militarist Kavramların Tarihe Göre Dağılımı .....	294
Ek 19.	Militarist Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı.....	294
Ek 20.	Ulusal Sembollerin Karşılaşmalara Göre Dağılımı.....	295
Ek 21.	Ulusal Sembollerin Tarihe Göre Dağılımı .....	295
Ek 22.	Ulusal Sembollerin Gazetelere Göre Dağılımı.....	296
Ek 23.	Ekonomi Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı .....	296
Ek 24.	Ekonomi Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı .....	296
Ek 25.	Ekonomi Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı.....	297
Ek 26.	Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalara Göre Dağılımı.....	297
Ek 27.	Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı .....	297
Ek 28.	Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Gazeteler Göre Dağılımı .....	297

## EKLER

### Ek 1. Uygulama Şablonu

T:	/	Başlık:	S.No:
Konum:		Kim?	S.Kav:
Büyükük:		Ne?	Deyim:
Foto:		Nerede?	Doğa:
İlüstrasyon:		N Zam.?	Mit:
İnfog:		Nasıl?	Pata:
Yorum:		Neden?	Milit:
Yıldız T:		AG Kişi:	Ulusal:
H.Yazan:		AG Kurum:	Argo:
H.Kaynakları:		H.Konuları:	Eko:

## Ek 2. Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalarına Göre Dağılımı

	Galatasaray-Arsenal		Türkiye-İrlanda		Galatasaray-Fenerbahçe		G.Birliği-Beşiktaş		G.Antepspor-Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Futbolsever, Taraftar, Seyirci	92	35,8	43	16,7	68	26,5	37	14,4	17	6,6	257	100
Sarı Kırmızı Takım/ Ekip/ Oyuncu	163	75,8	7	3,3	44	20,5	1	0,5	0	0	215	100
Cim Bom	113	63,8	6	3,4	55	31,1	2	1,1	1	0,6	177	100
Hoca	48	37,2	26	20,2	35	27,1	12	9,3	8	6,2	129	100
Derbi	1	0,8	4	3,4	112	94,9	0	0	1	0,8	118	100
Yıldız, Yıldız/ Oyuncu	47	40,9	19	16,5	33	28,7	12	10,4	4	3,5	115	100
Fener	8	7,4	7	6,5	90	83,3	1	0,9	2	1,9	108	100
Forma Giymek/Şansı Bulmak, Formasına Kavuşmak,	26	25,2	22	21,4	28	27,2	18	17,5	9	8,7	103	100
Kupayı Almak/Kazanmak, Kupaya Ulaşmak	92	95,8	2	2,1	2	2,1	0	0	0	0	96	100
Final, Finale Yükselmek/ Çıkmak/ Gitmek/ Taşımak/ Kalmak/Katılmak	19	21,8	55	63,2	12	13,8	0	0	1	1,1	87	100
Sarı Lacivert Takım/Ekip/Oyuncu	1	1,1	2	2,3	84	96,6	0	0	0	0	87	100
Oynamak, Oynamamak, Oynayabilmek	16	20,3	8	10,1	31	39,2	15	19	9	11,4	79	100
<b>Final Maçı, Final Karşılaşması</b>	74	98,7	1	1,3	0	0	0	0	0	0	75	100
Elemek, Elenmek, Elemeler	15	22,1	29	42,6	4	5,9	19	27,9	1	1,5	68	100
Beraberlik, Beraberlik Almak/ Kazanmak/ Çıkartmak, Berabere Kalmak/Sonuçlanmak/ Ayrılmak,	5	7,8	40	62,5	12	18,8	4	6,3	3	4,7	64	100
Defans, Savunma (Konum Ve Etkinlik)	19	31,7	13	21,7	15	25	12	20	1	1,7	60	100
Rövanş	7	11,7	45	75	4	6,7	4	6,7	0	0	60	100
Teknik Adam/Patron, Patron	23	39,7	15	25,9	14	24,1	4	6,9	2	3,4	58	100
Deplasman	12	21,4	18	32,1	10	17,9	7	12,5	9	16,1	56	100
Golcü Oyuncu	21	38,2	10	18,2	15	27,3	5	9,1	4	7,3	55	100
Siyah Beyaz Takım/Ekip/Oyuncu	1	1,9	1	1,9	2	3,8	49	92,5	0	0	53	100
Galibiyet Almak/Kazanmak/ Çıkartmak/Sonuçlanmak/Yaşamak/ Elde Etmek, İle Tanışmak/ Ayrılmak	10	19,6	19	37,3	14	27,5	5	9,8	3	5,9	51	100
90 Dakika	12	24	23	46	14	28	1	2	0	0	50	100
Forvet, Santrfor, Tek Forvet	8	17	7	14,9	16	34	13	27,7	3	6,4	47	100
Teknik Heyet, Kadro, Kurmay	12	25,5	8	17	11	23,4	11	23,4	5	10,6	47	100
... Ekibi	12	26,1	3	6,5	4	8,7	14	30,4	13	28,3	46	100
Kart Görmek	20	44,4	4	8,9	11	24,4	2	4,4	8	17,8	45	100
Sahaya Çıkmak	11	26,2	6	14,3	15	35,7	6	14,3	4	9,5	42	100
Orta Alan, Saha, Yuvarlak (Konum)	15	36,6	6	14,6	14	34,1	4	9,8	2	4,9	41	100
Hazırlıklara Başlamak, Hazırlıkları Sürdürmek/ Tamamlamak	3	7,5	6	15	15	37,5	7	17,5	9	22,5	40	100
Bordo Mavili Takım/Ekip/Oyuncu	0	0	0	0	2	5,3	0	0	36	94,7	38	100
Cezalı Olmak/Duruma Düşmek	10	26,3	10	26,3	9	23,7	0	0	9	23,7	38	100
Tecrübeli/Deneyimli Oyuncu/Futbolcu/ Kaleci/İsim	11	28,9	5	13,2	14	36,8	6	15,8	2	5,3	38	100
Transfer, Transfer Etmek, Transferini Düşünmek, Yeni Transfer	11	29,7	1	2,7	12	32,4	9	24,3	4	10,8	37	100
İdman/Antrenman Yapmak	7	19,4	11	30,6	8	22,2	7	19,4	3	8,3	36	100
Üst Üste Kazanmak/Kaybetmek/ Şampiyon Olmak	18	50	6	16,7	11	30,6	0	0	1	2,8	36	100
İlk 11, Muhtemel 11, 11'i Sürmek	9	25,7	8	22,9	5	14,3	7	20	6	17,1	35	100
Yenilgi/Mağlubiyet Almak/ Tanışmak, Yenilmek	7	21,2	9	27,3	11	33,3	3	9,1	3	9,1	33	100
File Bekçisi	7	22,6	6	19,4	10	32,3	6	19,4	2	6,5	31	100
Kampa Girmek, Kamp Yapmak	8	25,8	10	32,3	12	38,7	1	3,2	0	0	31	100
Hakem, Orta/Yan Hakem, Hakem Üçlüsü	1	3,4	3	10,3	10	34,5	7	24,1	8	27,6	29	100



## Ek 2 Devamı

Orta, Orta Yapmak, Ortalamak,	3	10,3	7	24,1	7	24,1	8	27,6	4	13,8	29	100
UEFA Kupası Şampiyonu	29	100	0	0	0	0	0	0	0	0	29	100
Ağlara Göndermek/ Havalandırmak/ Gitmek, Sarsmak, Ağlarla Buluşturmak	7	25	4	14,3	11	39,3	4	14,3	2	7,1	28	100
Kupa Getirmek, Kupa İle Dönmek	28	100	0	0	0	0	0	0	0	0	28	100
Sağ-Sol Kanat/Kulvar	6	21,4	11	39,3	4	14,3	6	21,4	1	3,6	28	100
Avantaj Elde Etmek/ Sağlamak, Kullanmak Avantaja Sahip Olmak	2	7,7	14	53,8	3	11,5	0	0	7	26,9	26	100
Gol Kaydetmek/Bulmak/ Kazan- dırmak, Gole Çevirmek/ İmza Atmak	9	34,6	9	34,6	4	15,4	2	7,7	2	7,7	26	100
Kırmızı Siyahlı Takım/Ekip/Oyuncu	0	0	0	0	1	3,8	9	34,6	16	61,5	26	100
Lig Maçı	3	11,5	3	11,5	5	19,2	11	42,3	4	15,4	26	100
Süper	14	53,8	6	23,1	4	15,4	1	3,8	1	3,8	26	100
Maça/Karşılaşmaya Çıkmak	10	40	5	20	5	20	1	4	4	16	25	100
Performans, Performans Sergile- mek,/Göstermek/ Ortaya Koymak	4	16	7	28	6	24	6	24	2	8	25	100
Holigan	23	95,8	0	0	1	4,2	0	0	0	0	24	100
Beşiktaş	2	8,7	1	4,3	1	4,3	19	82,6	0	0	23	100
Final Oynamak	20	87	2	8,7	1	4,3	0	0	0	0	23	100
Resmi Maç	1	4,3	16	69,6	5	21,7	1	4,3	0	0	23	100
Antep	1	4,5	0	0	1	4,5	1	4,5	19	86,4	22	100
Ceza Alanı, Ceza Sahası İçi/Dışı	4	18,2	4	18,2	7	31,8	3	13,6	4	18,2	22	100
Düz Koşu Yapmak, Düz Koşulara Başlamak	4	18,2	0	0	12	54,5	2	9,1	4	18,2	22	100
Farklı Yenilgi/Mağlubiyet	1	4,5	3	13,6	8	36,4	2	9,1	8	36,4	22	100
Favori Olmak/Olmamak/ Gösterilmek	10	45,5	0	0	11	50	0	0	1	4,5	22	100
Maç Oynamak	0	0	8	36,4	5	22,7	4	18,2	5	22,7	22	100
Oyun/Saha Dışı Kalmak, Oyundan/ Sahadan Alınmak/Atılmak	8	36,4	2	9,1	4	18,2	2	9,1	6	27,3	22	100
Soyunma Odası	3	13,6	6	27,3	13	59,1	0	0	0	0	22	100
Direğe Çarpmak, Direkten Dönmek, Direği Sıyırarak	7	33,3	8	38,1	4	19	1	4,8	1	4,8	21	100
Golsüz Sona Ermek/ Bitmek, Golsüz Beraberlik	4	19	15	71,4	2	9,5	0	0	0	0	21	100
Kafayı Vurmak, Kafayla İndirmek	7	33,3	7	33,3	5	23,8	2	9,5	0	0	21	100
Rekor, Kırmak, Elinde Bulundurmak, Alt Üst Etmek, Ulaşmak	13	61,9	5	23,8	2	9,5	0	0	1	4,8	21	100
Savunma/Defans Oyuncusu/Beşlisi/ Dörtlüsü	6	28,6	1	4,8	5	23,8	5	23,8	4	19	21	100
Takımı Desteklemek	7	33,3	4	19	2	9,5	6	28,6	2	9,5	21	100
Uzatma, Uzatma Dakikaları	18	85,7	1	4,8	1	4,8	1	4,8	0	0	21	100
Auta Çıkmak/Atmak/ Göndermek/ Gitmek	4	20	6	30	6	30	3	15	1	5	20	100
Ev Sahibi Takım, Ev Sahipliği	7	35	4	20	2	10	3	15	4	20	20	100
Topla Buluşmak, Son Buluşan Olmak	2	10	5	25	6	30	4	20	3	15	20	100
Şampiyon Olmak	12	63,2	1	5,3	4	21,1	2	10,5	0	0	19	100
Camia	0	0	1	5,6	14	77,8	3	16,7	0	0	18	100
Dev Maç, Final	13	72,2	2	11,1	3	16,7	0	0	0	0	18	100
Korner, Çelmek, Çıkmak, Atmak, Göndermek	6	33,3	3	16,7	5	27,8	4	22,2	0	0	18	100
Rakip Saha/Yari Saha/Ceza Alanı/ Kale	6	33,3	5	27,8	3	16,7	2	11,1	2	11,1	18	100
Serbest Vuruş, Çift Vuruş/Atış	2	11,1	2	11,1	10	55,6	3	16,7	1	5,6	18	100
Tezahürat, Tezahürat Yapmak, Tezahüratta Bulunmak	9	50	3	16,7	1	5,6	3	16,7	2	11,1	18	100
3 Puan Almak, 3 Puanla Ayrılmak/ Dönmek, 3 Puana Ulaşmak	1	5,9	4	23,5	5	29,4	2	11,8	5	29,4	17	100
Futbolcuları/Oyuncuları Kutlamak	3	17,6	6	35,3	5	29,4	0	0	3	17,6	17	100

## Ek 2 Devamı

Galibiyeti/Kupayı/ Başarıyı Taraftara/ Türk Halkına Armağan Etmek	4	23,5	7	41,2	5	29,4	0	0	1	5,9	17	100
Hezimet	3	17,6	2	11,8	5	29,4	3	17,6	4	23,5	17	100
Pozisyon Üretmek/Bulmak/ Yaratmak, Pozisyona Girmek	4	23,5	5	29,4	5	29,4	2	11,8	1	5,9	17	100
Trabzon	0	0	0	0	0	0	0	0	17	100	17	100
Ümit Takım, Ümitler	0	0	8	47,1	4	23,5	4	23,5	1	5,9	17	100
Başarılı/Çalışkan İsim, Futbolcu	1	6,3	5	31,3	4	25	2	12,5	4	25	16	100
Ceza Alanı/Sahasına Girmek, Ulaşmak	3	18,8	3	18,8	5	31,3	3	18,8	2	12,5	16	100
İdmanda Hırslı/Neşeli/ Neşesiz/Moralli/ Moralsız/ Keyifli/ Keyifsiz Görünmek	2	12,5	3	18,8	5	31,3	4	25	2	12,5	16	100
Kadroya/Kafileyeye Dahil Etmek, Kadroya Çağrılmak	5	31,3	4	25	3	18,8	1	6,3	3	18,8	16	100
Müzesine Götürmek/Taşımak	16	100	0	0	0	0	0	0	0	0	16	100
Atak, Atak Geliştirmek/ Yapmak/ Başlatmak, Atağa Kalkmak	4	26,7	3	20	7	46,7	1	6,7	0	0	15	100
Başarılı Çalıştırıcı	7	46,7	4	26,7	2	13,3	1	6,7	1	6,7	15	100
Çift Kale Maç Yapmak	0	0	2	13,3	8	53,3	4	26,7	1	6,7	15	100
Sezon Başı/Sonu	5	33,3	0	0	4	26,7	1	6,7	5	33,3	15	100
Tecrübeli/Deneyimli Hoca/Çalıştırıcı	8	53,3	5	33,3	1	6,7	0	0	1	6,7	15	100
Üstün Oynamak/Olmak, Üstünlük Kurmak/ Sağlamak	3	20	3	20	5	33,3	1	6,7	3	20	15	100
Filelere Göndermek/ Yollamak, Filelerle Buluşturmak, Havalandırmak	2	14,3	1	7,1	6	42,9	3	21,4	2	14,3	14	100
İkili Mücadele	6	42,9	0	0	4	28,6	4	28,6	0	0	14	100
Karşı Karşıya Kalmak	2	14,3	7	50	1	7,1	4	28,6	0	0	14	100
Kupanın Ellerde Yükselmesi, Kupayı Havaya Kaldırmak/ Kucaklamak	13	92,9	0	0	1	7,1	0	0	0	0	14	100
Kurtarış Yapmak	8	57,1	4	28,6	2	14,3	0	0	0	0	14	100
Tribün, Açık, Kapalı, Numaralı	2	14,3	7	50	5	35,7	0	0	0	0	14	100
Kadro Dışı Kalmak, Kadro Dışı Bırakmak	4	30,8	2	15,4	4	30,8	2	15,4	1	7,7	13	100
Kalesinde Gol Görmek	1	7,7	8	61,5	3	23,1	0	0	1	7,7	13	100
Konsantre/Motive Olmak, Etmek	5	38,5	3	23,1	5	38,5	0	0	0	0	13	100
Maçın/Karşılaşmanın/Sahanın Yıldızı/ En İyiisi Olmak	4	30,8	6	46,2	1	7,7	2	15,4	0	0	13	100
Meşin Yuvarlak	1	7,7	4	30,8	5	38,5	3	23,1	0	0	13	100
Penaltı Golü, Penaltıyı Gole Çevirmek	7	53,8	5	38,5	0	0	0	0	1	7,7	13	100
Takım Arkadaşları	5	38,5	3	23,1	3	23,1	1	7,7	1	7,7	13	100
Taktik Ağırlıklı Çalışma Yapmak, Taktik Çalışmak	1	7,7	3	23,1	7	53,8	1	7,7	1	7,7	13	100
Topun Başına Gelmek/Geçmek	6	46,2	3	23,1	4	30,8	0	0	0	0	13	100
Yedek, Yedek Kalmak/ Soyunmak, Kulübeye Çekilmek, Oturmak	2	15,4	6	46,2	1	7,7	3	23,1	1	7,7	13	100
Başkent	1	8,3	0	0	0	0	11	91,7	0	0	12	100
Başlama/Bitiş Düşüğü	2	16,7	8	66,7	1	8,3	0	0	1	8,3	12	100
Ceza Vermek, Ceza Verilmesi/Gelmesi	1	8,3	2	16,7	6	50	0	0	3	25	12	100
Çalışma Yapmak	2	16,7	4	33,3	6	50	0	0	0	0	12	100
Durdurmak	2	16,7	2	16,7	8	66,7	0	0	0	0	12	100
Kader Maçı	0	0	7	58,3	3	25	1	8,3	1	8,3	12	100
Morali Yüksek Olmak, Moralsız Olmak, Moral Bozukluğu	0	0	2	16,7	3	25	6	50	1	8,3	12	100
Öne Geçmek, Önde Kapatmak/ Tamamlamak/ Olmak	3	25	0	0	5	41,7	2	16,7	2	16,7	12	100
Pres Yapmak	6	50	1	8,3	2	16,7	3	25	0	0	12	100
Sahalardan/Takımdan Uzak Kalmak	0	0	5	41,7	5	41,7	0	0	2	16,7	12	100
Takımın Başında Olmak, Takımın Başına Geçmek	5	41,7	0	0	4	33,3	3	25	0	0	12	100

## Ek 2 Devamı

Taraftarı Üzmek/ Kahretmek	1	8,3	0	0	4	33,3	5	41,7	2	16,7	12	100
120 Dakika	11	100	0	0	0	0	0	0	0	0	11	100
Galibiyet İçin Sahaya Çıkmak, Galibiyet Beklemek, Galibiyeti Düşünmek	1	9,1	2	18,2	6	54,5	1	9,1	1	9,1	11	100
Kaleye Geçmek, Kaleyi Korumak	3	27,3	6	54,5	0	0	0	0	2	18,2	11	100
Kötü Gidiş, Kötü Sonuçlar Almak	0	0	0	0	4	36,4	5	45,5	2	18,2	11	100
Pozisyonu Değerlendirememek/ Kaçırarak, Pozisyondan Yararlanamamak	0	0	4	36,4	5	45,5	2	18,2	0	0	11	100
Uygun/Müsait Pozisyon/ Durumda Olmak	2	18,2	3	27,3	2	18,2	1	9,1	3	27,3	11	100
Uzatmaya Gitmek, Uzatmaya Geçilmek, Uzamak	6	54,5	4	36,4	1	9,1	0	0	0	0	11	100
Yedek Kulübesi	3	27,3	3	27,3	2	18,2	1	9,1	2	18,2	11	100
Aşırtma Vuruş, Aşırtma Vuruş Yapmak	0	0	5	50	1	10	4	40	0	0	10	100
Çalıştırıcı	3	30	0	0	0	0	4	40	3	30	10	100
En Büyük	8	80	0	0	2	20	0	0	0	0	10	100
Genç Hoca	0	0	0	0	8	80	0	0	2	20	10	100
Gol Bulmak/ Bulamamak	0	0	6	60	2	20	2	20	0	0	10	100
Kalecide Kalmak, Kaleciden Dönmek	1	10	3	30	2	20	4	40	0	0	10	100
Kaliteli Takım/Oyuncu/Futbolcu	5	50	2	20	3	30	0	0	0	0	10	100
Kart Cezalı Olmak	3	30	4	40	2	20	0	0	1	10	10	100
Kupaya Yakın Olmak, Kupaya Uzanmak	10	100	0	0	0	0	0	0	0	0	10	100
Markaj Yapmak, Marke Etmek	3	30	2	20	5	50	0	0	0	0	10	100
Motive Etmek, Motive Olmak	3	30	1	10	6	60	0	0	0	0	10	100
Penaltı Noktasını/ Serbest Vurusu Göstermek	3	30	0	0	0	0	0	0	7	70	10	100
Sert Süt, Sert Vuruş	2	20	3	30	1	10	4	40	0	0	10	100
Taraftara Affettirmek	0	0	0	0	5	50	1	10	4	40	10	100
Tur Atlamak, Tura Çıkmak, Turu Geçmek	4	40	3	30	1	10	1	10	1	10	10	100

### Ek 3. Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı

	Karşılaşma Sonrası		Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Futbolsever, Taraftar, Seyirci	149	58	63	24,5	45	17,5	257	100
Sarı Kırmızı Takım/Ekip/ Oyuncu	127	59,1	59	27,4	29	13,5	215	100
Çim Bom	101	57,1	42	23,7	34	19,2	177	100
Hoca	77	59,7	37	28,7	15	11,6	129	100
Derbi	53	44,9	44	37,3	21	17,8	118	100
Yıldız, Yıldız/ Oyuncu	58	50,4	38	33	19	16,5	115	100
Fener	65	60,2	29	26,9	14	13	108	100
Forma Giymek/Şansı Bulmak, Formasına Kavuşmak,	48	46,6	32	31,1	23	22,3	103	100
Kupayı Almak/Kazanmak, Kupaya Ulaşmak	64	66,7	16	16,7	16	16,7	96	100
Final, Finale Yükselmek/ Çıkmak/ Gitmek/ Taşınmak/Kalmak/Katılmak	49	56,3	24	27,6	14	16,1	87	100
Sarı Lacivert Takım/Ekip/Oyuncu	50	57,5	21	24,1	16	18,4	87	100
Oynamak, Oynamamak, Oynayabilmek	33	41,8	33	41,8	13	16,5	79	100
Final Maçı, Final Karşılılaşması	27	36	32	42,7	16	21,3	75	100
Elemek, Elenmek, Elemeler	45	66,2	11	16,2	12	17,6	68	100
Berberlik, Berberlik Almak/ Kazanmak/ Çıkarılmak, Berbere Kalmak/ Sonuçlanmak/Ayrılmak,	19	29,7	18	28,1	27	42,2	64	100
Defans, Savunma (Konum Ve Etkinlik)	38	63,3	15	25	7	11,7	60	100
Rövanş	19	31,7	32	53,3	9	15	60	100
Teknik Adam/Patron, Patron	29	50	18	31	11	19	58	100
Deplasman	26	46,4	17	30,4	13	23,2	56	100
Golcü Oyuncu	25	45,5	22	40	8	14,5	55	100
Siyah Beyaz Takım/Ekip/Oyuncu	33	62,3	9	17	11	20,8	53	100
Galibiyet, Galibiyet Almak/Kazanmak/ Çıkarılmak/Sonuçlanmak/Yaşanmak/ Elde Etmek, İle Tanışmak/Ayrılmak	24	47,1	11	21,6	16	31,4	51	100
90 Dakika	29	58	14	28	7	14	50	100
Forvet, Santrfor, Tek Forvet	20	42,6	19	40,4	8	17	47	100
Teknik Heyet, Kadro, Kurnay	17	36,2	23	48,9	7	14,9	47	100
Ekibi	28	60,9	9	19,6	9	19,6	46	100
Kart Görmek	30	66,7	15	33,3	0	0	45	100
Sahaya Çıkmak	21	50	14	33,3	7	16,7	42	100
Orta Alan, Saha, Yuvarlak (Konum)	14	34,1	17	41,5	10	24,4	41	100
Hazırlıklara Başlamak, Hazırlıkları Sürdürmek/Tamamlamak	11	27,5	25	62,5	4	10	40	100
Bordo Mavili Takım/Ekip/Oyuncu	16	42,1	13	34,2	9	23,7	38	100
Cezalı Olmak/Duruma Düşmek	7	18,4	22	57,9	9	23,7	38	100
Tecrübeli/Deneyimli Oyuncu/Futbolcu/ Kaleci/İsim	24	63,2	10	26,3	4	10,5	38	100
Transfer, Transfer Etmek, Transferini Düşünmek, Yeni Transfer	19	51,4	11	29,7	7	18,9	37	100
İdman/Antrenman Yapmak	7	19,4	22	61,1	7	19,4	36	100
Üst Üste Kazanmak/ Kaybetmek/ Şampiyon Olmak	19	52,8	10	27,8	7	19,4	36	100
İlk 11, Mühtemel 11, 11'i Sürmek	15	42,9	9	25,7	11	31,4	35	100
Yenilgi/Mağlubiyet, Almak/ Tanışmak, Yenilmek,	13	39,4	8	24,2	12	36,4	33	100
File Bekçisi	24	77,4	5	16,1	2	6,5	31	100
Kampa Girmek, Kamp Yapmak	6	19,4	19	61,3	6	19,4	31	100
Hakem, Orta/Yan Hakem, Hakem Uçlusu	17	58,6	8	27,6	4	13,8	29	100

Orta, Orta Yapmak, Ortalamak,	25	86,2	4	13,8	0	0	29	100
UEFA Kupası Şampiyonu	25	86,2	3	10,3	1	3,4	29	100
Ağlara Göndermek/ Havalandırmak/ Gitmek, Ağları Sarsmak, Ağlarla Buluşturmak	21	75	4	14,3	3	10,7	28	100
Kupa Getirmek, Kupa İle Dönmek	11	39,3	12	42,9	5	17,9	28	100
Sağ-Sol Kanat/Kulvar	20	71,4	4	14,3	4	14,3	28	100
Avantaj Elde Etmek/ Sağlamak, Avantaja Sahip Olmak, Kullanmak	8	30,8	13	50	5	19,2	26	100
Göl Kaydetmek/Bulmak/ Kazandır- mak, Gole Çevirmek/ İmza Atmak	12	46,2	9	34,6	5	19,2	26	100
Kırmızı Siyahlı Takım/Ekip/Oyuncu	15	57,7	5	19,2	6	23,1	26	100
Lig Maçı	14	53,8	5	19,2	7	26,9	26	100
Süper	18	69,2	1	3,8	7	26,9	26	100
Maça/Karşılaşmaya Çıkmak	3	12	6	24	16	64	25	100
Performans, Performans Sergilemek/ Göstermek/ Ortaya Koymak	16	64	5	20	4	16	25	100
Holigan	18	75	4	16,7	2	8,3	24	100
Beşiktaş	16	69,6	5	21,7	2	8,7	23	100
Final Oynamak	9	39,1	9	39,1	5	21,7	23	100
Resmi Maç	15	65,2	7	30,4	1	4,3	23	100
Antep	11	50	7	31,8	4	18,2	22	100
Ceza Alanı, Ceza Sahası İçi/Dışı	19	86,4	2	9,1	1	4,5	22	100
Düz Koşu Yapmak, Düz Koşulara Başlamak	6	27,3	15	68,2	1	4,5	22	100
Farklı Yenilgi/Mağlubiyet/ Galibiyet	13	59,1	3	13,6	6	27,3	22	100
Favori Olmak/Olmamak/ Gösterilmek	10	45,5	5	22,7	7	31,8	22	100
Maç Oynamak	7	31,8	6	27,3	9	40,9	22	100
Oyun/Saha Dışı Kalmak, Oyundan/Sahadan Alınmak/Atılmak	21	95,5	1	4,5	0	0	22	100
Soyunma Odası	17	77,3	5	22,7	0	0	22	100
Direğe Çarpmak, Direkten Dönmek, Direği Sıyırarak	20	95,2	1	4,8	,	,	21	100
Golsüz Sona Ermek/ Bitmek, Golsüz Beraberlik	10	47,6	6	28,6	5	23,8	21	100
Kafayı Vurmak, Kafayla İndirmek	19	90,5	1	4,8	1	4,8	21	100
Rekor, Kırnak, Elinde Bulundurmak, Alt Üst Etmek, Ulaşmak	12	57,1	4	19	5	23,8	21	100
Savunma/Defans Oyuncusu/Beşlisi/ Dörtüsü	9	42,9	7	33,3	5	23,8	21	100
Takımı Desteklemek	10	47,6	7	33,3	4	19	21	100
Uzatma, Uzatma Dakikaları	19	90,5	1	4,8	1	4,8	21	100
Auta Çıkmak/Atmak/ Göndermek/ Gitmek	18	90	1	5	1	5	20	100
Ev Sahibi Takım, Ev Sahipliği	13	65	2	10	5	25	20	100
Topla Buluşmak, Son Buluşan Olmak	18	90	2	10	0	0	20	100
Şampiyon Olmak	11	57,9	7	36,8	1	5,3	19	100
Camia	11	61,1	5	27,8	2	11,1	18	100
Dev Maç, Final	3	16,7	6	33,3	9	50	18	100
Korner, Çelmek, Çıkmak, Atmak, Göndermek	16	88,9	2	11,1	0	0	18	100
Rakip Saha/Yarı Saha/Ceza Alanı/ Kale	10	55,6	6	33,3	2	11,1	18	100
Serbest Vuruş, Çift Vuruş/Atış	18	100	0	0	0	0	18	100
Tezahürat, Tezahürat Yapmak, Tegahüratta Bulunmak	10	55,6	7	38,9	1	5,6	18	100
3 Puan Almak, 3 Puanla Ayrılmak/ Dönmek, 3 Puana Ulaşmak	13	76,5	0	0	4	23,5	17	100
Futbolcuları/Oyuncuları Kutlamak	16	94,1	1	5,9	0	0	17	100



## Ek 3 Devamı

Galibiyeti/Kupayı/Başarıyı Taraftara/ Türk Halkına Armağan Etmek	11	64,7	4	23,5	2	11,8	17	100
Hezimet	10	58,8	5	29,4	2	11,8	17	100
Pozisyon Üretmek/Bulmak/ Yaratmak, Pozisyona Girmek	15	88,2	2	11,8	0	0	17	100
Trabzon	10	58,8	3	17,6	4	23,5	17	100
Ümit Takım, Ümitler	15	88,2	1	5,9	1	5,9	17	100
Başarılı/Çalışkan İsim, Futbolcu	11	68,8	1	6,3	4	25	16	100
Ceza Alanı/Sahasına Girmek, Ulaşmak	15	93,8	1	6,3	0	0	16	100
İdmanda Hırslı/Neşeli/ Neşesiz/ Moralli/ Moralsiz/ Keyifli/Keyifsiz Görünmek	6	37,5	5	31,3	5	31,3	16	100
Kadroya/Kafileye Dahil Etmek, Kadroya Çağrılmak	5	31,3	8	50	3	18,8	16	100
Müzesine Götürmek/Taşımak	12	75	2	12,5	2	12,5	16	100
Atak, Atak Geliştirmek/ Yapmak/ Başlatmak, Atağa Kalkmak	10	66,7	3	20	2	13,3	15	100
Başarılı Çalıştırıcı	9	60	3	20	3	20	15	100
Çift Kale Maç Yapmak	8	53,3	4	26,7	3	20	15	100
Sezon Başı/Sonu	6	40	7	46,7	2	13,3	15	100
Tecrübeli/Deneyimli Hoca/Çalıştırıcı	4	26,7	7	46,7	4	26,7	15	100
Üstün Oynamak/Olmak, Üstünlük Kurmak/Sağlamak	10	66,7	2	13,3	3	20	15	100
Filelere Göndermek/ Yollamak, Filelerle Buluşturmak, Fileleri Havalandırmak	9	64,3	2	14,3	3	21,4	14	100
İkili Mücadele	11	78,6	3	21,4	0	0	14	100
Karşı Karşıya Kalmak	13	92,9	1	7,1	0	0	14	100
Kupanın Ellerde Yükselmesi, Kupayı Havaya Kaldırmak/Kucaklamak	8	57,1	2	14,3	4	28,6	14	100
Kurtuluş Yapmak	12	85,7	2	14,3	0	0	14	100
Tribün, Açık, Kapalı, Numaralı	7	50	3	21,4	4	28,6	14	100
Kadro Dışı Kalmak, Kadro Dışı Bırakmak	4	30,8	7	53,8	2	15,4	13	100
Kalesinde Gol Görmek	4	30,8	2	15,4	7	53,8	13	100
Konsantre/Motive Olmak, Etmek	5	38,5	4	30,8	4	30,8	13	100
Maçın/Karşılaşmanın/Sahanın Yıldızı/ En İyi Olmak	10	76,9	3	23,1	0	0	13	100
Meşin Yuvarlak	12	92,3	1	7,7	0	0	13	100
Penaltı Golü, Penaltıyı Gole Çevirmek	8	61,5	4	30,8	1	7,7	13	100
Takım Arkadaşları	9	69,2	1	7,7	3	23,1	13	100
Taktik Ağırlıklı Çalışma Yapmak, Taktik Çalışmak	3	23,1	8	61,5	2	15,4	13	100
Topun Başına Gelmek/Geçmek	10	76,9	2	15,4	1	7,7	13	100
Yedek, Yedek Kalmak/Soyunmak, Kulübeye Çekilmek, Kulübede Oturmak	5	38,5	5	38,5	3	23,1	13	100
Başkent	7	58,3	2	16,7	3	25	12	100
Başlama/Bitiş Düşüğü	8	66,7	1	8,3	3	25	12	100
Ceza Vermek, Ceza Verilmesi/Gelmesi	6	50	6	50	0	0	12	100
Çalışma Yapmak	3	25	7	58,3	2	16,7	12	100
Durdurmak	7	58,3	4	33,3	1	8,3	12	100
Kader Maçı	2	16,7	6	50	4	33,3	12	100
Morali Yüksek Olmak, Moralsiz Olmak, Moral Bozukluğu	5	41,7	5	41,7	2	16,7	12	100
Öne Geçmek, Önde Kapatmak/ Tamamlamak/ Olmak	7	58,3	2	16,7	3	25	12	100
Pres Yapmak	4	33,3	6	50	2	16,7	12	100
Sahalardan/Takımdan Uzak Kalmak	6	50	5	41,7	1	8,3	12	100

## Ek 3 Devamı

Takımın Başında Olmak, Takımın Başına Geçmek	5	41,7	2	16,7	5	41,7	12	100
Yedek, Yedek Kalmak/ Soyunmak, Kulübeye Çekilmek, Kulübede Oturmak	6	50	4	33,3	2	16,7	12	100
120 Dakika	10	90,9	1	9,1	0	0	11	100
Galibiyet İçin Sahaya Çıkmak, Galibiyet Beklemek, Galibiyeti Düşünmek	5	45,5	3	27,3	3	27,3	11	100
Kaleye Geçmek, Kaleyi Korumak	7	63,6	3	27,3	1	9,1	11	100
Kötü Gidiş, Kötü Sonuçlar Almak	9	81,8	1	9,1	1	9,1	11	100
Pozisyonu Değerlendirememek/ Kaçırarak, Pozisyondan Yararlanamamak	10	90,9	1	9,1	0	0	11	100
Uygun/Müsait Pozisyon/Durumda Olmak	11	100	0	0	0	0	11	100
Uzatmaya Gitmek, Uzatmaya Geçilmek, Uzatmak	4	36,4	3	27,3	4	36,4	11	100
Yedek Kulübesi	9	81,8	1	9,1	1	9,1	11	100
Aşırtma Vuruş, Aşırtma Vuruş Yapmak	9	90	1	10	0	0	10	100
Çalıştırıcı	4	40	2	20	4	40	10	100
En Büyük	7	70	1	10	2	20	10	100
Genç Hoca	6	60	3	30	1	10	10	100
Gol Bulmak/Bulamamak	8	80	2	20	0	0	10	100
Kaleciye Kalmak, Kaleciye Dönmek	9	90	1	10	0	0	10	100
Kaliteli Takım/Oyuncu/Futbolcu	5	50	1	10	4	40	10	100
Kart Cezalı Olmak	1	10	6	60	3	30	10	100
Kupaya Yakın Olmak, Kupaya Uzanmak	3	30	2	20	5	50	10	100
Markaj Yapmak, Marke Etmek	5	50	5	50	0	0	10	100
Motive Etmek, Motive Olmak	2	20	4	40	4	40	10	100
Penaltı Noktasını/Serbest Vurusu Göstermek	8	80	2	20	0	0	10	100
Sert Sut, Sert Vuruş	10	100	0	0	0	0	10	100
Taraftara Affettirmek	4	40	4	40	2	20	10	100
Tur Atlamak, Tura Çıkmak, Turu Geçmek	5	50	3	30	2	20	10	100

#### Ek 4. Spor Kavram ve Söz Dizimlerinin Gazetelere Göre Dağılımı

	Fanatik		Fotomacı		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Futbolsever, Taraftar, Seyirci	78	30,4	53	20,6	34	13,2	25	9,7	67	26,1	257	100
Sarı Kırmızı Takım/Ekip/Oyuncu	53	24,7	41	19,1	33	15,3	29	13,5	59	27,4	215	100
Cim Bom	40	22,6	24	13,6	15	8,5	17	9,6	81	45,8	177	100
Hoca	27	20,9	29	22,5	7	5,4	19	14,7	47	36,4	129	100
Derbi	37	31,4	21	17,8	13	11	13	11	34	28,8	118	100
Yıldız, Yıldız/ Oyuncu	35	30,4	19	16,5	6	5,2	22	19,1	33	28,7	115	100
Fener	29	26,9	16	14,8	3	2,8	6	5,6	54	50	108	100
Forma Giymek/Şansı Bulmak, Formasına Kavuşmak,	26	25,2	22	21,4	13	12,6	11	10,7	31	30,1	103	100
Kupayı Almak/Kazanmak, Kupaya Ulaşmak	20	20,8	26	27,1	6	6,3	2	2,1	42	43,8	96	100
Final, Finale Yükselmek/Çıkmak/ Gitmek/ Taşınmak/Kalmak/Katılmak	25	28,7	16	18,4	19	21,8	11	12,6	16	18,4	87	100
Sarı Lacivert Takım/Ekip/Oyuncu	26	29,9	22	25,3	10	11,5	10	11,5	19	21,8	87	100
Oynamak, Oynamamak, Oynayabilmek	29	36,7	15	19	7	8,9	5	6,3	23	29,1	79	100
Final Maçı, Final Karşılılaşması	4	5,3	17	22,7	19	25,3	7	9,3	28	37,3	75	100
Elemek, Elenmek, Elemeler	17	25	19	27,9	8	11,8	9	13,2	15	22,1	68	100
Beraberlik, Beraberlik Almak/ Kazanmak/Çıkartmak, Berabere Kalmak/Sonuçlanmak/Ayrılmak,	18	28,1	7	10,9	14	21,9	9	14,1	16	25	64	100
Defans, Savunma (Konum Ve Etkinlik)	27	45	9	15	6	10	10	16,7	8	13,3	60	100
Rövanş	18	30	12	20	13	21,7	6	10	11	18,3	60	100
Teknik Adam/Patron, Patron	22	37,9	6	10,3	5	8,6	11	19	14	24,1	58	100
Deplasman	17	30,4	11	19,6	7	12,5	11	19,6	10	17,9	56	100
Golcü Oyuncu	18	32,7	8	14,5	7	12,7	5	9,1	17	30,9	55	100
Siyah Beyaz Takım/Ekip/Oyuncu	23	43,4	6	11,3	8	15,1	7	13,2	9	17	53	100
Galibiyet, Galibiyet Almak/Kazanmak/ Çıkartmak/Sonuçlanmak/Yaşamak/ Elde Etmek, İle Tanışmak/Ayrılmak	10	19,6	10	19,6	9	17,6	8	15,7	14	27,5	51	100
90 Dakika	18	36	12	24	8	16	5	10	7	14	50	100
Forvet, Santrfor, Tek Forvet	24	51,1	11	23,4	2	4,3	5	10,6	5	10,6	47	100
Teknik Heyet, Kadro, Kurmay	16	34	9	19,1	2	4,3	8	17	12	25,5	47	100
... Ekibi	16	34,8	12	26,1	4	8,7	1	2,2	13	28,3	46	100
Kart Görmek	11	24,4	14	31,1	4	8,9	7	15,6	9	20	45	100
Sahaya Çıkmak	12	28,6	11	26,2	3	7,1	8	19	8	19	42	100
Orta Alan, Saha, Yuvarlak (Konum)	20	48,8	5	12,2	6	14,6	2	4,9	8	19,5	41	100
Hazırlıklara Başlamak, Hazırlıkları Sürdürmek/Tamamlamak	17	42,5	7	17,5	5	12,5	3	7,5	8	20	40	100
Bordo Mavili Takım/Ekip/Oyuncu	13	34,2	7	18,4	1	2,6	3	7,9	14	36,8	38	100
Cezalı Olmak/Duruma Düşmek	11	28,9	8	21,1	5	13,2	3	7,9	11	28,9	38	100
Tecrübeli/Deneyimli Oyuncu/Futbolcu/ Kaleci/İsim	13	34,2	6	15,8	2	5,3	6	15,8	11	28,9	38	100
Transfer, Transfer Etmek, Transferini Düşünmek, Yeni Transfer	10	27	6	16,2	4	10,8	6	16,2	11	29,7	37	100
İdman/Antrenman Yapmak	12	33,3	10	27,8	3	8,3	1	2,8	10	27,8	36	100
Üst Üste Kazanmak/Kaybetmek/ Şampiyon Olmak	4	11,1	9	25	8	22,2	4	11,1	11	30,6	36	100
İlk 11, Muhtemel 11, 11'i Sürmek	12	34,3	8	22,9	3	8,6	4	11,4	8	22,9	35	100
Mağlubiyet Almak/Tanışmak, Yenilmek,	6	18,2	4	12,1	5	15,2	5	15,2	13	39,4	33	100
File Bekçisi	8	25,8	8	25,8	4	12,9	1	3,2	10	32,3	31	100
Kampa Girmek, Kamp Yapmak	7	22,6	7	22,6	6	19,4	3	9,7	8	25,8	31	100
Hakem, Orta/Yan Hakem, Hakem Üçlüsü	10	34,5	7	24,1	3	10,3	2	6,9	7	24,1	29	100
Orta, Orta Yapmak, Ortalamak,	7	24,1	9	31	4	13,8	3	10,3	6	20,7	29	100



## Ek 4 Devamı

UEFA Kupası Şampiyonu	9	31	6	20,7	3	10,3	1	3,4	10	34,5	29	100
Ağlara Göndermek/Havalandırmak/ Gitmek, Ağları Sarsmak, Ağlarla Buluşturmak	10	35,7	4	14,3	4	14,3	1	3,6	9	32,1	28	100
Kupa Getirmek, Kupa ile Dönmek	6	21,4	10	35,7	7	25	1	3,6	4	14,3	28	100
Sağ-Sol Kanat/Kulvar	9	32,1	7	25	5	17,9	2	7,1	5	17,9	28	100
Avantaj Elde Etmek/Sağlamak, Avantaja Sahip Olmak, Kullanmak	17	65,4	8	30,8	0	0	1	3,8	0	0	26	100
Gol Kaydetmek/Bulmak/Kazandırmak, Gole Çevirmek/ İmza Atmak	7	26,9	4	15,4	5	19,2	7	26,9	3	11,5	26	100
Kırmızı Siyahlı Takım/Ekip/Oyuncu	6	23,1	8	30,8	1	3,8	4	15,4	7	26,9	26	100
Lig Maçı	8	30,8	7	26,9	3	11,5	3	11,5	5	19,2	26	100
Süper	7	26,9	2	7,7	1	3,8	0	0	16	61,5	26	100
Maça/Karsılışmaya Çıkmak	6	24	6	24	4	16	3	12	6	24	25	100
Performans, Performans Sergilemek/ Göstermek/ Ortaya Koymak	16	64	6	24	1	4	2	8	0	0	25	100
Holigan	5	20,8	7	29,2	2	8,3	1	4,2	9	37,5	24	100
Beşiktaş	5	21,7	3	13	0	0	0	0	15	65,2	23	100
Final Oynamak	5	21,7	3	13	2	8,7	2	8,7	11	47,8	23	100
Resmî Maç	2	8,7	5	21,7	5	21,7	4	17,4	7	30,4	23	100
Antep	5	22,7	6	27,3	1	4,5	0	0	10	45,5	22	100
Ceza Alanı, Ceza Sahası İçi/Dışı	4	18,2	5	22,7	8	36,4	0	0	5	22,7	22	100
Düz Koşu Yapmak, Düz Koşulara Başlamak	5	22,7	8	36,4	1	4,5	4	18,2	4	18,2	22	100
Farklı Yenilgi/Mağlubiyet/Galibiyet	8	36,4	6	27,3	0	0	3	13,6	5	22,7	22	100
Favori Olmak/Olmamak/Gösterilmek	5	22,7	5	22,7	8	36,4	0	0	4	18,2	22	100
Maç Oynamak	8	36,4	10	45,5	0	0	0	0	4	18,2	22	100
Oyun/Saha Dışı Kalmak, Oyundan/Sahadan Alınmak/Atılmak	6	27,3	4	18,2	4	18,2	1	4,5	7	31,8	22	100
Soyunma Odası	6	27,3	4	18,2	4	18,2	3	13,6	5	22,7	22	100
Direğe Çarpmak, Direkten Dönmek, Direği Sıyrarak	8	38,1	1	4,8	6	28,6	1	4,8	5	23,8	21	100
Golsüz Sona Ermek/Bitmek, Golsüz Beraberlik	5	23,8	6	28,6	7	33,3	3	14,3	0	0	21	100
Kafayı Vurmak, Kafayla İndirmek	6	28,6	4	19	5	23,8	2	9,5	4	19	21	100
Rekor, Kırmak, Elinde Bulundurmak, Alt Üst Etmek, Ulaşmak	3	14,3	3	14,3	6	28,6	0	0	9	42,9	21	100
Savunma/Defans Oyuncusu/Beşlisi/ Dörtlüsü	10	47,6	2	9,5	2	9,5	5	23,8	2	9,5	21	100
Takımı Desteklemek	7	33,3	6	28,6	4	19	1	4,8	3	14,3	21	100
Uzatma, Uzatma Dakikaları	9	42,9	6	28,6	2	9,5	2	9,5	2	9,5	21	100
Auta Çıkmak/Atmak/Göndermek/ Gitmek	6	30	4	20	5	25	1	5	4	20	20	100
Ev Sahibi Takım, Ev Sahipliği	6	30	7	35	4	20	1	5	2	10	20	100
Topla Buluşmak, Son Buluşan Olmak	5	25	6	30	7	35	0	0	2	10	20	100
Şampiyon Olmak	7	36,8	2	10,5	1	5,3	3	15,8	6	31,6	19	100
Camia	10	55,6	2	11,1	0	0	0	0	6	33,3	18	100
Dev Maç, Final	10	55,6	1	5,6	2	11,1	0	0	5	27,8	18	100
Korner, Çelmek, Çıkmak, Atmak, Göndermek	2	11,1	6	33,3	4	22,2	1	5,6	5	27,8	18	100
Rakip Saha/Yarı Saha/Ceza Alanı/ Kale	8	44,4	2	11,1	3	16,7	3	16,7	2	11,1	18	100
Serbest Vuruş, Çift Vuruş/Atış	3	16,7	6	33,3	2	11,1	1	5,6	6	33,3	18	100
Tezahürat, Tezahürat Yapmak, Tezahüratta Bulunmak	6	33,3	5	27,8	1	5,6	4	22,2	2	11,1	18	100
3 Puan Almak, 3 Puanla Ayrılmak/ Dönmek, 3 Puanla Ulaşmak	5	29,4	2	11,8	4	23,5	4	23,5	2	11,8	17	100
Futbolcuları/Oyuncuları Kutlamak	6	35,3	3	17,6	3	17,6	2	11,8	3	17,6	17	100
Galibiyeti/Kupayı/Başarıyı Taraftarla/ Türk Halkına Armağan Etmek	4	23,5	2	11,8	0	0	2	11,8	9	52,9	17	100

## Ek 4 Devamı

Hezimet	3	17,6	6	35,3	0	0	3	17,6	5	29,4	17	100
Pozisyon Üretmek/Bulmak/Yaratmak, Pozisyona Girmek	8	47,1	4	23,5	1	5,9	2	11,8	2	11,8	17	100
Trabzon	5	29,4	2	11,8	1	5,9	0	0	9	52,9	17	100
Ümit Takım, Ümitler	6	35,3	5	29,4	2	11,8	0	0	4	23,5	17	100
Başarılı/Çalışkan İsim, Futbolcu	6	37,5	2	12,5	1	6,3	0	0	7	43,8	16	100
Ceza Alanı/Sahasına Girmek, Ulaşmak	4	25	5	31,3	2	12,5	0	0	5	31,3	16	100
İdmanda Hırslı/Neşeli/Neşesiz/Moralli/ Moralsiz/Keyifli/Keyifsiz Görünmek	2	12,5	2	12,5	2	12,5	3	18,8	7	43,8	16	100
Kadroya/Kafileye Dahil Etmek, Kadroya Çağrılmak	3	18,8	3	18,8	5	31,3	1	6,3	4	25	16	100
Müzesine Götürmek/Taşımak	3	18,8	2	12,5	5	31,3	2	12,5	4	25	16	100
Atak, Atak Geliştirmek/Yapmak/ Başlatmak,Atağa Kalkmak	7	46,7	3	20	1	6,7	1	6,7	3	20	15	100
Başarılı Çalıştırıcı	4	26,7	6	40	0	0	0	0	5	33,3	15	100
Çift Kale Maç Yapmak	5	33,3	6	40	0	0	0	0	4	26,7	15	100
Sezon Başı/Sonu	3	20	6	40	2	13,3	2	13,3	2	13,3	15	100
Tecrübeli/Deneyimli Hoca/Çalıştırıcı	8	53,3	1	6,7	0	0	2	13,3	4	26,7	15	100
Üstün Oynamak/Olmak, Üstünlük Kurmak/Sağlamak	4	26,7	4	26,7	3	20	2	13,3	2	13,3	15	100
Filelere Göndermek/Yollamak,, Filelerle Buluşturmak, Fileleri Havalandırmak	3	21,4	5	35,7	4	28,6	1	7,1	1	7,1	14	100
İkili Mücadele	4	28,6	5	35,7	2	14,3	0	0	3	21,4	14	100
Karşı Karşıya Kalmak	2	14,3	3	21,4	4	28,6	2	14,3	3	21,4	14	100
Kupanın Ellerde Yükselmesi, Kupayı Havaya Kaldırmak/Kucaklamak	2	14,3	0	0	6	42,9	2	14,3	4	28,6	14	100
Kurtariş Yapmak	8	57,1	3	21,4	0	0	0	0	3	21,4	14	100
Tribün, Açık, Kapalı, Numaralı	2	14,3	4	28,6	2	14,3	5	35,7	1	7,1	14	100
Kadro Dışı Kalmak, Kadro Dışı Bırakmak	4	30,8	2	15,4	2	15,4	3	23,1	2	15,4	13	100
Kalesinde Gol Görmek	4	30,8	2	15,4	3	23,1	1	7,7	3	23,1	13	100
Konsantre/Motive Olmak, Etmek	4	30,8	2	15,4	1	7,7	3	23,1	3	23,1	13	100
Maçın/Karşılaşmanın/Sahanın Yıldızı/ En İyisi Olmak	3	23,1	3	23,1	2	15,4	1	7,7	4	30,8	13	100
Meşin Yuvarlak	3	23,1	3	23,1	3	23,1	0	0	4	30,8	13	100
Penaltı Golu, Penaltıyı Gole Çevirmek	3	23,1	5	38,5	1	7,7	1	7,7	3	23,1	13	100
Takım Arkadaşları	4	30,8	4	30,8	0	0	1	7,7	4	30,8	13	100
Taktik Ağırlıklı Çalışma Yapmak, Taktik Çalışmak	8	61,5	2	15,4	0	0	0	0	3	23,1	13	100
Topun Başına Gelmek/Geçmek	4	30,8	2	15,4	3	23,1	0	0	4	30,8	13	100
Yedek, Yedek Kalmak/Soyunmak, Kulübeye Çekilmek, Kulübede Oturmak	4	30,8	7	53,8	0	0	1	7,7	1	7,7	13	100
Başkent	6	50	2	16,7	3	25	0	0	1	8,3	12	100
Başlama/Bitiş Düşüğü	2	16,7	6	50	0	0	2	16,7	2	16,7	12	100
Ceza Vermek, Ceza Verilmesi/Gelmesi	0	0	3	25	4	33,3	1	8,3	4	33,3	12	100
Çalışma Yapmak	3	25	4	33,3	0	0	2	16,7	3	25	12	100
Durdurmak	4	33,3	4	33,3	0	0	2	16,7	2	16,7	12	100
Kader Maçı	8	66,7	2	16,7	1	8,3	0	0	1	8,3	12	100
Morali Yüksek Olmak, Moralsiz Olmak, Moral Bozukluğu Taraftarı Üzmek/Kahretmek	7	58,3	1	8,3	0	0	1	8,3	3	25	12	100
Öne Geçmek, Önde Kapatmak/ Tamamlamak/Olmak	0	0	4	33,3	2	16,7	2	16,7	4	33,3	12	100
Pres Yapmak	5	41,7	1	8,3	1	8,3	1	8,3	4	33,3	12	100
Sahalardan/Takımdan Uzak Kalmak	6	50	4	33,3	0	0	0	0	2	16,7	12	100
Takımın Başında Olmak, Takımın Başına Geçmek	2	16,7	2	16,7	2	16,7	0	0	6	50	12	100

## Ek 4 Devamı

Yedek, Yedek Kalmak/ Soyunmak, Kulübeye Çekilmek, Oturmak	3	25	3	25	4	33,3	0	0	2	16,7	12	100
120 Dakika	1	9,1	5	45,5	3	27,3	0	0	2	18,2	11	100
Galibiyet İçin Sahaya Çıkmak, Galibiyet Beklemek, Galibiyeti Düşünmek	5	45,5	0	0	2	18,2	1	9,1	3	27,3	11	100
Kaleye Geçmek, Kaleyi Korumak	4	36,4	5	45,5	0	0	0	0	2	18,2	11	100
Kötü Gidiş, Kötü Sonuçlar Almak	4	36,4	6	54,5	0	0	0	0	1	9,1	11	100
Pozisyonu Değerlendirememek/ Kaçurmak, Pozisyondan Yararlanamamak	5	45,5	2	18,2	2	18,2	0	0	2	18,2	11	100
Uygun/Müsait Pozisyon/Durumda Olmak	3	27,3	2	18,2	0	0	3	27,3	3	27,3	11	100
Uzatmaya Gitmek, Uzatmaya Geçilmek, Uzamak	1	9,1	3	27,3	1	9,1	2	18,2	4	36,4	11	100
Yedek Kulübesi	6	54,5	3	27,3	1	9,1	0	0	1	9,1	11	100
Aşırtma Vuruş, Aşırtma Vuruş Yapmak	2	20	2	20	4	40	0	0	2	20	10	100
Çalıştırıcı	2	20	0	0	2	20	0	0	6	60	10	100
En Büyük	1	10	0	0	0	0	1	10	8	80	10	100
Genç Hoca	5	50	4	40	0	0	0	0	1	10	10	100
Gol Bulmak/Bulamamak	4	40	3	30	3	30	0	0	0	0	10	100
Kalecide Kalmak, Kaleciden Dönmek	2	20	3	30	3	30	0	0	2	20	10	100
Kaliteli Takım/Oyuncu/Futbolcu	6	60	2	20	1	10	0	0	1	10	10	100
Kart Cezalı Olmak	4	40	3	30	2	20	1	10	0	0	10	100
Kupaya Yakın Olmak, Kupaya Uzanmak	3	30	2	20	1	10	0	0	4	40	10	100
Markaj Yapmak, Marke Etmek	4	40	3	30	0	0	0	0	3	30	10	100
Motive Etmek, Motive Olmak	4	40	4	40	0	0	0	0	2	20	10	100
Penaltı Noktasını/Serbest Vurusu Göstermek	4	40	2	20	2	20	0	0	2	20	10	100
Sert Sut, Sert Vuruş	2	20	4	40	2	20	0	0	2	20	10	100
Taraftara Affettirmek	4	40	1	10	1	10	1	10	3	30	10	100
Tur Atlamak, Tura Çıkmak, Turu Geçmek	2	20	2	20	1	10	1	10	4	40	10	100

## Ek 5. Deyimlerin Karşılaşmalarına Göre Dağılımı

	Galatasaray- Arsenal		Türkiye- İrlanda		Galatasaray- Fenerbahçe		G.Birliği- Beşiktaş		G.Antepspor- Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Devirmek	15	26,3	20	35,1	11	19,3	4	7	7	12,3	57	100
Gurur Duymak, Gururu Olmak, Gurur Kaynağı Olmak	22	47,8	5	10,9	15	32,6	2	4,3	2	4,3	46	100
Hak Etmek, Hakkı Olmak	17	41,5	2	4,9	15	36,6	2	4,9	5	12,2	41	100
Başarıya/Zafere/Rekora/İlke İmza Atmak	26	65	5	12,5	4	10	2	5	3	7,5	40	100
Görev Almak, Görev Vermek, Görev Yapmak, Görevi Yerine Getirmek	8	22,9	12	34,3	9	25,7	6	17,1	0	0	35	100
Sevince Boğmak/Yaşamak/Yaşatmak	10	28,6	8	22,9	10	28,6	2	5,7	5	14,3	35	100
Coşmak, Coşkulu Olmak/Yaşamak	19	57,6	6	18,2	6	18,2	0	0	2	6,1	33	100
Vize Almak, Vize İle Ayrılmak	1	3,8	0	0	21	80,8	0	0	4	15,4	26	100
Şölen/Tören/Bayram Yapmak, Şölen/Tören/Bayram Yerine Çevirmek	12	54,5	4	18,2	2	9,1	1	4,5	3	13,6	22	100
İşi(ni) Bitirmek	7	35	3	15	8	40	1	5	1	5	20	100
Tepki Almak/Göstermek/Neden Olmak	1	5,6	2	11,1	3	16,7	10	55,6	2	11,1	18	100
Yıkılmak, Yıkılmak	3	16,7	5	27,8	4	22,2	2	11,1	4	22,2	18	100
Övgüler Yağdırmak, Övmek, Övgü Yağmuruna Tutmak	11	68,8	0	0	4	25	0	0	1	6,3	16	100
Boyun Eğmek/Bükük Olmak/Ayrılmak	3	20	2	13,3	4	26,7	4	26,7	2	13,3	15	100
Karşı Karşıya Gelmek	4	26,7	6	40	2	13,3	2	13,3	1	6,7	15	100
Avantaj Yakalamak	1	7,1	2	14,3	11	78,6	0	0	0	0	14	100
Kapısını Ardına Kadar Açmak, Aralamak, Kapısından Girmek	5	35,7	0	0	7	50	0	0	2	14,3	14	100
Mutlu Sona Ulaşmak	10	71,4	0	0	1	7,1	0	0	3	21,4	14	100
Sokağa Dökme, Sokağa Dökülmek	8	57,1	2	14,3	3	21,4	0	0	1	7,1	14	100
Yalnız Bırakmamak	8	57,1	5	35,7	0	0	1	7,1	0	0	14	100
Yerini Almak	2	14,3	10	71,4	0	0	1	7,1	1	7,1	14	100
İddia Etmek, İddialı Olmak/Konuşmak	4	30,8	1	7,7	4	30,8	3	23,1	1	7,7	13	100
Sevgi Gösterisi, Sevgi Gösterisinde Bulunmak	9	69,2	0	0	4	30,8	0	0	0	0	13	100
Alkış Almak, Alkış Tutmak	5	41,7	1	8,3	4	33,3	2	16,7	0	0	12	100
Başarının/Galibiyetin/Zaferin Mimari Olmak	5	41,7	4	33,3	3	25	0	0	0	0	12	100
Cevap/Yanıt Vermek	0	0	3	25	7	58,3	2	16,7	0	0	12	100
Elinden Geleni Yapmak	0	0	3	25	4	33,3	3	25	2	16,7	12	100
Ezmek, Ezilmek, Eze Eze	7	58,3	3	25	0	0	0	0	2	16,7	12	100
Kilitlenmek	4	33,3	1	8,3	6	50	0	0	1	8,3	12	100
Nokta Koymak, Noktalamak	9	75	1	8,3	1	8,3	0	0	1	8,3	12	100
Şansı Azalmak/Kaybetmek/Bitmek	3	25	0	0	1	8,3	4	33,3	4	33,3	12	100
Ter Dökme, Formasını Terinin Son Damlasına Kadar İslatmak,	8	66,7	4	33,3	0	0	0	0	0	0	12	100
Fırsatı Kaçırma/ Tepme/ Harcamak	2	18,2	3	27,3	3	27,3	0	0	3	27,3	11	100
Hakim Olmak, Hakimiyeti Kaptırmamak	3	27,3	3	27,3	3	27,3	2	18,2	0	0	11	100
Şans Vermek/Tanımak, Devam Etmek	2	18,2	6	54,5	1	9,1	1	9,1	1	9,1	11	100
Şov Yapmak, Şov Yaşamak	7	63,6	4	36,4	0	0	0	0	0	0	11	100
Takip Altına Almak, Olmak	3	27,3	5	45,5	1	9,1	1	9,1	1	9,1	11	100
Yüzünü Güldürmek	1	9,1	3	27,3	5	45,5	1	9,1	1	9,1	11	100
Dize Getirmek, Diz Çöktürmek	5	50	3	30	2	20	0	0	0	0	10	100
Göz Bebeği, Gözdesi Olmak, Göz Doldurmak	5	50	1	10	3	30	1	10	0	0	10	100
İlgi Göstermek	3	30	2	20	3	30	2	20	0	0	10	100
Pay/Emek Sahibi Olmak	7	70	0	0	3	30	0	0	0	0	10	100
Rol Oynamak	4	40	4	40	0	0	0	0	2	20	10	100
Sınav Vermek, Sınava Çıkmak	3	30	0	0	4	40	3	30	0	0	10	100
Talip Olmak, Talip Çıkmak	6	60	0	0	1	10	1	10	2	20	10	100

## Ek 6. Deyimlerin Tarihe Göre Dağılımı

	Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Karşılaşma Sonrası		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Devirmek	10	17,5	11	19,3	36	63,2	57	100
Gurur Duymak, Gururu Olmak, Gurur Kaynağı Olmak	6	13	4	8,7	36	78,3	46	100
Hak Etmek, Hakkı Olmak	3	7,3	6	14,6	32	78	41	100
Başarıya/Zafere/Rekora/İlke İmza Atmak	8	20	4	10	28	70	40	100
Görev Almak, Görev Vermek, Görev Yapmak, Görevi Yerine Getirmek	10	28,6	7	20	18	51,4	35	100
Sevinçe Boğmak/Yaşamak/Yaşatmak	4	11,4	2	5,7	29	82,9	35	100
Coşmak, Coşkulu Olmak/Yaşamak	5	15,2	2	6,1	26	78,8	33	100
Vize Almak, Vize İle Ayrılmak	9	34,6	1	3,8	16	61,5	26	100
Şölen/Tören/Bayram Yapmak, Şölen/Tören/Bayram Yerine Çevirmek	2	9,1	2	9,1	18	81,8	22	100
İşi(ni) Bitirmek	10	50	2	10	8	40	20	100
Tepki Almak/Göstermek/Neden Olmak	2	11,1	2	11,1	14	77,8	18	100
Yıkılmak, Yıkılmak	2	11,1	1	5,6	15	83,3	18	100
Övgüler Yağdırmak, Övmek, Övgü Yağmuruna Tutmak	2	12,5	2	12,5	12	75	16	100
Boyun Eğmek, Bükük Olmak, Ayrılmak	2	13,3	2	13,3	11	73,3	15	100
Karşı Karşıya Gelmek	0	0	10	66,7	5	33,3	15	100
Avantaj Yakalamak	9	64,3	1	7,1	4	28,6	14	100
Kapısını Ardına Kadar Açmak, Aralamak, Kapısından Girmek	5	35,7	0	0	9	64,3	14	100
Mutlu Sona Ulaşmak	4	28,6	0	0	10	71,4	14	100
Sokağa Dökmek, Sokağa Dökülmek	6	42,9	0	0	8	57,1	14	100
Yalnız Bırakmamak	7	50	1	7,1	6	42,9	14	100
Yerini Almak	7	50	5	35,7	2	14,3	14	100
İddia Etmek, İddialı Olmak/Konuşmak	9	69,2	3	23,1	1	7,7	13	100
Sevgi Gösterisi, Bulunmak	1	7,7	0	0	12	92,3	13	100
Alkiş Almak, Alkiş Tutmak	3	25	0	0	9	75	12	100
Başarının/Galibiyetin/Zaferin Mimari Olmak	2	16,7	1	8,3	9	75	12	100
Cevap/Yanıt Vermek	6	50	1	8,3	5	41,7	12	100
Elinden Geleni Yapmak	5	41,7	6	50	1	8,3	12	100
Ezilmek, Ezilmek, Eze Eze	3	25	2	16,7	7	58,3	12	100
Kilitlenmek	7	58,3	2	16,7	3	25	12	100
Nokta Koymak, Noktalamak	1	8,3	2	16,7	9	75	12	100
Şansı Azalmak/Kaybetmek/Bitmek	4	33,3	2	16,7	6	50	12	100
Ter Dökmek, Formasını Terinin Son Damlasına Kadar İslatmak	2	16,7	2	16,7	8	66,7	12	100
Fırsatı Kaçırarak/ Tepmek/ Harcamak	4	36,4	4	36,4	3	27,3	11	100
Hakim Olmak, Hakimiyeti Kaptırmamak	2	18,2	1	9,1	8	72,7	11	100
Şans Vermek/Tanımak/Devam Etmek	0	0	5	45,5	6	54,5	11	100
Şov Yapmak, Şov Yaşamak	1	9,1	0	0	10	90,9	11	100
Takip Altına Almak/Olmak	3	27,3	1	9,1	7	63,6	11	100
Yüzünü Güldürmek	5	45,5	2	18,2	4	36,4	11	100
Dize Getirmek, Diz Çöktürmek	3	30	2	20	5	50	10	100
Göz Bebeği, Gözdesi Olmak, Göz Doldurmak	4	40	0	0	6	60	10	100
İlgi Göstermek	2	20	0	0	8	80	10	100
Pay/Emek Sahibi Olmak	0	0	0	0	10	100	10	100
Rol Oynamak	0	0	2	20	8	80	10	100
Sınav Vermek, Sınava Çıkmak	3	30	4	40	3	30	10	100
Talip Olmak, Talip Çıkmak	2	20	0	0	8	80	10	100



## Ek 7. Deyimlerin Gazetelere Göre Dağılımı

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Devirmek	7	12,3	14	24,6	8	14	8	14	20	35,1	57	100
Gurur Duyumak, Gururu Olmak, Gurur Kaynağı Olmak	17	37	8	17,4	5	10,9	7	15,2	9	19,6	46	100
Hak Etmek, Haklı Olmak	14	34,1	11	26,8	4	9,8	6	14,6	6	14,6	41	100
Başarıya/Zafere/Rekora/like İmza Atmak	11	27,5	9	22,5	7	17,5	4	10	9	22,5	40	100
Görev Almak, Görev Vermek, Görev Yapmak, Görevi Yerine Getirmek	19	54,3	8	22,9	2	5,7	2	5,7	4	11,4	35	100
Sevinçe Boğmak/Yaşamak/Yaşatmak	13	37,1	9	25,7	2	5,7	2	5,7	9	25,7	35	100
Coşmak, Coşkulu Olmak/ Yaşamak	9	27,3	12	36,4	5	15,2	1	3	6	18,2	33	100
Vize Almak, Vize ile Ayrılmak	8	30,8	2	7,7	3	11,5	4	15,4	9	34,6	26	100
Şölen/Tören/Bayram Yapmak, Şölen/Tören/Bayram Yerine Çevirmek	3	13,6	7	31,8	4	18,2	1	4,5	7	31,8	22	100
İşi(ni) Bitirmek	6	30	2	10	4	20	2	10	6	30	20	100
Tepki Almak/Göstermek/Neden Olmak	7	38,9	6	33,3	1	5,6	2	11,1	2	11,1	18	100
Yıkamak, Yıkılmak	6	33,3	2	11,1	5	27,8	1	5,6	4	22,2	18	100
Övgüler Yağdırmak, Övmek, Övgü Yağmuruna Tutmak	5	31,3	4	25	1	6,3	2	12,5	4	25	16	100
Boyun Eğmek, Boynu Bükük Olmak, Ayrılmak	6	40	3	20	1	6,7	1	6,7	4	26,7	15	100
Karşı Karşıya Gelmek	4	26,7	4	26,7	2	13,3	4	26,7	1	6,7	15	100
Avantaj Yakalamak	0	0	3	21,4	5	35,7	3	21,4	3	21,4	14	100
Kapısını Ardına Kadar Açmak, Aralamak, Kapısından Girmek	5	35,7	2	14,3	2	14,3	1	7,1	4	28,6	14	100
Mutlu Sona Ulaşmak	3	21,4	5	35,7	2	14,3	2	14,3	2	14,3	14	100
Sokağa Dökmek, Sokağa Dökülmek	3	21,4	2	14,3	1	7,1	0	0	8	57,1	14	100
Yalnız Bırakmamak	3	21,4	5	35,7	1	7,1	4	28,6	1	7,1	14	100
Yerini Almak	5	35,7	4	28,6	3	21,4	1	7,1	1	7,1	14	100
İddia Etmek, İddialı Olmak, İddialı	6	46,2	2	15,4	0	0	3	23,1	2	15,4	13	100
Sevgi Gösterisi, Sevgi Gösterisinde Bulunmak	1	7,7	2	15,4	3	23,1	2	15,4	5	38,5	13	100
Alkış Almak, Alkış Tutmak	4	33,3	6	50	1	8,3	1	8,3	0	0	12	100
Başarının/Galibiyetin/Zaferin Mimarı Olmak	6	50	0	0	2	16,7	2	16,7	2	16,7	12	100
Cevap/Yanıt Vermek	2	16,7	2	16,7	1	8,3	4	33,3	3	25	12	100
Elinden Geleni Yapmak	3	25	4	33,3	2	16,7	0	0	3	25	12	100
Ezmek, Ezilmek, Eze Eze	2	16,7	6	50	1	8,3	0	0	3	25	12	100
Kilitlenmek	2	16,7	2	16,7	3	25	0	0	5	41,7	12	100
Nokta Koymak, Noktalamak	2	16,7	3	25	3	25	3	25	1	8,3	12	100
Şansı Azalmak/Kaybetmek/Bitmek	6	50	1	8,3	2	16,7	1	8,3	2	16,7	12	100
Ter Dökmek, Formasını Terinin Son Damlasına Kadar İslatmak,	5	41,7	1	8,3	0	0	3	25	3	25	12	100
Fırsatı Kaçırarak/ Tepmek/ Harcamak	2	18,2	0	0	0	0	4	36,4	5	45,5	11	100
Hakim Olmak, Hakimiyeti Kaptırmamak	4	36,4	1	9,1	2	18,2	2	18,2	2	18,2	11	100
Şans Vermek/Tanımak, Devam Etmek	6	54,5	0	0	1	9,1	0	0	4	36,4	11	100
Şov Yapmak, Şov Yaşamak	3	27,3	4	36,4	1	9,1	2	18,2	1	9,1	11	100
Takip Altına Almak/Olmak	3	27,3	1	9,1	1	9,1	2	18,2	4	36,4	11	100
Yüzünü Güldürmek	7	63,6	1	9,1	2	18,2	1	9,1	0	0	11	100
Dize Getirmek, Diz Çöktürmek	4	40	0	0	3	30	0	0	3	30	10	100
Göz Bebeği, Gözdesi Olmak, Göz Doldurmak	3	30	1	10	2	20	3	30	1	10	10	100
İlgi Göstermek	0	0	4	40	2	20	1	10	3	30	10	100
Pay/Emek Sahibi Olmak	1	10	5	50	1	10	0	0	3	30	10	100
Rol Oynamak	3	30	1	10	2	20	1	10	3	30	10	100
Sınav Vermek, Sınava Çıkmak	3	30	1	10	3	30	0	0	3	30	10	100
Talip Olmak, Talip Çıkmak	1	10	2	20	0	0	2	20	5	50	10	100

### Ek 8. Doğa Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	Galatasaray-Arsenal		Türkiye-İrlanda		Galatasaray-Fenerbahçe		G.Birliği-Besiktas		G.Antepspor-Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Arslan	83	68	32	26,2	7	5,7	0	0	0	0	122	100
Kanarya	0	0	48	94,1	2	3,9	0	0	1	2	51	100
Deprem, Sallanmak, Artçı Şok	4	10	0	0	35	87,5	1	2,5	0	0	40	100
Zirveye/Doruğa Ulaşmak/Çıkmak	13	56,5	5	21,7	2	8,7	1	4,3	2	8,7	23	100
Kartal	1	5	0	0	0	0	19	95	0	0	20	100
Felaket	0	0	0	0	13	100	0	0	0	0	13	100
Altın Çağ/Yıl/İsim	7	58,3	3	25	2	16,7	0	0	0	0	12	100
Fırtına, Fırtına gibi Esmek	4	33,3	6	50	2	16,7	0	0	0	0	12	100

### Ek 9. Doğa Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı

	Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Karşılaşma Sonrası		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Arslan	29	23,8	24	19,7	69	56,6	122	100
Kanarya	15	29,4	10	19,6	26	51	51	100
Deprem, Sallanmak, Artçı Şok	15	37,5	2	5	23	57,5	40	100
Zirveye/Doruğa Ulaşmak/Çıkmak	3	13	4	17,4	16	69,6	23	100
Kartal	3	15	5	25	12	60	20	100
Felaket	7	53,8	0	0	6	46,2	13	100
Altın Çağ/Yıl/İsim	2	16,7	0	0	10	83,3	12	100
Fırtına, Fırtına gibi Esmek	5	41,7	4	33,3	3	25	12	100

### Ek 10. Doğa Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Arslan	28	23	22	18	9	7,4	9	7,4	54	44,3	122	100
Kanarya	20	39,2	5	9,8	3	5,9	1	2	22	43,1	51	100
Deprem, Sallanmak, Artçı Şok	11	27,5	12	30	5	12,5	4	10	8	20	40	100
Zirveye/Doruğa Ulaşmak/Çıkmak	8	34,8	1	4,3	4	17,4	4	17,4	6	26,1	23	100
Kartal	7	35	6	30	2	10	0	0	5	25	20	100
Felaket	5	38,5	3	23,1	1	7,7	3	23,1	1	7,7	13	100
Altın Çağ/Yıl/İsim	2	16,7	4	33,3	3	25	0	0	3	25	12	100
Fırtına, Fırtına gibi Esmek	3	25	3	25	2	16,7	2	16,7	2	16,7	12	100

### Ek 11. Mitolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	<i>Galatasaray-Arsenal</i>		<i>Türkiye-İrlanda</i>		<i>Galatasaray-Fenerbahçe</i>		<i>G.Birliği-Besiktas</i>		<i>G.Antepspor-Trabzonspor</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Dev/Devler, Devleşmek	27	52,9	14	27,5	8	15,7	1	2	1	2	51	100
Kral	25	73,5	4	11,8	5	14,7	0	0	0	0	34	100
Uğur, Uğurlu gelmek	6	42,9	7	50	1	7,1	0	0	0	0	14	100
Cehennem	2	20	8	80	0	0	0	0	0	0	10	100

### Ek 12. Mitolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı

	<i>Karşılaşma Öncesi</i>		<i>Karşılaşma Günü</i>		<i>Karşılaşma Sonrası</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Dev/Devler, Devleşmek	14	27,5	9	17,6	28	54,9	51	100
Kral	10	29,4	7	20,6	17	50	34	100
Uğur, Uğurlu gelmek	6	42,9	1	7,1	7	50	14	100
Cehennem	5	50	4	40	1	10	10	100

### Ek 13. Mitolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı

	<i>Fanatik</i>		<i>Fotomaç</i>		<i>Hürriyet</i>		<i>Sabah</i>		<i>Star</i>		<i>Toplam</i>	
	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Dev/Devler, Devleşmek	14	27,5	5	9,8	9	17,6	11	21,6	12	23,5	51	100
Kral	6	17,6	10	29,4	2	5,9	1	2,9	15	44,1	34	100
Uğur, Uğurlu gelmek	2	14,3	4	28,6	2	14,3	0	0	6	42,9	14	100
Cehennem	3	30	3	30	3	30	1	10	0	0	10	100



### Ek 14. Patolojik Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	Galatasaray-Arsenal		Türkiye-İrlanda		Galatasaray-Fenerbahçe		G.Birliği-Beşiktaş		G.Antepspor-Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Sakat, Sakatlanmak, Sakatlık	26	22,8	26	22,8	28	24,6	20	17,5	14	12,3	114	100
Ağrı, Acı, Sancı	9	33,3	3	11,1	10	37	4	14,8	1	3,7	27	100
Şok, Şok Yaşamak, Şoku Sürmek, Şoke olmak	6	24	5	20	3	12	9	36	2	8	25	100
Sakatlığı Uzun Sürmek	4	17,4	9	39,1	3	13	5	21,7	2	8,7	23	100
Tedavi, Tedavi edilmek, Tedavi altına alınmak, Tedaviye başlamak	9	45	4	20	3	15	3	15	1	5	20	100
Sakatlığı Geçmek/Düzelmek/Sona Ermek	4	25	5	31,3	0	0	4	25	3	18,8	16	100
Yara, Yaralı, Yara Almak/ Yaralanmak	11	68,8	3	18,8	1	6,3	0	0	1	6,3	16	100
Beyin Travması/Sarsıntısı	0	0	12	85,7	0	0	2	14,3	0	0	14	100
Darbe Almak/Yemek/Vurmak, Darbe Gelmesi	5	35,7	5	35,7	0	0	3	21,4	1	7,1	14	100
Kırılmak	9	64,3	2	14,3	1	7,1	2	14,3	0	0	14	100
Sakatlığı Nedeni ile Oynayamamak	0	0	8	57,1	0	0	2	14,3	4	28,6	14	100
Adale, Adale Yırılması/Çekmesi	6	46,2	5	38,5	0	0	1	7,7	1	7,7	13	100
Durumu İyiye Gitmek	5	50	1	10	1	10	3	30	0	0	10	100
Hastaneye Kaldırılmak	2	20	1	10	0	0	7	70	0	0	10	100
MR Çekilmek/Çektirmek	2	20	0	0	5	50	3	30	0	0	10	100
Ödem Oluşmak, Ödem Toplanması	5	50	3	30	1	10	1	10	0	0	10	100
Yüreği ile Oynamak, Yüreğini koymak	4	40	3	30	3	30	0	0	0	0	10	100

### Ek 15. Patolojik Kavramların Tarihe Göre Dağılımı

	Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Karşılaşma Sonrası		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Sakat, Sakatlanmak, Sakatlık	47	41,2	23	20,2	44	38,6	114	100
Ağrı, Acı, Sancı	8	29,6	5	18,5	14	51,9	27	100
Şok, Şok Yaşamak, Şoku Sürmek, Şoke olmak	2	8	4	16	19	76	25	100
Sakatlığı Uzun Sürmek	10	43,5	3	13	10	43,5	23	100
Tedavi, Tedavi edilmek, Tedavi altına alınmak, Tedaviye başlamak	9	45	0	0	11	55	20	100
Sakatlığı Geçmek/Düzelmek/Sona Ermek	8	50	4	25	4	25	16	100
Yara, Yaralı, Yara Almak/ Yaralanmak	1	6,3	2	12,5	13	81,3	16	100
Beyin Travması/Sarsıntısı	7	50	3	21,4	4	28,6	14	100
Darbe Almak/Yemek/Vurmak, Darbe Gelmesi	3	21,4	2	14,3	9	64,3	14	100
Kırılmak	6	42,9	0	0	8	57,1	14	100
Sakatlığı Nedeni ile Oynayamamak	4	28,6	2	14,3	8	57,1	14	100
Adale, Adale Yırılması/Çekmesi	7	53,8	2	15,4	4	30,8	13	100
Durumu İyiye Gitmek	5	50	1	10	4	40	10	100
Hastaneye Kaldırılmak	0	0	1	10	9	90	10	100
MR Çekilmek/Çektirmek	1	10	0	0	9	90	10	100
Ödem Oluşmak, Ödem Toplanması	7	70	0	0	3	30	10	100
Yüreği ile Oynamak, Yüreğini koymak	3	30	0	0	7	70	10	100

### Ek 16. Patolojik Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Sakat, Sakatlanmak, Sakatlık	35	30,7	28	24,6	14	12,3	11	9,6	26	22,8	114	100
Ağrı, Acı, Sancı	9	33,3	4	14,8	1	3,7	4	14,8	9	33,3	27	100
Şok, Şok Yaşamak, Şoku Sürmek, Şoke olmak	8	32	5	20	2	8	1	4	9	36	25	100
Sakatlığı Uzun Sürmek	7	30,4	4	17,4	3	13	2	8,7	7	30,4	23	100
Tedavi, Tedavi edilmek, Tedavi altına alınmak, Tedaviye başlamak	5	25	4	20	4	20	4	20	3	15	20	100
Sakatlığı Geçmek/Düzelme/Sona Ermek	1	6,3	6	37,5	5	31,3	2	12,5	2	12,5	16	100
Yara, Yaralı, Yara Almak/ Yaralanmak	3	18,8	4	25	1	6,3	2	12,5	6	37,5	16	100
Beyin Travması/Sarsıntısı	4	28,6	4	28,6	3	21,4	2	14,3	1	7,1	14	100
Darbe Almak/Yemek/Vurmak, Darbe Gelmesi	4	28,6	2	14,3	0	0	2	14,3	6	42,9	14	100
Kırılmak	1	7,1	1	7,1	2	14,3	4	28,6	6	42,9	14	100
Sakatlığı Nedeni ile Oynayamamak	3	21,4	5	35,7	2	14,3	1	7,1	3	21,4	14	100
Adale, Adale Yırtılması/Çekmesi	5	38,5	3	23,1	0	0	1	7,7	4	30,8	13	100
Durumu İyiyeye Gitmek	3	30	0	0	0	0	3	30	4	40	10	100
Hastaneye Kaldırılmak	3	30	2	20	1	10	2	20	2	20	10	100
MR Çekilmek/Çektirmek	3	30	3	30	2	20	1	10	1	10	10	100
Ödem Oluşmak, Ödem Toplanması	5	50	1	10	0	0	2	20	2	20	10	100
Yüreği ile Oynamak, Yüreğini koymak	6	60	1	10	1	10	1	10	1	10	10	100

### Ek 17. Militarist Kavramların Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	Galatasaray-Arsenal		Türkiye-İrlanda		Galatasaray-Fenerbahçe		G.Birliği-Beşiktaş		G.Antepspor-Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Rakip, Rekabet	43	33,3	23	17,8	46	35,7	10	7,8	7	5,4	129	100
Zafer, Zafer Kazanmak/Ulaşmak/ Yaşamak, Zaferle Ayrılmak	58	48,3	29	24,2	30	25	1	0,8	2	1,7	120	100
Mücadele, Mücadele Etmek, Mücadele Vermek	22	29,7	11	14,9	27	36,5	5	6,8	9	12,2	74	100
Güvenlik Görevlisi, Ekibi (Polis, Jandarma)	32	51,6	11	17,7	10	16,1	9	14,5	0	0	62	100
Hedef, Hedefi Vurmak, Hedefe Ulaşmak, Hedeften Uzaklaşmak	19	34,5	12	21,8	12	21,8	4	7,3	8	14,5	55	100
Güvenlik Önlemi/Tedbiri	20	42,6	12	25,5	7	14,9	8	17	0	0	47	100
Ezeli Rakip, Ezeli Rekabet	5	11,1	1	2,2	38	84,4	1	2,2	0	0	45	100
Kahraman, Kahraman olmak	14	51,9	9	33,3	4	14,8	0	0	0	0	27	100
Savaş, Savaşmak	9	37,5	3	12,5	10	41,7	1	4,2	1	4,2	24	100
Saldırı, Saldırmak, Saldırıya Ugramak	27	69,2	8	20,5	2	5,1	1	2,6	1	2,6	39	100
Kapışmak	11	68,8	1	6,3	4	25	0	0	0	0	16	100
Akın Yapmak/ Akın etmek	6	46,2	5	38,5	1	7,7	1	7,7	0	0	13	100
İsyan etmek, İsyan bayrağı	1	8,3	3	25	0	0	6	50	2	16,7	12	100
Silah/Gol Silahı	5	45,5	3	27,3	2	18,2	1	9,1	0	0	11	100
Vurmak, Vurulmak	1	9,1	1	9,1	6	54,5	2	18,2	1	9,1	11	100
Alarm, Alarm vermek/geçmek	7	70	0	0	3	30	0	0	0	0	10	100
Patlama, Patlamak, Patlatmak	2	20	1	10	6	60	1	10	0	0	10	100

### Ek 18. Militarist Kavramların Tarihe Göre Dağılımı

	Karşılaşma Sonrası		Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Rakip, Rekabet	60	46,5	38	29,5	31	24	129	100
Zafer, Zafer Kazanmak/Ulaşmak/ Yaşamak, Zaferle Ayrılmak	89	74,2	17	14,2	14	11,7	120	100
Mücadele, Mücadele Etmek, Mücadele Vermek	39	52,7	20	27	15	20,3	74	100
Güvenlik Görevlisi, Ekibi (Polis, Jandarma)	32	51,6	12	19,4	18	29	62	100
Hedef, Hedefi Vurmak, Hedefe Ulaşmak, Hedeften Uzaklaşmak	28	50,9	17	30,9	10	18,2	55	100
Güvenlik Önlemi/Tedbiri	26	55,3	10	21,3	11	23,4	47	100
Ezeli Rakip, Ezeli Rekabet	26	57,8	8	17,8	11	24,4	45	100
Kahraman, Kahraman olmak	22	81,5	4	14,8	1	3,7	27	100
Savaş, Savaşmak	14	58,3	6	25	4	16,7	24	100
Saldırı, Saldırmak, Saldırıya Ugramak	19	48,7	7	17,9	13	33,3	39	100
Kapışmak	8	50	2	12,5	6	37,5	16	100
Akın Yapmak/ Akın etmek	6	46,2	5	38,5	2	15,4	13	100
İsyan etmek, İsyan bayrağı	8	66,7	3	25	1	8,3	12	100
Silah/Gol Silahlı	5	45,5	5	45,5	1	9,1	11	100
Vurmak, Vurulmak	8	72,7	2	18,2	1	9,1	11	100
Alarm, Alarm vermek/geçmek	3	30	5	50	2	20	10	100
Patlama, Patlamak, Patlatmak	6	60	1	10	3	30	10	100

### Ek 19. Militarist Kavramların Gazetelere Göre Dağılımı

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Rakip, Rekabet	41	31,8	21	16,3	23	17,8	16	12,4	28	21,7	129	100
Zafer, Zafer Kazanmak/Ulaşmak/ Yaşamak, Zaferle Ayrılmak	31	25,8	21	17,5	13	10,8	14	11,7	41	34,2	120	100
Mücadele, Mücadele Etmek, Mücadele Vermek	27	36,5	18	24,3	10	13,5	8	10,8	11	14,9	74	100
Güvenlik Görevlisi, Ekibi (Polis, Jandarma)	14	22,6	19	30,6	8	12,9	3	4,8	18	29	62	100
Hedef, Hedefi Vurmak, Hedefe Ulaşmak, Hedeften Uzaklaşmak	19	34,5	16	29,1	4	7,3	5	9,1	11	20	55	100
Güvenlik Önlemi/Tedbiri	12	25,5	12	25,5	6	12,8	6	12,8	11	23,4	47	100
Ezeli Rakip, Ezeli Rekabet	11	24,4	13	28,9	8	17,8	4	8,9	9	20	45	100
Kahraman, Kahraman olmak	9	33,3	5	18,5	2	7,4	4	14,8	7	25,9	27	100
Savaş, Savaşmak	9	37,5	3	12,5	5	20,8	2	8,3	5	20,8	24	100
Saldırı, Saldırmak, Saldırıya Ugramak	6	15,4	11	28,2	6	15,4	4	10,3	12	30,8	39	100
Kapışmak	1	6,3	7	43,8	1	6,3	0	0	7	43,8	16	100
Akın Yapmak/ Akın etmek	2	15,4	5	38,5	1	7,7	3	23,1	2	15,4	13	100
İsyan etmek, İsyan bayrağı	2	16,7	6	50	0	0	1	8,3	3	25	12	100
Silah/Gol Silahlı	5	45,5	3	27,3	1	9,1	2	18,2	0	0	11	100
Vurmak, Vurulmak	4	36,4	2	18,2	1	9,1	0	0	4	36,4	11	100
Alarm, Alarm vermek/geçmek	3	30	2	20	2	20	1	10	2	20	10	100
Patlama, Patlamak, Patlatmak	2	20	2	20	1	10	3	30	2	20	10	100

## Ek 20. Ulusal Sembollerin Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	Galatasaray- Arsenal		Türkiye- İrlanda		Galatasaray- Fenerbahçe		G.Birliği- Beşiktaş		G.Antepspor- Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Milli Takım	16	9	152	85,4	10	5,6	0	0	0	0	178	100
Türk, Türkler, Vatandaş	77	58,8	51	38,9	0	0	0	0	3	2,3	131	100
Türkiye, Vatan	63	51,6	51	41,8	5	4,1	1	0,8	2	1,6	122	100
Avrupa, Avrupa Futbolu	46	55,4	13	15,7	10	12	10	12	4	4,8	83	100
Milli, Miller	0	0	64	82,1	13	16,7	1	1,3	0	0	78	100
Ay Yıldız, Ay Yıldızlı Ekip/Takım	2	2,6	75	97,4	0	0	0	0	0	0	77	100
Bayrak	13	37,1	14	40	6	17,1	0	0	2	5,7	35	100
Tarih Yazmak	10	35,7	11	39,3	5	17,9	0	0	2	7,1	28	100
Tarihe Geçmek, Adını Tarihe Yazdırmak	17	63	6	22,2	3	11,1	0	0	1	3,7	27	100
Türk Futbolu	11	57,9	4	21,1	3	15,8	0	0	1	5,3	19	100
Destan/Efsane, Destan/Efsane Yazmak	10	66,7	4	26,7	1	6,7	0	0	0	0	15	100
Türk Takımı	14	93,3	1	6,7	0	0	0	0	0	0	15	100
Avrupa Fatih	5	38,5	2	15,4	6	46,2	0	0	0	0	13	100
Madalya, Madalya Almak	11	100	0	0	0	0	0	0	0	0	11	100
Tarihi Zafer/ Galibiyet/Başarı	9	81,8	0	0	2	18,2	0	0	0	0	11	100
Temsilcimiz	8	72,7	0	0	0	0	0	0	3	27,3	11	100

## Ek 21. Ulusal Sembollerin Tarihe Göre Dağılımı

	Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Karşılaşma Sonrası		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Milli Takım	51	28,7	29	16,3	98	55,1	178	100
Türk, Türkler, Vatandaş	38	29	23	17,6	70	53,4	131	100
Türkiye, Vatan	28	23	20	16,4	74	60,7	122	100
Avrupa, Avrupa Futbolu	20	24,1	16	19,3	47	56,6	83	100
Milli, Miller	25	32,1	9	11,5	44	56,4	78	100
Ay Yıldız, Ay Yıldızlı Ekip/Takım	28	36,4	12	15,6	37	48,1	77	100
Bayrak	10	28,6	5	14,3	20	57,1	35	100
Tarih Yazmak	3	10,7	5	17,9	20	71,4	28	100
Tarihe Geçmek, Adını Tarihe Yazdırmak	2	7,4	4	14,8	21	77,8	27	100
Türk Futbolu	4	21,1	6	31,6	9	47,4	19	100
Destan/Efsane, Destan/Efsane Yazmak	3	20	2	13,3	10	66,7	15	100
Türk Takımı	2	13,3	2	13,3	11	73,3	15	100
Avrupa Fatih	1	7,7	2	15,4	10	76,9	13	100
Madalya, Madalya Almak	0	0	0	0	11	100	11	100
Tarihi Zafer/ Galibiyet/Başarı	2	18,2	1	9,1	8	72,7	11	100
Temsilcimiz	1	9,1	2	18,2	8	72,7	11	100

## Ek 22. Ulusal Sembollerin Gazetelere Göre Dağılımı

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Milli Takım	45	25,3	31	17,4	38	21,3	21	11,8	43	24,2	178	100
Türk, Türkler, Vatandaş	43	32,8	22	16,8	21	16	9	6,9	36	27,5	131	100
Türkiye, Vatan	32	26,2	24	19,7	19	15,6	17	13,9	30	24,6	122	100
Avrupa, Avrupa Futbolu	23	27,7	12	14,5	8	9,6	11	13,3	29	34,9	83	100
Milli, Miller	21	26,9	21	26,9	8	10,3	7	9	21	26,9	78	100
Ay Yıldız, Ay Yıldızlı Ekip/Takım	26	33,8	14	18,2	17	22,1	10	13	10	13	77	100
Bayrak	9	25,7	9	25,7	4	11,4	2	5,7	11	31,4	35	100
Tarih Yazmak	8	28,6	6	21,4	4	14,3	2	7,1	8	28,6	28	100
Tarihe Geçmek, Adını Tarihe Yazdırmak	9	33,3	5	18,5	2	7,4	3	11,1	8	29,6	27	100
Türk Futbolu	2	10,5	0	0	3	15,8	8	42,1	6	31,6	19	100
Destan/Efsane, Destan/Efsane Yazmak	6	40	2	13,3	1	6,7	2	13,3	4	26,7	15	100
Türk Takımı	3	20	3	20	3	20	2	13,3	4	26,7	15	100
Avrupa Fatihi	4	30,8	0	0	2	15,4	2	15,4	5	38,5	13	100
Madalya, Madalya Almak	2	18,2	3	27,3	1	9,1	1	9,1	4	36,4	11	100
Tarihi Zafer/ Galibiyet/Başarı	1	9,1	4	36,4	1	9,1	2	18,2	3	27,3	11	100
Temsilcimiz	1	9,1	4	36,4	3	27,3	0	0	3	27,3	11	100

## Ek 23. Ekonomi Kavramlarının Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	Galatasaray-Arsenal		Türkiye-İrlanda		Galatasaray-Fenerbahçe		G.Birliği-Beşiktaş		G.Antepspor-Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Prim, Prim Vermek/ Dağıtmak/Almak	12	27,3	14	31,8	12	27,3	3	6,8	3	6,8	44	100
Sözleşme, Sözleşme Yapmak/İmzalamak	5	29,4	4	23,5	5	29,4	1	5,9	2	11,8	17	100
Teklif Almak/Beklemek	7	46,7	2	13,3	4	26,7	1	6,7	1	6,7	15	100
Karaborsa	2	15,4	10	76,9	1	7,7	0	0	0	0	13	100
Ödül/Ödüllendirmek	8	66,7	3	25	1	8,3	0	0	0	0	12	100
Reklam/Tanıtım, Reklam/Tanıtım Yapmak	8	80	0	0	2	20	0	0	0	0	10	100

## Ek 24. Ekonomi Kavramlarının Tarihe Göre Dağılımı

	Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Karşılaşma Sonrası		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Prim, Prim Vermek/ Dağıtmak/Almak	4	9,1	9	20,5	31	70,5	44	100
Sözleşme, Sözleşme Yapmak/İmzalamak	5	29,4	3	17,6	9	52,9	17	100
Teklif Almak/Beklemek	3	20	0	0	12	80	15	100
Karaborsa	5	38,5	4	30,8	4	30,8	13	100
Ödül/Ödüllendirmek	2	16,7	0	0	10	83,3	12	100
Reklam/Tanıtım, Reklam/Tanıtım Yapmak	1	10	0	0	9	90	10	100

### Ek 25. Ekonomi Kavramlarının Gazetelere Göre Dağılımı

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Prim, Prim Vermek/ Dağıtmak/Almak	12	27,3	12	27,3	2	4,5	8	18,2	10	22,7	44	100
Sözleşme, Sözleşme Yapmak/İmzalamak	2	11,8	2	11,8	1	5,9	8	47,1	4	23,5	17	100
Teklif Almak/Beklemek	2	13,3	5	33,3	1	6,7	4	26,7	3	20	15	100
Karaborsa	2	15,4	4	30,8	3	23,1	2	15,4	2	15,4	13	100
Ödül/Ödüllendirmek	2	16,7	5	41,7	1	8,3	0	0	4	33,3	12	100
Reklam/Tanıtım, Reklam/Tanıtım Yapmak	2	20	1	10	3	30	2	20	2	20	10	100

### Ek 26. Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Karşılaşmalara Göre Dağılımı

	Galatasaray- Arsenal		Türkiye- İrlanda		Galatasaray- Fenerbahçe		G.Birliği- Beşiktaş		G.Antepspor- Trabzonspor		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Geçmek	4	25	5	31,3	2	12,5	2	12,5	3	18,8	16	100
Dalga geçmek,	0	0	1	9,1	6	54,5	2	18,2	2	18,2	11	100

### Ek 27. Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Tarihe Göre Dağılımı

	Karşılaşma Öncesi		Karşılaşma Günü		Karşılaşma Sonrası		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Geçmek	1	6,3	1	6,3	14	87,5	16	100
Dalga geçmek	0	0	2	18,2	9	81,8	11	100

### Ek 28. Argo Sözcük ve Söz Dizimlerinin Gazetelere Göre Dağılımı

	Fanatik		Fotomaç		Hürriyet		Sabah		Star		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Geçmek	5	31,3	4	25	3	18,8	3	18,8	1	6,3	16	100
Dalga geçmek	3	27,3	2	18,2	0	0	1	9,1	5	45,5	11	100

## KAYNAKÇA

## KİTAPLAR

- ABERCOMBIE, Nicholas., **Dictionary of Sociology**, Middlesex England: Penguin Books Ltd., 1984.
- ACAR a, Hüsamettin., **Spor Basınında Ofsayt Olaylar Bombalar**, İstanbul: Sabah Kitapları, 1998.
- ACAR b, Muhittin., **Sporda Hedefler ve Politikalar (1923-1993)**, Ankara: DPT Yayın ve Temsil Dairesi Başkanlığı Yayınları, 1993.
- AKSOY b, Ömer Asım., **Gelişen ve Özleşen Dilimiz**, Genişletilmiş 2. Basım, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 1970.
- AKSOY d, Yaşar., "Gavur İzmir'de Gol Sesleri İzmir'in Takımları", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s.323-350.
- AKYÜREK, Rüveyde., **Sponsorluk Planlaması**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, 1998.
- ALEMDAR, Korkmaz ve İrfan Erdoğan., **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara: Ümit Yayıncılık, 1994.
- ALEMDAR, Korkmaz., "Yeni Zamanların Sıhhat ve Kuvvet Mebdei" Olarak Stadyum Anakara 19 Mayıs Stadı'nın Açılış Hikayesi", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 115-122.
- ALTHUSER, Louis., **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, (Çev.: Yusuf Alp ve Mahmut Özişik) 4. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 1994.
- ANDAY, M. Cevdet., **Dilimiz Üzerine Konuşmalar**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1996.
- ASLANDAŞ., Alper Sedat ve Baskın Bıçakçı., **Popüler Siyasî Deyimler Sözlüğü**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1995.
- ATABEYOĞLU, Cem., **1453-1991 Türk Spor Tarihi Ansiklopedisi**, İstanbul: Fotospor Yayınları, 1991.
- ATALAY, Ayşe., **Spor Gazeteciliği**, İstanbul: Filiz Kitabevi, 1998.
- AZAK, Gürbüz., **Gazeteci Milleti**, İstanbul: Zafer Yayınları, 1997.
- BARAZ, Turhan., **Başlangıçtan Günümüze Eskişehir Basını (1908-1986) (Bir Derleme Çalışması)**, Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 1988.

- BAŞKUT, C. Fehmi., **Gazetecilik Dersleri**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü Yayınları, 1967.
- BAYRAK, M. Orhan., **Türkiye'yi Kimler Yönetti? (1920-1992)**, İstanbul: Yılmaz Yayınları, 1992.
- BERGER, Arthur Asa., **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, (Ed.: Nazmi Ulutak ve Aslı Tunç) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları, 1993.
- BLAIN, Neil ve Raymond Boyle., "Sports as Real Life: Media Sport and Culture", **The Media: An Introduction**, (Ed.: Adam Briggs ve Paul Cobley), Hong Kong: Longman, 1998.
- BODOR, Andreas K., "Diktatörlüğün Derbisi Dinamo ve Steaua Bükreş", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 133-141.
- BORA, Tanıl., **Takımdan Ayrı Düz Koşu**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.
- BOSTANCIOĞLU, Adnan., "Taraftar ve Solcu Olmak "Dün" ve "Bugün"", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 241-250.
- BROMBERGER, Christian., "Stadyumdaki Kent Marsilya'nın Kültürel ve Toplumsal Topografyasının Aynası Olarak Olympique" **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 41-56.
- BÜKER, Seçil., **Tenisten Sonra Sodasız Viski**, Ankara: İmge Kitabevi, 1992.
- COAKLEY, Jay J., **Sport in Society Issues and Controversies**, 4. Edition, St. Louis: Times Mirror/Mosby College Publishing, 1990.
- COLOME, Gabriel., "FC Barcelona ve Katalan Kimliği", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 125-132.
- COSER, Lewis A., **Sociological Theory**, Illionis: Waveland Press Inc., 1989.
- COŞKUN, Zeki., "Yiğidolar'ın Tarihsel Yenilgisi İç Anadolu'da "Büyükük" Rekabeti ve Sivasspor", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss., 359-369.
- CRAMER, Judith A., "Conversations With Women Sports Journalists", **Women, Media and Sport Challenging, Gender, Values**, (Ed.: Pamela J. Creedon), California: Sage Publications Inc., 1994, pp. 159-180.
- CREEDON, Pamela J., (Ed.), **Women, Media and Sport Challenging, Gender, Values**, California: Sage Publications Inc., 1994a.
- \_\_\_\_\_ "From Whalebone to Spandex: Women and Sports Journalism in American Magazines, Photography and Broadcasting", **Women, Media and Sport**



**Challenging, Gender, Values**, (Ed.: Pamela J. Creedon), California: Sage Publications Inc., 1994b, pp. 108-158.

"Women in Toyland: A Look at Women in American Newspaper Sports Journalism", **Women, Media and Sport Challenging, Gender, Values**, (Ed.: Pamela J. Creedon), California: Sage Publications Inc., 1994c, pp. 67-107.

ÇOBANLI b, Necdet., **Bölük... Pörçük...** "Bir Hayatın Öyküsü", İstanbul: Bilgi Yayınevi, 1993.

DAHLGREN, Peter ve Colin Sparks., (Ed.) **Journalism and Popular Culture**, London: Sage Publication, 1996.

DEMİRAY, Uğur., **İletişim Ötesi İletişim (Meta-Communication)**, Eskişehir: Turkuaz Yayınları, 1994.

**Türk Basını'nın Güreş Sporuna Bakışı**, İstanbul: İstanbul Güreş İhtisas Kulübü Koruma Vakfı Yayınları, 1993.

DEMİRKENT, Nezh., **Medya Medya**, İstanbul: Dünya Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş].

**Sayfa Sayfa Gazetecilik**, İstanbul: Altın Kitapları Yayınevi Altın Kitaplar Matbaası, 1982.

DOĞAN d, Yalçın., **Fenerbahçe Cumhuriyeti**, 2. Basım, İstanbul: Tekin Yayınevi, 1989.

DONNELLY, Peter., "Subcultures in Sport: Resilience and Transformation", **Sport in Social Development Traditions, Transitions, and Transformations**, Ed.: Alan G. Ingham ve John W. Loy, IL Champaign: Human Kinetics Publishers, 1993, ss. 119-145.

DÖNMEZER, Sulhi., **Sosyoloji**, 7. Basım, İstanbul, 1978.

DURAN, Ragıp., "Futbolükürdi", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss.251-260.

DUVERGER, Maurice., **Siyaset Sosyolojisi**, (Çev.: Şirin Tekeli), İstanbul: Varlık Yayınları, 1992.

DÜNDAR, Can., **Yağmurdan Sonra Medya Yazıları**, 4. Basım, Ankara: İmge Kitabevi, 1996.

EDWARDS, John ve Denise Archambault, "The Home-Field Advantage", **Sport, Games, and Play Social and Psychological Viewpoints**, (Ed.: Jeffery H. Goldstein) 2. Edition, Hillside: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1989, ss. 333-370.

ELSNER, Branko., "Teknik, Taktik, Sistem Futbol Oyununun Karakteristiği Üzerine", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 27-37.

- ERDOĞAN a, İrfan., **İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş**, Ankara: İmge Kitabevi, 1997.
- \_\_\_\_\_ **Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim**, İstanbul: Analiz Basım Yayın Tasarım Uygulama Ltd. Şti. , 1995.
- ERKAL, Mustafa, E., **Sosyolojik Açından Spor**, Ankara: T.C. Milli Eğitim, Gençlik ve Spor Bakanlığı Yayınları, 1986.
- FICHTER, Joseph., **Sosyoloji Nedir?**, (Çev.: Nilgün Çelebi), Ankara: Atilla Kitabevi, 1996.
- FISKE, John., **İletişim Çalışmalarına Giriş**, (Çev.: Süleyman İrvan), Ankara: Ark Yayınları, 1996.
- FİŞEK, Kurthan., **Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi**, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, 1980.
- FRAZELL, Darly L. ve George Tuck., **Principles of Editing A Comprehensive Guide for Students and Journalists**, Singapore: The McGraw-Hill Companies Inc., 1996.
- GALEANO, Eduardo., **Gölgede ve Güneşte Futbol**, (Çev.: Ertuğrul Önalp ve Necati Kutlu), 2. Basım, İstanbul: Can Yayınları, 1998.
- GASSET, Ortega y., **Kütlelerin İsyanı**, (Çev.: Nejat Muallimoğlu), İstanbul: Birleşim Yayıncılık, 1996.
- GHIRELLI, Antonio., “Büyük Futbol Ailesi – Napoli, Maradona ve FC Napoli”, **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 73-82.
- GOLDSTEIN, Jeffery H., **Sport, Games, and Play Social and Psychological Viewpoints**, 2. Edition, Hillside: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1989.
- \_\_\_\_\_ ve Brenda J. Bredemeier, “Mass Media, Sport and Socialization”, **Sport in Contemporary Society An Anthology**, (Ed. Stanley Eitzen), Second Edition, New York: St. Martin’s Press, 1984, ss. 291-297.
- GOODWIN, H. Eugene., **Graphing for Ethics in Journalism**, Iowa: Iowa State University Press, 1983.
- GÖKÇE b Orhan., **İçerik Çözümlemesi Teori-Metod-Uygulama**, Geliştirilmiş 3. Baskı, Konya: 2001.
- \_\_\_\_\_ **İçerik Çözümlemesi Sosyal Bilimlerde Bir Araştırma Yöntemi** Genişletilmiş 2. Baskı, Konya, 1995.
- \_\_\_\_\_ **İletişim Bilimine Giriş**, Ankara: Turhan Kitabevi, 1993.
- GÜMÜŞ, Semih., **Futbol ve Biz**, İstanbul: Can Yayınları, 2000.
- GÜRBİLEK, Nurdan., **Vitrinde Yaşamak**, 2. Basım, İstanbul: Metis Yayınları, 1993.
- GÜVEN, Özbay., **Türklerde Spor Kültürü**, Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kumu Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, 1992.

- GÜVENÇ, Bozkurt., **İnsan ve Kültür**, 5. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1991.
- HALBERSTAM, David., “Professional Basketball, Commercialism, The Media, and Change”, **Sport in Contemporary Society An Anthology**, (Ed. Stanley Eitzen), Second Edition, New York: St. Martin’s Press, 1984, ss. 298-304.
- HANÇERLİOĞLU, Orhan., **Toplumbilimler Sözlüğü**, 2. Basım İstanbul: Remzi Kitabevi, 1996.
- HARRIS, Richard Jackson., **A Cognitive Psychology of Mass Communication**, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1989.
- HEINO, Rebecca., “New Sports”, **Journal of Sport&Social Issues**, May 2000, Vol.: 24, Issue 2, s. 176-192.
- HİÇYILMAZ, Ergun., **Türkiye’de Spor**, İstanbul: Yeni Yüzyıl Gazetesi, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş].
- \_\_\_\_\_ “Spor Dergiciliği”, **Türkiye’de Dergiler Ansiklopediler (1849-1984)**, İstanbul: Gelişim Yayınları, 1984, ss. 203-218.
- \_\_\_\_\_ Ergun., **15. Yüzyıldan Günümüze Sporda Ünlüler Ansiklopedisi**, İstanbul: Ekol Basın-Yayın-Tanıtım, 1986.
- HOHENBERG, John., **The Professional Journalist**, 5. Edition, Holt, Rinehart and Winston, CBS College Publishing, 1983.
- HORAK, Roman, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora (Der.), **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, İstanbul: İletişim Yayınları 1993.
- HUIZİNGA, Johan., **Homo Ludens Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme**, (Çev.: Mehmet Ali Kılıçbay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995.
- HÜRKAN, Serhat., **Yıkılmayan İmparatorluk Futbol**, Ankara: Ümit Yayıncılık, 2000.
- ITULE, Bruce D. ve Douglas A. Anderson, **News Writting and Reporting for Today's Media**, Singapore: McGraw-Hill, Inc., 1994.
- İNAL, Ayşe., **Haberi Okumak**, İstanbul: Temuçin Yayınları. 1996.
- İNÜĞÜR, Nuri., **Türk Basın Tarihi**, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992.
- KAHRAMAN, Atıf., **Osmanlı Devleti’nde Spor**, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 1995.
- KARACA, Emin., **Milliyet Olayı**, İstanbul: Altın Kitaplar, 1995.
- KARAKÜÇÜK, Suat., **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, Ankara: 1993.
- \_\_\_\_\_ **Türk Spor Kurumu Dergisi 1936-1938 Seçilmiş Spor Makaleleri**, Ankara: 1992.
- KARAOSMANOĞLU., Yakup Kadri., **Zoraki Diplomat**, (Yayına Hazırlayan: Atilla Özkırımlı), 3. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 1984.
- KARASAR, Niyazi., **Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler**, 7. Basım, Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd., 1994.
- KAYA b, Raşit., **Kitle İletişim Sistemleri**, Ankara: Teori Yayınları, 1985.

- KIRCA, Ali., **Futbol Hayattır**, İstanbul: Can Yayınları, 2000.
- KIVANÇ a, Halit., **Gol Diye Diye**, İstanbul: Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., 1983.
- KIVANÇ b, Ümit., **Kesin Ofsayt Televizyon Futbolu ve Futbol Medyası**, İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.
- KLOSE, Andreas., “Televizyon Futbolu Medya Yapımı Bir ürün Gerçekliği nasıl Değiştiriyor?”, **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss.373-383.
- KONGAR, Emre., **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, Geliştirilmiş ve Genişletilmiş Yeni Basım 4. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1995.
- KOZANOĞLU, Can., **İnternet, Dolunay, Cemaat**, 3. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 1997.
- \_\_\_\_\_ **Pop Çağı Ateşi**, 2. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 1995.
- \_\_\_\_\_ **1980’lerden 90’lara Türkiye ve Starları Cilâlı İmaj Devri**, 6. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 1993.
- \_\_\_\_\_ **Türkiye’de Futbol "Bu Maçı Alcaz!"**, 2. Basım, İstanbul: Kıyı Yayınları, 1990.
- \_\_\_\_\_ “Beyond Edirne: Football and the National Identity Crisis in Turkey”, **Football Cultures and Identities**, Ed.: Garry Armstrong ve Richard Giulianotti, london: Macmillan Press Ltd., 1999, ss. 117-125
- \_\_\_\_\_ “Gençler, Deplase Olunuz! “Tribünden” Birinin Deplasman Anıları”, **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları, 1993, ss. 95-113.
- KUPER, Simon., **Futbol Asla Sadece Futbol Değildir**, (Çev.: Sinan Görtunca), İstanbul: Sabah Kitapları, 1996.
- MAC DOUGALL, Curtis D., **Interpretative Reporting**, 8. Edition, New York: Macmillian Publishing Co., Inc., 1982.
- MARCUSE, Herbert., **Tek Boyutlu İnsan**, (Çev.: Aziz Yardımlı), 2. Basım, İstanbul: İdea Yayınları, 1990.
- MARDİN, Şerif., **İdeoloji Toplu Eserleri 3**, 3.Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 1995.
- MASON, Tony., “The Blues And The Reds (Maviler ve Kırmızılar) Liverpool ve Everton’un Hikâyesine Dair, **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 275-296.
- Mc QUAIL, Denis ve Sven Windahl., **Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri**, (Yayına Hazırlayanlar: Banu Dağtaş ve Uğur Demiray), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı yayınları, 1994.

- MENCHER, Melvin, **News Reporting and Writing**, 5. Edition, Dubuque: Wm. C. Brown Publishers, 1994.
- \_\_\_\_\_ **Basic News Writing**, 3. Edition, Iowa: Wm. C. Brown Publishers, 1989.
- MOORHOUSE, Herbert F., "Bir Devlet, Birçok Ülke "Birleşik" Krallık'ta Futbol ve Kimlikler **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 181-202.
- MULLER, Michael., "Çalımlarla Serbest Pazara Doğru Ferenc Puskas'ın Mahzun Mirasçıları", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, s. 169-179.
- OGLESBY, Carole A., "Women and Sport", **Sport, Games, and Play Social and Psychological Viewpoints**, (Ed.: Jeffery H. Goldstein) 2. Edition, Hillside: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1989, ss. 129-145.
- ORAL, F. Süreyya., **Cumhuriyet Basın Tarihi 1923-1973**, Ankara: Sanayii Nefise Matbaası, 1973.
- OTAN, Ümit., **Bâbitelli**, İzmir: İzmir Kitaplığı, 1995.
- ÖZKIRIMLI, Atilla., **Dil ve Anlatım**, Ankara: Ümit Yayıncılık. 1994.
- ÖZKÖK, Ertuğrul., **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Ankara: Tan Yayınları, 1985.
- ÖZTÜRK, Füsun., **Toplumsal Boyutlarıyla Spor**, Ankara: Bağırğan Yayımevi, 1998.
- POTTER, W. James., **Media Literacy**, Thousand Oaks: Sage Publications, 1998.
- ROUCEK Joseph ve Roland L. Warren, **Sociology An Introduction**, New Jersey: Littefield, Adams&Co, 1971.
- ROWE, David., **Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası**, (Çev.: Mehmet Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996a.
- \_\_\_\_\_ "Modes of Sports Writing", **Journalism and Popular Culture**, (Ed.: Peter Dahlgren ve Colin Sparks), London: Sage Publication, 1996 b.
- SAGE, George H., **Power and Ideology in American Sport A Critical Perspective**, Illinois: Human Kinetics Books, 1990.
- SAVAŞ, İsa., **Spor Sözlüğü Terimler ve Açıklamaları**, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1989.
- SCHLAPP, Herman., **Gazeteciliğe Giriş Medya Uygulamaları Üzerine Çalışmalar Mesleğe Yönelik Ders Kitabı** (Çev.: Işık Aygün), Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları, 2000.
- SEVERIN, Werner J. ve James W. Tankard, **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araştırmalarında Kullanımları**, (Çev.: Ali Atıf Bir ve Serdar Sever), Eskişehir: Kibele Yayınları, 1994.
- SIMSON, Vyv ve Andrew Jennings, **Olimpiyatlar, Sahtekârlık ve Mafya Güç, Para ve Doping**, (Çev.: Mehmet Harmancı), İstanbul: Milliyet Yayınları, 1993.

- SYNDER, Eldon. E. ve Elmer A. Spreitzer., "Sports and The Mass Media", **Sport in Contemporary Society An Anthology**, (Ed. Stanley Eitzen), Second Edition, New York: St. Martin's Press, 1984, ss. 265-290.
- ŞAHİN b, Mehmet., **Spor Ahlakı ve Sorunları**, İstanbul: Evrensel Basım Yayım, 1998.
- TALAY, Arman., **Spor Dalları ve Spor Yazarlığı TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Konferanslar Dizisi: 1**, (Yayına hazırlayan: Selim Esen), Ankara: TRT Basılı Yayınlar müdürlüğü Yayınları, 1986.
- TANIK, Bülent., "Adana'da Futbol ve Demirspor Futbolun Adana'ya Girişine İlişkin Gözlemler", **Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 351-357.
- TAYLOR b, Ian., "Hillsborough, 15 Nisan 1989 Gelenekle Modernleşme arasındaki İngiliz Futbolu", **Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler Futbol ve Kültürü**, (Der.: Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları 1993, ss. 57-71.
- TEZCAN, Mahmut., **Boş Zaman Sosyolojisi**, Ankara: Doğan Matbaası, 1977.
- TOKGÖZ b, Oya., **Temel Gazetecilik**, 3. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 1994.
- TURAM, Emir., **Medyanın Siyasî Hayata Etkileri**, İstanbul: İrfan Yayıncılık, 1994.
- ULUÇ a, Hıncal., **Sarı Kırmızı Kaşkol**, İstanbul: Bilgi Yayınevi, 1987.
- ÜNLÜ b, Namık Kemal., **Spor Bilimleri Üzerine Araştırmalar**, Konya [1999].
- WELLS, William, John Burnett ve Sandra Moriarty., **Advertising Principles and Practice**, New Jersey, Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc., 1989.
- WESTLEY, Bruce H., **News Editing**, 3. Edition, Boston: Houghton Mifflin Co., 1980.
- WILSON, Stan Le Roy., **Mass Media Mass Culture An Introduction**, 3. Edition, New York: Mc Graw-Hill Inc., 1995.
- YENGİN, Hülya., **Medyanın Dili-İletişime Kuramsal Bir Yaklaşım: Popüler Kültür Türlerinin Çözülmesi**, İstanbul: Der Yayınları, 1996.
- YILDIZ, Doğan., **Türk Spor Tarihi**, 2. Basım, Eser Yayıncılık, [Yayın Yeri ve Yılı belirtilmemiş].
- YILMAZ b, Veli., **Eylül Hukuku ve Basın Özgürlüğü**, İstanbul: Belge Yayınları, 1990.
- YÜKSEL a, A. Haluk., **Atatürkçü Düşünce Sisteminde Kültürel İletişimin Modele Dayalı Boyutları**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1987.
- YÜKSEL c, Okan., **Sporda Erdemlilik ve Kassandra Çaresizliği**, İzmir: İleri Kitabevi Yayınları, 1994.
- YÜKSEL d, Erkan ve Halil İbrahim Gürcan, **Habercinin El Kitabı Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2001.

## DERGİLER

- ABBAS, Nüzhet., "Halkevleri ve Memleket Sporu I", **Ülkü**, C. 13, S. 73, Mart 1939, içinde **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, (Yayına Hazırlayan: Suat Karaküçük), Ankara: 1993, ss. 14-18.
- AKGÜL, Urungu., "Dünden Bugüne, Olympia'dan Atlanta'ya... Olimpiyatlar", **Bilim ve Teknik**, S. 344, Temmuz 1996, ss. 48-51.
- AKTAY, Yasin., "Formanın Rengi Sermayenin Rengine Karışırsa", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 43-52.
- ALKAN, A. Turan., "İrrasyonel Bir Taraftarlık Analizi Düşünüyorum; Öyleyse Cimbom", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 53-58.
- ALPMAN a, Cemal., "Cumhuriyet Türkiyesinde Beden Terbiyesinin Değeri", **Ülkü**, C. 3, S. 28, Ekim 1942, **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, (Yayına Hazırlayan: Suat Karaküçük), Ankara: 1993, ss. 8-10.
- ANGER, Burçay., "Top Peşinde Binlerce Yıl", **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, ss. 8-11.
- ARSLAN, Tunca., "Gazeteci-Yazar Mine G. Kırıkkanat: Futbol Sahası, İçgüdülerin Mağmasıdır", **Papirüs**, Haziran 1998a, S. 16, ss. 18-19.
- \_\_\_\_\_ "Savaşın, Sanatın, Sporun Görünümleri Açısından...Futbol Önemlidir!", **Papirüs**, Haziran 1998b, S. 16, ss. 12-14.
- AŞKUN, İnal Cem., "Kültürel İletişim Politikası", **Kurgu**, C. 7, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1990, ss. 1-8.
- ATABEYOĞLU, Cem., "İngilizlerin Topunu Çaldılar Beşiktaş'ı Kurdular", **Bütün Dünya**, Temmuz 1998, C. 1, S. 2, ss. 33-36.
- AYAN, Dursun., "Aşırı Taraftarlık Etik Bir Sorun mudur?", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 67-72.
- AYHAN, Çiğdem., (Der.), "Tarihten Haberler", **Bütün Dünya**, Ağustos 1998, C. 1, S. 3, ss. 140-141.
- AYHAN, Çiğdem., (Der.), "Tarihten Haberler", **Bütün Dünya**, Mayıs 1999, C. 1, S. 12, s. 126-127.
- BABA, Nüzhet., "Beden Terbiyesi ve Spor Neşriyatımızın Anahtarları Ne Tarzda Olabilir?", **Ülkü**, C. 14, S. 84, Ocak 1940, içinde **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, (Yayına Hazırlayan: Suat Karaküçük), Ankara: 1993, ss. 50-53.
- BATUR, Enis., "Ayaklar Baş mı Olacak?", **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, ss. 16-17.
- BORA, Tanıl., "Tanrı Türkü Korusun ve Şampiyon Yapsın! Tribünlerde Milliyetçi Tezahürat ve Ülkücü Eylemliliği", **Birikim**, Kasım 1993, S. 55, ss. 25-30.
- BOSTANCI, M. Naci., "Futbolun Anlattığı", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 59-65.

- BULGU, Nefise., "Spor Haberlerinin Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Gazeteden Tüketimi 12-14 Yaş Grubu Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma", **Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt VI, S. 3, ss.38-47.
- ÇAHA, Ömer., "Spora Yaslanarak Bir Nefes Almak", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 115-125.
- ÇOBANLI a, Cem., (Der.) "Yüzyıl 1900-1925", **Bütün Dünya**, Ekim 1999a, C. 2, S. 5, ss. 127-143.
- \_\_\_\_\_ (Der.) "Yüzyıl 1926-1950", **Bütün Dünya**, Kasım 1999b, C. 2, S. 6, ss. 143-160.
- \_\_\_\_\_ Cem., (Der.) "Yüzyıl 1951-1975", **Bütün Dünya**, Aralık 1999c, C. 2, S. 7, ss.143-159.
- \_\_\_\_\_ Cem., (Der.) "Yüzyıl 1976-1989", **Bütün Dünya**, Ocak 2000, S. 200001, ss.147-159.
- DEFORD, Frank., "Olimpiyatın Kökenleri" (Çev.: Özgür Kurtuluş), **Bilim ve Teknik**, S. 345, s. 67
- DEMİREL, Hande., "Y'nin Peşinde", **Capital Aylık Ekonomi Dergisi**, Mart 2000, Yıl: 8, S. 2000/3, ss. 96-99.
- DOĞAN a, Atilla., "Kitle Kültürü Karşısında Seçkin Kültür ve Türkiye'deki Durumu", **Kurgu**, C. 7, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1990, ss. 109-120.
- DOĞAN b, Birol., "Profesyonel Futbolcuların Toplumsal Hareketlilik Yönünden İncelenmesi (İzmir-Merkez Örneği)", **Futbol Bilim ve Teknoloji Dergisi**, Yıl: 2, 98/1, S. 1, ss. 26-30.
- DOĞAN c, İsmail., "Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhu ve Şiddet", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 73-85.
- EBERHARD, D. W., "Çin Kaynaklarına Göre Türkler ve Komşularında Spor" (Çev.: N. T. Uluğtuğ), **Ülkü Dergisi**, S. 87, Mayıs, 1940 içinde **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, (Yayına Hazırlayan: Suat Karaküçük), Ankara: 1993, ss. 121-127.
- EĞİN, Oray., "Televole ve Sonrası: Gerçeği Kaybediyoruz!", **Birikim**, Ocak 1999a, S. 117, ss. 104-109.
- ERDOĞAN b, Necmi., "Yaşasın Futbol! Galatasaray'ın Avrupa'yı Fethi, Millî Katarsis Hali ve Karnavalesk", **Birikim**, Kasım 1993, S. 55, ss. 21-24.
- ERDOĞDU, Kamil., "Bir Sezon Daha Böyle Geçti Futbolumuz Televole Kurbanı", **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, ss. 28-29.
- EROĞLU, Semih., "Türk Spor Basını", **Yıllık Ankara Üniversitesinin Kuruluşunun 40. Yılına Armağan**, 1986-1987, S. IX, ss. 69-86.
- FEYZİOĞLU, Demir., "Yaşşaa Fenerbahçe", **Bütün Dünya**, Ağustos 1998, C. 1, S. 3, ss. 39-48.
- GÖKDEMİR, Oktay., "Bir Politik Söylem Aracı Olarak Futbol", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 29-32.



- GÜNER, Kağan., "Entellektüeller Alt Kata", **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, ss. 23-25.
- KILIÇBAY, M. Ali., "Futbol Sadece Futboldur", ", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 25-27.
- KIVANÇ a, Halit., "Futbol Maçı Eve Giriyor", **Bütün Dünya**, Kasım 1999b, C. 2, S. 6, ss. 57-58.
- \_\_\_\_\_ "Spora Borcum Büyük", **Bütün Dünya**, Eylül 1999a, C. 2, S. 4, ss. 79-85.
- KIVANÇ b, Ümit., "Futbolun Yeniden Anlamlandırılması Çağruları Üzerine Aşka Bahane Aramasak ..?", **Birikim**, Aralık 1993, S. 56, ss. 19-32.
- KOLOĞLU b, Orhan., "Delikten Geçiremediğimiz İçin Kuyruğuna Kabak Bağlayan Futbolumuz", **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, ss. 20-22.
- MENOTTI, Cesar Luis "'Sağın futbolu' ve 'Solun futbolu'", [Çeviren Belirtilmemiş], **Bilim ve Ütopya**, Haziran 2000, S. 72, s. 9-11.
- \_\_\_\_\_ "Halkın Derinliklerinden Gelen Futbol", [Çeviren Belirtilmemiş], **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, ss. 4-7.
- METİN, Gökhan., "Futbol, Popüler Kültür ve Geyik Muhabbeti", **Birikim**, Haziran 1994, S. 62, ss. 91-93.
- MUTLU, Erol., "Avrupayı Salladık", **Cogito**, S. 6-7. 1996.
- ÖĞÜN, S. Seyfi, "Oyun İçinde Oyun: Futbol", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 17-23.
- ÖZSOY, Murat., "Burası Barcelona, İspanya'nın Paris'i", **Bütün Dünya**, Ocak 2000, S. 200001, ss. 133-138.
- SEREN, Elif Ayça., "Rekorlar Atletizm", **Bütün Dünya**, Temmuz 1998, C. 1, S. 2, ss. 98-99.
- ŞİMŞEK, Sefa., "Cumhuriyet Döneminde Spor ve İdeoloji", **Türkiye Günlüğü**, Kasım-Aralık 1997, S. 48, ss. 87-92.
- TALİMCİLER, Ahmet., "Türkiye Spor (Futbol) Medyası", **Birikim**, Ocak 1999, S. 117, ss. 98-103.
- TÜZER, Abdüllatif., "İnsan, Spor ve Din", **Düşünen Siyaset**, Mart 1999, Yıl: 1, S. 2, ss. 127-130.
- ULUÇ a, Hıncal., "Spor ve Medya", **Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı**, Kasım – Aralık 1996, S. 12, ss. 1447-1448.
- ÜLKÜTAŞIR, M. Şakir., "Geçmiş Çağlarda Türk Hayatı: Atalarımızın Toplu Oyun ve Sporları", **Ülkü**, C. 3, S. 30, Haziran 1949, içinde **Ülkü 1933-1950 Seçilmiş Spor Makaleleri**, (Yayına Hazırlayan: Suat Karaküçük), Ankara: 1993, ss. 182-186.
- YÜKSEL b, Hasan, Birol Doğan, Süleyman Morali ve Mustafa F. Acar, "Futbol'da Şiddetin Toplumbilimsel Boyutları", **Futbol Bilim ve Teknoloji Dergisi**, Yıl: 5, 98/1, S. 1, ss. 22-26.
- "İstanbulsporlu Milli Futbolcu Aykut Kocaman: 'Bütün Futbolcular Aşağılanıyor'", **Papirüs**, Haziran 1998, S. 16, s. 15.
- "Olimpiyat Oyunları", **Focus**, 4 Nisan 1996, S. 4, ss. 24-29.

## BİLDİRİLER

- AKSOY c, Yalçın., “İstanbul’un Olimpiyat Adaylığı ve Medya”, Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği’nce düzenlenen **Uluslararası “Spor ve Medya” Sempozyumu**’na sunulan bildiri, Manisa: 27 Ocak 2000.
- ARIPINAR, Erdoğan., **Olimpizm ve İnsan Semineri 22-23 Mayıs 1991 Ankara**, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], ss. 64-67.
- BADEMLİ, Metin., “Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Oturumunun Soru – Cevap Bölümünde Yapılan Konuşma” **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 46-47.
- BAPÇUM, Kahraman., “Spor Medyası, Spor Olayı ve Olimpizm” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 63-70.
- BAYATLI, Togay., “Spor Medyası, Spor Olayı ve Olimpizm” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 76-82.
- BELGE, Onur., “Spor Medyasının Çalışma Koşulları” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 91-95.
- BOŞAT, Muhittin., “Futbolda Hakem” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 203-206.
- CHAPPELET, J. L., "Management Styles: From Military to Sport" **European Association for Sport Management Association Formation Promotion Sport**, (Ed.: Charles Piqueassou ve Roland Ferguson), October 2-5 1996, Montpellier, pp. 242-248.
- ÇOL, Zeki., “Spor Medyası, Spor Olayı ve Olimpizm” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 70-73.
- DENİZLİ, Mustafa., “Futbolda Antrenör ve Taktik” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 138-143.
- ERDEM, Sinan., “Spor Medyasının Televizyon ve Basının Örgütlenme Özellikleri”, Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği’nce düzenlenen **Uluslararası “Spor ve Medya” Sempozyumu**’na sunulan bildiri, Manisa: 27 Ocak 2000.

- “**Olimpizm ve İnsan Semineri**”, 22-23 Mayıs 1991 Ankara, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Spor Eğitimi Dairesi Başkanlığı Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], ss. 20-26.
- ERDEMLİ, Atilla., **İnsan, Spor ve Olimpizm Spor Felsefesi Yazıları**, İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1996.
- “Spor Gazetecisinin Kimliği ve Sorumluluğu”, Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği’nce düzenlenen **Uluslararası “Spor ve Medya” Sempozyumu**’na sunulan bildiri, Manisa: 28 Ocak 2000.
- “Açılış” **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 11-20.
- “75. Yılda Türk Spor Basını” **Cumhuriyet’in 75. Yılında Spor Medyası Semineri 24-26 Aralık 1998 Belek Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Tarihi Belirtilmemiş], ss.10-27.
- “Güntümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 36-44.
- ERSAVAŞ Doğan., “Özeleştiri”, **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 129-134.
- FİŞEK, Kurthan., “Türkiye’de Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları ile Spor Medyası İlişkileri”, Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği’nce düzenlenen **“Türkiye’de Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları ile Spor Medyası İlişkileri”**, paneline sunulan bildiri, Manisa: 28 Ocak 2000.
- GÖKÇE a, Atilla., “Spor Gazetecilerinin Dayanışması”, **Cumhuriyet’in 75. Yılında Spor Medyası Semineri 24-26 Aralık 1998 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 138-142.
- Olimpizm ve İnsan Semineri 22-23 Mayıs 1991 Ankara**, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], ss. 51-54.
- “Türkiye’de Spor Basınının Dil ve Sayfa Tekniği Sorunları”, **Spor Basını ve Basında Spor Semineri 15-16 Mart 1985**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, 1985, ss. 48-54.
- GÖZAYDIN, Nevzat., “Dilimiz-Felsefemiz” **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 65-75.
- GÜRELİ, Nail., “Günümüz Spor Medyası” **Cumhuriyet’in 75. Yılında Spor Medyası Semineri 24-26 Aralık 1998 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 64-69.

- HACKFORTH, Josef., "Sport Journalisten: National vs International - Spor Yazarı Profiline İlişkin Bir Araştırma: Ulusal ve Uluslararası Düzeyler", Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği'nce düzenlenen **Uluslararası "Spor ve Medya" Sempozyumu**'na sunulan bildiri, Manisa: 28 Ocak 2000.
- HİÇYILMAZ, Ergun., "Türkiye'de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğinin Tarihi", **Spor Basını ve Basında Spor**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları, 1985, ss. 11-16.
- İĞREK, Murat., "Özeleştirici Oturumunun Soru – Cevap Bölümünde Yapılan Konuşma" **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 147.
- KAYA a, Ahmet Yalçın., "Spor Medyasının İşlevleri ve İlgi 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.
- KIVANÇ a, Halit., **Olimpizm ve İnsan Semineri 22-23 Mayıs 1991 Ankara**, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], ss. 26-27.
- \_\_\_\_\_ "Spor Basınında Yazılı Basın ile Radyo/TV İlişkileri", **Spor Basını ve Basında Spor**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları, 1985, ss. 55-60.
- KOLOĞLU a, Doğan., "Türk Basınında Spor", **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1986, ss. 140-149.
- \_\_\_\_\_ "Spor Gazeteciliği Konusundaki Çağdaş Gelişmeler", **Spor Basını ve Basında Spor 1985 Yılı 7. Seminer Tutanakları**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları, 1985, ss. 30-34.
- OK, Hilmi., "Futbolda Hakem" **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 206-215.
- ÖZARSLAN, İsmet., **Olimpizm ve İnsan Semineri 22-23 Mayıs 1991 Ankara**, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], ss.16-20.
- PERİN, Mithat., "Türkiye'de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğinin Tarihi", **Spor Basını ve Basında Spor**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları, 1985, ss. 6-9.
- SARPKAYA, Tevfik., "Spor Medyasının Çalışma Koşulları", **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 107-111.
- \_\_\_\_\_ **Olimpizm ve İnsan Semineri, 22-23 Mayıs 1991 Ankara**, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Spor Eğitimi Dairesi Başkanlığı Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], ss. 14-16.

- SİRMEN, Ali., "Spor Gazetecisinin Özgürlüğü", **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 31-34.
- SÖZTUTAN, Sadık., "Spor Medyasının Görsel Yanı" **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 114-118.
- ŞAHİN a, Haluk., "Günümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği", **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 28-36.
- \_\_\_\_\_ "Bana Takımını Söyle...", **Radikal Gazetesi**, 9 Mayıs 1999.
- ŞANIVAR, Ramazan., "Türkiye'de Yazar ve Yapımcı Profili", Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği'nce düzenlenen **Uluslararası "Spor ve Medya" Sempozyumu**'na sunulan bildiri, Manisa: 28 Ocak 2000.
- ŞEYHO, Mehmet., "Dilimiz-Felsefemiz Oturumunun Soru - Cevap Bölümünde Yapılan Konuşma" **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 77.
- TALU, Umur., "Spor Gazetecisinin Özgürlüğü" **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 24-31.
- TANER, Güven., "Futbol ve Televizyon" **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 164-165.
- TANYOLAÇ, Necmi., "Özeleştirici Oturumu Açılışında Yapılan Koşuma", **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 125.
- TAYLOR a. Frank., **Olimpizm ve İnsan Semineri 22-23 Mayıs 1991 Ankara**, Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Yayınları, [Yayın Tarihi Belirtilmemiş], ss. 27-33.
- TOKAT, Metin., "Futbolda Hakem" **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 202-203.
- ULUÇ a, Hıncal., "Spor Gazetecisi Kimdir?" **Cumhuriyet'in 75. Yılında Spor Medyası Semineri 24-26 Aralık 1998 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 85-88.
- \_\_\_\_\_ "Futbol ve Televizyon" **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 170-176.

- ULUÇ b, Öcal., “Spor Gazetecisinin Özgürlüğü” **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], s. 34-43.
- \_\_\_\_\_ “Dilimiz-Felsefemiz Oturumunun Soru – Cevap Bölümünde Yapılan Konuşma” **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 76-77.
- \_\_\_\_\_ “Günümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 20-28.
- ULUĞ, Yiğiter., “Bir Kulübün Anatomisi”, **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 81-90.
- ÜNLÜ a, Fikret., “Açılış”, **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 4-9.
- WEİNGARTEN, Gilad., “The Media and Sport What Kind of Marriage Is It? - Spor ve Medya: Nasıl Bir Birliktelik”, Celal Bayar Üniversitesi, Türkiye Spor Yazarları Derneği ve Uluslararası Spor Yazarları Birliği’nce düzenlenen **Uluslararası “Spor ve Medya” Sempozyumu**’na sunulan bildiri, Manisa: 27 Ocak 2000.
- WOLFE, Rosita, Paul O'Sullivan ve Tony Meenaghan., "Media and Sport in Ireland: Cultural Hegemony And Audience Affiliation On The European Periphery", **European Association for Sport Management Association Formation Promotion Sport**, (Ed.: Charles Piqueassou ve Roland Ferguson), October 2-5 1996, Montpellier, pp. 199-209.
- YELEKÇİ, Rıdvan., “Günümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği Oturumunun Soru – Cevap Bölümünde Yapılan Konuşma” **Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri 23-24 Aralık 1997 Göynük-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 55-56.
- YÜCEL, Tahsin., “Dilimiz-Felsefemiz”, **Spor Gazetecisinin Özgürlüğü Semineri 18-20 Ocak 2000 Belek-Antalya**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları [Yayın Yeri ve Yılı Belirtilmemiş], ss. 65-71.
- YÜCELMAN, Abdülkadir., “Türkiye’de Spor Basınının Dil ve Sayfa Tekniği Sorunları”, **Spor Basını ve Basında Spor Semineri 15-16 Mart 1985**, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, 1985,ss. 45-47.

## TEZLER

- KAYA a, Ahmet Yalçın., “Dünya’da ve Türkiye’de Basının Gelişimi ile Türk Basınında Sporun Haber Öğeleri Açısından İncelenmesi Kavram ve Kapsam Açısından Uygulamalı Bir Çalışma”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996.
- YÜKSEL d, Erkan., **Türkiye’de Ekonomi Basını Gündemi ve Siyasal Gündem İlişkisi (Özelleştirme Örneğinde Bir Gündem Belirleme Çalışması)**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999.

## GAZETELER

- AKALIN, Cüneyt., “Spor Yazarları”, **Gazete Pazar**, 25 Ocak 1998.
- AKSOY a, Burcu., “Televole Konusunda Bir Yol Ayrımındayım”, **Tele Şamdan**, 1 Ağustos 1998.
- ALDINÇ, Ayşegül., “Dersimiz: Futbol Konumuz: Ben de Bilmiyorum”, **Pazar Sabah Sabah Gazetesi Eki**, 26 Aralık 1999.
- ALKIŞ, Ali Sami., “Fenerbahçe Sülükleri”, **Türkiye Gazetesi**, 9 Ocak 2000.
- ALPAY, Şahin., “Medyada Kalite”, **Milliyet Gazetesi**, 31 Ekim 2000.
- ALPMAN b, Nazım., “Toshack Gibi Konuşmak”, **Milliyet Pazar Milliyet Gazetesi Eki**, 2 Kasım 1997, S. 50, s. 9.
- ALTAYLI, Fatih., “Ali Sami Yen’in Adı Değişiyor mu?”, **Hürriyet Gazetesi**, 20 Eylül 2000b.
- \_\_\_\_\_ “Galatasaray Yönetimi Utanmayacak mı?”, **Hürriyet Gazetesi**, 22 Eylül 2000c.
- \_\_\_\_\_ “Ya Kazansaydı!”, **Hürriyet Gazetesi**, 19 Eylül 2000a.
- ALTINÖZ, Fatih., “Artık Bedenler Çağı”, **Gazete Pazar**, 25 Ocak 1998.
- AYDIN, Mert., (Haz.), “Dünya’da Yüzyılım Spor Olayları”, **Sabah Gazetesi**, 2 Ocak 2000.
- BALIKÇIOĞLU, Ertuğrul., “Tunceli’ye Tenis Köprüsü”, **Hürriyet Pazar Hürriyet Gazetesi Eki**, 2 Kasım 1997.
- BAŞ, Burak., “Kalbim Duracaktı”, **Akşam Gazetesi**, 10 Ocak 2000.
- BAYATLI, Togay., “Spor ve Yerel Yönetim”, **Milliyet Gazetesi**, 20 Mart 1999.

- BEKDİL, Burak., "IMF Türkiye Masası Şefi Carlo Cotarelli Washington'daki Adamımız", **MAG NTV Magazin**, Eylül 2000, S. 13, ss. 94-95.
- BERBEROĞLU, Oya., "Futboldaki Ezeli Rekabet Dünya Bankası ve IMF'ye Sıçradı", **Hürriyet Gazetesi**, 25 Kasım 2000.
- BIÇAKÇI, Ulaş., "Spartaküs", **İşte İnsan Sabah Gazetesi Eki**, 1 Ekim 2000, s. 8.
- BİLGİÇ, Gürcan., "Basın ve Fenerbahçe", **Binyıl Gazetesi**, 25 Eylül 2000, s. 26.
- BORA, Tanıl., "“Deliler” saf değiştirdi", **Radikal İki Radikal Gazetesi Eki**, 22 Ekim 2000.
- \_\_\_\_\_ "Futbolumuz Oligarşikleşiyor" **Radikal İki-Radikal Gazetesi Eki**, 6 Haziran 1999.
- \_\_\_\_\_ "Kocaelispor Bir Atık Deposu mu? Kahretmişler Mangası", **Gazete Pazar**, 11 Ocak 1998.
- \_\_\_\_\_ "Ondörtler Ne Alemde?", **Radikal İki Radikal Gazetesi Eki**, S. 63, 21 Aralık 1997, ss. 14-15.
- BÜYÜKTAŞ, Olcay., "Koltuğu bile hacizlik", **Yeni Binyıl Gazetesi**, 7 Ocak 2000.
- CANBAZOĞLU, Ceyhun., "Fener'e İnternette Futbolcu Bakıyoruz", **Milliyet Pazar Milliyet Gazetesi Eki**, 1 Mart 1998, S. 67, s. 3.
- ÇİL, Hüsnü., "Göreve Paşam", **Sabah Gazetesi**, 17 Aralık 1999.
- ÇİZMECİ, Şule., "Siyasete Kırmızı Kart", **Milliyet Gazetesi**, 9 Eylül 1995.
- ÇOL, Zeki., "Artık Utanıyorum", **Milliyet Gazetesi**, 10 Haziran 1999.
- DEMİRKOL, Mehmet., "Futboldan Gelen ve Futbolu Sadece Kendilerinin Bildiklerini İddia Eden Gazeteciler Üzerine Bengay Kokulu Yazarlar", **Gazete Pazar**, 11 Ocak 1998.
- DEVRİM, Hakkı., "«<Daçka>> Dedikleri de Nedir?", **Radikal Gazetesi**, 16 Aralık 1999.
- DUMAN, Selahattin., "Gönül Eğlencesi Şu Yalan Dünya", **Sabah Gazetesi**, 29 Nisan 1999, s. 15.
- \_\_\_\_\_ "Ve Güneş Sarı Kırmızı Doğdu-2", **Sabah Gazetesi**, 11 Mayıs 1998a.
- \_\_\_\_\_ "Maça Gitme Keyfimi de Yok Ettiler..", **Sabah Gazetesi**, 10 Haziran 1998b.
- DÜNDAR, Can., "Tavşan Dağa Küsmüş, Dağın Haberi Olmamış Ben de Bıraktım Fener'i..!", **Sabah Gazetesi**, 25 Mart 2000
- DÜZEL, Neşe., "Ali Sami Alkış Mafya Futbolun Patronu Olabilir", **Radikal Gazetesi**, 27 Aralık 1999.
- EĞİN, Oray., "Dinimi İşime Hiç Karıştırmadım", **Binyıl Gazetesi**, 22 Ekim 2000b.
- \_\_\_\_\_ "Sergen Yalçın'ın Son Şansı Eğlen Güzelim, Gününü Gün Et", **MAG NTV Magazin**, Eylül 2000a, S. 13, ss. 132-133.
- \_\_\_\_\_ "Dört Büyükler", **Radikal İki-Radikal Gazetesi Eki**, 6 Haziran 1999d.



- \_\_\_\_\_ "Şampiyonluğun Fotoromanı 99", **Radikal İki-Radikal Gazetesi Eki**, 23 Mayıs 1999c.
- \_\_\_\_\_ "Fatih Terim'in Yüzleri", **Radikal İki-Radikal Gazetesi Eki**, 16 Mayıs 1999b.
- ERDEMLİ, Atilla., "Kongre Kendini Aydınlattı!", **Radikal Gazetesi**, 21 Kasım 1998.
- \_\_\_\_\_ "Merhaba Avrupa", **Radikal Gazetesi**, 16 Aralık 1999.
- ERSİN, Murat., **Türkiye Spor Postası Gazetesi**, 17 Şubat 1960.
- FİŞEK, Kurthan., "Sporun şanı ülkemizin gururu (2)", **Hürriyet Gazetesi**, 19 Eylül 2000b.
- \_\_\_\_\_ "Sporun şanı ülkemizin gururu (1)", **Hürriyet Gazetesi**, 17 Eylül 2000a.
- \_\_\_\_\_ "Elhamdulillah Fenerbahçeli'yim!", **Hürriyet Gazetesi**, 16 Aralık 1999.
- \_\_\_\_\_ "Siyaset Spora Karışmaz Siyaset "Spor" Yapar", **Hürriyet Gazetesi**, 18 Ekim 1998b.
- \_\_\_\_\_ "Benim Adım "Siyaset" Top Oynarım Adamımm!", **Hürriyet Gazetesi**, 11 Haziran 1998a.
- GÖKÇE a, Atilla ve Murat Ağca (Haz.), "Asra Damgasını Vuranlar", **Milliyet Gazetesi**, 1 Ocak 2000.
- GÜMÜŞ, Semih., "Küçüklerin geleceği", **Radikal Gazetesi**, 18 Kasım 2000.
- GÜNEŞ, Umut., "Majestelerinin Varisi Iverson", **Binyıl Gazetesi**, 26 Kasım 2000.
- GÜRSOY, İlke., "Kartal Yuvasına El Attı", **Gazete Pazar Gazetesi**, 21 Mart 1999.
- HARANİ, Yavuz., "Sporun Bedri'si", **Hürriyet Cumartesi Hürriyet Gazetesi Eki**, 18 Kasım 2000d.
- \_\_\_\_\_ "Hava Parasına Kırmızı Kart", **Hürriyet Pazar Hürriyet Gazetesi Eki**, 8 Ekim 2000c.
- \_\_\_\_\_ "Bakan ve FB: Kaldırılсын GS ve BJK: Kaldırılmasın", **Hürriyet Pazar Hürriyet Gazetesi Eki**, 24 Eylül 2000b.
- \_\_\_\_\_ "Sahalarımızda İki Çatışma", **Hürriyet Pazar Hürriyet Gazetesi Eki**, 16 Nisan 2000a.
- IŞIKARA, A. Mete., "Hayata Dönüş!" **Akşam Gazetesi**, 10 Ocak 2000.
- IŞIKLAR, Aykut., "Biraz da Futbol Kazanı Karıştıralım", **Akşam Gazetesi**, 28 Şubat 2000.
- JACKSON, Steven J., "Sport, Violence, and Advertising in the Global Economy", New Zealand, Dunedin: 1999.
- KANAT, Kazım., "Beşiktaş'ın yediği 6 golden Galatasaray da sorumludur", **Akşam Gazetesi**, 30 Eylül 2000.
- KARASU, Ayşe Özek., "Yoksulluk 2006'da Bitecek", **Hürriyet Pazar Hürriyet Gazetesi Eki**, 19 Kasım 2000.

- KAYALIOĞLU, Emrah., (Haz.), "97 Hakan'ın yılıydı", **Kale Arkası Yeni Yüzyıl Gazetesi Spor Eki**, 10 Ocak 1998, ss. 1-3.
- KIŞLALI, Mehmet Ali., "Başka Maç mı?", **Radikal Gazetesi**, 2 Şubat 2000.
- \_\_\_\_\_ "NBA, Efes, Tofaş ve...", **Radikal Gazetesi**, 19 Mayıs 1999.
- KIVANÇ b, Ümit., "Taraftar-Yazar Ucubesi", **Radikal İki Radikal Gazetesi Eki**, 14 Aralık 1997b, S. 62, s. 21.
- \_\_\_\_\_ "Yine "Bu Kafa"ya Dair", **Radikal İki Radikal Gazetesi Eki**, 28 Eylül 1997a, S. 51, s. 15.
- KORYÜREK, Cüneyt E., "Benim Derdim Atletizm", **Radikal Gazetesi**, 18 Kasım 2000b.
- \_\_\_\_\_ "Futbol mu, Politika mı?", **Radikal Gazetesi**, 19 Ocak 2000a.
- \_\_\_\_\_ "Futbolun Ardındaki Spor", **Radikal Gazetesi**, 25 Aralık 1999.
- ÖZCAN, Zafer., "En İyi Spor Yazarı Benim", **Zaman Pazar**, S. 22, 30 Mayıs 1999, ss. 6-7.
- ÖZDEMİR, Gökmen., "Ulubatlı İskoç", **Binyıl Gazetesi**, 26 Kasım 2000b.
- \_\_\_\_\_ "Kazanmak İçin Totem Yapıyorlar", **Sabah Gazetesi Günlük Yaşam Eki**, 1 Ocak 2000a.
- ÖZDENER, Bahadır., "Fener Cumhuriyeti'nde Darbe Çağrısı", **Sabah Gazetesi**, 18 Aralık 1999, s. 16.
- ÖZEK KARASU, Ayşe., "Basketin Güç Sımsarları" **Hürriyet Gazetesi Eki Hürriyet Pazar**, 3 Eylül 2000.
- ÖZGENTÜRK, Jale., "Politika Virüsü Damarlarında", **Star Gazetesi**, 10 Nisan 2000.
- ÖZYEMİŞÇİ, Özcan., "'AB' Kararı Radikal ve İçten Değil", **Radikal Gazetesi**, 19 Mayıs 1999.
- RENKLİKURT, Turgay., "Otomatiğe Bağlamışlar", **Akşam Gazetesi**, 7 Şubat 2000.
- \_\_\_\_\_ "Artık Konuş", **Akşam Gazetesi**, 11 Ocak 2000.
- SARİBEYOĞLU, Aydın., "Taraftar Yönetime Giriyor", **Akşam Gazetesi**, 30 Aralık 1999.
- SİPAHİ, Tarık., "Her Zaman, Her Yerde Rastlayabilirsiniz Futbol Klişeleri", **Gazete Pazar**, 11 Ocak 1998, s. 27.
- TANRIKULU, Altan., "Fener'in 4 Transferi", **Maraton Sabah Gazetesi Eki**, 11 Mayıs 1999.
- TOKGÖZ a, Cengiz., "Mayın Tarlası", **Taraftar Fotomaç**, 24 Mart 2000.
- TUNCA, Meriç., "Madem öyle, İşte Böyle", **Star Gazetesi**, 17 Ocak 2000b.
- \_\_\_\_\_ "Gidiş İçin Bir Bilet Lütfen", **Star Gazetesi**, 10 Ocak 2000a.
- \_\_\_\_\_ "Aziz Abi Yine Ben", **Star Gazetesi**, 10 Aralık 1999b.
- \_\_\_\_\_ "Aziz Abiye!", **Star Gazetesi**, 8 Aralık 1999a.

- TÜKENMEZ, Metin., "Spor Gazetecisi ve Özgürlük", **Radikal Gazetesi**, 30 Ocak 2000.
- TÜRKOĞLU, Faruk., "Fenerbahçe Niye Kahırbahçe Oldu?" **Eki İşte İnsan Sabah Gazetesi**, 19 Aralık 1999.
- ULUÇ a, Hıncal., "Biz niye böyle olduk", **Sabah Gazetesi**, 1 Ekim 2000.
- \_\_\_\_\_ "Ateş Olmayan Yerde...", **Sabah Gazetesi**, 23 Aralık 1999c.
- \_\_\_\_\_ "Löw'ün Hiçbir Günahı Yok", **Sabah Gazetesi**, 8 Nisan 1999b.
- \_\_\_\_\_ "Fenerbahçe Muhabirlerine Ne Oluyor?", **Sabah Gazetesi**, 8 Nisan 1999a.
- URAL, Ömer., "Biraz da Eleştiri!", **Akşam Gazetesi**, 30 Eylül 2000b.
- \_\_\_\_\_ "Doktor Civanım", **Akşam Gazetesi**, 27 Eylül 2000a.
- UZUNOĞULLARI, Cüneyt., "Cimbom Avrupa Vitrinine Zayıf Mali Karneyle Çıktı", **Finans Hürriyet Gazetesi Eki**, 26 Kasım 2000.
- YAŞAR, Hakan., "Yurtta ve Dünyada Asrın Olayları", **Star Gazetesi**, 31 Aralık 1999.
- YENER, Tefik., "Ateşli Kadın ve Gol Kralına Aşkı", **Sabah Gazetesi**, 26 Nisan 1998.
- YILMAZ a, Mehmet Y., "Mussolini ve Arkan.. Lazio'nun Yeni Futbolcuları!", **Radikal Gazetesi**, 2 Şubat 2000.
- \_\_\_\_\_ "1907'de Doğdu Aşkımız", **Radikal Gazetesi**, 25 Aralık 1999.
- ZELYURT, Rıza., "Mavi-Beyaz Dadaşlar - 2", **Akşam Gazetesi**, 4 Mayıs 1998.
- \_\_\_\_\_ "Mavi-Beyaz Dadaşlar - 1", **Akşam Gazetesi**, 3 Mayıs 1998.
- "Devletten Millete Bir Türlü Geçemedi", **Sabah Gazetesi**, 18 Ocak 2000.
- "10 Milyar Dolarlık Jordan Endüstrisi", **Hürriyet Gazetesi**, 11 Haziran 1998.
- "279 Gazeteci Maçta", **Binyıl Gazetesi**, 26 Kasım 2000.
- "60 Milyon Kalp Güm Güm", **Taraftar Fotomaç**, 21 Ekim 1993.
- "ABD'nin Simgesi Lalas", **Milliyet Gazetesi**, 17 Mayıs, 1998.
- "Altın Yumurtlayan Bir Spor... Formula", **Focus**, S. 5, Mayıs 1995, ss. 16-21.
- "Artık Galatasaraylıyım", **Akşam Gazetesi**, 7 Ocak 1999.
- "Aslanım İngiliz Evinde Tokatlayacak", **Taraftar Fotomaç**, 7 Aralık 1994.
- "Avrupa Bombalanacak", **Taraftar Fotomaç**, 16 Eylül 1992.
- "Babasına Bak Kızımı Al", **Taraftar Fotomaç Gazetesi**, 17 Mart 2000.
- "Beşiktaş'ın Zencisi Değiliz", **Akşam Gazetesi**, 23 Şubat 2000.
- "Biz Bu Polonya'yı Türkiye'de Oyarız", **Taraftar Fotomaç**, 24 Eylül 1992.
- "Boynuz Kulağı Çoktan Geçti", **Binyıl Gazetesi**, 22 Ekim 2000.
- "Bu Can Sana Kurban", **Fanatik**, 17 Mart 2000.
- "Bunlar Eşşoğlueşek", **Taraftar Fotomaç**, 25 Kasım 1998.

- “Carlo Artık Bizden Biri”, **Star Gazetesi**, 15 Ocak 2000.
- “Cemiyetin Adayı Tantan”, **Yeni Binyıl Gazetesi**, 24 Ocak 2000.
- “Eleyeceksiniz Başka Yolu Yok”, **Taraftar Fotomaç**, 30 Eylül 1993.
- “Fatih ‘İmperatore’ Olur”, **Sabah Gazetesi**, 1 Haziran 2000.
- “Futboldaki Sistemlerin Kısa Tarihi”, **Bilim ve Ütopya**, Haziran 2000, S. 72, s. 17.
- “Galatasaray Halktan 26 Milyon Dolar Toplayacak”, **Hürriyet Gazetesi**, 17 Eylül 2000.
- “Gidin Vurun Gelin”, **Taraftar Fotomaç**, 16 Eylül 1997.
- “GS’Lilere Bizi Meze Yapma”, **Star Gazetesi**, 8 Aralık 1999.
- “Hakan Şükür İnternetin Kralı”, **Hürriyet Gazetesi**, 20 Eylül 2000.
- “Haydi Kartal Parçala Horozu”, **Fanatik**, 1 Ekim 1997.
- “Haydi Korkma Vur Yumruğunu”, **Taraftar Fotomaç**, 16 Eylül 1992.
- “Hem Kızdırıyorlar, Hem Bıktırıyorlar Ama Futbolsever Onların Tiryakisi Topu Lafla Kovalıyorlar”, **Hürriyet Cumartesi Hürriyet Gazetesi eki**, 11 Kasım 2000.
- “Holdingleer Yeşil Sahada”, **Yeni Binyıl Gazetesi**, 22 Ocak 2000.
- “Holigan, Bayraklı Tişörtle Duruşmada”, **Hürriyet Gazetesi**, 20 Eylül 2000.
- “İngilizler Hakan’ı Kapak Yaptı”, **Akşam Gazetesi**, 8 Mart 2000.
- “İnönü’de Boğarız”, **Taraftar Fotomaç**, 20 Kasım 1996.
- “İran Futbolunun Kale Arkası”, **Gazete Pazar Gazetesi**, 17 Mayıs 1998.
- “Jet-Pa’dan Oktay’a noter tespiti”, **Akşam Gazetesi**, 3 Kasım 1999.
- “Jordan En Zengin Sporcu”, **Hürriyet Gazetesi**, 7 Haziran 1998.
- “Kızlar Kadar Olamadılar”, **Fanatik**, 25 Kasım 1998.
- “Konya’dan Örnek Davranış”, **Radikal Gazetesi**, 22 Ocak 2000.
- “Melih Gökçek’in Israrı Sürüyor”, **Radikal Gazetesi**, 10 Ocak 2000.
- “Meşin Yuvarlak Para Basıyor”, **Sabah Gazetesi**, 18 Temmuz 2000.
- “Ne Kadar Stat, O Kadar Futbol!”, **Radikal Gazetesi**, 29 Ocak 2000.
- “Neredesiniz Delikanlı Juventus Erkekleri”, **Taraftar Fotomaç**, 25 Kasım 1998.
- “Oktay Jet-Pa Kapaştı”, **Akşam Gazetesi**, 2 Kasım 1999.
- “Oyun, Seks ve Maç”, **Radikal İki Radikal Gazetesi**, 19 Eylül 1999.
- “Ölüm Kalım Savaşı”, **Fanatik**, 22 Ocak 1997.
- “Pendik Depremi Meclisi de Sarstı”, **Hürriyet Gazetesi**, 16 Aralık 1999.
- “Popüler Kültür ve Futbol Uyuşturuluyoruz”, **Ülkü Ocağı**, 15 Temmuz 1996 a, Yıl: 3, S. 31, ss. 8-17.

- “Sabah’ın Kadrolu + Maaşlı Elemanı Oldu Dünya Şampiyonu Fedail Güler Artık İşsiz Değil!”, **Sabah Gazetesi**, 24 Kasım 1994.
- “Savaş Aptallıktır”, **Milliyet Gazetesi**, 1 Nisan 1999.
- “Savulun Türkler Geliyor”, **Fanatik**, 11 Haziran 1996.
- “Seni Sevmeyen Ölsün”, **İkibin'e Doğru**, 14-20 Haziran 1987, Yıl: 1, S. 24, ss.8-18.
- “Sezer’le Devam mı?”, **Sakarya Gazetesi**, 2 Mayıs 1998.
- “Sıçrayan Gen ‘Jordan’”, **Hürriyet Gazetesi**, 10 Nisan 1999.
- “Sınır Ötesi Harekat”, **Fanatik**, 10 Eylül 1996.
- “SPK’dan Kombassan’a Reklam Yasağı”, **Hürriyet Gazetesi**, 25 Mart 2000.
- “Spor Dünyası”, **Power Ekonomi Dergisi**, Temmuz, 1998, ss. 194-202.
- “Şerefsizler”, **Fanatik**, 24 Kasım 1998.
- “Şerefsizler”, **Taraftar Fotomaç**, 24 Kasım 1998.
- “Şükürler Olsun Hakanımız Var!”, **Akşam Gazetesi**, 19 Ocak 2000.
- “Taraftar Kolları Sıvadı”, **Sakarya Gazetesi**, 28 Nisan 1998.
- “Telegol”, **Star TV** 26 Kasım 2000.
- “Tuttuğu Gerçek Takımı Açıkladı”, **Hürriyet Gazetesi**, 26 Aralık 1999, s. 20.
- “Türksün Bugün Ezer Geçersin”, **Taraftar Fotomaç**, 27 Ekim 1992.
- “Ünlüler Barış İçin Maç Yaptı”, **Sabah Gazetesi**, 27 Mayıs 2000.
- “Ya İstiklal Ya Ölüm Maçı”, **Taraftar Fotomaç**, 29 Mart 1995.
- “Yeşil Sermaye Yeşil Sahalarda”, **Sabah Gazetesi**, 18 Temmuz 2000.
- Aktüalite Spor Dünyası Haftalık Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 4, 16 Şubat 1959.
- Altay Ege Spor Postası**, Yıl: 1, S. 7, 2 Ocak 1950.
- At ve Spor Haftalık At Yarışları Mecmuası**, Yıl: 4, S. 130, 8 Aralık 1959.
- Beşiktaş Yeni Karakartallar Haftalık Spor Gazetesi**, Yıl 1, S. 4, 20 Eylül 1961.
- Beykoz Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 9 Haziran 1952.
- Büyük Futbol Ansiklopedisi**, Tercüman Gazetesi Yayınları, C. 1, C. 2, 1990.
- Demiryolcular Sanat ve Spor Dergisi**, Yıl: 1, S. 1, 5 Mayıs 1949.
- Derbi**, Yıl: 3, C. 4, S. 81. 18 Eylül 1947.
- Dışişleri Güncesi Aralık 1998**, Ankara: Dışişleri Bakanlığı Yayınları, Yayın Tarihi Belirtilmemiş.
- Dizgin Haftalık Bitaraf Atçılık Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 17 Mart 1949.
- Ekip Spor Haftalık Bitaraf Mecmua**, Yıl: 1, S. 1, 9 Eylül 1959.
- Fener Haftalık Spor Gazetesi**, Yıl: 4, S. 184/3, 27 Kasım 1950.

- Futbol Mecmuası**, C. 1, S. 3, Mayıs 1961.
- Galatasaray Haftalık Spor Dergisi**, Yıl: 1, S. 1, 6 Eylül 1961.
- Galatasaray Haftalık Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 18 Ekim 1961.
- Galatasaray Haftalık Spor ve Aktüalite Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 28 Mart 1962.
- Galatasaray Spor Gazetesi**, S. 52, 18 Ekim 1948.
- Galatasaray Spor ve Sinema Mecmuası**, Yıl: 3, S. 102, 20 Ekim 1958.
- Galatasaray Spor ve Sinema Mecmuası**, Yıl: 3, S. 101 13 Ekim 1958.
- Galop Haftalık Atyarışları Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 5 Mayıs 1959.
- Gol Spor**, Yıl: 22, S. 12.14 Mayıs 1949.
- Güney Spor**, Yıl: 1, C. 1, 19 Eylül 1949.
- Günlük Spor Tarafsız Siyasi Gazete**, Yıl: 1, S. 322, 8 Eylül 1957.
- Haftalık Ankara Spor**, Yıl: 1, S. 2, 4 Ekim 1954.
- Havacılık ve Spor Aylık Dergi**, S. 369, Temmuz 1946.
- Hipodrom**, Yıl: 1, S. 1, Ekim 1955.
- İstanbulspor Haftalık Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 10 Ekim 1949.
- Jokey Kulübü Mecmuası**, Yıl: 1, S. 49, 10 Ekim 1961.
- Kamçı Haftalık At Sporları Mecmuası**, Yıl: 3, S. 128, 9 Nisan 1952.
- Kırmızı Beyaz Bitaraf Spor Gazetesi**, Yıl: 16-1, S. 10, 1 Aralık 1952.
- Kulis Spor**, Yıl: 1, S. 1, 7 Kasım 1957.
- Maç-Spor Haftalık Tenkit ve Tahlil Mecmuası**, Yıl: 12, S. 169, 1957.
- Maç-Spor Haftalık Tenkit ve Tahlil Mecmuası**, Yıl: 12, S.166, 1957.
- Meydan Larousse**, C. 6.
- Okul-Spor**, Cilt: 1, S. 14, 1 Mart 1940.
- Olimpiyat Tarafsız Spor Gazetesi**, Yıl: 2, S. 69, 2 Mayıs 1950.
- Oxford Ansiklopedik Sözlük**, C. 4.
- Öz Fenerbahçe Spor Gazetesi**, Yıl: 2, S. 84, 17 Ekim 1949.
- Özspor**, Yıl: 1, S. 1, 18 Ekim 1953.
- Profesyonel Haftalık Spor Dergisi**, Yıl: 1, S. 7, 4 Ekim 1947.
- Profesyonel Spor**, S. 71, Şubat 1957.
- Realist Haftalık Bitaraf Spor Gazetesi**, Yıl: 1, S. 1, 9 Mayıs 1959.
- Resimli Spor Dünyası**, Yıl: 1, S. 1, 3 Şubat 1951.
- Resimli Türkçe Sözlük**, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 1977.
- Sarı Laciverd**, Yıl: 1, S. 2, 13 Eylül 1937.
- Sarı Lacivert**, Yıl: 1 S. 45, 29 Kasım 1948.

- Sarı Lacivert**, Yıl: 1, S. 46, 4 Aralık 1948.
- Sine-Maç Haftalık Spor ve Sinema Gazetesi**, Yıl: 1, S. 13, 25 Aralık 1954.
- Sinespor Haftalık Sinema ve Spor Magazini**, Yıl: 1, S. 2, 2 Mart 1953.
- Son Ajans Spor Dergisi**, Yıl: 4, S. 6, 17 Eylül 1973.
- Spor Aktüalite Haftalık Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 16 Mart 1957.
- Spor Alemi Haftalık Tarafsız Spor Gazetesi**, Yıl: 1, S. 28, 25 Aralık 1950.
- Spor Alemi Tarafsız Spor Gazetesi**, Yıl: 1, S. 5, 22 Mayıs 1950.
- Spor Dünyası**, Yıl: 3, S. 77, 1960.
- Spor Haberleri Dergisi**, Yıl: 1, S. 1, 14 Mart 1949.
- Spor Haberleri Haftalık Spor Gazetesi**, Yıl: 1, S. 1, 31 Ekim 1948.
- Spor Haftalık Spor Gazetesi**, Yıl : 1, S. 6, 18 Mart 1946.
- Spor Tahmin Haftalık Müşterek Bahis Gazetesi**, Yıl: 1, S. 14, 26-27 Şubat 1960.
- Spor Toto Tahmin Haber Atçılık Gazetesi**, Yıl: 1, S. 1, 9 Nisan 1961.
- Sportmen Haftalık Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 16, 27 Ocak 1947.
- Sportmen Spor Gazetesi**, Yıl: 1, S. 1, 26 Şubat 1949.
- Sportmen**, Yıl: 1, S. 1, Temmuz 1957.
- Stad**, Yıl: 12, S. 255, 29 Eylül 1953.
- Stad**, Yıl: 9, S. 27, 22 Eylül 1947.
- Stad**, Yıl: 9, S. 56, 19 Nisan 1948.
- Start Atçılık ve Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 9 Mart 1954.
- Top Spor Haftalık Spor ve Edebiyat Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 19 Mayıs 1954.
- Toto Spor Dergisi**, Yıl: 1, S. 1, 9 Nisan 191.
- Toto**, Yıl: 1, S. 1, 3 Eylül 1962.
- Trakya Spor**, Yıl: 1, S. 11, 24 Kasım 1958.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası**, Md. 133; 1982.
- Türkiye Spor Alemi Tarafsız Haftalık Spor Gazetesi**, Yıl: 1, S. 1, 8 Kasım 1954.
- Türkiye Spor Postası Haftalık Tarafsız Gazete**, Yıl: 1, S. 2, 17 Şubat 1960.
- Türkiye Spor Tarafsız Günlük Gazete**, Yıl 3, S. 1091, 27 Kasım 1960.
- Türkiye Spor Tarafsız Günlük Gazete**, Yıl: 1, S. 1, 18 Kasım 1953.
- Türkspor Alemi**, Yıl: 1, S. 33, 24 Eylül 1951.
- Türkspor**, Yıl: 2, S. 49, 5 Nisan 1948.
- Yarış ve At Haftalık Atçılık ve Spor Gazetesi**, Yıl: 1, S. 1, 8 Mart 1960.
- Yarış-Spor Haftalık İdeal Atçılık ve Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 1, 5 Haziran 1956.
- Yeni İz Spor Gazetesi**, Yıl: 5, S. 55, Nisan 1948.

**Yeni Kırmızı Beyaz Bitaraf Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 12, 25 Kasım 1957.

**Yeni Kırmızı Beyaz Bitaraf Spor Mecmuası**, Yıl: 1, S. 22, 3 Şubat 1958.

**Yeni Spor Toto Gazetesi Haftalık Spor ve Futbol Bahsi Müşterek Gazetesi**, Yıl: 1, S. 16, 12 Mart 1962.

## GÖRÜŞMELER

ÇOL, Zeki., -Milliyet Gazetesi spor yazarı- “Araştırma Örnekleme ve Spor Basını Dili” konulu telefonla yapılan görüşme, 12 Şubat 2001, saat 17.25-17.35.

ERDEMLİ, Atilla., - Radikal Gazetesi Spor Yazarı, İstanbul Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Öğretim Üyesi- “Spor Basınının Politik İşlevleri” konulu görüşme, Manisa: 28 Ocak 2000.

HACKFORTH, Josef., -Deutsche Sport Hochschule Köln Öğretim Üyesi- “Spor Basınının Politik İşlevleri” konulu görüşme, Manisa: 27 Ocak 2000.

HEPER, Fethi., -Anadolu Üniversitesi BESYO Müdürü Öğretim Üyesi- “Araştırma Örnekleme” konulu telefonla yapılan görüşme, 14 Şubat 2001, saat 12.00-12.10.

KIVANÇ b, Ümit., -“Medyakronik Web Sitesi Gazeteci-Yazar- “Spor Basınının Dili” konulu görüşme, Eskişehir: 3 Mayıs 2001.

TÜKENMEZ, Metin., -Marmara Üniversitesi BESYO öğretim üyesi, Radikal Gazetesi spor yazarı- “Araştırma Örnekleme ve Spor Basını Dili” konulu telefonla yapılan görüşme, 12 Şubat 2001, saat 17.35-17.45.

TÜKENMEZ, Metin., -Marmara Üniversitesi BESYO öğretim üyesi, Radikal Gazetesi spor yazarı- “Araştırma Örnekleme ve Spor Basını Dili” konulu telefonla yapılan görüşme, 12 Şubat 2001, saat 17.35-17.45.

\_\_\_\_\_ “Spor Basınının Politik İşlevleri” konulu görüşme, Manisa: 27 Ocak 2000.

## TELEVİZYON PROGRAMLARI

ALTAYLI, Fatih., “Teke Tek Programı”, **Kanal D**, [Yayın Tarihi Belli Değil].

“Ana Haber Bülteni”, **ATV**, 13 Aralık 1999.

“Ana Haber Bülteni”, **ATV**, 9 Ocak 2000.

“Ana Haber Bülteni”, **Kanal 6**, 27 Kasım 2000.

“Ana Haber Bülteni”, **Star TV**, 8 Ocak 2000.

“Ana Haber Bülteni”, **Kanal 7**, 16 Mayıs 1998.

“Basın Tribünü”, **Super Sport**, 6 Kasım 2000.

“Bizim Stadyum”, **ATV**, 23 Ocak 2000.



“Futbol Mahkemesi”, **Kanal D**, 7 Mart 2000.

“Siyaset Meydanı”, **ATV**, 20 Aralık 1996.

“Spor Haberleri”, **NTV**, 12 Şubat 2000.

## **WEB ADRESLERİ**

<http://mediaassociation.com/samerica/argentin.html.newspapers>

[http://surfchina.com/html/newsandmedia\\_newspaper\\_sportsnewspaper](http://surfchina.com/html/newsandmedia_newspaper_sportsnewspaper).

<http://allnewspapers.com/default.html>

<http://mediaassociation.com/samerica/argentin.html.newspapers>

\* Çalışmanın şekillenmesinde Tez İzleme Komitesi üyeleri Prof. Dr. Sezen Ünlü ve Prof. Dr. Fethi Heper’in görüşlerine başvurulmuştur. Çalışmanın uygulama bölümünde Yrd. Doç. Dr. Erkan Yüksel’in görüşlerinden büyük ölçüde yararlanılmıştır. Yine uygulama bölümünün desenlenmesinde Yrd. Doç. Dr. A. Murat Vural, Arş. Gör. Hüseyin Altunbaş, Öğr. Gör. Metin Tükenmez, Milliyet Gazetesi eski Spor Müdürü Zeki Çol’un görüşlerine başvurulmuştur. Uygulama sonuçlarının değerlendirilmesi ve çalışmanın son halinin verilmesi aşamalarında Yrd. Doç. Dr. Erkan Yüksel ve Arş. Gör. Hüseyin Altunbaş’ın yardım ve önerileri alınmıştır.