

**YEREL BASINDA ÇALIŞAN SPOR  
MUHABİRLERİNİN  
PROFESYONEL FUTBOL KULÜPLERİ  
İLE KAYNAK-MUHABİR İLİŞKİLERİ:  
ESKİŞEHİRSPOR ÖRNEĞİ**  
**Ali Rıza SOLMAZ**  
**(Yüksek Lisans Tezi)**  
**Eskişehir, 2011**

**YEREL BASINDA ÇALIŞAN SPOR MUHABİRLERİNİN PROFESYONEL  
FUTBOL KULÜPLERİ İLE KAYNAK-MUHABİR İLİŞKİLERİ:  
ESKİŞEHİRSPOR ÖRNEĞİ**

**Ali Rıza SOLMAZ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**  
**Basın-Yayın Ana Bilim Dalı**  
**Danışman: Yrd. Doç. Dr. Haluk Birsen**

**Eskişehir**  
**Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**  
**Kasım, 2011**



## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Ali Rıza SOLMAZ'ın "Yerel Basında Çalışan Spor Muhabirlerinin Profesyonel Futbol Kulüpleri İle Kaynak Muhabir İlişkileri: Eskişehirspor Örneği" başlıklı tezi 14 Kasım 2011 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, **Basın ve Yayın Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : Yard.Doç.Dr.Haluk BİRSEN

Üye : Prof.Dr.Nejdet ATABEK

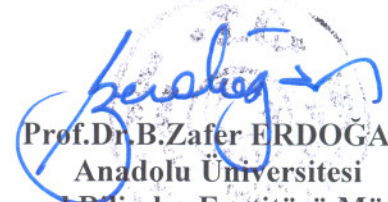
Üye : Yard.Doç.Dr.Hilmi Rafet YÜNCÜ

İmza







  
Prof.Dr.B.Zafer ERDOĞAN  
Anadolu Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

## Yüksek Lisans Tez Özü

# YEREL BASINDA ÇALIŞAN SPOR MUHABİRLERİNİN PROFESYONEL FUTBOL KULÜPLERİ İLE KAYNAK-MUHABİR İLİŞKİLERİ: ESKİŞEHİRSPOR ÖRNEĞİ

Ali Rıza SOLMAZ

Basın-Yayın Ana Bilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekim, 2011

Danışman: Yrd.Doç.Dr. Haluk Birsen

Araştırmanın birinci bölümünde Problem, Amaç, Önem, Sayıtlar ve Sınırlılıklar tanımlanmıştır. Ayrıca bu bölümde spor haberleri ve spor habercilerinin özellikleri verilerek, futbol kulüplerinin haber kaynaklarının neler olduğu açıklanmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde, yöntem üçüncü bölümünde ise, bulgular ve yoruma yer verilmiştir.

Araştırma Eskişehir’de bulunan yerel basın spor muhabirlerinin kendi görüşlerine göre profesyonel futbol kulüpleri ile haber-kaynak ilişkileri üzerine kurgulanmıştır. Araştırma nitel araştırmaya dayalı bir durum çalışmasıdır. Yerel basında çalışan spor muhabirlerinin haber kaynakları literatürde ki haber kaynaklarından bir farklılık göstermemiştir.

Spor muhabirlerinin haber kaynak ilişkileri için soru formu hazırlanmış bu soru formu doğrultusunda katılımcılarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada yerel basın spor muhabirlerinin haber kaynakları ile ilişkilerinde mesafeli duruş sergiledikleri belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Haber-kaynak, yerel basın, Eskişehirspor

## Abstract

# **SOURCE-REPORTER RELATIONSHIPS BETWEEN LOCAL SPORTS REPORTERS AND PROFFESIONAL FOOTBALL CLUBS OF LOCAL SPORTS REPORTERS: ESKİŞEHİRSPORT CLUB EXAMPLE**

**Ali Rıza SOLMAZ**

**Main Branch of Media Science**

**Anadolu University Social Sciences Institute, October 2011**

**Counselor: Yrd.Doç.Dr. Haluk Birsen**

On the first part of the research, Problem, Purpose, Importance, Premise and Limits are defined. On this part, also news sources of the football clubs are explained through defining the features of sports news and sport and sports journalism. Method is explained on the second part, data and comments are given on the third part.

Research is made on the news-source relationships between professional football clubs and sports reporters depending on reporters' own opinions. This research is a case study depending on qualitative research. Sources of the local sports media reporters were not different than the news sources in the literature.

A question form prepared for news-source relationships of reporters and according to that form, interviews with participants were performed. On this study, it is determined that local sports reporters leaves distance with their sources.

**Keywords:** News-source, local media, Eskişehirspor.

## Özgeçmiş

Ali Rıza SOLMAZ

Basın-Yayın Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans

### Eğitim

Yüksek Lisans	2007	Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
Lisans	2003	Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi
Ön Lisans	1995	Balıkesir Üniversitesi M.Y.O. Turizm ve Otelcilik
Lise	1991	Malatya Lisesi

### Yayın

Yılmaz İ, Solmaz A.R., Yalız D. ve Çelik V.O., " Kurum İçi Spor Etkinliklerine Katılan Bayan ve Erkek Üniversite Öğrencilerinin Vücut İmajı Algıları Arasındaki Farklılık Üzerine Bir Araştırma: (Anadolu Üniversitesi Örneği)", 9. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi, Muğla, 3-5 Kasım 2006

KAYA, Asuman ,H.DEMİROĞLU, R.SOLMAZ ve E.YÜKSEL (2010); Framing a Claim For "Us" And "Other": The Trail Of Columnist Huseyin Uzmez, 8th Communication in the Millennium, May 23-26 2010, Eskişehir, TURKEY.

### Kişisel Bilgiler

Doğum yeri/ yılı: 29.05.1973/Malatya Cinsiyet: Erkek Yabancı dil: İngilizce

## İçindekiler

	<u>Sayfa</u>
Jüri ve Enstitü Onayı.....	i
Öz.....	ii
Abstract.....	iii
Özgeçmiş.....	iv
Tablolar Listesi.....	viii
Kısaltmalar Listesi.....	ix
1. Giriş.....	1
1.1. Problem.....	2
1.1.1. Spor.....	3
1.1.1.1 Türkiye’de sporun tarihsel gelişimi.....	4
1.1.1.2. Sporun, ekonomik, politik ve kültürel işlevleri.....	5
1.1.1.3. Türkiye’de spor örgütlenmesi.....	6
1.1.1.4. Futbol ve Türkiye’de futbol.....	10
1.1.2. İletişim.....	14
1.1.2.1. Kitle iletişimi ve kitle iletişimine yönelik kuramsal yaklaşımlar.....	15
1.1.2.2. Kitle iletişim araçları.....	18
1.1.3. Basın.....	19
1.1.3.1. Basın çalışanları ve gazetecilik.....	23
1.1.4. Haber.....	30
1.1.4.1. Haberin öğeleri.....	32
1.1.4.2. Haber değeri.....	34
1.1.4.3. Haber toplama yöntemleri.....	35
1.1.4.4. Haber çeşitleri.....	39
1.1.4.4.1. Spor haberi ve Türkiye’de ki ilk spor haberleri.....	41
1.1.4.4.2. Spor haberinin özellikleri.....	43

1.1.4.4.3. Spor haberlerinin tiraj ve reytinge etkisi.....	44
1.1.4.5. Haber kaynakları.....	45
1.1.4.5.1. Muhabir- kaynak ilişkisi.....	50
1.1.4.6. Spor muhabirlerinin haber kaynaklar.....	55
1.1.4.6.1. Spor haberlerinde birinci el kaynaklar.....	56
1.1.4.6.2. Spor haberlerinde ikinci el kaynaklar.....	56
1.1.4.6.3. Spor haberlerinde yerinden haber kaynakları.....	57
1.1.4.6.4. Haber kaynağı olarak medya kuruluşları.....	67
1.1.4.6.5. Haber kaynağı olarak devlet kurumları.....	74
1.1.4.6.6. Haber kaynağı olarak spor insanları.....	76
1.1.4.6.7. Haber kaynağı olarak STK'lar.....	80
1.1.4.6.8. Diğer haber kaynakları.....	80
1.1.4.6.9. Haber kaynağı olarak profesyonel futbol kulüpleri.....	82
1.2. Amaç.....	85
1.3. Önem.....	87
1.4. Sayıtlar.....	87
1.5. Sınırlılıklar.....	87
2. Yöntem.....	88
2.1. Araştırma modeli.....	88
2.1.1. Nitel araştırma.....	88
2.2. Araştırma deseni.....	88
2.2.1. Araştırma alanı.....	89
2.2.2. Evren.....	90
2.2.3. Araştırmaya katılanlar.....	90
2.3. Veri toplama aracı.....	91
2.4. Veri toplama süreci.....	92
2.5. Verilerin analizi.....	93
2.6. Araştırmanın inanılırlığı ve geçerliliği.....	93
2.7. Araştırmanın güçlü ve sınırlı yönleri.....	93



<b>3. Bulgular ve Yorum.....</b>	<b>95</b>
<b>3.1. Yerel Basında çalışan spor muhabirlerine göre Eskişehirspor haberlerinin içeriklerini belirleyen temel dinamikler nelerdir?.....</b>	<b>95</b>
<b>3.2. Eskişehirspor’la ilgili muhabirlerin günlük iş pratikleri nasıl gerçekleşiyor ve haber toplama sürecinde karşılaştıkları zorluklar nelerdir?.....</b>	<b>98</b>
<b>3.3. Muhabirlerin Eskişehirspor ile ilgili haber kaynakları nelerdir?.....</b>	<b>102</b>
<b>3.4. Muhabirlere göre Eskişehirspor’da ki haber kaynakları yerel basın ulusal basın ayrımı yapıyor mu?.....</b>	<b>105</b>
<b>3.5. Yerel basın da ki spor muhabirlerinin Eskişehirspor’da ki haber kaynakları ile ilişkilerinin mesafesi nedir?.....</b>	<b>107</b>
<b>3.6. Eskişehirspor kulübünde muhabirlere istihbarat sağlayan haber kaynakları var mı?.....</b>	<b>109</b>
<b>3.7. Muhabirler, Eskişehirspor’la ilgili haber sürecinde haber kaynaklarından baskı ve yönlendirme ile karşılaşılıyor mu?.....</b>	<b>112</b>
<b>3.8. Eskişehirspor’la ilgili haberlerde muhabirler kulübe baskı ve yönlendirme yapıyor mu?.....</b>	<b>114</b>
<b>3.9. Muhabirler Eskişehirspor’la ilgili olumlu ya da olumsuz haber yaptığında kulüple olan ilişkilerinde değişiklik oluyor mu?.....</b>	<b>117</b>
<b>3.10. Muhabirler kulüple olan kişisel ilişkilerini nasıl tanımlıyor?.....</b>	<b>121</b>
<b>4. Sonuç ve Öneriler.....</b>	<b>123</b>
<b>4.1. Sonuç.....</b>	<b>123</b>
<b>4.3. Öneriler.....</b>	<b>126</b>
<b>Kaynakça.....</b>	<b>128</b>

## Tablolar Listesi

	<u>Sayfa</u>
<b>Tablo 1: Katılımcıların görüşme numaraları.....</b>	<b>91</b>
<b>Tablo 2: Katılımcılar ile görüşme süreleri.....</b>	<b>92</b>

## Kısaltmalar

<b>G.S.G.M.</b>	Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü
<b>D.P.T.</b>	Devlet Planlama Teşkilatı
<b>T.U.İ.K.</b>	Türkiye İstatistik Kurumu
<b>TV</b>	Televizyon
<b>TSK</b>	Türk Spor Kurumu
<b>BTGM</b>	Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü
<b>FA</b>	Futbol Birliği
<b>TDK</b>	Türk Dil Kurumu
<b>MEGEP</b>	Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi
<b>5N1K</b>	Ne, Nerede, Nasıl, Niçin, Neden, Kim
<b>ABD</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>MILNET</b>	ABD Askeri Ağ Sistemi
<b>BESYO</b>	Beden Eğitim Spor Yüksekokulu
<b>STK</b>	Sivil Toplum Kuruluşu
<b>TFF</b>	Türkiye Futbol Federasyonu

## 1. Giriş

Spora duyulan ilgi giderek artmakta ve spor her geçen gün toplumda daha fazla ilgi görerek yaygınlaşmaktadır. Büyük stadyumların, spor salonlarının ve spor alanlarının insanlarla dolup taşması, bir yandan da radyo, televizyon ve basın gibi çağımızın en etkin kitle iletişim araçlarının uzun yayın sürelerini ve sayfalarını spora ayırmaları da bu toplumsal olguya verilen önemi göstermektedir (Arıkan vd., 2004: 553).

Özellikle profesyonel futbol kulüplerinin toplumsal ilgiyi üzerinde toplaması ve halkın büyük bir bölümünün futbol sevgisi, yerel basından, ulusal basına ve uluslararası basına haber aktarımını önemli bir boyuta ulaştırmıştır. Herhangi bir yerdeki futbol müsabakasının kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın herhangi bir yerinden izlenebilmesinde ve sporun büyük kitlelerin ilgisini çekmesinde, kitle iletişim araçlarında sergilenmesinin rolü ve katkısı ise yadsınamaz (Kazaz, 2007b: 84).

Günlük veya haftalık basın organlarında, görsel ve işitsel yayın yapan kurumlarda spor önemli ölçülerde yer bulmaktadır. Uydu yayınlarıyla, internetle Amerika'daki ya da Avrupa'daki bir futbol müsabakasını anında izleme ve haberdar olma olanağı ortaya çıkmıştır (Kocadaş, 2005: 6).

Kitle iletişim araçlarında sporun büyük ölçülerde yer alması ile özellikle, spor – basın ilişkisinin artmasıyla, spor hemen hemen her kesimin ilgisini çekmeye başlamıştır. Bu ilişkide sporun toplumları etkilemesinin yanı sıra basının spora önem vermesi de önemli bir etkidir. Bu bağlamda toplumsal olana karşı duyarsız ve ilgisiz kalamayan basın da içerik olarak sporu işlemiş, böylece spor ile ilgili haber verirken spora özgü yeni bir izler kitle yaratmıştır. Zaman içerisinde spor ve basın birlikteliği kaçınılmaz bir çıkar ilişkisine dönüşmüştür. Bunda kuşkusuz sporun ve spor basınının işlevleri de etkili olmuştur (Kaya, 2002: 179). Bu işlevsellikte Türk Basını da spor haberciliği ile özellikle de profesyonel futbol kulüpleri ile ilgilenmiştir. Bu da halkın büyük bir kesiminin futbola olan ilgisinden kaynaklanmaktadır. Türkiye’de yayınlanan üç gazete üzerinde yapılan bir araştırmaya göre, Milliyet Gazetesi’nin spor sayfalarındaki spor

yazılarında futbola %67,3 oranında, Cumhuriyet Gazetesi'nin %63,9 oranında, Fotomaç Gazetesi'nin ise %89,4 oranında yer verdiği görülmüştür (Özsoy, 2008: 104).

Spor haberi de spora artan ilgiyle beraber kendi içerisinde çeşitli şekillerde bölünmeye başlamıştır. Transfer döneminde muhabirlerin aldıkları istihbaratları ve duyumları doğrulama çabaları veya bir sporcunun yaşadığı sakatlık sürecinin ne kadar olacağı önemli haber konuları arasına girmiştir. Halk bu tür haberlere ilgi duymaktadır, gazetelerde birçok transfer haberleri büyük manşetlerle duyurulmaya başlamıştır. Fakat spor basınında haber kaynakları genellikle, bilgi vermekten kaçındıkları için bu tür spor haberlerini toplamak muhabirler için her zaman kolay olamamaktadır. Futbol antrenmanlarının çok kısa bir süre basına açılması veya herhangi bir karşılaşma öncesi basına demeç verilmesinin yasaklanması vb. bu tür olaylara örnek olarak gösterilebilir (MEB, 2007f: 10).

Toplumsal ilginin profesyonel futbol kulüplerine odaklanması ve halkın futbolu sevmesi hem yerel hem de yaygın basında futbol temalı haber aktarımını niceliksel olarak arttırmıştır. Fakat niceliksel olarak artan futbol temalı haberler ile birlikte haber toplama süreci de zorlaşmıştır. Özellikle yerel basında çalışan spor muhabirleri için haber toplama süreci kolay olmamaktadır. Bu süreç spor kulüplerinin profesyonelleşmesi ile birlikte oldukça sıkıntılı bir duruma gelmiştir. Teknik adamlar birçok antrenmanı spor muhabirlerine kapatırken ayrıca maçlarda yaşanan akreditasyon problemleri de yerel basının profesyonel futbol kulüpleri ile ilgili haber kaynaklarını kısıtlamaktadır. Profesyonel futbol kulüpleri ile yerel basındaki spor muhabirleri arasındaki haber-kaynak ilişkisinin durumu bu tezin konusunu oluşturmaktadır.

### **1.1. Problem**

Günümüz dünyasında spor; farklı yapıda insanları bir araya getiren, belirli bir zaman dilimi içerisinde bir bütün olarak toplayabilen ve bu görüntüsü ile bir siyasi partinin, derneğin ya da bir kurumun başaramadığı bütünsel birlikteliği oluşturan bir güç konumundadır. Tarihsel yapısı içerisinde sporun, her dönemde iktidarı elinde bulunduran ve iktidar karşısında direnenlerin kendi gerçekliklerini oluşturmak için bir

pratik alanı olduğu görülmektedir. Öyle ki; spor alanındaki iktidar odaklarının, bedenini kendisini ve kullanımını yasallaştırmak için gerekli ortam ve alanları oluşturmaları ile bu bedenlere sahip insanlarda spor zevkinin ya da spora yönelmenin oluşturulması arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu bağlamda sporun anlamı, sadece bir etkinlik olarak bedeni çalıştırmak değil sosyolojik bir bakış açısıyla da kimliklerin ve ideolojilerin uygulama sahasını oluşturmaktır.

Sporun özellikle futbolun gelişimi ile birlikte büyük kitleler profesyonel futbol takımlarına daha büyük ilgi duymaya başlamışlardır. Bunun sonucunda da basında yer alan spor haberlerinin büyük bir bölümünü futbol haberleri oluşturmaya başlamıştır. Bu haberleri okuyucuya ulaştıran spor muhabirleri de profesyonel futbol takımları ile çeşitli ilişkiler içerisine girmişlerdir. Bu ilişkilerin en önemlisi de muhabirlerin işlerini yapabilmelerini sağlayan muhabir-kaynak ilişkisidir. Gazetecilik bir anlamda ilişki mesleğidir; muhabir ilişkilerini ne derece de iyi tutarsa, haber kaynaklarıyla sağlıklı ve mesafeli bir ilişki içerisinde olursa habere ulaşması o kadar kolay olur.

Spor ve spor basını ve yerel basında ki spor muhabirleri çeşitli çalışmalara konu olmuştur. Fakat profesyonel futbol takımları ile yerel basındaki spor muhabirlerinin haber-kaynak ilişkileri yeterli derecede incelenmemiş bir alan gibi görünmektedir. Yerel basındaki spor muhabirlerinin haber kaynağı olarak profesyonel futbol takımları ile nasıl bir ilişki içerisinde olduklarının açığa çıkarılması bu çalışmanın problemidir. Bu bağlamda bu çalışma içerisinde yerel basın spor muhabirlerinin profesyonel futbol takımları ile olan kaynak-muhabir ilişkisi Eskişehir yerel basınında çalışan spor muhabirlerinin kendi görüşleri üzerinden tartışılmaya çalışılacaktır.

### **1.1.1. Spor**

Aysan (1978: 32) ve Voigt (1998: 87), spor sözcüğünün: latince kökenli olan, dağıtmak, birbirinden ayırmak anlamına gelen “disportore” veya “deportare” sözcüklerinden doğduğunu ve İngilizce’nin yardımıyla bugün dünya dillerinin çoğuna “sport” olarak yerleştiğini, vurgulamışlardır. Voight (1998: 87) ayrıca bu kısaltmanın, oyalanma, işten uzaklaşma anlamında olduğunu belirtmiştir. Kaya (2002: 180) ise sporu, kitle toplumu

içinde yer alan bireylerin seyirci bazında ortaya çıkan boş zamanını geçirme, toplumsal realiteden kaçış, aidiyet duygusu verme; sporcu bazında meslek edinerek tüm zaman uğraşısı haline getirdiği daldan statü ve gelir elde etme; siyaset ve ekonomi alanında kar, rant, statü sağlanan sistemin devamını sağlamak amacı taşıyan bireylerin tarih içinde kazandıkları bedensel ve zihinsel yeteneklerin tek başına veya toplu olarak uyguladığı, estetik, teknik, fiziksel ve toplumsal bir süreç, olduğunu belirtmiştir.

Fişek (1980: 34) ise spora genel olarak bir tanım yüklemiştir. Fişek; sporu, yapan açısından kazanmaya dönük teknik ve fizik bir çaba; İzleyen açısından yarışmaya dayalı estetik bir süreç; toplum genelince oluşturulan bütün içinde de, yerine göre o toplumun çelişki ve özelliklerini olduğu gibi yansıtan bir ayna, yerine göre onu yönlendirebilen etkili bir amaç, ama son tahlilde, önemli bir toplumsal kurum olduğunu belirtmiştir.

Her bilim dalı sporu kendine göre anlamlandırmıştır, fakat spor artık, günümüz dünyasında kendi başına bir bilim alanı olarak tanımlanmaktadır (Sönmez ve Sunay, 2004: 272). Spor ayrıca kendi özel yapısı dışında toplum içerisinde yer alan birçok kurum ile de işlevsel etkinlik içindedir. Yönetim (kulüp yöneticileri, federasyon üyeleri vb.), üretim (teknik kadro, sporcular vb.) ve tüketim (tarafatlar, izleyici) taraflarının iletişimsel bir süreç içerisinde bulunduğu, bireysel ve kitlesel bir uğraş, aynı zamanda toplumsal bir olgudur (Kazaz, 2007b: 20). Alemdar ve Erdoğan, (1994: 79) sporu, ideolojisi olmayan bir toplumsal oluşum ve etkinlik olarak açıklamış ve gerçekte egemen olan güç ilişkisi ile bu egemen biçimin egemen görüşünü yeniden spor ile üretmek sürdürmekte olduğunu belirtmişlerdir. Alemdar ve Erdoğan (1994: 79), ise sporu, yaşamımızı sürdürdüğümüz toplumsal ilişkilerden ayrı, onların dışında duran kendi başına bir şeymiş gibi sunulan, toplumun içinde ve topluma bağlı olan bir olgu olarak tanımlamıştır.

### ***1.1.1.1 Türkiye’de sporun tarihsel gelişimi***

Türk spor tarihinin ilk izleri, Osmanlı’nın başlangıç dönemine kadar uzanır. Dağcılık, kılıç sporları, avcılık, güreş ve ok atma sporları da Osmanlı’nın spor örgütlenmesinde

kurallarıyla yapılan spor faaliyetleridir (Tayga, 1990: 8). Osmanlı öncesi spor Türklerde çok eskilere kadar dayanır ve dünya spor tarihi ile eşdeğerlik izler, insanlık tarihi kadar eski olan spor, köklerini avcılık, atıcılık, okçuluk, mızrak atma, yumruk vurmaktan almıştır. Gerçekten de ilk spor dalları savunma ve saldırı amaçlı olmuştur (Fişek, 1980: 17).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde ise spor, Osmanlı örgütlenmesinin benzeri bir yapıda hiyerarşik bir düzendedir. Devlet boş zaman ve spor arasındaki ilişkiyi savaş eğitiminin ön plana çıkması olarak görmekteydi. Osmanlı'da hangi sporun yapılacağı, bunların nasıl örgütlenip yönetileceği özyönetimden uzak, tamamıyla hiyerarşik ve otoriterdi (Fişek,1980: 27-28). Osmanlı'da, Tanzimat fermanının kabul edilmesi ile başlayan batılılaşma hareketleri sporu da etkilemiştir. Tanzimat dönemine kadar Osmanlı İmparatorluğu sporu daha çok para-militer bir bakış açısıyla ele almıştır (Atalay, 2007: 31).

Modern spor eğitimleri ise, Osmanlı İmparatorluğu'nda ilk kez askeri okullar tarafından uygulamaya geçirilmiştir. Basit antrenman şekilleri 1860'ların ilk yarısından itibaren askeri okullarda verilmeye başlanmıştır. Bunun yanı sıra çeşitli mücadele sporları da askeri okulların ders programı kapsamına alınması 1860'lı yıllara rastlamaktadır. 1869 yılında Maarif-i Umumiye Nizamnamesinin 23. maddesine göre jimnastik dersleri bütün rüşdiyeler de zorunlu ders haline getirilmiştir. 1870'ler de ise sivil okulların bazılarında jimnastik dersleri riyazat-ı bedeniye adı altında programa alınmıştır. Mekteb-i Sultani bu okulların ilki olarak kabul edilir (Akın,2004: 56; Atalay, 2007: 31). Erken Cumhuriyet Döneminde ise izlenen spor politikasını Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı (1922-1936), Türk Spor Kurumu (1936-1938) ve Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü (1938-1985) olmak üzere üç kurum belirlemiştir (Atalay, 2007: 31).

### ***1.1.1.2. Sporun, ekonomik, politik ve kültürel işlevleri***

Sporun bugün ulaştığı nokta, toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik bağlamları ile toplumsal bir kurum haline geldiğini, kitlelerin ilgisini çekmekle kalmayıp onları



peşinden sürüklediğini göstermektedir (Kazaz, 2007b: 84). Türkiye açısından baktığımızda Türk sporunun yapısının, toplumdaki rolünün ve genel algılanışının siyasal, sosyal, ekonomik ve kültürel değişimlere koşut özellikler kazandığını görülmektedir (Atalay, 2007: 31). Toplumların gelişmesi ile birlikte spor, en yaygın kurumlardan birisi haline gelmiştir (Kazaz, 2007b: 5).

Bir toplumdaki siyasal, sosyal, ekonomik, kültürel değişimler spor kavramını, spora bakış açısını, spor politikasını, spor ekonomisini derinden etkiler (Atalay, 2007: 30). Bu finansal harcamalar, katılımcıların ve izleyicilerin sayısı, filmler, kitaplar, sporla ilgili karikatürler, yapılmak ve izlenmek için harcanan süre, spor malzemeleri, sporun dokümanları ile çok net bir biçimde belgelenebilir (Kazaz, 2007b: 5).

Sporun ekonomik boyutunun yanı sıra, siyasal bir araç haline gelmesi on dokuzuncu yüzyılda sosyalizm süreci ile başlamış; daha sonra çeşitli komünist ülkeler sporu politika haline getirmişlerdir. Sporun politik amaçla kullanımı da on dokuzuncu yüzyıl başlarına kadar uzanmaktadır. O dönemde Alman jimnastiğinin, disiplin ve kahramanlık duygusunu geliştirmek üzere halk eğitiminin bir parçası olarak görülmüştür fakat asıl amaç Napolyon'un Avrupa'ya yayılmasını engellemektir (İkizler, 2002: 80-82). Spor siyasal ve sosyal yapının ayrılmaz bir parçası olmasının yanı sıra, toplumun kültür yapısından da bağımsız düşünülemez. Toplumsal kültür ise iç ve dış siyasal, ekonomik, kültürel unsurların etkisinde oluşur. Spor, bu bakımdan dışa dönük bir yapıya sahiptir (Atalay, 2007: 30).

### ***1.1.1.3. Türkiye'de spor örgütlenmesi***

Türkiye Cumhuriyetindeki ilk spor örgütlenmesi, 14 Temmuz 1922'de 16 kulübün birleşerek sporu disipline etmek amacıyla Türkiye İdman Cemiyetini kurmalarıyla başlamıştır. İlk başkanlığını Ali Sami Yen, Asbaşkanlıklarını da, Burhan Felek ve Ali Seyfi yapmıştır (Bilir, 2005: 11). Kuralları ve yarışma biçimleri birbirinden farklı oyunların organizasyonlarıyla gerçekleşen sportif aktivitelerin toplumda yaygınlaştırılarak yapılması ve uygulanır hale getirilmesi oldukça zor bir süreçtir. Bu süreç iyi bir örgütlenme ile etkin bir şekilde yönetilebilirdi, bu bağlamda, devletin spor

yönetimine ağırlığını koyması, 1936 yılında Türk Spor Kurumu'nun (TSK) kurulmasıyla başlamıştır. Bu etkin spor yönetimi çabaları, 16 Temmuz 1938 tarihinde 3530 sayılı yasayla Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü'nün kurulması izlemiştir ve Genel Müdürlüğün başına da eski bir asker olan Cemil Tahir Taner getirilmiştir<sup>1</sup>.

Bundan sonra Türk Sporunu 3530 sayılı bu yasanın verdiği yetkiler doğrultusunda, Başbakanlığa bağlı bir "Devlet Kuruluşu" statüsüne kavuşmuştur. 1942'de 4235 Sayılı Yasa'yla kuruluş yasası değiştirilmiştir. 1960 yılında tekrar Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlanmıştır. Spor işlerinin ilk kez ayrı bir bakanlık düzeyinde ele alınması 1969'da kurulan 2. Demirel Hükümeti'nde 3 Kasım 1969'da Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın kurulmasıyla gerçekleşmiştir. 6 Şubat 1970 tarihinde Genel Müdürlük adı geçen Bakanlık kapsamına alınmıştır<sup>2</sup>. Böylece Türk Sporunda yeni bir sayfa açılmıştır. İsmet Sezgin de Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk Gençlik ve Spor Bakanı olmuştur. 7 Kasım 1982 tarihli yeni Anayasa'da ise ilk kez spora yer verilmiştir. Böylece ülkemizde ilk kez spor ve sporcu Anayasa güvencesi altına alınmıştır.

Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü'nce (BTGM) yönetilen Türk sporu 14.12.1983 tarihinde de 179 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameyle Milli Eğitim ve Gençlik ve Spor Bakanlığı bünyesinde yer aldı. 1986 yılında 3289 Sayılı Yasa'yla BTGM olan adı, Beden Terbiyesi ve Spor Genel Müdürlüğü olarak değiştirilmiştir. 1989 yılında Başbakanlık Devlet Bakanlığı'na bağlanması nedeniyle adı "Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü" olmuştur<sup>3</sup>.

3289 ve 3703 sayılı Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nün kuruluş yasasında yer alan federasyon başkanlarının seçimle iş başına gelmesi, spor federasyonlarının özleştirilmesi ve demokratik bir yapıya kavuşturulması çalışmaları, 3461 Sayılı Türkiye Futbol Federasyonu'nun Kuruluş ve Görevleri Hakkındaki Kanun'la başladı<sup>4</sup>.

1993 yılında ise federasyon başkanlarının seçimle iş başına gelmesine ilişkin

<sup>1</sup> <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/GSGM/teskilat.htm>. (Erişim tarihi: 18 Ocak 2009)

<sup>2</sup> <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/GSGM/teskilat.htm>. (Erişim tarihi: 18 Ocak 2009)

<sup>3</sup> <http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankasi/GSGM/teskilat.htm>. (Erişim tarihi: 18 Ocak 2009)

<sup>4</sup> <http://www.sp.gov.tr/documents/planlar/GenclikSporGenelMudurluguSP1014.pdf> (Erişim tarihi: 22 .01.2009)

yönetmelik çıkarılarak uygulamaya kondu ve ilk seçimler 5230 delegenin katılımıyla 5 Aralık 1993'te yapıldı. Halen Türkiye'de olimpik ve henüz olimpik olmayan toplam 59 federasyon bulunmaktadır. 14.07.2004 tarih ve 25522 sayılı Resmi Gazete' de yayımlanarak yürürlüğe giren Özerk Spor Federasyonları Çerçeve Statüsü ile halen Genel Müdürlük bünyesinde bulunduran 59 Spor Federasyonundan 54 Spor Federasyonu İdari ve Mali yönden özerkliğe kavuşturulmuştur<sup>5</sup>. Bu branşlar:

- Atıcılık ve Avcılık
- İşitme Engelliler
- Atletizm
- Dağcılık
- İzcilik
- Badminton
- Dans Judo ve Kuraş
- Özel Sporcular Spor Fed.
- Oryantiring
- Basketbol
- Eskrim
- Kano
- Satranç
- Bedensel Engelliler
- Futbol
- Karate
- Beyzbol, Softbol, Korumalı Futbol, Ragbi
- Yüzme
- Geleneksel Spor Dalları
- Kayak
- Sutopu
- Bilardo
- Gelişmekte Olan Spor Branşları

<sup>5</sup> <http://www.sp.gov.tr/documents/planlar/GenclikSporGenelMudurluguSP1014.pdf> (Erişim tarihi: 22 .01.2009)

- Kızak
- Binicilik
- Golf
- Kick Boks
- Tenis
- Sualtı Sporları
- Bisiklet
- Görme Engelliler
- Kürek
- Triatlon
- Bocce Bowling Dart
- Güreş
- Masa Tenisi
- Üniversite Sporları
- Boks
- Herkes İçin Spor
- Modern Pentatlon
- Voleybol
- Briç
- Halk Oyunları
- Motosiklet
- Buz Pateni
- Halter
- Muay Thai
- Buz Hokeyi
- Hava Sporları
- Vücut Geliştirme ve Fitness
- Okçuluk
- Yelken
- Jimnastik
- Hentbol

- Okul Sporları
- Wushu
- Taekwondo
- Hokey
- Otomobil Sporları

#### *1.1.1.4. Futbol ve Türkiye’de futbol*

Futbol iki takım arasında oynanan ve takımların 11 kişiden oluştuğu, yedek oyuncuların mevcut olduğu ve topla oynanan sportif bir oyundur. Kazanma amaçlı eğlence amaçlı ve boş zaman geçirme amaçlı olarak oynanabilmektedir. On birer kişilik iki takımın arasında belli kurallara göre oynanan bir top oyunu olan futbolun günümüz dünyasının en popüler oyunu olduğu iddia edilmektedir (Savaş, 1997: 145). Sosyal antropolojinin, futbolun her milletçe benzer biçimlerde icat edildiğine dair bulguları vardır. Futbola benzer veya futbol-öncesi oyunların birçok ülkede ve kültürde daha vahşi ve denetimsiz-kuralsız çerçevede mevcut olduğu bilinmektedir. Bugün oynanan ve seyredilen futbolun, İngiltere’de oynanan futbolumsu oyunun düzenli-kurallı hale gelmesiyle oluştuğuna ise hiçbir milli tarih itiraz etmemektedir (Horak vd., 2001: 222).

Modern futbol oyunun kökleri 19. yüzyılın İngiltere’sinin özel okullarındaki “kaslı” Hristiyanlık’a dek uzanır. O dönemde okulların amacı en formda olanın hayatta kalmasına dayanan bir sistemle “büyük adamlar” ortaya çıkarılmasına dayanmaktaydı. İlk yazılı kuralları 1848 yılında Cambridge Üniversitesinde koyulmuştur. Mezun öğrenciler tarafından kurulan Futbol Birliği (FA) Kupasını ilk kazananlar Wanderers, Royal Engineers, Oxford University, Old Etonians ve Old Carthusians idi. Özel okulların egemenliği ancak 1878 yılında profesyonel bir takım olan Darwen’ın ilk kez FA Cup finaline çıkması ile kırılmıştır. O andan sonra işçi sınıfından oyuncularla kurulu profesyonel takımlar bu spora egemen olmuştur. Böylelikle futbol İngiliz mühendisler, askerler, fabrika sahipleri ve (Buenos Aires’te Neweels Old Boys, İtalya’da AC Milan gibi Anglikanlaştırılmış isimler aldığı görülen) misyonerler tarafından boydan boya yerküreye hızla yayılmıştır. Artık futbol, işçiler tarafından oynanabilse de, daima üst

sınıflar tarafından kontrol edilen ve yönetilen profesyonel bir oyun haline dönüşmüştür (Bambery, 2005: 348).

Futbol, Türk popüler kültüründe Türkiye’de oynanmaya başladığı günden itibaren daima önemli bir yer işgal etmiştir. 1980 sonrası dünyada ve ülkemizde yaşanan ekonomik değişim ve dönüşümle birlikte kitle iletişim araçlarının da yardımıyla yeni dünya düzeni insanlarımıza benimsetilirken, futbol da bu süreçten payını almıştır (Talimciler, 2003: 14). Futbol Türkiye’de on dokuzuncu yüzyılın sonlarına doğru oynanmaya başlamıştır, TFF Türkiye’de futbolun doğuşunu kendi internet sitesinde aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

Ülkemizde futbolun ilk olarak 19. yüzyılın son çeyreğinde oynanmaya başladığı bilinmektedir. Osmanlı döneminde Selanik’te yakılan ilk ateş, zamanla Bornova çayırlarına kadar yayılmıştır. İlk futbol kulübü ise yine İzmir’de İngilizler tarafından kurulmuştur. Daha sonra ise İstanbul’a bulaşan bu güzel salgın, Kadıköy ve Moda çayırlarını etkisine almasıyla beraber neredeyse tüm kentin ilgisini çekmeyi başarmıştır. 1897 yılında İzmir’den gelen karmanın İstanbul karmasıyla karşılaşması, Türk topraklarındaki ilk futbol maçı olarak tarihe not düşülmüştür. İlk Türk futbol takımı ise Fuad Hüsnü Bey ile Reşat Danyal Bey tarafından devrin hafiyelerinden kaçabilmek adına İngilizce isimle kurulan 'Black Stocking' olmuştur. Bu takımın Rumlarla Papazın çayırında 1901’de oynadığı maç ise bir Türk takımının ilk futbol maçı olarak kayıtlara geçmiştir. Genelde İstanbul’da yaşayan İngilizlerin başı çektiği, ayrıca Rumların da katılımıyla genişleyen futbol sevgisi, arka arkaya futbol kulüplerinin kurulması sonucunu doğurmuştur<sup>6</sup>.

1992 yılında ise Türkiye Futbol Federasyonu özerkliğe kavuşur. Futboldaki gelişim ve değişim, futbolun sadece bir

---

<sup>6</sup> <http://www.tff.org/default.aspx?pageID=293> (Erişim tarihi: 22 Ocak 2009)

spor dalı olmadığını da ortaya çıkartmıştır. Futbolun yarattığı parasal değerlerin giderek büyümesi ve futbola olan ilginin yaygınlaşması, lokal federasyonlar nezdinde bu spor dalının bağımsız bir yapı içerisinde yönetilmesini zorunlu kılmıştır. 17.6.1992 tarihinde 3813 sayılı Kanunla Türkiye Futbol Federasyonu özerk hale getirilir. Kanununun 1. maddesiyle, futbol faaliyetlerini millî ve milletlerarası kurallara göre yürütmek, teşkilatlandırmak ve Türkiye'yi futbol konusunda yurt içinde ve yurt dışında temsil etmek üzere özel hukuk hükümlerine tabi, tüzel kişiliğe sahip, özerk Türkiye Futbol Federasyonu kurulur. Faaliyete geçtiği günden beri özerk Futbol Federasyonu, faaliyetlerini büyük bir başarıyla sürdürür. 1992 yılında seçimle işbaşına gelen ilk TFF Başkanı da yine Şenes Erzik olmuştur<sup>7</sup>.

1988 yılı Mayıs ayında 3461 ve 3813 sayılı yasalarla Özerk Futbol Federasyonunun kurulması, 1990'lardan itibaren kurulan özel televizyonlar, nihayetinde 1996-97 döneminde havuz sisteminin kurulmasına kadar giden gelişim çizgisi futbolu bambaşka bir maceraya götürmüştür (Topyıldız, 2003: 189).

Yaşanılan bu dönüşümle birlikte popüler futbol kültürü, popüler bilinçteki anlam, tema, kod, mit ve söylemlerin etrafında örgütlendiği anlamlandırma sisteminin yoğunlaştırdığı bir temel metin haline gelmiş, futbol, Türkiye'de popüler kültürün kitlesel biçimi olarak ilk sıradaki yerini almıştır (Talimciler, 2003: 9).

Türkiye'de ilk özel televizyon kanalı olan Star'ın profesyonel futbol karşılaşmalarının yayın hakkını alması büyük futbol kulüplerinin çok büyük miktarda para kazanmasına neden olmuştur. Kulüpler bu parayla hem yurt dışından daha nitelikli oyuncular transfer edebilmişler hem de yerli oyunculara ödedikleri paralar öncekilere göre kıyaslanmayacak ölçüde attırabilmişlerdir. Bu durum oynanan futbolun kalitesini

<sup>7</sup> <http://www.tff.org/default.aspx?pageID=297> (Erişim tarihi: 22 Ocak 2009)

arttırırken, kulüpleri eskinin zengin yöneticilerin cebine bakan amatör yapılarından uzaklaştırarak kapitalistleştirmiştir (Mutlu, 2005: 342)

Bu süreçle birlikte popüler futbol kültürü, popüler bilinçteki anlam, tema, kod, mit ve söylemlerin etrafında örgütlendiği anlamlandırma sisteminin yoğunlaştırdığı bir temel metin haline gelmiştir. Futbol, Türkiye’de popüler kültürün kitlesel biçimi olarak ilk sırada yer almaktadır. Futbola olan ilginin artışı, futbolla ilgilenen kitlenin de değişmesine neden olmuştur. Futbol artık sadece proleterlerin sporu değil bir orta sınıf sporu haline gelmiştir. Üst sınıfların futbolla olan ilgisi futbolun çehresinde ve yapılanışında birtakım değişikliklere yol açmıştır (Talimciler, 2003: 13).

Sanayi devrimi sonrası kentlerdeki nüfusun artması, endüstriyel üretimin ülke ekonomileri içinde daha fazla yer işgal etmesi ve bürokratikleşmesinin hızlanması kitle toplumunun oluşmasını sağlamıştır. Atomlaşmış bireylerden oluşan kitlelerin içsel olarak aptal, dengesiz, kolay etkilenebilir olduğunu varsayan kitle toplumu kuramına yaslandığı için kitle kültürü; tüketicisinin kültürel davranışlarının topyekün edilgin olduğunu varsaymaktadır. Kitle kültürü teknik araçlara bağımlıdır. Bu durum Adorno ve Horkeimer’ın “kültür endüstrisi” nitelemesinde anlatılmaktadır. Kapitalist toplumlarda ticarilik olmaksızın varolmayan kitle kültürü bütün her şeyi birbirine karıştırır ve her türlü kültürel farklılığı ortadan kaldırmak suretiyle homojenleşmiş bir kültür ortaya çıkarır (Talimciler, 2003: 12).

Kitle kültürünün ya da popüler kültürün eleştirisini bu bağlamda kısaca şu şekilde özetlemek mümkündür:

**Popüler kültür yaratmanın olumsuz özelliği:** Popüler kültür sevimsizdir; çünkü yüksek kültürün aksine, kar zihniyetli yatırımcılar tarafından sadece parasını ödeyen izleyiciyi memnun etmek üzere, toptan üretilir.

**Yüksek kültür üzerindeki olumsuz etkiler:** Popüler kültür yüksek kültürden alıntı yapar, böylece onu ayağa düşürür; ayrıca geleceğin pek çok yüksek kültür yaratıcısını baştan çıkarır, böylece onun yetenek kaynağını tüketir.



**Popüler kültür izleyicileri üzerinde olumsuz etkiler:** Popüler kültür içeriğinin tüketilmesi en iyi olasılıkla sahte mutluluklar yaratır, en kötü olasılıkla da, izleyiciye duygusal olarak zarar verir.

**Toplum üzerindeki olumsuz etkileri:** Popüler kültürün yaygınlaşması yalnızca toplumun kültürel ya da uygarlık kalitesini düşürmekle kalmaz, aynı zamanda diktatörlüğe eğilimli demagogların kullanıldığı kitle ikna yollarına tuhaf bir biçimde ilgi gösteren, edilgen bir izleyici kitlesi yaratarak totaliter rejimlere çanak tutar (Gans, 2005: 43).

**Kitle kültürüne dönüştürülmüş spor “futbol”:** Spor, otoritenin yönlendirdiği ve ideolojik perspektifte yanlış bilincin oluşturulmasına hizmet eden bir araçtır. “Kitlelerin afyonu” ifadesi, ideolojik bağlamda kapitalizmin bunalımı ile sporun konu olduğu kitlesel ilgi arasında ters bir orantının olduğu görüşünü ileri sürer. Ancak bu tanımın, taban tabana zıt karşıt düşünen başkalarınca da aynı biçimde algılanması ve bir “toplumsal gereklilik” olarak uygulanması ilginçtir (Sert, 2001: 31).

Popüler futbol kültürü, milliyetçi söylemin yeniden üretildiği ve kimliğin söylemsel olarak yeniden kurulduğu hegomonik toplumsal pratiklerin bir alanını oluşturmaktadır. Başka hiçbir spor dalı, birçok milletin kendi mülkü saydığı futbol kadar milli kimliklerin evrensel bir göstereni unvanını kazanmamıştır (Talimciler, 2003: 39). Francisco Franco’nun Bernabeau stadyumu konusunda “bana 150 bin kişilik bir uyku tulumu yapın” ve Antonio Salazar’ın, Portekiz’i 40 yıl süreyle “3 F’le, Fiesta (şölen), Fadima (örgütlü din) Futbol ile yönettim” sözleri bunun çarpıcı örnekleridir (Sert, 2000: 31).

### 1.1.2. İletişim

Kaynaktan alıcıya bir mesaj gönderme işi olarak da tanımlanan iletişim süreci, toplumsal yaşam içerisinde bireylerin diğerleri ile kurdukları etkileşimin en önemli parçasını oluşturmaktadır (Oskay, 1997: 10). Bir bireyden başka bir bireye bilgi, duygu, düşünce ve anlayışın, aktarılması süreci olarak da tanımlanan iletişim, insanın varlık

sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre çeşitli değişimlere uğrayan insana özgü bir durumdur. İnsanoğlu var olduğu andan itibaren çevreyle iletişim içine girer ve bilmeden çevresini etkilemeye, değiştirmeye, bilinçli ya da bilinçsizce etkilenmeye, çevresine uyarlanmaya ya da çevresini kendi kurallarına uydurmaya çaba gösterir (Yüksel, 2001: .4-9).

İletiler yolu ile toplumsal etkileşimin yaratılmasını biçimlendiren iletişim olgusu literatür içerisinde iki temel görüş çerçevesinde incelenmiştir. Bunlardan ilki iletişimi, iletilerin aktarılması, olarak gören ve iletişimi “süreç” olarak inceleyen görüştür. İkinci görüş ise, iletişimi anlamların üretimi ve değişimi olarak görmektedir (Fiske, 1996: 15-19).

#### ***1.1.2.1. Kitle iletişimi ve kitle iletişimine yönelik kuramsal yaklaşımlar***

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve geniş halk kitlelerine yayılmasıyla kitle iletişimi kavramından söz edilmeye başlanmıştır. Dökmen (2001: 38) bu bağlamda kitle iletişimini birtakım bilgilerin ve sembollerin, birtakım hedefler tarafından üretilmesi, geniş insan topluluklarına iletilmesi ve bu insanlar tarafından yorumlanması süreci olarak tanımlamıştır. Yumlu (1994: 16) ise, kitle iletişiminde, iletişimden daha farklı anlamlar yüklenildiğini belirtmiştir. Yumlu aynı çalışmasında bunun nedeninin, kitle iletişiminin kullandığı teknik araçlar, ilettiği haberin içeriğinin ve seslendiği kişiler olduğunu söylemektedir.

Yukarıdaki tanımlardan hareketle, kitle iletişimini kısaca enformasyon, düşünce ve tutumların geniş bir kitleye teknik aygıtlarla iletilmesi süreci olarak da açıklayabiliriz (Yumlu, 1994: 16). Yüksel (2001: 8-12) ise kitle iletişim kavramının, kitle iletişim araçlarıyla ilgilendiğini ve iletilerin nereden geldiği, nereye gittiği, sunuma nasıl hazırlandığı, hedef kitleyi nasıl etkilediği türündeki kavramların bütünü olduğunu belirtmiştir. Bir başka deyimle, kitle iletişimi belli bir siyasal ve ekonomik sistemin pazarlaması ve satışlarıdır. Bu satış enformasyon, eğlence, film, açık oturum, çocuk

programları, spor gibi çeşitli anlamlandırmalar örtüsüyle birlikte veya bu örtü altında verilmektedir. Kitle iletişim araçlarının özelliklerini ise şöyle sıralayabiliriz<sup>8</sup>:

- Kitle iletişim araçları, sosyal statüsüne göre herhangi bir farklı yaklaşım oluşturmadan çok sayıda insana aynı iletiyi, aynı anda ulaştırabilmektedir.
- Kitle iletişim araçları, yayınları ile belirli bir süreklilik ve düzenlilik (yayın periyodu) gösterir.
- Kitle iletişim araçları, sürekli ve düzenli yayınları ile toplumda kendilerine karşı bir talebin oluşmasına neden olurlar; bu talep, zamanla alışkanlığa, hatta ihtiyaca dönüşür.
- Kitle iletişim araçları ile aktarılan iletiler, belge niteliği ve değeri taşıdığı için inandırıcılık ve alıcıyı ikna etme özelliğini de kazanmaktadır.
- Özellikle radyo ve televizyon, iletiyi olay anında aktarabilme özelliğine sahiptir.
- Kitle iletişim araçları ile gerçekleşen iletişim sürecinde, geri besleme imkânı yoktur; bu nedenle, alıcının tepkisi anında ölçülememektedir.

Kitle iletişim araçlarının fonksiyonları üzerinde ilk kez duran Laswell (1960'dan aktaran, Aziz, 1982:2) bilgi verme, ikna etme ve toplumsallaştırma fonksiyonlarından söz etmektedir. Aziz (1982:2) ayrıca kitle iletişim araçlarının fonksiyonlarını;

- Haber verme, eğitime, eğlendirme,
- Dış dünyayı görmemizi sağlama,
- Kültürün toplumumuzdan, bizden sonraki toplumlara ve nesilden nesile geçişini sağlama,
- Eşya ve hizmetlerin tanıtılmasına, satılmasına yardım etme,
- Dışımızda oluşan fırsat ve çağrılara karşılık verme ile sosyal hareketlerde genel rızaya ulaşma arasında bağ kurmamıza yardım etme" olarak sınıflandırmıştır.

Başka bir yaklaşıma göre kitle iletişimi, yönetici sınıfların veya egemen güçlerin tek yönlü olarak, yukardan aşağı, kitleye doğru yaptıkları iletişimdir. Bir başka deyimle, kitle iletişimi belli bir siyasal ve ekonomik sistemin pazarlaması ve satışlarıdır. Bu satış

<sup>8</sup> //www.dorduncukuvvetmedya.com/arastirma/irfaner3.htm (Erişim Tarihi: 22.12.2010)

enformasyon, eğlence, spor, film, açık oturum, çocuk programları gibi çeşitli anlamlandırmalar örtüsüyle birlikte veya bu örtü altında verilmektedir<sup>9</sup>.

Kuramsal anlamda ise iletişim olgusuna yönelik iki temel görüşe rastlanmaktadır (Fiske, 1996: 16-17). Sosyal bilimler içerisinde gelişen kitle iletişim kuramları da bu bağlamda iki büyük yolu takip etmektedir. Bu yollardan ilki, var olan toplumsal yapıyı ve kitle iletişimini geliştirmeye çalışan statükocuyu yapıya sahip tutucu yaklaşımlar, diğeri ise, toplumsal yapının ve kitle iletişiminin varlığını ve doğasını soruşturan eleştirel yaklaşımlar olarak sıralanmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 41-42).

**Tutucu- çoğulcu yaklaşım:** Kitle iletişim aracı olarak basını ve ardından radyoyu ele alıp inceleyen araştırmalar 1920'lerin Avrupa ve Amerika'daki siyasal ve ekonomik koşullarında egemen gündemde olan propaganda ve kamuoyu bağlamı içinde oluşmuştur (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 44).

Tutucu kuram, -diğer bir ifadeyle süreç-sonuç okulu- pozitivizmi ve ampirizmi temel alan çalışmalar; dengenin korunması, servetin haklı çıkarılması amacıyla, sermaye birikimi, yatırım, üretim, gelişme ve büyüme üzerine kurulmaktadır.

Tutucu yaklaşımın çalışmalarında ağırlıklı olarak nicel araştırmalardan ve içerik analizinden faydalanarak etki araştırmaları gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda iletişim modelleri, etki kurmaları, sorumluluk modelleri bu yaklaşım içerisinde ele alınmaktadır.

**Eleştirel yaklaşım:** Eleştirel yaklaşımlar, temel olarak üç çalışma koluna ayrılmaktadır. Bunların ilki 1920'lerin başlarında kurulan Frankfurt Okuludur. Bu okul, iki dünya savaşı arasında egemen olan pasif izleyici anlayışı ile kapitalist ve faşist düzeni, alt-üst yapı ve kültür endüstrisi kavramıyla eleştirmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 57-58).

Eleştirel yaklaşımların bir diğeri olan tarihsel materyalist yaklaşım ise son iki yüzyılın yoğun mücadele ortamında hızla gelişmiştir. Bu yaklaşımlar, Marks'ın toplum

---

<sup>9</sup> <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arastirma/irfaner3.htm> (Erişim Tarihi: 12.02.2010)

ve toplum değişimi, tarih ve insan, fikirler ve ideoloji anlayışını temel hareket noktası olarak almaktadır. Marksist kuramı benimseyenler diyalektik yöntem ve tarihsel materyalizm çerçevesinde konularını incelemektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 58-60).

### **1.1.2.2. Kitle iletişim araçları**

Kitle iletişimi teknolojik araçlarla (radyo, film, basın vb.) çalışan, gelişmiş teknik ve kurumlardan oluşmaktadır. Bu kurumun amacı farklı yapıdaki heterojen ve geniş bir şekilde dağılmış kitlelere sembolik bir iletiyi aktarmaktır (Mc Qual ve Windhal, 1996: 8). İletilerin kitlelere ulaştırılmasını sağlayan teknolojilerin bulunuşu ile kitlesel kullanım alanına kavuşan iletişim biçiminin, kaynağın kitleler halindeki hedeflere ulaşma amacı nedeniyle de kitlesel iletişim adını almıştır (Yüksel, 2001: 2-4). Yüksel (2001: 2-4) ayrıca, kitle iletişiminin gerçekleşmesini sağlayan teknolojik araçlara da “kitle iletişim araçları” denildiğini belirtmiştir. Kitle iletişim araçları, yazılı, görsel ya da sesli yapıtların dağıtımını veya yayımını sağlayan her türlü teknik iletişim aracıdır ve toplumsal yaşamla ilgili her olayın haberi, kitle iletişim araçlarından alınmaktadır.

Dökmen’in (2001: 39), kaynak ile hedef arasındaki kanallar olarak tanımladığı kitle iletişim araçları, geçirmiş oldukları yapısal ve işlevsel değişimler sonucu, etkilenmenin, inandırmanın ve yönlendirmenin etkili araçları haline gelmişlerdir ve teknolojinin gelişmesi ile birlikte en fazla ilgi gören ve popüler boş zaman düzenleyicisi konumuna gelmiştir (Gökçe, 1998: 8). Popüler boş zaman düzenleyiciliğinin yanı sıra kitle iletişim araçları sayesinde insanlar bilgiye daha kolay ulaşır hale geldiler.

İnsanlar geleneksel toplum yapısının yıkılması ve giderek büyüyen sanayi kentlerinde ki büyük kalabalıkların, birbirleriyle etkili bir iletişim kurabilmeleri için gerekli olan ortak bilgi birikimini, kitle iletişim araçları sayesinde elde edebildiler (Atabek, 2003: 7). Kitle iletişim araçları, bireylerin toplum ile bütünleşmesinde, toplumun bir parçası olmalarında, toplumun kültürel değerlerini almalarında (Scannell, 1992: 13) ve yaşamlarına yeni değerler eklemelerinde, inanç, tutum ve davranışlarındaki değişmelerde etkili rol oynamaktadır (Ecevit, 2003: 96).

Kitle iletişim araçlarının kültür taşıyıcısı, aktarıcısı oldukları artık birçok araştırmacı ve bilim adamı tarafından kabul edilmektedir. (Kocadaş, 2005: 6) ve bu kültür taşıyıcılarındaki çeşitlilik teknolojinin gelişmesine bağlı olarak artmaktadır (Birsen, 2005: 1). Bu gelişmelerin bir sonucu olarak özellikle 20. yüzyılın ilk yıllarından başlayarak toplumda hızla yaygınlaşan kitle iletişim araçları, yeni toplumsal sistem için vazgeçilmez araçlar haline gelmiştir (Güz, 1996: 983). Kitle iletişim araçlarının gelişmesi sayesinde insanlar birbirleriyle yüz yüze gelmeden de ortak görüşler ve eğilimler edinebilme, ortak değerler paylaşabilme olanağına sahip oldular (Atabek, 2003: 7).

Kitle iletişimi sayesinde, profesyonel iletişimciler çok sayıda ve türülük içindeki izleyicileri çeşitli yollardan etkilemek; amaçlanan anlamları yaratmak için ileti oluşturmak; iletileri yaygın, hızlı ve sürekli bir biçimde dağıtmak üzere mekanik kitle iletişim araçlarını kullanırlar. Bu araçlar en genel biçimde, basın, radyo, televizyon gibi araçları kapsamaktadır (Yüksel, 2004: 245). Bu araçlar İngilizce'de mass media olarak tanımlanır, "Mass media"nın Türkçe'de ki karşılığı ise kitle iletişim araçlarıdır. Yazılı, görüntülü ve sözlü basını içinde barındıran terim, Türkçede yaygın olarak "medya" kısaltma adı ile kullanılmaktadır (Girgin, 2002: 241). Medya denilince, mesaj ve bilgilerin saklanması, uzaktan iletilmesi ve kültürel, siyasi pratiklerin güncelleştirilmesi yönündeki üç temel işlevi tamamen ya da kısmen yerine getiren bütün iletişim sistemleri anlaşılmaktadır (Barbier ve Lavenir, 2001: 406).

### 1.1.3. Basın

Diğer kitle iletişim araçları gibi basın da ticarete daha fazla kar etmek için gerekli olan bilgiyi sağlamak için ortaya çıkmış, daha sonra gelişen ve değişen toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik koşullar nedeni ile biçim, içerik ve işlev olarak değişmiştir (Kaya, 2001, s.163-164).

Türk Dil Kurumu'nun (TDK) “gazete, dergi gibi belirli zamanlarda çıkan yazılı yayınların bütünü, matbuat<sup>10</sup>” olarak tanımladığı basın her çeşit haberi ve fikri, belirli periyotlarda basarak, topluma ulaştıran tüm yayın ürünleridir. Günlük basın ürünlerine gazete belirli periyotlarla basılan basın ürünlerine de dergi denir. TDK’ da dergiyi “siyaset, edebiyat, teknik, ekonomi vb. konuları inceleyen ve belirli aralıklarla çıkan süreli yayın, bülten, mecmua<sup>11</sup>” olarak tanımlamaktadır.

Basın bulunduğu toplumu bilgilendirme, eğlendirme, eğiterek toplumsallaştırma, kamuoyu oluşturma, siyasi ve ekonomik güç karşısında tepki verme, toplum adına denetleme gibi görevler üstelenmiştir (Kaya, 2001: 163-164). Basının ayrıca, siyasi etkisi, ekonomik gücü, üst yapıyı şekillendirmesi, kamuoyu yaratması ve yönlendirmesi gibi sıradan bir ürün veya hizmette olmayan özelliklere sahiptir (Duran, 1996: 26). Basın yaygın ve yerel olmak üzere iki kavram altında incelenmektedir.

**Yerel Basın:** İletişim ve uydu teknolojisinin yaşadığı değişimler sayesinde kitle iletişim araçları; bugünkü dünyanın toplumsal yapısını, kültürünü, ekonomik yapısını, eğitim modellerini yeniden şekillendirmiştir. Bu yapısal değişikliklerle birlikte yerel kitle iletişim araçlarının etkileri ve kamuoyu gücü de artarak çoğalmaktadır. Fakat yerel kitle iletişim araçlarının coğrafi alanı sadece bölgesi ile sınırlı kalmaktadır. 5187 Sayılı Basın Kanunu'nun 2. Maddesi coğrafi alanı dar olan yerel basını “tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayınlanan yaygın ve bölgesel yayınlar” (Basın Kanunu, 2004) olarak tanımlamaktadır.

Yerel basın kavramı kendi içinde merkeze ait olmamayı ve coğrafi sınırlılığı içerir. Bunun yanında yaygın olanda yer almayan bir içeriği bölgesel gündemi de temsil eder. Bu yönüyle yaygın basın içinde kendine yer bulamayan haber ve konuları okur kitlesine yerel basın taşımaktadır (Yaşın, 2009: 116). Yerel basına bu anlamda oldukça önemli bir görev, misyon ve sorumluluk düşmektedir. Zira yerel basının bu anlamda önemli bir sorun giderici, yerel de olanı aydınlatıcı, bilgilendirici, bilinçlendirici, denetleyici

<sup>10</sup><http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=basin> (Erişim Tarihi: 13.03.2010)

<sup>11</sup><http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=dergi> (Erişim Tarihi: 13.03.2010)

işlevleri bulunmaktadır. Ancak yerel basın bu işlevlerini ne düzeyde yerine getirebilme yetenek, donanım ve bilinç içindedir, işte bu ciddi anlamda sorgulanmayı, araştırılmayı gerekli kılmaktadır (Gürcüoğlu, 2007: 23). Bu anlamda, yerel basının üç işlevi vardır (Gezgin, 2007: 178-179):

- Yöneten ve yönetilen ilişkisinde kamu hizmetlerinin halka doğru ve eksiksiz bir biçimde duyurulmasını sağlamak. Halk adına yönetenlerin denetimini yapmak ve kamuoyu oluşumunu sağlamak.
- Yerel yönetim ile yurttaşlar arasında köprü olarak bir iletişim kanalı olmak.
- Eğitim işlevi aracılığıyla kentlilik bilincinin, toplumsal sorumluluk bilincinin yerleşmesine yardımcı olmak

Yerel basın, yayımladığı haberler, fotoğraflar ve toplumsal sorunların yanı sıra yayın yaptığı kentin, sosyal ve kültürel etkinliklere ilişkin aktardığı bilgilerle bireye ”yaşanan yer” duygusunu, yaşadığı yerin bir parçası olduğu düşüncesini kazandırmaktadır. Yerel basının ayrıca yöre halkının kimliğini korumak, haklarına sahip çıkmak, yöreye saygın bir konum kazandırmak gibi görevleri üstlenmektedir (Işık, 2001: 38-43).

Yerel basının temel sorunlarını ise şu şekilde özetlemektedir: İlgi yetersizliği, aksaklıklar, naylon kadrolar, yetersiz altyapı, resmi ilan pastası, eksik makine parkı, teknoloji yetersizliği, profesyonel kadro yetersizliği vb. (Girgin,1997: 41-43).

**Eskişehir Yerel Basını** Eskişehir yerel basınında dokuz adet yerel gazete hizmet vermektedir<sup>12</sup>.

- Sakarya
- Anadolu
- İstikbal
- Yenigün

<sup>12</sup> [http://www.eskisehir.gov.tr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=520&Itemid=466](http://www.eskisehir.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=520&Itemid=466)  
(Erişim Tarihi: 02.07.2011)



- İki Eylül
- Milli İrade
- Son Haber
- Şehir
- Eskişehir Porsuk

Sakarya Gazetesi 1947, İstikbal Gazetesi 1954, Milli İrade Gazetesi 1968, Son Haber Gazetesi 1984, İki Eylül Gazetesi 1988 yılında kurulmuştur. Bu gazeteler arasında Anadolu gazetesi 2003 yılında kurulması sebebiyle diğer gazetelere göre daha yakın zamanda yayın hayatına geçmiştir. Bu gazetelerden 8 tanesi basılı olarak yayın hayatını sürdürmekte iken Eskişehir Porsuk Gazetesi sadece internet üzerinden yayın yapmaktadır.

Sakarya Gazetesi, yerel basın tarihi içinde önemsenecek bir geçmişe sahiptir. Gerek personel sayısı gerekse günlük net satış oranlarıyla Eskişehir'in en büyük gazetesi durumundadır. Gazete, on bine varan baskı sayısı ve günlük net satış oranlarıyla, ulusal medya ile yarışır durumdadır. Yarım asırlık bir geçmişe sahip istikbal Gazetesi; Sakarya Gazetesinin ardından küçümsenmeyecek bir satış potansiyeline sahip diğer etkin bir gazete konumundadır (Gürcüoğlu, 2007: 105).

Eskişehir sosyal yönden gelişmiş bir şehirdir ve içerisinde barındırdığı sanayi kuruluşları ve iki üniversite sayesinde eğitimli bir nüfusa sahiptir. Bu sosyo- ekonomik durumda ki bir kentte yerel basın her zaman önemli bir öge konumunda olmuştur. Fakat Dağtaş ve Dağtaş (2007: 33-39) yılında yaptıkları çalışmada Eskişehir yerel basınının sorunlarını şu şekilde açıklamışlardır:

- Ekonomik sorunlar
- İstihdam sorunları
- Basın çalışanlarının eğitim ve mesleki birikimlerine ilişkin sorunlar
- Mesleki örgütlenmelerin çeşitliliği, var olanların gerçek işlevlerini yerine getirmesinde yaşanan sıkıntılar, ilgisizlik
- Dar çevrede gelişen eş, ahbap, dost ilişkilerinden kaynaklı “Editorial Özerklik”

ve özgür haber dolaşımındaki sıkıntılar.

- Haber Kaynaklarının sınırlılığı ve teknik donanım eksikliğinden kaynaklı “tek tipleşme”

### ***1.1.3.1. Basın çalışanları ve gazetecilik***

Gazetecilik mesleği içerisinde birçok alan bulundurduğu için kelime olarak kapsama alanı oldukça büyüktür. Kılıç (2005: 132) gazetecilik ile ilgili, muhabir, editör, haber müdürü, genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü, iletişim ve haber üretim sürecinde işin mutfağında yer alırlar...ve bu görevi üstlenenlerin hepside gazetecidir. İşaret edilen bu görev dağılımlarının her biri gazeteciliğin alt dallarındandır ve bu görevleri üstlenenler gazeteci olarak kabul edilmektedir. 20 Haziran 1952 tarihinde, Basın İş Kanunu’nda ise gazeteci şu şekilde tanımlanmaktadır<sup>13</sup>:

Bu kanun hükümleri Türkiye’de yayımlanan mevkutelerle haber, fotoğraf ajanslarında veya benzeri yayın müesseselerinde ve matbaalarında başmuharrirlik, muharrirlik, mesul müdürlük, yazı işleri müdürlüğü, istihbarat şefliği, muhabirlik, mütercimlik, musahhihlik, foto muhabirliği, ressamlık, karikatürcülük, istihbarat telsizciliği ve radyoculuğu, gazete müdürlüğü gibi her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunu’ndaki ‘işçi’ tarifi şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu kanun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ecir olarak çalışanlara ‘gazeteci’ denir.

4 Ocak 1962’de, 212 sayılı yasa ile bu madde değiştirilmiş ve gazetecilik<sup>14</sup>:

<sup>13</sup><http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.aspx?MevzuatKod=5.3.5953&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=&MevzuatIli> arch= (Erişim Tarihi: 04.12.2010)

<sup>14</sup><http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.aspx?MevzuatKod=1.3.5953&sourceXmlSearch=&MevzuatIli> ski=0 (Erişim Tarihi: 04.12.2010)

Bu kanun hükümleri Türkiye'de yayınlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunundaki 'işçi' tarifi şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu kanunun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlara gazeteci denir.

Kanun koyucunun bu tanımları gazetecilik meslek örgütlerini gazetecilik için yeni bir tanım hazırlamaya itmiştir. Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumlulukları Bildirgesi gazeteciyi<sup>15</sup>:

Düzenli bir şekilde günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli, elektronik veya dijital bası ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir.

Gazeteci kavramı bu bağlamda, basın yayın kuruluşlarında çalışan ve yukarıdaki tanımlara uyan foto muhabirinden, karikatüriste, editörden yazı işleri müdürüne kadar olan birçok kavramı içinde barındıran genel bir tanımdır. Gazeteciler artık tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar haber iletme araçlarına sahiptir. Küçük yerel gazetelerden tutun da, dünya çapında yayın yapan televizyon kanalları ile çevrimiçi haber sitelerine kadar (Potter, 2006: 10) gazeteciler teknolojik olanaklardan faydalanmaktadır.

Gazeteci mesleki olarak, kişiler arası iletişim yeteneğini iyi olan, beden dilini doğru kullanan, kılık kıyafeti ile ortama uyan ve insani ilişkilerini iyi yöneten kişidir. Gazeteci, karşısındaki insanı dinlemeli ve empati kurmalıdır. Bazı olaylarda haber kaynağı üzüntülü ve acı içinde olabilir, böyle durumlarda kaynağa hassas bir şekilde yaklaşmalı, itici olunmamalıdır. Örneğin bir kazada yakınını kaybetmiş birisi ile görüşme yaparken, onun duygularını incitmemek için hassas olunmalıdır. Gazeteci

<sup>15</sup> <http://www.tgc.org.tr/bildirge.html> (Erişim Tarihi: 04.10.2010)

insani değerlere sahip olmalıdır. Kibir, ukalalık gibi olumsuz özellikler kaynakta antipati oluşturacaktır (MEB, 2007a: 28). Demokratik bir toplumda gazetecilerin hemfikir oldukları ve vatandaşların bekleme hakkı olduğu hususlara dair açık ve net prensipler vardır, bunlar (Potter, 2006: 11):

- Gazeteciliğin ilk yükümlülüğü gerçek haberdur.
- Sadakatle bağlı olacağı ilk merci halktır.
- Özünde gerçeği teyit etme disiplini yatar.
- Bu mesleği icra edenler, konu aldıkları kişilerden veya olaylardan bağımsız kalmayı başarmalıdır.
- Gazetecilik, bağımsız ve yaptırımı olan bir gözlemci görevi görmelidir.
- Kamuoyuna açık bir eleştiri ve uzlaşma platformu sağlamalıdır.
- Önemli olanı ilginç ve alakalı kılmak için çabalamalıdır.
- Haberleri kapsamlı ve dengeli oranda tutmalıdır.

**Editör:** Yayımcı ve yazıları yeniden düzenleyerek yayıma hazırlayan kimse olarak<sup>16</sup> TDK tarafından tanımlanan editör kelimesi, günümüzde içerisinde daha gelişmiş anlamlar barındırmaktadır. Gazete editörleri yazıları yeniden düzenleyerek yayıma hazırlamasının dışında, muhabirlere konu dağıtımını yapar, yazılı metni düzeltir veya "kopyalar," ayrıca sayfaların tasarım ve düzenini denetler. Büyük gazetelerin çoğunda editörler bu görevlerin yalnızca birinde uzmanlaşmıştır, ancak daha küçük gazetelerde tek bir kişi bu işlerin tümüyle ilgilenebilir. Ayrıca, gazetelerde fotoğraf personeli denetleyen bir fotoğraf editörüyle harita, çizelge ve diğer bilgi verici grafikleri oluşturan ressamın çalışmalarını denetleyen bir grafik editörü de bulunabilir (Potter, 2006: 33).

**Muhabir:** Belli bir gazete adına sorumlu oldukları bölgede veya konuda meydana gelen olayları yerinde görerek, gözlemleyerek, kaydederek ve anlatarak haber olarak sunan gazetecilerdir (Önal, 2008: 103). Normal bir günlük gazetede geniş çaplı haberlerle ilgilenecek muhabirler kadrosu vardır. Yerel bir gazetede çalışan muhabirlerin çoğu genellikle "şehir" veya "metropol" masası için çalışarak gazetenin hizmet sunduğu

<sup>16</sup><http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=edit%c3%b6r> (Erişim Tarihi: 05.07.2010)

toplulukla ilgili konuları ele alırlar. Ülke çapında dağıtım yapan büyük gazetelerin ise ayrıca ülke içinde ve uluslararası veya yabancı ülkelerde masaları ve o ülkenin veya diğer ülkelerin başkentlerinden sorumlu muhabirleri vardır. Bazı muhabirler gazetenin özel bölümleri için çalışır ve spor, iş dünyası veya dizi haberleriyle ilgilenir. Bu masa veya bölümlerin her birinin başında bir editör bulunur, bu editör muhabirlerin çalışmalarını denetler ve kendisine yardım eden bir veya daha fazla yardımcı editör bulunur (Potter, 2006: 33).

**Uzman muhabir:** TDK muhabir tanımını, basın ve yayın organlarına haber toplayan, bildiren veya yazan kimse, olarak belirtmiştir<sup>17</sup>. Bu bağlamda uzman muhabir ise habercilik yapmak için belirli bir alanda kendini yetiştirmiş ve geliştirmiş muhabire denilmektedir. Muhabirin süreç içinde edindiği bilgi ve birikimi derinleştirilmesi, çalıştığı alanla ilgili haber kaynaklarını çeşitlendirmesi, bu haber kaynaklarına hangi araçlarla ulaşacağı konusunda beceri kazanması muhabirin uzman muhabir olmasını sağlamaktadır (Aslan, 2008: 211).

Muhabirin belirli bir alanda çalışıp çalışmadığı (polis, adliye, siyaset, kültür-sanat borsa, ekonomi v.b.) çalıştığı alanla ilgili olup olmadığı, medyanın muhabirin uzmanlaşmasını teşvik etmediği bu uzmanlaşma sürecinde belirleyici olmaktadır (Aslan, 2008: 211). Uzman muhabir, belirli alanda çalışan muhabir görevlendirildiği o alanla ilgili çeşitli kaynaklardan (kitap, dergi, kanun, kararname, yönetmelik vb.) bilgi edinmelidir. Alanıyla ilgili düzenlenen panel, konferans, seminer gibi etkinlikleri de bilgi edinme sürecinin parçası olarak görmelidir ve haber kaynaklarıyla yüz yüze iletişim kurmalıdır (Aslan, 2008: 212-213).

Gazetenin ihtiyaç duyduğu ‘muhabir’ türü, belirli bir konuda uzmanlık sahibi kişidir. Uzman muhabirlerin haberler arasında bağlantılar kurarak, öngörüler ve olasılıklar üzerinde durarak yaptıkları analizler, okurları gerçek anlamda aydınlatmaktadır. Bir alana hâkim olan, alanla ilgili haber kaynaklarıyla iyi ilişkiler kurmuş olan uzman muhabirler çok sayıda özel haber hazırlayabilmektedirler (G. Erdoğan, 2007: 58)

<sup>17</sup><http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=edit%c3%b6r> (Erişim Tarihi: 05.07.2010)

Muhabirin belirli bir alanda uzmanlaşmasının sağladığı iki avantaj vardır (Aslan, 2008: 211):

- Çalıştığı konuya (ekonomi, kültür, siyaset, diplomasi v.b.) hakim olur.
- Alandaki kaynakları tanıdığından onlara kısa sürede ulaşır.

Türkiye’de ekonomi, politika, spor ve magazin dallarında uzmanlaşma sağlanmıştır. Çünkü bu dallar, tarihi süreç içerisinde uzun bir geçmişe sahiptir. Magazin ise, 80’li yıllardan sonra hızlı bir ilerleme kaydetmiş, buna paralel olarak haber kaynakları da özel televizyonlarının yaygınlaşmasıyla birlikte hızla çoğalmış ve çeşitlenmiştir. Ancak kültür sanat, eğitim, sağlık, bilim ve teknoloji, çevre gibi alanlarda Türkiye’de uzmanlaşma tam olarak sağlanmamıştır. Habercilikte hız ve mükemmelliğe ulaşılabilme adına uzmanlaşma son derece önem arz etmektedir (G. Erdoğan, 2007: 72).

**Spor muhabiri:** Gazeteciliğin ilk yıllarında spor gazeteciliği gibi bir meslek olmadığı gibi, gazetelerde de özel spor sayfaları yoktu. Günün en önemli spor haberleri gazetelerin kenarlarında köşelerinde kendilerine ait ufak yerler bulurdu. Bu süreç futbolun profesyonelleşmesine kadar sürdü. Futbolun profesyonelleşmesinden sonra cazibesinin artması ve toplumda kapladığı alanın genişlemesi ile futbol büyük bir endüstri haline gelmiştir. Gazetelerin bu duruma tepkisiz kalamaması ve profesyonel sporculuğun resmiyet kazanmasından sonra gazetelerin arka sayfaları spor sayfaları olarak değerlendirilmeye başlandı. Bir anlamda profesyonelleşen futbol sayesinde futbol basını gazeteciler ve gazeteler profesyonelleşmeye başladı. Yıllarla birlikte popülerliği ve günlük hayatta kapladığı alan büyüyen futbol kendine ait basını oluşturmayı başardı. Spor gazeteciliği, spor muhabirliği, spor fotoğrafçılığı başlı başına birer meslek dalı olmaya başladı (Gösterişli, 2002: 2).

Sporadaki bu tür gelişmeler sayesinde spor muhabirliğinin uzmanlık alanı haline gelmesi ile birlikte spor muhabirinin kişisel ve mesleki gelişimi önem kazanmaya başlamıştır. Futboldan, basketboldan, halterden, güreşten, tekvandodan vb. spor dallarından anlamayanlar, spor olaylarını izlememeli; değerlendirme ve yorum yapmamalıdır. Spor

yorumlarında da argoya yer verilmemeli, kulüp ve takım tutuculuğundan uzak durulmalı, objektif yayıncılık yapılmalıdır (MEB, 2007f: 22). Bu bağlamda spor muhabirleri gazetecilikte en iyi yazı yazarlardır denebilir. İyi spor yazarları, bir maçın skorunu veya atletik bir yarışmanın sonuçlarını söylemekten çok daha fazlasını yaparlar. Temel gerçeklerin yanı sıra hedef kitlenin maçta veya maçı televizyonda seyrederken alamadığı perspektifi ve farklı görüş açısını da izleyici veya okuyucuya sunarlar (Potter, 2006: 53).

Özellikle futbol karşılaşmalarına ilişkin haberler, maçın önemine bağlı olarak, habercilikte son derece ayrıntılı olarak hazırlanmakta, karşılaşmanın öncesi ve sonrası da tüm ayrıntılarıyla verilerek yaşanan atmosfer okuyucuya yansıtılmak istenmektedir (Gürcan ve Tözelik, 2000: 2). Spor muhabirleri özellikle gece maçlarını konu aldıklarında son derece kısıtlı bir zamana sahiptir. Skoru takip etmeli, aynı zamanda not tutmalıdırlar; bu ise hızla geçen bir maçta yapılacak kolay bir iş değildir. En önemlisi, spor muhabirleri her haber için bir tema bulmalı ve ayrıntıları bu temanın etrafında örmelidir (Potter, 2006: 53).

Bunların dışında spor muhabirlerinin çalışma şartları çeşitli zorluklar içerir. Hafta sonları, spor muhabirlerin en yoğun günleridir. Spor etkinlikleri, genellikle açık havada düzenlendiğinden dış ortamlarda ve uygun olmayan hava şartlarında çalışma olasılıkları yüksektir. Ayrıca yurt içinde ve yurt dışındaki etkinlikleri takip edebilmek amacıyla muhabirlerin sık seyahat etmeleri de gerekebilir (MEB, 2007f: 10).

Spor muhabirlerinin başarılı olabilmesi için sahip olması gereken nitelikler ise (MEB, 2007f: 10):

- Muhabir, izlediği konuya hakim olmalıdır. Haber yapacağı spor etkinliğiyle ilgili kuralları bilmelidir. Konu hakkında bilgi sahibi olan muhabir, etkinliklerle ilgili herhangi bir kural hatasını fark edebilecek ve haber olarak ele alabilecektir.
- İletişimi güçlü olmalı, haber kaynaklarıyla iyi ilişkiler kurabilmelidir.
- Gündemi, özellikle spor gündemini yakından takip etmelidir.
- Araştırmacı olmalı, araştırma yapmayı bilmelidir.

- Akıcı konuşabilmelidir.
- En az bir yabancı dil bilmelidir.
- Spor etkinliklerine ilgi duymalıdır.
- Girişken olmalıdır.

Spor gazetecileri bu özelliklerinin yanı sıra, işe temel gerçeklerle başlamalıdır. Bütün spor dalları hakkında bilgi sahibi olmalı, konu aldıkları maç veya sporun kurallarını ve skorun nasıl belirlendiğini bilmelidir (Potter, 2006: 53). Nasıl iş dünyası ve bilim muhabirleri ekonomik ve bilimsel jargon kullanmaktan kaçınıyorsa, spor yazarları da ancak en ateşli taraftarın veya koçun bileceği terimleri kullanmaktan kaçınmalıdır (Potter, 2006: 53)

**Spor Foto Muhabiri:** Türkiye'nin sosyal yapısı içinde, toplumun büyük bir bölümünün aktif ya da pasif olarak spora katılımı, göz ardı edilemeyecek boyutlardadır. Medya içinde, kamuoyunun spor alanındaki beklentilerine cevap verebilmek amacıyla, yeni bir dal olarak spor medyasının oluşumu ve bu oluşumda yer alan kadroların üstlendiği görevler de bu bağlamda her geçen gün artmıştır (Şahan ve Çınar, 2004: 313). Bu bağlamda spor foto muhabirliği de önem kazanmıştır. Spor muhabirleri yerine göre iyi bir fotoğrafçı yerine göre de iyi birer metin yazarı olmalıdır. Fotoğrafçılar resim çekmenin yanı sıra hareketli görüntü çekmek, hatta resimlerini desteklemek için metin yazmak zorunda kalabilir (Potter, 2006: 11). Türk basınında genellikle muhabirin takip ettiği haberin fotoğrafını da çektiği bir işleyiş söz konusudur. Bununla birlikte bazı servislerde foto muhabirleri servis bünyesinde istihdam edilir. (Spor servisleri, magazin servisleri, haber ajansları, dergiler vb.) Foto muhabiri istihdam edilmeyen servisler ise gerekli durumlarda diğer servisler, fotoğraf servisi veya haber merkezinde istihdam edilen foto muhabirlerinden yararlanırlar (MEB, 2008d: 23).

Spor fotoğrafçılarında kişiye özel bir yetenek bulunmalıdır. Spor fotoğrafçısının çekim yaparken dikkat etmesi gereken bazı detaylar vardır. Spor fotoğrafçı bu detayları çok iyi bilmelidir mesela iyi bir takım fotoğrafı almada boy sırası önemlidir, fotoğrafçı bu anlamda düzeni sağlamalıdır, spor fotoğraflarında önemli olan en karanlık değerin bile aydınlatılmasıdır. Sporun branş branş kendine has doğasını da fotoğrafçı çok iyi



bilmelidir. Spor fotoğrafçı ayrıca çok iyi bir gözlemci olmalı, sporcunun yapacağı hareketleri önceden tahmin etmelidir.

#### 1.1.4. Haber

Haber, insanların üzerinde konuştukları konular, şeylerdir. Başka bir tanımlamayla haber, bir olay, bir olgu üzerine edinilen, iletişim araçlarıyla bir hedef kitleye sunulan bilgidir (Gürcan ve Tözelik, 2000: 2; Yüksel ve Gürcan, 2005: 55). Demirkent, (1982: 9) ise dünyadaki gazeteci sayısı kadar haber tanımı yapmanın mümkün olabileceğini söylemektedir. Paul ve Raue, (2000: 40) ise haberin, yeni, gerçeklerle ilgili, doğru, anlaşılır veya ilginç bilgiler olduğunu belirtmiştir. Aslan, (2002: 58) haber için, dün bilmediğimiz her şeydir, diyerek haberle ilgili aşağıdaki diğer tanımları yapmıştır:

- Haber okuyucuların öğrenmek istedikleridir.
- İnsanların üzerinde konuştuklarıdır.
- İnsanların hakkında konuşacakları her şeydir.
- İlgimizi çekebilecek, bize ilginç gelen her şeydir.

Her olay haber değildir; her haber de bir olay değildir. Bu durumda haber olayı, haber alabilme niteliklerine sahip, toplumun genelinin ilgisini çekecek olaylardır. Haber ise en özünde bir olay, bir olgu üzerine edinilen iletişim ya da yayın organlarıyla verilen bilgidir<sup>18</sup>. Haber ayrıca, vaktinde kamuya ilettiğimiz ve toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, bunun yanında, toplumun genelinin anlayabileceği şekilde aktarılan bir olayın öyküsüdür, haberin özellikleri ise<sup>19</sup>:

- Haber güncel olmalıdır.
- Haber, yeni olmuş veya tekrar oluşan olaylar hakkındadır.

<sup>18</sup> <http://www.tgc.org.tr/ybs/18-17.htm> (Erişim Tarihi: 02.04.2010)

<sup>19</sup> <http://www.tgc.org.tr/ybs/19-18.htm> (Erişim Tarihi: 02.04.2010)

- Haber sistematik değildir; aynı olay ve oluşumlarla ilgilenir ve haberin gösterdiği dünya, sadece ilişkisiz oluşumlardan ibarettir ki, yorumlamak da haberin başlıca görevi değildir.
- Haber dayanıksızdır. Sadece, olayın kendisi geçerli olduğu sürece işe yarar veya kullanılabilir.
- Haber olarak bildirilen olaylar gerçek önemlerinden daha önemli olarak garip veya en azından beklenmeyen türden olmalıdır. Ve bazı tür haberler de, olay vuku bulmadan verilebilir.

Bir olay haber olur çünkü etrafımızda bizi sarıp vızıldayan ve gürleyen karışıklığın içinden farkına varılması için seçilmiştir. MEB (2008a: 14) ise bu bağlamda haberi, toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren, etkileyen, doğruluğundan kuşku duyulmayan herhangi bir olayın, düşünce ya da görüşün halkın anlayabileceği biçimde ve tam zamanında verilmesi olarak tanımlamıştır.

Haber verme, bilgiyi aktararak kamuoyunun oluşması için çaba göstermek, toplumsal değerleri aktarmak, toplumu haberin belirlediği değerler açısından özendirmek, güdülemek, çeşitli tartışma ortamları yaratarak kültürün ve eğitimin geliştirilmesine katkıda bulunma işlevidir. Haber ayrıca, halkın eğlence ihtiyacı, eğitim, ulusal ve uluslararası ilişkiler ve bütünleştirme işlevlerini görmektedir (Yüksel, 2001: 7-8; İçel, 2001: 12-14).

Bir olayın haber olabilmesi için bir takım unsurları taşıması gerekir. Her şeyden önce haber olacak olay toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendirmeli ve ilgi çekici olmalıdır. Olayların bazılarında olay kişileri olayın haber olarak ele alınmasını sağlarken bazı olaylar ise sık karşılaşılmadıkları için haber niteliği kazanmaktadır (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2007c: 4). Postman ve Powers (1992: 21) ise bu durumu; kuşkusuz kimi olaylar vardır ki evrensel bir öneme ve sonuca sahiptir, fakat çoğu haber olayla bağlantılı değildir demişlerdir.

Haberin tanımı ve işlevi kitle iletişim araçlarının tümünde aynı özellikleri gösterir. Haber kitle iletişim aracının özelliğinden bağımsız bir kavramdır. Farklı biçimlerde

formatlanması ve farklı iletişim araçları yoluyla iletilmesi haberin sahip olması gereken standartları değiştirmez. Bu standartlar uluslararası çerçevede kabul görmüş normlardır. Bu standartlardan bazıları haberin doğru olması, yansız olması, karşıt görüşlere yer verilmesi ve geniş kitleleri ilgilendirmesidir (Gürcan ve Tözeliç, 2000: 4).

Eğlendirme, haberdar etme, denetleme, eleştirme, kamuoyu oluşturma, devlet için anayasal toplum yapısı içindeki görevlerini yerine getirirken medyada önemli bir detay olarak haber kavramı ortaya çıkmaktadır (Paul ve Raue, 2000: 40). Ancak haber kuruluşları işlerini kamu hizmeti olarak görmelidirler, dolayısıyla haberler, insanların günlük yaşamlarını sürdürmelerini ve bir demokraside üretken vatandaşlar olmalarını sağlayacak bilgilerden oluşmalıdır (Potter, 2006: 4).

Yargısal olarak haberin ne olduğu konusunda tam bir kesinlik söz konusu olmamakla birlikte bu konuda hüküm vermeyi etkileyen etmenlerin yanı sıra haber içeriğinin oluşturulma sürecine bakmak gerekmektedir (Kılıç, 2005: 132). Çoğunlukla hesapta olmayan olaylar büyük haber öyküsü olur. Batan bir feribot, uçak kazası, tsunami veya toprak kayması yalnızca meydana geldiği zaman değil, olaydan günlerce ve haftalarca sonra bile haber değeri taşır. Haberin kapsamı yakınlığına ve olayda yer alan insana bağlı olarak değişir (Potter, 2006: 6).

Medyayı daha üretken hale getiren yeni teknolojiler haberin bir mal gibi büyük kâr karşılığı alınıp satılabileceğinin keşfini gerçekleştirmiştir. Haberin ticari potansiyelinin keşfi büyük sermayenin medyaya akmasına neden olmuştur. Özellikle sermayenin gücü ve yönlendirme potansiyeli ile haberin kamusal değerini ve önemini koruyarak toplumsal çıkarlara hizmet etmesini sağlamak giderek önem kazanmıştır (Kılıç, 2005: 132).

#### ***1.1.4.1. Haberin öğeleri***

Kamuoyunu oluşturup, kamuyu bilgilendiren medya, haberi sunarken habere birtakım değerler yüklemelidir ki haber okunsun, izlensin. Haberciliğin dayandığı

temel ilkeler olmaksızın haberin hedef kitleye ulaştırılması ve kabul görmesi mümkün görünmemektedir (Banar, 2006: 128). Bir haberde bulunması gereken temel ilkeler ise, haberciliğin anayasası haline gelmiş 5N 1K kuralıdır. 5N 1K, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden, kim, sorularına yanıt arar<sup>20</sup>.

- Ne; bir haberi yazarken, "ne" sorusu sorulmalıdır, ne haber olmuştur ya da olay nedir.
- Nerede; olay nerede yaşanmıştır.
- Ne zaman; olayın zamanı nedir.
- Nasıl; olay nasıl meydana gelmiştir.
- Neden; olayın nedenleri nelerdir.
- Kim; olayı kim ya da kimler yaratmıştır.

5N 1K denilen bu soruların hazırlanan haberlerde mutlaka bulunması gerekmektedir. Aksi takdirde haber eksik olur. Habercilikte, bu soruların cevapları okuyucuya net olarak sunulmalıdır. Ayrıca haber metinlerinde<sup>21</sup>:

- Haber metinleri, haber girişi ve haber gövdesi olarak iki kısma ayrılır.
- Giriş cümlesinde 5N 1K formülünün öğelerinin, gövdede de geriye kalan detay bilgiler işlenmelidir.
- Haberle ilişkili kişiler de haberimizin içinde tanıtılmalı, zihinde soru oluşturabilecek bir durum yaratmamalıdır.
- Haber kaynağı mutlaka belirtilmeli; ama riske de girilmemelidir. Kaynak belirtirken muhabir riske girmemelidir. Böyle bir durumda, haber kaynağı isminin yazılmamasını isteyebilir, o takdirde, "yetkililerden aldığımız bilgi" türünden bir aktarım yapılmalıdır.
- Haber metnimiz kesin, canlı, etken, konuya yönelik, orijinal, açık, doğru ve özlü bir ifade biçimine sahip olmalıdır.
- Gazetecilikte çoğunlukla "di'li" geçmiş zaman kullanılır. 1980 öncesinde "miş'li" geçmiş zaman kullanılırken, 80'lerden bu yana "di 'li" geçmiş

<sup>20</sup> <http://www.tgc.org.tr/ybs/19-18.htm> (Erişim Tarihi: 02.04.2010)

<sup>21</sup> <http://www.tgc.org.tr/ybs/19-18.htm> (Erişim Tarihi: 02.04.2010)

zaman kullanılmaktadır. Di' li geçmiş zamanın yanı sıra, gerektiğinde geniş zaman ve şimdiki zaman da kullanılabilir.

#### ***1.1.4.2. Haber değeri***

Haber yapılmaya değer konuların seçiminde gazetecilerin yetişme, ilgi, eğitim ve genel kültür donanımları gibi etmenlerin tümü etkili olmaktadır (Kılıç, 2005: 133). Bir olayı diğer olaylardan ayırarak ona haber niteliğini kazandıran belli başlı haber değerleri vardır. Bunlar: Zamanlılık, yakınlık, insanın ilgisini çekme, çok sayıda kişiyi ilgilendirme, tekrarlanma, çatışma, güncellik ve buna benzer olgulardır (Doğan, 2008: 72).

Ayrıca, haber değerleri olayların nitelikleridir ya da başka bir anlatımla, gazetecilik mesleğine özgü, olayın kitle iletişim araçlarında yer almasında etkili, nispi olarak var olmasına salık verilen özelliklerdir. Farklı haber değerlerinin bir konuda bulunması o olayı yayınlanabilir nitelikte kılmaktadır. (Kılıç, 2005: 132). Yüksel ve Gürcan (2001: 60), haberde var olması beklenen temel özellikler ve habere değer katan unsurları anlamlı bir hale getirmenin önemine değinerek, habere belli başlı değer katan unsurları aşağıdaki gibi açıklayıp örneklendirmişlerdir:

- Önem (Başbakan'ın ölümü / Savaş)
- İlginçlik (İki baslı bebek)
- Zamanlama (Ay tutulması)
- Yakınlık-ilinti (Komsu kentte islenen seri cinayetler)
- Duygusalılık (Yeni doğmuş bebeğin cami avlusuna bırakılması, ölüm, evlenme)
- Tekrarlanma (Kentte sık sık meydana gelen araba hırsızlıkları)
- Çok sayıda kişiyi ilgilendirme (Seçim sonuçları, fırtınanın, karın yaklaşıyor olması)
- En büyük olmak (Kentin en yaşlı insanı)
- İlk olmak (Yılın ilk bebeği)
- Tek olmak (Bölgedeki tek doktor)

- Meşhur olmak (Ajda Pekkan'ın kente gelişi)
- Merak uyandırmak (Yeniden deprem olur mu?)

İnsanların ilgisini çeken her şey haber değeri olabildiği gibi, muhabirin yetiştirilme tarzı, kurumun bakış açısı gibi birçok etken, muhabirin yeteneği ile birleştiği zaman haber değeri kazanabilir. Herhangi bir şey haber olabilir. Önemli olan bu haberi görebilmek, bu kaynağa ulaşabilmek ve okuyucunun ilgisini çekebilecek şekilde sunabilmektir. Değerli bir haber bir basın işletmesinin en önemli ürünüdür, bu ürünü etkin kullanmak kuruma ve muhabire değer katacaktır. Fakat piyasa koşulları, bir haberde nelerin anlatılıp aktarılacağını sistematik olarak belirlemektedir (Erdoğan, 2007: 33).

#### ***1.1.4.3. Haber toplama yöntemleri***

Basın-medya kuruluşları varlık nedenleri olarak haber aktarırlarken temel toplumsal işlevleri de yerine getirmektedir. Bunlar, haber toplama, işleme ve yayıma hazırlama, denetim ve eleştiri, kamuoyu oluşturma, siyasal karar alma yönünden ikna etme, eğitime, eğlendirme, reklam, boş zamanları doldurma gibi işlemlerdir (Önal, 2008: 289). Gazeteciliğin en önemli unsuru ise haberi toplamaktır. Haber toplama yönünden gazeteci nerede, ne zaman haber olabilecek enformasyon bulacağını, neyi ve kimi göreceğini, topladıklarını nasıl ayırıp değerlendireceğini bilmelidir (Tokgöz, 1981: 72). Kuramcılar haberi, ulaşılabilir kaynaklar olarak görmektedirler ve medyanın haberleri özerk bir biçimde yaratmak yerine düzenli ve güvenilir kaynaklardan elde ettiğini belirtmektedirler (Kılıç, 2005, s.134). Gazeteciler bu bağlamda her yerden haber bulabilir; ancak öykülerin çoğu şu üç temel yoldan biriyle elde edilir (Potter, 2006: 6):

- Afet ve kazalar gibi doğal olarak meydana gelen olaylar
- Toplantı ve konferans gibi planlanmış etkinlikler
- Muhabirlerin girişimleri

Haber toplama yöntemlerinin en önemlileri gözlem, görüşme ve röportajlar, araştırma ve arşivcilik ve istihbaratlardır.

**Gözlem:** Olay yerinde gözlem iyi haberciliğin temellerinden biridir. Muhabirler olayları mümkün olduğunca kendileri gözlemlemek isterler; böylece olayları hedef kitlelerine doğru biçimde anlatabilirler. İyi muhabirler olay yerinde bütün duyularını kullanırlar. Haberi izler, dinler, koklar, hatta haberin tadına bakıp olayı hissederler, böylece bunların tümünü seslendikleri kitle ye aktarabilirler (Potter, 2006: 14).

Olaylar ve sorunlar hakkında haber toplama kolaylıkla gerçekleştirilebilir. Bazıları yönünden ise haber toplama, bu kadar kolay değildir. Muhabirlerin, "görülebilir ve gözlenebilir" olayları izlemesi, gözlemde bulunması, haber toplama bakımından en istenilen yoldur (Tokgöz, 1981: 72). Önemli haberler çoğu kez yerinden toplanılır. Örneğin: gazeteci bir konuşmayı, toplantıyı, futbol maçını, bir duruşmayı, bir seçimi izler. İzlemesi sırasında izlediği olaylara yerinde gözlem yapar ve olayın içine girerek olayı tanımlar. Muhabir olayı yerinde izlerken, olayın neden, nasıl, ne, nerede, ne zaman ve kim gibi kurallara uyarak oluşum aşamalarını anlamalı, değerlendirmelerini ona göre yapmalıdır. Bu bakımdan, gazetecinin anlama yeteneğini bilinçli bir şekilde kullanması gereklidir, bunun içinde çok iyi gözlem yapması zorunludur (Tokgöz, 1981: 73; MEB, 2007b: 7).

**Görüşme ve röportaj:** Yalnız haberle tatmin edilmeyen durumlarda merak ve ilgi çekici konuları yerinde yapılacak inceleme ile önceden hazırlıklı olarak tanıtan, okurun aynı zamanda haber, görgü ve kültür gereksinimini gidermeye yönelik yazı türüne röportaj denir (MEB, 2007c: 3). Ayrıca röportaj, bir muhabirin belli konudaki sorularına görüşme yoluyla yanıt aranması olarak da tanımlanmaktadır. Yüz yüze, telefonla ya da son birkaç yıldır elektronik postayla röportaj gerçekleştirilebiliyor<sup>22</sup>. Röportajlar haberin vazgeçilemez unsurudur. Gazeteciler, başyazı, fıkra, makale yazamayabilir ama her gazeteci mutlaka haber, röportaj ve haber-röportaj yazabilmelidir (MEB, 2007c: 3).

<sup>22</sup> <http://www.tgc.org.tr/ybs/19-18.htm> (Erişim Tarihi: 02.04.2010)

Kitle iletişim araçlarında röportaj olarak yayınlanması düşünülen görüşmelerin konuları bazen sıradan insanların konuşup üzerinde yorum yapabileceği konular arasından seçilmekte, bazen de toplumsal yapıya katkı yapabilecek, aydın insanlara yeni yönler gösterebilecek halkın içinden konulardan seçilmektedir. Ancak medya için yapılan her görüşmenin konusu, bireylere ilginç gelen yönleri ön plana çıkarabilecek, yankılanarak ses getirebilecek biçimde belirlenmelidir (MEB, 2007c: 5).

Muhabir olayları her zaman gözleyemeyeceğine, ancak olaylar olduktan sonra bilgi sahibi olduğuna göre, haber verenlerce olay habercilere anlatılır, söylenir. Bu anlatılma sürecinde gazetecinin ilk başvuracağı yollardan birisi insanlarla konuşmak, daha doğru bir deyişle çeşitli mülakatlar yapmaktır (Tokgöz, 1981: 74). Muhabir; tanık olmadığı, gerçekleştikten sonra öğrendiği olaylarla ilgili verileri ikinci el kaynaklardan öğrenir. Olayla ilgili bilgiler, haber kaynakları tarafından gazetecilere aktarılır. Konuşma ve bilgi alınan kişiler çoğu kez olaya katılanlar veya görgü tanıklarındır.

Muhabir gerek yerinde haber toplarken, gerekse kendisine olayın anlatılma sürecinde, insanlarla konuşarak haber hakkında bilgileri toplar. Ayrıca, gazetecinin haberi oluşturan olay hakkında, olaya katılmayan kimselerle de konuşması, danışması çoğu kez gereklidir (Tokgöz, 1981: 74). Hatta muhabirler olay hakkında, olaya katılmayan, ancak konunun uzmanı olan kişilerin görüşlerini de alarak haberi daha etkileyici hale getirebilirler.

**Araştırma ve arşivcilik:** Gazeteciler hiç kuşkusuz kendi duydukları ile yetinmezler, başkalarının söylediklerini de araştırarak geliştirmeye çalışırlar. Muhabirler çoğu zaman haber peşinde koşmazlar ve raporlara, belgelere, ilânlara, reklâmlara, dosyalara bakarak, daha doğru deyişle ikinci el kaynakları kullanarak, haber toplarlar. İkinci el kaynaklar genelde hem haberi oluşturan hammaddedirler hem de, gazetecinin daha önce topladıklarının denetiminde kullanılacak önemli metinlerdir (Tokgöz, 1981: 74).



Belgeler, veriler ve devlet arşivlerinden öyküler çıkabilir, bu tür haberler araştırma haberleridir, fakat araştırma haber, araştırmacı gazeteciliğin bir ürünü olarak özel bir çalışmayı ve çaba gerektirir (Bülbül, 2001: 122).

Arşiv ise, kurumların gerçek ve tüzel kişilerin faaliyetleri sonucunda meydana gelen, idari, hukuksal, tanıklık, kurumsal değeri olan ya da tekrar kullanılmak üzere üretilen her türlü görsel, yazılı ve data bilgilerinin muhafaza edildiği yerdir.

Arşivler genel olarak klasik arşivler ve modern arşivler olarak ikiye ayrılır. Klasik arşivler, Osmanlı arşivi gibi eski yazıyla yazılmış belgelerle ilgili arşivlerdir. Modern arşivler, iş dünyası, hastaneler, televizyonlar vs. gibi kurumların ürettikleri her türlü belge ve bilginin tutulduğu yerlerdir. Gazetecilikte arşivin en önemli işlevi, güncel olayların değişik yönlerine ışık tutacak malzemeyi sağlamasıdır. Habercinin en önemli yardımcısı arşivdir (MEB, 2007a: 19).

**İstihbarat:** İstihbarat; Arapça bir kelime olup bilgi toplama, haber alma, duyum, yeni öğrenilen bilgiler anlamına gelmektedir. İstihbarat, medya organizasyonlarının en önemli haber toplama yöntemlerinden biridir. İstihbarat haberleri, gün içerisinde yaşanan ilde meydana gelen her türlü haberi kapsar. Bu nedenle çok iyi bir organizasyonla haber toplama işlevi yerine getirilmelidir (MEB, 2007d: 3). Ayrıca haber toplama işleminin daha çok, haber verenler aracılığı ile gerçekleştiği akıldan çıkarılmamalıdır (Tokgöz, 1981: 72).

Medya organizasyonlarına gelen telefon, faks, mail mesajları ya da ziyaretçilerin haber yapılması için verdiği bilgiler birer istihbarattır. Medya çalışanlarının duyumlarını da istihbarat olarak kabul etmek gerekir. İstihbarat elde etmek kadar, istihbaratı en kısa sürede soruşturmak ve tamamlamak da haberciliğin önemli kurallarından birisidir (MEB, 2007g: 9).

İstihbarat ayrıca bir olay, bir olgu, bir kişi ya da bir kurumla ilgili muhabirin araştırma yapması, elindeki bilgi ve verileri doğrulaması, gerçekliğe dair ayrıntıları

ortaya çıkarmasıdır işlemidir. İstihbarat, bilinenlerden yola çıkarak, bilinmeyenleri bilinir hale getirme çabasıdır (Aslan, 2002: 59)

#### ***1.1.4.4. Haber çeşitleri***

Bilginin hızlı yayılımı ile birlikte dünyanın gelişimini anlayabilmenin ve onu yorumlayabilmenin yolu uzmanlaşmaktan geçmeye başlamıştır. Daha önceleri bir tek başlık altında değerlendirilen ve adlandırılan birçok meslek zamanla ayrı ayrı meslekler ve disiplinler olarak adlandırılmaya başlandı, haberlerde gerek muhabirler gerekse haber çeşitleri olarak bu uzmanlaşmadan etkilendiler.

Bazı özel alanlar ise basında gelenekseldir ve basın da her zaman yer bulmuşlardır. Sözelimi hükümet, polis, mahkemeler ve iş dünyası ve bunların kendine özgü haberleri. Diğer haberler bölgeye göre çeşitlilik gösterir. Muhabirler bir toplumun yapısına bağlı olarak, özel görev yeri niteliğinde çevre, yaşlılar veya eğitim konularını ele almakla görevlendirilebilirler (Potter, 2006: 48).

Çeşitli alanlarda özel muhabirler görevlendirilmiştir. Özel muhabirlerin tek bir temel sorumluluğu vardır: Uzmanlık alanlarındaki haberin daima başında olmak. Muhabirlerin kendi özel görev bölgelerinde ortaya çıkan toplantı, basılı rapor veya web yayınları ve diğer rutin etkinlikleri ele almaları beklenir; ancak aynı zamanda görünenin ötesinde haber bulmakla da sorumludurlar. Özel muhabirler, yalnızca gözler önünde değil, perde arkasında da gerçekten olup bitenler hakkında onları daima haberdar edecek kaynaklarla ilişkiler kurarak öyküleri kendi girişimleriyle geliştirirler (Potter, 2006: 48).

Türkiye’de ekonomi, politika, spor ve magazin dallarında uzmanlaşma sağlanmıştır. Çünkü bu dallar, tarihi süreç içerisinde uzun bir geçmişe sahiptir. Ancak kültür sanat, eğitim, sağlık, bilim ve teknoloji, çevre gibi alanlarda Türkiye’de uzmanlaşma tam olarak sağlanmamıştır. Habercilikte hız ve mükemmelliğe ulaşılabilme adına uzmanlaşma son derece önem arz etmektedir (G. Erdoğan, 2007: 72). Aşağıda bazı uzmanlaşmaya bağlı haber çeşitleri verilmiştir:

**Politika Haberleri:** Ülke yönetimini ve uluslararası ilişkiler bağlamındaki işleri ve toplumu ilgilendiren her türlü durum ve faaliyeti haber olarak ele alıp işleyerek okura sunan uzmanlık alanı (G. Erdoğan, 2007: 74).

**Polis- Adliye Haberleri:** Gazetecilik mesleğinin başlangıç alanıdır. Çoğu gazeteci mesleğe polis-adliye muhabiri olarak başlamıştır. Basit haberler ve karmaşık haberler içinde yer alan ölüm, hastalık, yangın, kaza, cinayet, mahkeme v.s. haberleri polis-adliye haberciliğinin içerisinde yer alır.

**Ekonomi Haberleri:** İş yaşamı, endüstri, borsa, finansal piyasalar çalışma alanını oluşturmaktadır.

**Sağlık Haberleri:** Sağlık enformasyonunun, insanların sağlık konusunda bilgilendirilmesi gereken konuların, toplumsal ve kişisel sağlıkla ilgili konuların basın-yayın ortamında sunulmasıdır.

**Eğitim Haberleri:** Eğitim ile ilgili bilgilerin, toplumca bilinmesi gereken konuların, sunulmasıdır. Karmaşık haberler kavramı içerisinde incelenir. Toplum net olarak bilgilendirmek önemlidir.

**Magazin Haberleri:** Yurt ve dünya çapında tanınan eğlence ve şov dünyasındaki halkın gözü önüne sunmaktadırlar. Ayrıca sıra dışı, ilginç öyküler de magazin haberciliğinin konuları arasındadır (G. Erdoğan, 2007: 127).

**Bilim ve Teknoloji Haberleri:** Bilim ve teknoloji alanındaki gelişmeleri ve mukayeseleri topluma haber olarak verilmesi.

**Savaş Haberleri:** Savaş dönemlerinde halkların olan bitenden haberdar olmasında önemli bir yeri vardır, dünyadaki savaşların nedensel ve süreçsel analizlerini yaparlar. Gerekirse savaşın olduğu bölgelere giderler.

**Kültür-Sanat Haberleri:** Dünya ve ülke çapında yaşanan kültür sanat olaylarının topluma bildirilmesi ve halkın haberdar edilmesidir.

Haber türleri ayrıca, konularına göre, formatlarına göre, özel haberler ve rutin haberler, başlıkları altında da gruplandırılmışlardır. Konularına göre haberler, bilişim, spor, kültür gibi haberlerdir. Formatlarına göre televizyon, radyo, dergi haberleri. Rutin haberler sıradan gelişen olayların haberleri basın toplantıları, olağan meclis görüşmeleri gibi. Özel haberler ise muhabirin kendi çabasıyla ortaya çıkardığı haberlerdir.

#### *1.1.4.4.1. Spor haberi ve Türkiye’de ki ilk spor haberleri*

Spor medyası tüm dünyada olduğu gibi günümüzde spor dünyasının ayrılmaz bir parçası olarak her gün spora ilişkin içerik üretmekte ve spor kamuoyunun tüketimine sunmaktadır. Ürünün niteliği, ticari bir yaklaşımla arz talep dengesi çerçevesinde şekillenmekte, medya kuruluşları okuyucu/izleyicinin istediğini verme düşüncesiyle oluşturdukları yayın politikalarını sürdürmektedirler (Özsoy, 2008: 104).

Medya kuruluşlarının yayın politikalarını belirlemede sporun çok önemli bir yeri vardır ve sporun medya için en önemli ürünü de sporun haberidir. Dünyanın bir köşesinde yapılan müsabaka, teknolojik gelişmelerle paralel olarak bazen aynı anda, bazen ertesi gün, önemine ve sırasına göre tüm dünyaya haber ve görüntü olarak ulaşmaktadır (Özsoy, 2008: 102), bu da insanoğlunun, spora, zengin ve güçlülerin yaşantılarına, her zaman merak ve ilgi duymuştur. Bunun sonucu olarak da, spor etkinlikleri bütün ülkelerde yaygınlaşmış ve hedef kitlesi hızla artmıştır.

Sporun hızlı büyümesine basın kuruluşları da kayıtsız kalamamıştır, sektörel veya tematik olarak yayın yapanlar haricindeki dünya üzerinde yayınlanan bütün gazete, dergi, televizyon, radyo, internet gibi kitle iletişim araçlarında spor haberleri yer almaya başlamıştır (Özsoy, 2008: 101). Bu gelişim ile birlikte, spor haberciliği kamuoyuna spor dallarıyla ilgili karşılaşmalara ve gelişmelere ilişkin bilgiler vermeye, bu bilgilerin anlamını yorumlamaya özel haberlerle gündem oluşturmaya

başlamıştır. Spor haberi artık sadece haber kavramı olarak değil içinde eleştiri, yorum barındıran haberler konumuna gelmiştir.

Türkiye’de spor alanındaki ilk haberler 1911’li yıllarda Tasviri Efkar gazetesinde yayınlanmıştır (Şahan ve Çınar, 2004: 313). Bu haber Galatasaray Kulübünün ilk üyelerinden Abidin Daver’in, Tasvir-i Efkar’da Galatasaray – Tamsuar maçını yayınlamasıdır. Böylelikle bir futbol maçı, ilk defa Türkiye’de gündelik bir gazetede yer alıyordu. İlk naklen radyo yayını ise, 20 Temmuz 1934’de Kadıköy, den gerçekleştirilmiştir. Fenerbahçe ve Wacker takımları arasındaki maçı İstanbul Radyosu, deneme amaçlı olarak naklen yayınlamışlardır. İlk televizyon yayını, 9 Temmuz 1952 tarihinde gerçekleştirilmiştir (Şahan ve Çınar, 2004: 313).

1934 yılında spor basınında yepyeni bir uygulama başlatılmıştır. Zamanının en iyi futbol hakemlerinden biri olan İzzet Muhiddin, çalışmakta olduğu haber isimli akşam gazetesinin son sayfasını tamamen spora ayırarak günümüze dek uzayıp gelen bir sistemin kurucusu ve öncüsü olmuştur. Bu uygulamayla birlikte gazeteler, arka sayfalarından okunmaya başlanmıştır (MEB, 2007f: 4).

Spor 1940’lı yıllarda, Türkiye’de ki günlük gazetelerde yerini sağlamlaştırdı. Önce, Vatan gazetesi arka sayfasının tamamını spora ayırdı. Ardından Cumhuriyet, Akşam ve Son Posta gazeteleri spora ayırdıkları sütun sayılarını artırarak bu gelişmeye ayak uydurmaya çalıştılar (MEB, 2007f: 5). 1952’de ise Türk Spor adlı ilk günlük spor gazetesi çıkarılmıştır. Uzun süre dergilerin ağırlıklı olduğu Türk spor basını futbolda profesyonelliğin kabul edilmesiyle gazete anlamında da büyük atılımlar yapmıştır. 1952 yılında yayınlanmaya başlayan “Türkiye Spor” bunların en önemlilerindedir. Bu gazete, Cumhuriyet gazetesi 30 bin satarken, 50 bin tiraja ulaşmıştır (Kaya, 2001: 162-167). Türkiye Spor Gazetesi Yılmaz Pağda’nın sahipliğinde, Halit Kıvanç, Necati Bilgiç, Kenan Şengül, Muvakkar Ekrem Talu, Halit Talayer gibi yazarların öncülüğünde yayın hayatına başlamıştır. Ömrü çok kısa olan Türkiye Spor’un yerine Günlük Spor, onun yerine de siyasi bir gazete olarak Son Saat yayımlanmıştır (MEB, 2007f: 5).

#### 1.1.4.4.2. Spor haberinin özellikleri

Spor haberlerinde, skor vermenin yanında maç öncesi, sporcuların ve taraftarların nabzını tutmaktan, maç sonrası gelişmelere kadar, sporcuların özel yaşamlarından kamp çalışmalarına uzanan geniş bir yelpazede haberler verilmektedir (Gürcan ve Tözelik, 2000: 3). Bundan dolayı da Türkiye’de haber kalitesi ve çeşitliliğiyle ilgili sorunların çokça, belki de en sık yaşandığı alanlardan birisi de spor medyasıdır (Çevikel, 2004: 149).

Spor haberleri, sporun kendi yapısından dolayı çeşitli özellikler göstermektedir, spor haberleri kaynaklara dayandırılması ve hızlı bir şekilde verilmesinin dışında (Gürcan ve Tözelik, 2000: 3);

- Sadece kim ve neyi değil, gerçekleşen olayın neden ve nasıl olduğunu da açıklar
- Spor haberi, sporun iş kısmı hakkında bilgiler verir, atlet, takım sahibi ve fanatiklerle ilgili öyküler spor haberlerinin içinde yer alır.
- Spor haberlerinde karşılaşmanın zamansal dizilim çerçevesinde verilmiş gelişmeleri bulunur.
- Spor haberlerinde karşılaşma öncesinde stadyum dışındaki ve içindeki çeşitli gelişmeler örneğin taraftarlar arasındaki kavgalar, yöneticiler ya da futbolcular arasındaki söz düelloları, güvenlik önlemleri gibi ayrıntılara yer verilir.
- Karşılaşmadan sonra ise futbolcuların, teknik direktörlerin ve yöneticilerin görüşleri, futbolcuların performanslarına ilişkin karneler ve varsa karşılaşma sonrasındaki olaylara ilişkin yazılar ve fotoğraflar yer alır.
- Spor haberlerinin sunumunda, habercilik açısından bakıldığında, daha çok kronolojik dizi ve zincirleme ile dörtgen kuralları kullanılabilir.

- Maçlara yönelik spor haberlerinde, muhabirin maça ilişkin yorumlarıyla da desteklenmiş, maçın zamansal bir dizim içinde sunulmasına dayanmaktadır.
- Muhabir, oyuncular hakkında da, nasıl oynadıkları yorumunu yaparak haberi aktarmaktadır.

Ayrıca spor haberlerinin haber değeri ise, basının diğer dallarında olduğu gibi spor basınında da geçerli değerlendirme ve seçme ölçütleridir, bunlar (MEB, 2007f: 6):

- Spor basını çalışanları arasında geçerli olan profesyonel ideolojiler;
- Bir örgüt olarak spor basınının kuralları ve amaçları;
- Spor basınının hedef kitlesinin de sahip olduğu toplumsal tutumlar;
- Habere konu olan olay, olgu veya konunun haber toplama ve aktarımının ekonomik olma düzeyi
- Bir örgüt olarak spor basınının psikolojisi ve sosyolojisi.

Spor haberleri, büyük taraftar kitlelerini veya spora ilgi duyan herhangi bir insanı, kadınları, çocukları sporu seven herkesi etkisi altında bırakabilen, hatta çoğu insanın gazeteyi spor haberlerinden başlayarak okumasını sağlayan büyük kitlelerin takip ettiği haber türüdür. Medya da spor haberleri, bazı tematik yayın yapan medya kuruluşları haricinde yerini almaktadır. Medyada toplumsal gelişimin her aşamasında yerini almış ve toplumları etkilemiştir. Bu etkilenme sürecinde en önemli değişimi haber metni göstermiştir. (Güller, 2007: 42) bu değişim spor haber metinlerine de yansımıştır, muhabirler okurun ilgisini çekecek haberlere yönelmişlerdir.

#### *1.1.4.4.3. Spor haberlerinin tiraj ve reytinge etkisi*

Spor medyası sporla ilgili haber ve yorumları kamuoyuna aktaran kitle iletişim araçlarının hepsini kapsayan bir niteleme olarak kullanılmaktadır (Özsoy, 2008: 101). Spor medyasının gündemini ise oyuncular, yorumcular, başkanlar, spor kulüpleri gibi sporun ögeleri belirler, bu gündem de medya ile kamuoyuna yansır. Spor medyası da

internet, televizyon, radyo, gazete, dergi gibi birçok yayın organıyla kamuoyuna ulaşır.

Toplumsal yaşamda ortaya çıkan ihtiyaçlara göre gelişen teknoloji ile birlikte, medyanın kullanım biçimini, bireysel alışkanlıkları ve bunlara bağlı pek çok şey değişmektedir (Birsen, 2005: 1). Spor medyasında da bu gelişmelerin ışığında, sadece spor haberi veren gazete, dergi ve televizyon kanalları sporseverler tarafından ilgiyle takip edilmektedir (Özsoy, 2008: 101).

Haberleşme ve ulaştırma araçlarının artan etkinliği, spor ve diğer boş zaman faaliyetlerinin ortaya çıkışına ve gelişmesine de yardımcı olmaktadır. Bu bakımdan kitle haberleşme araçlarının etkinliği, ferdin gelişmesinde kalıtsal faktörlerin oynadığı role, bir de sosyal faktörü katmaktadır. Bu araçlar, uyarıcı etki yapmakta, değişik spor dallarının toplumda uygulanabilmesi gerçekleşmektedir. Her hangi bir branşa ilgi az iken, bu uyarıcı etki zamanla gerek aktif sporculuğu veya seyirci şeklindeki kitlelerin ilgisini artırmaktadır ( Şahan ve Çınar, 2004, s.316).

Popüler kültür bağlamında değerlendirilen spor medyasının, yayın politikalarını ise okuyucu ve izleyicinin taleplerinin belirlediği bilinmektedir. Genel anlamda ticari olarak yapılan medyanın bir alt departmanı şeklindeki spor medyası, okuyucu ve izleyicinin taleplerini karşılamayı hedeflerken, kuruluşun baskı sayısı ve reyting hedeflerini kriter olarak almaktadır (Özsoy, 2008: 102). Spor haberleri bu bağlamda, basında en fazla ilgi gören haber türleri arasında yer almaktadır. Ulusal gazetelerdeki spor sayfalarının yanısıra televizyonlardaki haber bültenlerinde de spora mutlaka yer verilmekte ve birçok spor programı hazırlanmaktadır (Gürcan ve Tözelik, 2000: 5).

#### ***1.1.4.5. Haber kaynakları***

Haber kaynakları, habere konu olan olay, kişi ya da durum hakkında bilgi alınan kişi ya da kuruluş, görüntü malzemesi, kitap, dergi, rapor vb. bütün materyallerdir. Haber kaynakları gündemin belirlenmesinde etkilidir. Muhabir haberini kaynaktan aldığı bilgiler çerçevesinde oluşturur. Bu bilgilerin doğru olup olmadığını başka



kaynaklardan aldığı bilgilerle karşılaştırarak öğrenir. Oluşturulan haberlerde kaynağın belirlenmesi, hem alınan bilginin kimden, nereden alındığını gösterir; hem de haberin güvenilirliğini sağlar (MEB, 2007b: 12). Basının haber kaynakları arasında:

- Cumhurbaşkanlığı
- Başbakanlık
- Parlamento
- Bakanlıklar
- Siyasi parti kuruluşları ve temsilcilikleri
- Sendika kuruluşları
- Emniyet ve jandarma birimleri
- Adliyeler
- Eğitim kurumları
- Üniversiteler
- Hastaneler
- Ticari kuruluşlar
- Kurumlar
- Kişiler

gibi kamu, tüzel kişilikler ve kişiler tarafından üretilen yazılı, basılı, sözlü, görüntülü ve elektronik olmak üzere bir veya birkaç unsuru bir arada veren bilgi kaynakları ve belgeler bulunmaktadır. Basın kuruluşları, buralardan haber ve bilgi toplamak üzere görevlendirilen muhabirler kanalıyla kendilerine haber akışı sağlamaktadırlar (Önal, 2008: 289).

Tokgöz, (1981: 73) haber kaynakları ile etkileşim ile ilgili “haber mahiyeti ve habercilikle uğraşan kurumların işlevsel gereksinimleri, haber toplama yollarını aştığı gibi, yazılı ve sözlü basın da kendi en önemli haber kaynakları ile karşılıklı olarak etkileşir” demiştir. Tokgöz (1981: 73) aynı çalışmada, “haber sosyolojisinin temelinde bir yandan gazeteci-kaynak ilişkisi kurma, diğer yandan da bu etkileşimin mahiyeti ve sonuçlarının yattığını belirtmiştir. Bu yönden, haber toplamayı standart

ve kısmen de olası bir kural haline getirebilme bakımından yapılan işlem, gazetecilerin haber kaynaklarına göre uzmanlaştırılmalarıdır. Tokgöz (1981: 73) ayrıca, eskiden habere konu olan düşünce genelde tek bir devlet dairesinden kaynaklanabildiğini, yani tek bir haber kaynağının olduğunu, günümüzde ise haber kaynağının, çoğu kez bilgisayarda açılmış bir dosya olabileceğini vurgulamıştır.

Bu bağlamda, basındaki tekelleşme ve gelişen teknolojiyle beraber masa başı haberciliği gelişme göstermiş, olay yerine gitmeden, muhabirler telefonla haber kaynaklarından bilgi almaya başlamışlardır. Köşe yazarları muhabirlerin yaptığı işleri yaparak, haber kaynaklarıyla doğrudan görüşmeler yapıp muhabirlerin görevlerini yapmaya başlamışlardır. Çünkü güç odakları ve iktidar sahipleri muhabirler yerine köşe yazarlarıyla iletişim kurmayı tercih etmişlerdir (Özsever, 2004: 152).

Haber kaynaklarının kıt ve tekeli yapısı, gazetecinin “haber kaynağı” statüsüne sahip ilişkilerine bağlanması yönünde bir eğilime de yol açar. Çoğu kez haber kaynakları, kendi çıkarları çerçevesinde, bilgiyi saklamakta, eksik ya da yanlış bilgiler vererek gazeteciyi dezenformasyona uğratmaya çalışmaktadır. Gazeteci bu tuzaklardan ancak, geniş bilgi dağarcığı ve uzmanlaşmasıyla kurtulabilir (MEB, 2007a: 8).

Haber, belirli bir tür malûmat olarak kabul edersek, haberin belirli şekilde toplanması, daha doğrusu öğrenilmesi gerektiği ortaya çıkar. Zaten gazetecilikte asıl önemli olan haberi toplamaktır. Yalnız, haber toplama sanıldığı kadar kolay olmayan, yorucu, fakat zevkli bir uğraştır. Bu yönden de, haber kaynakları, gazetecilik yapan araçlar için işlevsel bir zorunluluktur (Tokgöz, 1981: 72).

Muhabirler, haber toplarken çeşitli zorluklarla karşılaşmalarına rağmen çalıştıkları kuruluş için haber toplarlar. Fakat haber kaynaklarına her zaman kolayca ulaşmak mümkün değildir. Zorluklar ya olayın doğasından ya da ilgililerin tutumlarından kaynaklanır. Çoğu zaman zorluk içerisinde haber toplayan muhabirler, haberleri toplarken çeşitli kaynaklardan yararlanırlar. Genelde, bu kaynakları en basit şekilde ikiye ayırmak mümkündür ve bunlara, birincil ve ikincil kaynaklar denilmektedir

(Tokgöz, 1981: 73). Ayrıca birincil ve ikincil haber kaynaklarını Yüksel ve Gürcan, (2001: 69) aşağıdaki gibi açıklamışlardır:

**Birinci El Kaynaklar:** “Muhabirin bizzat olaya tanıklık ettiği ya da izlediği haberler, muhabirin kaynağa telefonla ulaştığı haberler, röportajlar bu tip haber kaynaklarını oluşturur”

**İkinci El Kaynaklar:** “Haber ajansları, basın bültenleri, açıklamalar, kamu ve özel sektör kuruluşları, oda, dernek, vakıf ve kişilerden çeşitli yol ve yöntemlerle alınan bilgi, belge ve verilerle oluşturulan haberlerin kaynakları”

Muhabirler yeni haberler bildirirken birincil ve ikincil kaynakların her ikisini de kullanırlar. Birincil kaynak, bir olay veya konu ile doğrudan ilgisi olan bir kişiyle yapılan röportaj ya da bu konuyla ilgili özgün bir belge olabilir. Bir görgü tanığı olarak gazetecinin kendisi de birincil kaynak sayılabilir. Özgün bir belgeye dayanılarak yazılmış bir rapor ise ikincil kaynak olabilir (Potter, 2006: 16). İkincil kaynaklar, birincil kaynaklardan elde edilen bilgileri teyit etmede kullanılacak en yararlı yöntemdir (Potter, 2006: 16).

Gazeteci için haber aldığı kaynaklar ne kadar üst düzeydeyse, haber değeri o kadar yüksek enformasyon sağlayabilir (MEB, 2007a: 24). Gazeteciler, gerek birinci gerekse ikinci el kaynakları, çeşitli şekillerde kullanırlar. Gazetecilikte asıl önemli olan, gözlenebilir olaylarda, olayı gözleyerek gerekli olan enformasyonu toplamaktır. Genelde, bu gibi durumlarda enformasyon yerinden yani birinci el kaynaklardan toplanır.

Ayrıca medyadaki yayının türüne göre de haber kaynakları farklılıklar göstermektedir. Örneğin sektör yayıncılığı yapan dergilerin haber kaynakları o sektörle ilgili kişilerdir. Hizmet veya malı üreten kişiler, o ürünü kullanan kişiler gibi birinci el kaynaklar, sektörle ilgili yayımlanmış eserler, sektörel kuruluşların basın bültenleri gibi ikinci el kaynaklar, haber kaynağı olarak kullanılabilir (MEB, 2008b: 19). Ayrıca Aslan (2008, 65-69) haber kaynaklarını:

- Mesajdaki konumu açısından
  - Açık kaynak
  - Gizli maskeli kaynak
  - Belirsiz kaynak
- Bilgi/Veriye tanıklık açısından haber kaynakları:
  - Birinci el haber kaynakları
  - İkinci el haber kaynakları
- Niteliğine göre haber kaynakları
  - Gerçek kişiler
  - Sanal kişiler
  - Kamu tüzel kişiler
  - Özel tüzel kişiler
- Mesajın üretildiği yer açısından haber kaynakları
- Mesajın üretilme biçimi açısından kaynaklar
  - Yazılı kaynaklar
  - Görsel kaynaklar
  - Görsel-işitsel kaynaklar
  - Elektronik kaynaklar
- Uzmanlık alanı açısından haber kaynakları olarak sınıflandırmıştır.

Haberin yapısı bakımından ise, Yüksel ve Gürçan (2005: 79- 80) haber kaynaklarını dört ayrı kategoride toplamışlardır, bunlar:

- Resmi kaynaklar
- Özel kaynaklar
- Haber ajansları
- Diğer haber organları

Haber kaynakları aynı zamanda haber türlerine göre:

- Emniyet

- Adliye
- Ekonomi,
- Finans
- Spor çevreleri

Şeklinde sınıflandırılabilirdiği gibi, haber alınan kişi, kurum ya da kuruluşa göre de tanımlanabilmektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005: 79- 80). Haber kaynaklarına ilişkin bu sınıflandırmalardan sonra, çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde spora özgü haber kaynakları anlatılıp örneklerle desteklenecektir.

#### *1.1.4.5.1. Muhabir- kaynak ilişkisi*

Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın ardından teknolojinin hızlı gelişimi ve toplumların bu gelişimi tüketme istekleri, birçok alanda olduğu gibi kitle iletişim alanında da devrim sayılabilecek yenilikleri oluşturmuştur. Günümüzde kitle iletişim araçları yaşamın vazgeçilmezleri arasına konuşlanmıştır. Öyle ki; her gün, okuyarak, izleyerek ya da duyarak pek çok iletiye maruz kalmaktayız ve bu iletiler sayesinde genel anlamda dünyada neler yaşandığına dair bilgiler almaktayız. Bireylerin tutum ve davranışlarının biçimlendirilmesinde temel aktörlerden biri olan kitle iletişim araçları; bireylerin toplumsallaşmasında, yaşadıkları dünyayı izlemesinde ve yaşama karşı bakış açılarının oluşmasında temel rol oynamaktadır.

Medyada resmedilen dünya hakkında elde edilecek bilgiler, toplum yaşamı içerisindeki değişimlere, bireylerin yaşamı algılama biçimlerine ve toplumsal göstergelere dair ipuçları verebilecektir. Ancak medyanın toplumları yönlendirme ve davranışlarını biçimlendirme noktasında önemli bir etkiye sahip olması; başta tekelleşme olmak üzere, medya patronlarının medya dışı işlere girmesi, ekonomi ve siyasi çıkar alanlarına yönelmesi gibi bir dizi olumsuzluğu da beraberinde getirmiştir. Toplumdaki çıkar grupları ile ilişkiler ya da bir çıkar grubu olma isteği manipulatif (yönlendirici) haber, asparagas (yalan) haber, özel hayatların gizliliğinin ihlali, kişisel çıkarlar uğruna sahip olunan medyayı biçimlendirme ve kamu yararının göz ardı edilmesi gibi sorunları da içerisinde taşımaktadır.

Bu bağlamda habercilikte haberi toplama rolünü üstlenen muhabir ve haberin kaynağı önemli bir konuma gelmektedir. Muhabirin haber kaynakları ile kuracağı ilişki, haber çeşitliliğini arttıracak, gazeteyi içerik olarak daha zengin bir ürün haline getirecek ve bu yolla okurun beklentisi karşılanacaktır (Birsen, 2010: 10).

Kaynak ve muhabir arasında yaşanan bu ilişkiyi Gieber ve Johnson üç farklı şekilde belirtmiştir ve ilişkinin muhabirin dolayısıyla yayın organının tarafsızlığına nasıl etki edeceğini açıklamaya çalışmışlardır. Birinci model özgür basını anlatmaktadır. Kaynak ve muhabir arasında mesafeli bir ilişki vardır. İkinci model ise daha yakın bir iletişimi anlatır. Bu modele göre taraflar arasında bir işbirliği ve paylaşılan değer yargıları vardır. Üçüncü model ise iletişim sürecinin taraflarından birinin anlam çerçevesi diğerleri tarafından özümsemiş veya elde edilmiştir. Üçüncü durumda ilişki düzeyi giderek asimilasyona doğru kaymaktadır (McQuail ve Windahl, 2005'den aktaran Birsen, 2010 s.11-12).

- Kaynak ve muhabir arasındaki ilişki mesafelidir.
- Kaynak ve muhabir arasındaki ilişki birinci şekle göre daha yakındır. Taraflar arasında işbirliği vardır.
- Taraflardan biri hakimiyeti ele geçirmiştir. İlişki düzeyi asimilasyona uğrayarak ilerlemektedir.

Muhabirin kaynakla kuracağı ilişki haberin üretim sürecinde çok önemli bir boyuta gelerek okur beklentilerinin doğrultusunda doğru ve güvenilir haber üretimi sağlanacaktır, haber kaynakları ile ilgili olarak Bildirici (2011), Hürriyet'te ki yazısında<sup>23</sup>:

Haber kaynakları ile sürekli sürdürülen ilişkiler bir süre sonra kaynağın davranış kalıplarını benimsemiş sakıncasını da beraberinde getirir. İnsan psikolojisi ve doğal uzantısı olan davranış biçimi, haber kaynağıyla bütünleşme eğilimi

<sup>23</sup> <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/printnews.aspx?DocID=16780825> (rişim Tarihi: 22.05.2011)

içindedir. Hatta kimi muhabirler, haber kaynaklarını, giderek mesleğin bir parçası olarak görmeye, onun eğilimlerine göre hareket etmeye ve haberleri onun bakış açısından algılamaya başlarlar. Bu algılama, kullanılma riskini de beraberinde getireceğinden bir gazeteci için son derece tehlikelidir ve mutlaka kaçınılması gerekir. Bu nedenle, muhabir hiçbir zaman haber kaynağının dünya görüşü ve meseleleri algılama biçimiyle bütünleşmemelidir. Polis gibi davranan polis muhabiri, kulüp başkanı gibi davranan spor muhabiri, işadamı gibi davranan ekonomi muhabiri, yayınevi yöneticisi gibi davranan kültür-sanat muhabiri, siyasi parti lideri gibi davranan parti muhabiri, sadece kendisini değil mesleğini de riske atma tehlikesi ile karşı karşıya kalır. Zaman zaman gazetelere de yansıyan somut örnekler, kaynaklarla ilişkiler bakımından son derece hassas bir terazi kullanmak gerektiğini şüpheye yer bırakmayacak bir şekilde ortaya koymaktadır.

Hall (1978'den aktaran: Kılıç, 2005, s. 134), hükümetin, holdinglerin, halkla ilişkiler ajanslarının, mahkemelerin ve sportif birliklerin kurumsallaşmış kaynaklar olarak habere etkisi olduğunu belirtmektedir. Bu etki de bu kurumların kendi kaynaklarından yayınladıkları haberlerin muhabirler için haber kaynağı olmasını sağlamaktadır. Doğan (2011)'in, Reha Muhtar ile muhabirlik üzerine Gazete Vatan'da yapmış olduğu röportaj da<sup>24</sup>:

Çok insanla çok yakın ve kopmaz dostluklar kurmuşsanız, çok iyi gazeteci olmanız artık çok zordur. Çünkü çok iyi gazeteci olmanın temel koşulu, haberci-haber kaynağı ilişkisini bir mesafede tutmanızdır... Fazla dostluklar, gazeteci-haber kaynağı ilişkisini yok eder...Gazeteci sofraların aranılan adamı haline geldiğinde, gazete sayfalarının aranmayan adamı haline gelir. Dostluklar çok artıyorsa, aktif görevlerden uzaklaşıp,

<sup>24</sup> <http://pazarvatan.gazetevatan.com/haberdetay.asp?hkat=1&hid=17338&yaz=Reha%20Muhtar> (Erişim Tarihi: 28.06.2011)

yazarlık ve yorumculuğa geçmek hayırlıdır. Bu meslek gençken, dinamikken ve hiçbir bağlantın yokken güzel yapılır. Sonrası ızdıraptır...

Ayrıca kaynak medyada yer almak isteği ile muhabir ve gazete ile ilişki içerisine girmek istemektedir. Kaynak düzenli bir şekilde enformasyonu muhabire ve gazeteye ulaştırmaktadır, bu da yeni bir kaynak-muhabir ilişkisi modelini ortaya koymaktadır (Birsen, 2010: 12). Bora (2002) medyakronik'te ki yazısında bu durumu<sup>25</sup>:

Haber kaynaklarının kıt ve tekeli yapısı, gazetecinin “haber kaynağı” statüsüne sahip ilişkilerine kitlenmesi yönünde bir eğilime yol açar. Diyelim bürokrasiden ya da belirli bir parti içinden kurup geliştirdiği ilişkinin, bulunduğu kuruluş ve cemaat içinde de bir sektörü, bir tarafı temsil edebileceğini unutulabilir; onun görüşünün ve yönlendirmesinin temsiliyet derecesini tartamayabilir. Hep söylendiği gibi, “haber kaynakları” da çok defa bu hedefi gözeterek gazetecilerle ilişki kurarlar. İttifaklar, kader ortaklıkları, eküriler oluşur; “devlette” veya partilerde -veya orduda- kimi kişilerin veya hiziplerin yükselmesini kendi haber kaynağı oldukları için tercih -ve elden geldiğince teşvik- eden gazeteciler olur.

Muhabir kaynak ilişkisi ayrıca, ilişkilerde mesafe, haber kaynağını tanıma ve karşılıklı güven ekseninde de gelişmektedir (Aslan, 2008: 18-20).

**Haber kaynağını tanımak:** Haber kaynağını tanıma zamanla oluşmaktadır. Bunun için muhabir bulunduğu her ortamda farklı haber kaynaklarıyla tanışmaya çalışmalıdır. Daha önce tanıdığı haber kaynaklarıyla da ilişkilerini geliştirmelidir. İnsan ilişkilerini iyi yönetmek ve olabildiğince çok insanla tanımak, muhabirlerin haber kaynağının sayısını da arttırmaktadır. Haber kaynakları da değişken yapıdadır,

<sup>25</sup> <http://www.medyakronik.net/guncel/tbora.asp> (Erişim Tarihi: 28.06.2011)



herhangi bir kurumda ki bir insan belli bir süre sonra aynı konumda olmayabilir. Bunun için muhabirler herkesi tanımalıdır.

**Karşılıklı Güven:** Haber kaynağı, aktardığı bilgi/verinin muhabir tarafından çarpıtılmayacağına inanmalıdır. Muhabir de haber kaynağının kendisine yanlış bilgi/veri aktarmadığından emin olmalıdır. Muhabir ile haber kaynağı arasındaki karşılıklı güven süreç içinde oluşmaktadır (Aslan, 2008: 18-20).

**Mesafeli Temas:** Muhabir haber kaynağı ile temas kurmadan bilgi/veri edinemez. Ancak bu temas mesafeli olmalıdır. Kaya (2001) bu durumu<sup>26</sup>:

Gazetecilikte, "temas ve mesafe" denilen bir olgu vardır. Gazeteci haber kaynağına, en sağlıklı bilgiye ulaşmak adına temas etmek zorundadır, ama aradaki mesafeyi her zaman koruması gerekiyor. Aksi durumda, meslek ilkelerini çiğnetecek ilişki tarzları gelişir. Gazeteci, haber kaynağı tarafından yönlendirilme tehlikesiyle karşı karşıya gelebilir...

Muhabir- kaynak ilişkileri ile ilgili Uluç'da (2002) Hürriyet gazetesinde<sup>27</sup>:

Balığın suya, muhabirin de habere ihtiyacı var. Dolayısıyla haber kaynağına. Haber kaynaklarıyla karşılıklı saygı, güven, inanç, doğruluk ilkeleri çerçevesinde ilişki kurup sürdürmek taze, doğru habere ulaşmanın başlıca koşulları. Bu trafiğin sürekliliği ise kaynak ile sıcak teması gerektiriyor. Bazı hallerde muhabir ile haber kaynağı arasında profesyonel ilişki dostluk, arkadaşlığa dönüşüyor. İşte bu safhada sorunlar başlıyor. Haberci ile kaynağı arasındaki ilişki, mesafeyi dışlayan noktaya erişmiş ise muhabirin objektif gazetecilik yapması güçleşiyor. Meslek ilkeleri göz ardı ediliyor... açıklamasını yapmıştır.

<sup>26</sup> <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/yazarlar/fkaya.htm> (Erişim Tarihi: 02.03.2011)

<sup>27</sup> <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/printnews.aspx?DocID=71289> (Erişim Tarihi: 02.03.2011)

Sporun doğası gereği, toplumun her kesiminden insan spor yapabilmekte, spora ilgi duymakta ya da bir şekilde aktif veya pasif olarak sporun içerisinde yer almaktadır. Başbakanlıktan sporla ilgili haber çıkabilmesinin yanında bizzat devlet yöneticileri sporun içerisinde aktif rol alabilmektedir. Bu kadar geniş bir kitleye ulaşabilen spor haberleri haber kaynakları tarafından çeşitli şekillerde yönlendirmelere maruz kalabilmektedir. Muhabir bu yönlendirmenin bilincinde olarak aldığı her bilgiyi tekrar tekrar gözden geçirerek doğrulamaya çalışmalıdır.

#### ***1.1.4.6. Spor muhabirlerinin haber kaynakları***

Kitlelerin spora karşı ilgi duymaya başlaması başta basın olmak üzere kitle iletişim araçlarının spora yönelmesini sağlamıştır. Toplumsal olana karşı duyarsız ve ilgisiz kalamayan basın içerik olarak sporu işlemiş, böylece spor ile ilgili haber verirken spora özgü ayrı bir kitle ortaya çıkmıştır. Zaman içerisinde de spor ve basın birlikteliği kaçınılmaz bir çıkar ilişkisine dönüşmüştür (Kaya, 2001, s.163-164). Bu birliktelik sayesinde spor haberleri de kendi içerisinde bölünmeye başlamış, transfer haberleri, sporcu haberleri, antrenman haberleri, maç haberleri gibi birçok konu haber değeri kazanmıştır.

Haber değeri kazanan birçok konu yanında birçok haber kaynağını da getirmiştir. Sporla ilgili herhangi bir olay artık haber olarak işlenmeye başlamıştır. Buradaki en önemli konu ise habere ulaşmaktır. Spor haberciliğinde haber kaynaklarına ulaşmak uzman muhabirler bakımından diğer muhabirlere göre daha kolay olabilmektedir. Fakat spor haberlerinde haber kaynakları çeşitlilik göstermektedir. Herhangi bir spor haberlerinde bir kişi birincil kaynak iken herhangi bir nedenden ötürü ikinci kaynak pozisyonuna da geçebilir.

#### *1.1.4.6.1. Spor haberlerinde birinci el kaynaklar*

Muhabirin bizzat olayların içinde yaşayarak elde ettiği verilerle haberi oluşturmaya birinci el kaynaklardan haberin toplanması denir. Birinci el kaynaklar; olayı yaşayan, gören ya da olayla ilgili bilgi verebilecek kaynaklar olarak tanımlayabiliriz. Siyaset, ekonomi, sanat, kültür, spor vb. alanlarda karar mekanizmasında bulunanlar buna bürokratlar da dâhil, birinci el kaynaktır (MEB, 2007b: 12).

Birinci el kaynaklar ayrıca bilgiyi yerinden, olayı gözleyerek yani muhabirin bizzat olaya tanıklık ettiği ya da izlediği haberler, muhabirin haber kaynağına telefonla veya internetle ulaştığı haberler, röportajlar bu tip haber kaynaklarını oluşturur. Sporun birinci el haber kaynaklarına sporcu röportajları, muhabir katılmış ise basın toplantıları, muhabir katılmış ve gözlem yapabilmüş ise maçlar, muhabir katılmış ve gözlem yapabilmüş ise antrenmanlar, sporcuların, bizzat muhabir tarafından gözlemlenmiş ise özel yaşantısı gibi, birçok sporun doğasında var olan olayı kapsar.

#### *1.1.4.6.2. Spor haberlerinde ikinci el kaynaklar*

Haber ajansları, basın bildirimleri, bültenler, açıklamalar, kamu ve özel sektör kuruluşları, odalar, dernekler, vakıflar ve kişilerden çeşitli yol ve yöntemlerle gelen bilgi, belge ve veriler ikinci el haber kaynakları arasında yer almaktadır. Gazeteciler her zaman gözleyemeyecekleri olayları, ikinci elden öğrenme yoluna giderler (Tokgöz, 1981: 73)

Muhabirlerin gözleyemedikleri olayları diğer medya kuruluşlarından veya basın bildirisi yolu ile çeşitli bilgi, belge verilerle oluşturulan haberler ikinci el kaynaklardır. Sporun doğasına uygun ikinci el kaynaklar spor kulüplerinin basın bültenleri, maçı veya etkinliği izleyen birisinden maç veya etkinlikle ilgili bilgi alma, maç veya etkinlikle ilgili diğer muhabirlerden bilgi alma verilebilir.

#### 1.1.4.6.3. Spor haberlerinde yerinden haber kaynakları

Muhabirlerin bizzat giderek olayı veya haberi gözlemledikleri haberlere yerinden haber kaynakları denilmektedir. Basın toplantıları ve basın bültenleri, çeşitli gösteriler, etkinlikler ve festivaller, kamplar ve deplasman seyahatleri, antrenmanlar ve maçlar stadyumlar ve spor Salonları, eğlence merkezleri sporun kendine özgü yerinden haber kaynaklarına girmektedir. Muhabir yerinden olayı izlediği zaman ayrıca haberi birinci el kaynaktan elde etmektedir.

**Basın Toplantıları ve Basın Bültenleri:** Basın açıklamaları da haber kaynağı olabilir; ancak onlar da yine bir başlangıç noktasıdır. Her gün haber odalarına posta, faks, hatta uydu üzerinden video aracılığıyla düzinelere basın açıklaması ulaşmaktadır (Potter, 2006: 6). Kulübün yaptığı basın açıklaması ve basın toplantılarında genellikle yönlendirme mevcuttur. Verilecek bilgileri hazırlayanlar, daha önce kendilerine göre değerlendirip, düzenleyerek sunarlar. Daha başka deyişle, verilecekler üzerinde denetim uygularlar (Tokgöz, 1981: 76).

Bir basın açıklaması bir haber öyküsünü andırabilir; ancak açıklamayı konudan çıkarı olan biri yaptığı için, bu yolla tam bir öykü elde edilemez. Basın açıklamalarında verilen bilgiler gerçeklere dayalı olarak doğru olabilir; ancak bu gerçekler açıklamada sözü edilen kişi veya kuruluşun yalnızca olumlu yönlerini yansıtacaktır (Potter, 2006: 6). Ayrıca, medya kuruluşları daha çabuk ulaşılabildiği ve daha az maliyet istediği için basın toplantılarına daha çok ilgi göstermektedir (MEB, 2007a: 7). Eskişehirspor kulübünün kendi internet sitesinde; Spor Toto Süper Lig'in 26. haftasında Türk Telekom Arena Stadı'nda oynanan Galatasaray-Fenerbahçe maçı sonrasında, müsabaka esnasında sahaya atılan şişeler haberlerinde Eskişehirspor taraftarlarının da zikredilmesi konusunda kulübün internet sitesinden 21.03.2011 tarihinde yapılan basın açıklaması aşağıdaki şekildedir<sup>28</sup>:

Spor Toto Süper Lig'in 26.haftasında Türk Telekom Arena stadında oynanan Galatasaray-Fenerbahçe maçı sonrasında, müsabaka esnasında sahaya atılan şişeler

<sup>28</sup> <http://www.eskisehirspor.org/haberler.asp?id=282&sayfa=&s=3> (Erişim Tarihi: 19.05.2011)

konusunun devamı olarak, bazı yazılı ve görsel basında "Eskişehirspor maçında da, Eskişehirsporlu taraftarların atmış olduğu şişe ile minik bir taraftarda ağır yaralanmıştı" gibi ifadeler kullanılmıştır.

Galatasaray ile Spor Toto Süper Lig'in 20.haftasında Türk Telekom Arena stadında oynadığımız maçta atılan şişenin, gerçekten bizim taraftarımızın bulunduğu tribünden atılmış olabileceği olasılığını değerlendirmek ve eğer bizim taraftarlarımızdan birisinin attığı tespit edilirse, atan kişinin bulunması ve en ağır şekilde cezalandırılması adına, İstanbul Emniyet Müdürlüğü ile temasa geçilmiş, ellerindeki görüntüler tarafımızdan da incelenmiştir. Ancak gelen görüntülerde, ne atılan şişeye, ne de şişeyi atan kişiye dair bir kanıt rastlanmamıştır.

Kaldı ki Eskişehirspor taraftarları maça getirilmeden önce iki ayrı noktada aranmış, stad girişinde de çok sıkı şekilde tekrar aranmıştır. Bütün bu kontrollerden sonra, bir de son maçta atılan şişeleri de göz önüne alırsak, hala bu çirkin olaylarda, Eskişehirspor'umuzun ve bütün ülkenin takdir ettiği ve birçok konuda örnek aldığı taraftarımızın adının zikredilmesi tarafımızdan hoş karşılanmamaktadır.

Bu konunun kulüp olarak sonuna kadar takipçisi olacağımızı ve haksız itham ve söylemlerin de karşısında duracağımızı, tüm kamuoyu ile paylaşırız.

Bir basın açıklaması haber niteliği taşıyormuş gibi görünse de, profesyonel bir gazeteci öncelikle bu toplantının gerçekliğini teyit etmeli ve sonra haber yapmaya karar vermeden önce gerçek öyküyü belirlemek için sorular sormaya başlamalıdır

(Potter, 2006: 6). Eskişehirspor teknik direktörü Rıza Çalimbay'ın 02.04.2010 tarihinde yapmış olduğu basın toplantısında<sup>29</sup>:

Ligi ilk yedi içerisinde bitirmek istiyoruz.

Teknik direktör Rıza Çalimbay, Atatürk stadı'nda düzenlediği basın toplantısında Kasımpaşa karşısında galip gelmeyi hedeflediklerini belirterek, Beşiktaş maçında 60 dakika çok iyi oyun sergilediklerini, ancak defanstaki hatalar nedeniyle galip gelemediklerini ve Beşiktaş maçını artık geride bıraktıklarını ve bu maçtan ders çıkardıklarını belirtti.

Basın bültenleri ise, belirli formatta yazılan metinlerdir fakat bir etkinliğin duyurulması, belirli bir konuyla ilgili mesajları iletmek amacıyla da yazılabilir. Basın bültenleri aracılığıyla, etkinlikler, ilgili kişilere duyurulur ve kişilerin etkinlikleri izlemeleri sağlanmış olur. Yine basın bültenleri aracılığıyla, kamuoyuna bilgi veya görüş aktarılır (MEB, 2007g: 27). Eskişehirspor yönetim kurulunun hazırlayıp kendi sitesinden yayınladığı basın bülteni metni aşağıdaki gibidir<sup>30</sup>:

24 Kasım 2010 Eskişehirspor kulübü yönetim kurulu haftalık olağan toplantısı gerçekleştirildi.

Halil Ünal başkanlığında gerçekleşen toplantıda takımla ilgili son gelişmeler geniş ve ayrıntılı biçimde değerlendirildi. Kulübümüzün son dönemde kamuoyunca tartışılan teknik direktör cezası, futbolcu cezaları federasyonun etik kurul kararı ve sorunlu futbolcular ile ilgili değerlendirmeler yapıldı.

1- Basınla paylaşmak istediğimiz temel konulardan biride aylardır Türk futbolu camiasında ve Eskişehir futbol

<sup>29</sup>[http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber\\_detay.asp?gorus=108724&hab="Ligi%20ilk%207%20arasinda%20bitirmek%20istiyoruz"](http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber_detay.asp?gorus=108724&hab=) (Erişim Tarihi: 22.07.2011)

<sup>30</sup> <http://www.eskisehirspor.org/haberler.asp?id=166> (Erişim Tarihi: 22.07.2011)

camiasında tartışılan ve bugüne kadar ısrarla ifade etmemize rağmen Eskişehirspor kulübü yönetiminin “futbolda etik olmayan bir davranışa girmeyeceği gerçeği” anlatılmadı yada anlaşılacak istenmedi. Eskişehirspor kulübü teknik direktör alırken ya da ayrılırken, futbolcuyla anlaşırken ya da ayrılırken her zaman etik değerleri dikkate almıştır. Bu ifadelerimizi sizlerle sürekli paylaşmamıza rağmen “etik değerlerimiz” tartışılmıştır. Bucaspor yönetiminin konuyla ilgili TFF’ye yaptığı şikâyetle ilgili karar etik kurul tarafından beklediğimiz ve bizi şaşırtmayan biçimde açıklanmıştır. TFF etik kurulu 2010 – 1 nolu 11.11.2010 tarihli kararında ifade ettiği gibi Eskişehirspor kulübünün etik kurulu talimatı çerçevesinde “bir yaptırımı gerektiren ihlal eyleminin olmadığı” kanısına varılmıştır. Futbol camiasının, her zaman söylediğimiz gibi Eskişehirspor’un fairplay, sportmenlik kavramlarına aykırı davranmadığı yukarıdaki kararlar da kesinleşmiştir.

2- Yönetim kurulunda teknik direktörümüz Bülent Uygun’ dan takımımız hakkında ve futbolcular hakkında son döneme ilişkin rapor alınmış ve değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler çerçevesinde futbolcumuz Batuhan Karadeniz’e özel hayatındaki disiplinsizlik ve sportmenliğe aykırı davranışlarından dolayı 30.000,00 tl. Para cezası verilmiştir.

Katırcı (2007: 87), spor kulüplerinin medya ile kurdukları iletişim içerisinde ise basın sözcüsü tarafından yapılan basın açıklamalarının %75,9 ile en önemli iletişim faaliyetleri olarak gördüklerini belirtmiştir. Aynı çalışmada Katırcı, basın bülteni yolu ile medyaya bilgi sağlayan spor kulüplerinin %68,5 ile basın bültenini önemsediklerini söylemektedir. Spor kulüplerinin sahibi olduğu resmi yayın organlarından yapılan duyurular %50, periyodik olarak toplantılar düzenleme

%29,6, spor servislerine yönelik organizasyonlar oluşturma %14,8 ile en düşük oranda medya ile iletişim için kullanılan faaliyet biçimidir.

Fakat profesyonel spor kulüplerinin müsabaka sonrası yapmış olduğu basın toplantılarının çoğunluğu kulüp tarafından yapılandırılmış toplantılardan değildir. Bu toplantılar federasyonlar tarafından mecbur tutulan toplantılardır. TFF, 2008 – 2009 Sezonu Turkcell Süper Ligi Müsabakaları Statüsünde konu ile ilgili, maçtan sonra her takımın teknik direktörü basın toplantısına katılmakla yükümlüdür ve tercihen bir ya da iki oyuncu bu toplantılara katılabilir. Basın toplantısı organizasyonunu kulübün medya sorumlusu yapar ve toplantılar medya sorumlusu tarafından yönetilir, şeklinde 14. maddesi vardır<sup>31</sup>. Aykırı durumlarda federasyon kulüplere ağır cezalar uygulamaktadır.

**Gösteriler ve Etkinlikler:** Gösteriler gibi etkinliklerden de haber çıkabilir; ancak gazeteciler gösteriyi düzenleyenlerin kendilerini manipüle etmelerine karşı ihtiyatlı olmalıdır; çünkü onlar öyküyü kendi açılarından anlatmak isteyeceklerdir. Politikacılar haberlerde yer almak için bilhassa düzenlenen etkinlikler ve "fotoğraf fırsatları" konusunda maharet kazanmıştır; oysa bunların kimi zaman hiçbir haber değeri yoktur. Ne var ki bu durum gazetecilerin bu etkinlikleri göz ardı etmesi gerektiği anlamına gelmemektedir; fakat tam bir öykü çıkarmak için muhabirlerin ek bilgi bulmaları gerekir (Potter, 2006: 6). Sporcuların çeşitli sosyal etkinlikler yapması, kamu yararına faaliyetlere katılması gösteriler ve etkinlikler bu tür haber kaynaklarına örnek verilebilir. Etkinlik amaçlı, Eskişehir’de ki bir ilköğretim okulunun Eskişehirspor antrenmanını ziyaret etmesi ve sporcularla fotoğraf çektiği verilebilir<sup>32</sup>.

Eskişehirspor’un tesislerde yaptığı antrenmanlara minik taraftarlar akın ediyor. Bazı okullar öğrencilere es es sevgisini aşlamak ve sosyal faaliyet amaçlı olarak bir dizi ziyarette

<sup>31</sup> <http://www.tff.org/Resources/TFF/Documents/0002012/TFF-Dokuman/Talimatlar/Akreditasyon-Talimati-24.08.2011.pdf> (Erişim Tarihi: 11.10.2010)

<sup>32</sup> [http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber\\_detay.asp?gorus=131596&hab=Dersimiz%20Eskişehirspor](http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber_detay.asp?gorus=131596&hab=Dersimiz%20Eskişehirspor) (Erişim Tarihi: 11.10.2010)



bulunuyorlar. Dünde tesislerde Meserret İnel İlköğretim okulundan bir grup öğrenci antrenmana gelerek futbolculara tatlı ikram edip başarı dileğinde bulundu. Antrenman öncesi futbolcularla bolca fotoğraf çektirip imza alan öğrenciler bir süre teknik direktör Bülent Uygun ile sohbet etti. Elleri kızırmızı siyahlı bayraklarla futbolculara tezahürat yapan öğrenciler günün anısına fotoğrafta çektirmeyi ihmal etmedi. Okul Müdürü, Barış Hancı ise Eskişehirspor'a Buca ile oynanacak olan maçta başarı dileğinde bulundu.

**Kamplar ve Deplasman Seyahatleri:** Spor muhabirleri, hangi yayın organında görev alırlarsa alsınlar habere yakın olmak zorundadırlar. Belki de spor haberlerinin en önemli özelliği, muhabirler tarafından bizzat izlenmesidir (MEB, 2007f: 11). Kamplar ve deplasman seyahatleri, özellikle profesyonel futbol takımlarının en önemli hazırlanma ve müsabaka dönemleridir. Özellikle kamplardan verilen haberler okuyucular için takımın ne durumda olduğuna dair önemli ipuçları içermektedir. Eskişehir İstikbal gazetesinin Eskişehirspor haberlerini takımın kamp yaptığı Antalya'dan bildireceği yönündeki haber kamp ve deplasman seyahatlerinin iyi birer haber kaynağı olduğuna yönelik bir haberdur<sup>33</sup>.

İstikbal Antalya'da

Eskişehirspor'un Antalya kampını ve Anzhi özel maçını Arkadaşımız Erkan Midilli İstikbal okurları için izleyecek. Kamp ve maçla ilgili haber, yorum ve fotoğrafları Pazartesi günkü gazetemizde bulabilirsiniz. Salı günkü Rubin Kazan maçını da yakından takip edecek olan İstikbal bu maçın geniş haber ve yorumlarını siz okurlarına aktaracak.

**Antrenmanlar ve Maçlar:** Maçlara yönelik spor haberlerinde, muhabirin maça ilişkin yorumlarıyla da desteklenmiş, maçın zamansal bir dizim içinde sunulmasına dayanmaktadır. Ayrıca muhabir, oyuncular hakkında da, nasıl oynadıkları yorumunu

<sup>33</sup> <http://www.istikbalgazetesi.com/?sec=1&newscatid=8&newsid=73212> (Erişim Tarihi: 29.03.2011)

yaparak haberi aktarmaktadır (Gürcan ve Tözelik, 2000: 2). Spor muhabirleri antrenmanları ve maçları takip etmek zorundadır. Buralar spor muhabirleri için en önemli haber kaynaklarıdır. İstikbal gazetesinin antrenmandan derlediği haber<sup>34</sup>:

Haftalık kondisyon antrenmanında talebelerine göz açtırmayan Teknik Direktör Bülent Uygun yüksek tempolu yaptırdığı çalışmada pestillerini çıkarttı. Tek eksik Adem'di. Eskişehirspor'u başkentteki Gençlerbirliği maçına hazırlayan teknik direktör Bülent Uygun ceza gibi antrenman yaptırdı.

Ligin ikinci yarısına Cumartesi günü Ankara'da oynayacağı Gençlerbirliği maçı ile girecek olan Eskişehirspor hazırlıklarını dün çift çalışma ile sürdürdü. Haftalık kondisyon antrenmanı oldukça yorucu ve adeta bir ceza çalışması şeklinde geçti. Çalışmaya Adem'in dışında tüm futbolcular katıldı.

Teknik direktör Bülent Uygun'un istasyonlar halinde yaptırdığı ve yüksek tempoda geçen kondisyon antrenmanında futbolcuların pestilleri çıktı. Kültür fizik hareketleri ile biten kondisyon antrenmanından sonra şimşekler tesislere kendini atarak dinlenmeye çekildiler. Tesislerden çıkmayan ve öğle yemeğini birlikte yedikten sonra istirahat etmeye devam eden Eskişehirsporlu futbolcular öğleden sonra ise teknik ve taktik ağırlıklı antrenman yaptı. Bugün rakibi karşısında uygulanacak taktiğin çalışmasına geçecek olan kırmızı şimşekler ligin ikinci yarısına iyi başlamak istiyor.

**Stadyumlar ve Tesisler:** Stadyumlar ve tesisler sadece müsabaka ve antrenmanların yapıldığı yerler değildir. Bu tür yapıların kendileri belli başlı haber konusudur. Stadyumun işlevselliği, seyirciyi, rakibi ve ev sahibi takımı tetikleyen yönleri basın

<sup>34</sup> <http://www.istikbalgazetesi.com/?sec=1&newscatid=8&newsid=70014> (Erişim Tarihi: 29.03.2011)

için her zaman ilginç haber kaynağı olmuştur. Sakarya gazetesinde konu ile ilgili çıkan haber<sup>35</sup>:

#### Suskunluğunu bozdu

Eskişehirspor Başkanı Halil Ünal stadyum konusundaki suskunluğunu Antalya Belek’te bozdu. Kırmızı Siyahlı takımın kampını takip eden gazetecilerle bir araya gelen Başkan Ünal stadyum konusundaki tartışmaların ve eleştirilerin yol gösterici olması gerektiğini ifade ederek “Mevcut Atatürk Stadyumunun yerine UEFA kriterlerine göre 40 bin kişilik yeni bir Arena inşa edilmesi için ön projeyi hazırlıyoruz. Bu konuda gerekli hassasiyeti gösteren Valimiz Mehmet Kılıçlar’a teşekkür borcumuz var. Biliyorsunuz Eskişehirspor kulübü olarak mevcut stadyumda kiracı konumdayız. Yeni stadyumda da aynı yolu tercih edeceğiz. Mevcut stadın ihtiyaca cevap vermediği ortada. Şehrimiz büyüyor takımımız Avrupa kupalarında boy göstermeye hazırlanıyor. Stad nereye olacaksa olsun ama bize yeni stad olsun” dedi.

#### Gelir kaynağı olacak

Mevcut Atatürk Stadına yapılacak olan 40 bin kişilik Arenaya çok amaçlı yerlerin de yapılabileceğini açıklayan Başkan Halil Ünal “Örneğin stadyumun altına yaklaşık 7 bin araçlık otopark yapılacak. Yine alışveriş merkezleri, düğün salonları ve sosyal içerikli yerler olacak. Buralardan kulübümüze her yıl 10 milyon dolar gelir gelebilecek. Mevcut stadın yıkılıp yerine yenisi yapılınca kadar Anadolu Üniversitesi BESYO sahasında maçlarımızı oynayacağız. Bu konuda fikirlerimize ortak olan ve maç oynamamıza sıcak bakan Rektör Prof.Dr.

<sup>35</sup>[http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber\\_detay.asp?gorus=133406&hab=%DCnal%20Arenay%D%20anlatt%FD](http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber_detay.asp?gorus=133406&hab=%DCnal%20Arenay%D%20anlatt%FD) (Erişim Tarihi: 29.03.2011)

Davut Aydın'a teşekkür ediyoruz. Tabii BESYO sahasında yeni ilaveler gerekiyor. Kapasite burada da 15 bine çıkabilir. Işıklandırma ve koltuk yapımı konusunda bizde her türlü desteğe hazırız. Stadyum konusunda ilk ateşi taraftarımız yakmıştır. Mevcut stadın yerine yapılacak olan yeni Arena sadece 15 günde bir maç oynanacak yer olmayacak. Aksine 365 gün faydalanacağımız yer olacak" diye konuştu.

Beni eleştirsinler

Asla hedefsiz olmadığını, çocukluğundan bu yana hep Eskişehirsporlu olduğunu söyleyen Halil Ünal "Elbet sportif başarıyı hepimiz istiyoruz. Kurumsallaşma ve tesisleşme konusunda ciddi adımlar atıyoruz. Bu yolda başarıya çomak sokanlar olabiliyor. Borcu az olan 3 kulüpten biriyiz. Söylediklerimiz bazen şaka gibi geliyor. 3 yıldır önemli mesafeler aldık. Bülent Uygun ile önemli işler yapıyoruz. İnadına bir şey yapmıyoruz. Araştırıyoruz, soruyoruz ve kulübümüzün menfaatini düşünüyoruz. Bunun en güzel kanıtı devre arasında transfer yapmayışımızdır. Eskişehirspor'un alternatifli bir kadroya sahip olabilmesi için ortak ve akılcı transfer politikası izliyoruz. Bütçemize uygun transfer yapıyoruz ve yapacağız. Eleştirenler beni eleştirsin. Bülent Uygun'a karşı mesnetsiz sözler hepimizi üzüyor. Duyumlara göre eleştiri kimseye bir fayda getirmez. Hepimizin ortak amacı Eskişehirspor'u iyi noktalara taşımaktır" dedi.

**Eğlence Merkezleri:** Sporcuların ekonomik gelirlerinin yükselmesiyle birlikte eğlence merkezlerinin ve magazin basınının en önemli haber kaynaklarından biri konumuna yükselmişlerdir. Özellikle profesyonel futbolcular özel yaşamları ile magazin basınında önemli oranlarda yer almaktadırlar. Sporcuların özel yaşamları ile

ilgili magazin basınında çıkan haberlerin haber kaynağı olarak kullanılmasına yönelik Fotomaç gazetesinde çıkan haber<sup>36</sup>:

Eskişehirspor'un 18 yaşındaki golcü futbolcusu Batuhan Karadeniz'in, Fenerbahçe ile oynayacağı zorlu maç öncesi kamptan ayrılarak bir gece kulübünde arkadaşlarıyla sabaha kadar eğlendiğinin ortaya çıkması kulüp yönetimini harekete geçirdi. Konunun araştırılması için çalışma başlatan Eskişehirspor yönetimi, olayın doğrulanması halinde Batuhan'a gerekli cezayı vereceğini açıkladı.

Eskişehir Kulüp Basın Sözcüsü Rıza Zeydan, Batuhan'ın Fenerbahçe maçı öncesinde kamptan gizlice ayrılarak İstanbul'un bir semtindeki eğlence merkezine giderek, burada sabaha kadar eğlendiği yönünde haberlerin kendilerine de ulaştığını söyledi.

Bu tür olayların hiç hoş olmadığını ve kulüp yönetimi olarak olayın aydınlatılması için çalışma başlattıklarını kaydeden Zeydan, şöyle devam etti;

"Takımımız maçtan iki gün önce Kartal'da bir otelde kampa girdi. Bu süreçte hiç bir futbolcumuz ne yönetimden ne de hocasından dışarı çıkma adına izin almamıştır. Ancak, Batuhan arkadaşımızın maçtan önceki gece gizlice kamptan ayrılarak bir eğlence merkezine gittiği yönünde haber aldık. Bu konuyla ilgili olarak kulüp yönetimi olarak çalışma başlattık. Çalışmalarımız çok yönlü sürüyor ve kısa sürede netleşecektir. Ardından yönetim kurulumuz toplanacak ve eğer böyle bir durum varsa Batuhan için gerekli ceza ne ise o verilecektir. Bundan kimsenin kuşkusu olmasın. Kulüp olarak bu tür

<sup>36</sup> <http://www.fotomac.com.tr/2009/04/06/sup100.html> (Erişim Tarihi: 29.03.2011)

olaylara kesinlikle karşıyız. Ama şunda konuşmak veya şu cezayı vereceğiz demek yanlış olur. Eskişehirspor'da yapılan hiç bir şey karşılıksız kalmaz. Gereken neyse o yapılacaktır."

Öte yandan, olayın ortaya çıkması üzerine teknik direktör Rıza Çalmbay'ın Batuhan'a tepki gösterdiği öğrenildi. Olayla ilgili kulüp yönetimine bilgi sunan Çalmbay'ın başkan Halil Ünal ile de görüşerek Batuhan'ın kadro dışı bırakılmasını isteyeceği öğrenildi.

Spor haberlerine özgü yerinde haber kaynaklarının sayısı olayın şekline ve varoluş yerine göre çeşitli değişiklikler gösterebilmektedir. Bir futbol takımının oyuncusu magazin için iyi bir haber kaynağı iken, siyasete girdiği zaman da iyi bir politika haberi olabilir. Bu olgu özellikle futbolcuların kamuoyu tarafından çok fazla tanınmalarından kaynaklanmaktadır.

#### *1.1.4.6.4. Haber kaynağı olarak medya kuruluşları*

Medya kavramı içerisinde gazete, televizyon, internet, radyo gibi basılı veya görsel birçok unsur bulunmaktadır. Muhabirler çoğu zaman bu unsurları kendilerinin haber kaynağı olarak görmektedirler. Aydın (2005: 129), bu durumu şöyle açıklamıştır: Medya haber atlamamak ve yeni olaylardan haberdar olmak için birbirlerinin yayınlarını takip etmektedirler ve tematik medya kuruluşları haricindeki bütün medya organlarında spor haberciliği yapılmaktadır.

**Gazete:** Gazetelerin haber toplamak ve yaymak, kamuoyunu ekonomik ve sosyal gelişmeler karşısında bilgilendirmek, kamuoyunu açıklamak ve oluşturmak, denetim ve eleştiri ortamı gerçekleştirmek, resmi ve özel ilanlarla alım satıma yardımcı olmak gibi işlevleri vardır (Güller, 2007: 42). Haber verme işlevi ise, basının en önemli ve temel işlevidir (Tokgöz, 1981: 9). Ama gazete öncelikle bir duygu üreticisidir, çevreye ve sosyal gerçekliklere duyarsız, nesnelleştirilmiş bir olgu değildir. Gazete

bir kültür unsuru olarak, içinde olduğu kültürden beslendiği için yaşamaktadır (Charon, 1992: 73).

Gazeteler için sağlıklı yapılanmanın ilk gereği okuyucu güvenini elde etmektir. Okuyucu güvenini elde etme çabası uzun süreli ve dengeli politikalarla gerçekleşmektedir (Öktem, 1992: 3). Ayrıca gazeteler toplumun geleceğine ışık tutması bakımından çok önemli bir role sahiptir (Zıllıoğlu, 1993: 173). Gazeteciler gazetelerinde yer alan haberlerin diğer gazetelerde de yer alıp almadığını, haberlerin diğer gazetelerde ne kadar yer aldığını da bilmek isterler. Çünkü, gazeteler toplumsal olayları sıcığı sıcığına izleyerek geleceğe belge bırakırlar (Zıllıoğlu, 1993: 173). Muhabirler diğer gazeteleri takip ederek gerek atlama haber olup olmadığını gerekse kendi haber kaynaklarının ne düzeyde diğer gazeteler tarafından kullanılıp kullanılmadığını öğrenmeye çalışırlar.

**Televizyon:** Kitle iletişim araçları içinde hem kulağa hem de göze hitap etme özelliğinden dolayı televizyon kitleler tarafından kolayca kabul edilmektedir ve medyanın en önemli kurumudur. İnsanların günde 3–4 saat televizyon izlemeleri bunun en büyük ispatıdır (Arıkan vd., 2004: 553). Televizyon ile yapılan iletişim tek yönlü olarak gerçekleşmektedir. Aynı zamanda teknolojinin hızlı gelişimiyle sınırlarının nerede başlayıp nerede bittiği belli olmayan sınır ötesi televizyon yayıncılığı yapılmaktadır.

Kitle iletişim araçları içerisinde en çok tartışılan araç da televizyondur, fakat televizyon aynı zamanda, en etkili ve en gözde kitle iletişim aracıdır. Televizyonun temel işlevleri arasında haber verme en başta gelmektedir (MEB, 2008a: 1) ve televizyon yayıncılığının temel ilkesi de, haber metni ile görüntünün birlikte seyirciye sunulmasıdır.

Televizyon haberleri hem ses hem de görüntü sayesinde izleyicilere sadece neler olduğunu anlatmakla kalmaz, aynı zamanda olanları gösterebilir. Televizyonun güçlü yönlerinden biri de duyguları izleyicilere taşıyıp deneyimleri onlarla paylaşabilmesidir. Daha küçük kameralar, dijital kurgu ve taşınabilir uydu bağlantısı

gibi teknolojik gelişmeler televizyonun bir öyküyü yayınlamakta en az radyo kadar hızlı olmasını mümkün kılmıştır. Ancak görüntülere olan bağımlık da olumsuzluk teşkil edebilir. Karmaşık öyküler bazen televizyon haberlerinde yer almaz; çünkü bu haberler görsel olarak cazip değildir (Potter, 2006: 10). Televizyonlardaki kanal sayısının artmasıyla da uzman televizyonculuk kavramı ortaya çıkmıştır, sadece spor, sanat, siyaset, belgesel, film vs. gibi kanallar çoklu yayın yapan kanalların yanında büyük izler kitleler bulmuştur.

Ayrıca televizyon yayıncılığındaki teknolojik gelişmeler sayesinde karasal yayının yerini hızla, kablo, uydu yayıncılı almaya başlamış ve görüntü ses kalitesi yüksek HD yayınlar başlamıştır. Kablolulu yayın istasyonlarının en çok kullandığı malzeme ise spordur. Sporu sırasıyla müzik yayınları ve çocuk programları takip etmektedir (Rigel, 1993: 132).

**Radyo:** Dünyadaki en yaygın haber kaynaklarından biri olan radyo hız ve kolay erişim avantajına sahiptir. Radyo gazetecileri haberlere hızla ulaşabilirler ve pilli radyosu olan herkes hemen hemen her yerde ve her zaman haberleri dinleyebilir. Radyo haberleri günde pek çok kez yayınlanır, dolayısıyla sıklıkla güncellenir. Ancak çoğu radyo istasyonu haber yayımına sınırlı bir zaman ayırır; bu da en büyük öykülerin yalnızca kısa bir özeti olarak kalır ve bir gazetenin sunduğu derinlik ve kapsam radyo haberlerinde yer almaz (Potter, 2006: 10).

Radyo haberleri uzun radyo haber programları dışında genellikle bülten şeklinde hazırlanırlar. Bültenler ya ana haber bültenleri ya da ara haber bültenleri biçiminde hazırlanmaktadır. Ana haberlerde haberler detaylar yer alırken ara haberlerde detaylara yer verilmez. Kimi radyo kanallarında ara haberler yerine kısa haber bültenine de yer verilmektedir (MEB, 2008e: 6). Fakat radyoda özgün haberlerin üretilmemektedir, kendi başına habere ulaşabilme özelliğini kaybeden bir araç olarak radyolar, tek tip haber üretiminin bir parçası olmuşlardır (Aydın, 2005. s. 130).

**Haber ajansları:** Hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri kitle iletişim araçlarına aktaran, yasaların hükümlerine, ticaret kurallarına uygun, olanak



verdiği ölçüde tam ve tarafsız bir hizmet götüren kuruluşlara haber ajansı denir (MEB, 2007b: 14). Ayrıca Girgin (2000: 112) haber ajanslarını aboneleri için haber, bilgi, görüntü, ses toplayan, haberi yapılandıran ve bedel karşılığında dağıtan kurumlar olarak açıklamaktadır.

Haber ajansları haberlerinde yer verdikleri her unsurun doğruluğuna dikkat etmek zorundadırlar. Her ne kadar tüm kitle iletişim araçlarının doğru haber vermesi istenirse de bu doğru haber verme ilkesi uluslararası ve ulusal haber ajanslarında daha da önem kazanmaktadır. Haber ajanslarının aboneleri, haber ajansından aldığı habere güvenerek, kendi yayın politikası ve yayıncılık anlayışı çerçevesinde farklı unsurları öne çıkarabilir, ama mutlaka o habere güvenerek almak durumundadır (MEB, 2007e: 13). Ajanslar şu şekilde sınıflandırılabilir (Girgin, 2000: 112-113):

- Ulusal Haber Ajansları
- Uluslararası Haber Ajansları
- İkincil Konumdaki Uluslararası Haber Ajansları
- Bölgesel Haber Ajansları
- Resmi ve Yarı Resmi Haber Ajansları
- Özel Haber Ajansları
- Genel Haber Veren Özel Haber Ajansları
- Uzman Ajanslar
- Medya Gruplarının Haber Ajansları

Uluslararası ajanslar haberi oluşturacak bilgi, görüntü ve sesi toplayan, yazan, yayın ve dağıtanının tek bir kaynak olduğu kurumlardır. Habercilik yapan kitle iletişim araçları, yurtdışı haberlerin neredeyse tamamını uluslararası haber ajanslarından alırlar (Kaya, 2006: 57).

Türkiye'nin ilk haber ajansı 6 Nisan 1920 tarihinde kurulan Anadolu Ajansıdır. Çok dar ekonomik ve teknolojik olanaklar kullanılarak kurulmasına karşın, kurtuluş mücadelesinin her an ve alanında Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin yanında olmuş,

halkın moral ve motivasyonunu yükseltecek yayınlar yaptığı gibi, yurtdışına ulusal mücadeleyi de anlatmıştır (Kaya, 2006: 57).

**İnternet:** İnternet, geleneksel medyanın iletişim sürecine göre oldukça farklı bir yapı göstermektedir. İlk kez 1960'lı yıllarda özel laboratuvarlarda kullanılmaya başlanan İnternette amaç, bir noktada toplanan bilgilere aynı anda farklı birimlerin kolayca ulaşmasını sağlamaktır. Bu amaçla ilk kez İngiltere'de uygulamaya geçilmiştir. 1960'lı yılların sonunda Amerikan Savunma Bakanlığı'nın savunma amaçlı kurduğu bilgisayar ağı bugünkü İnternetin prototipini oluşturmuştur. 1980'li yıllarda ABD tarafından MILNET adıyla askeri amaçlı kurulan ağ, 1990'lı yıllarda ticari kullanıma açılarak hızla yayılmış ve bugün yüz milyonların kullandığı bir yapı haline gelmiştir (Birsen, 2004: 103-107).

İnternet ile iletişimde her kullanıcı bir yayımcı, bir kaynak ve ayrıca enformasyon tüketicisidir. Geleneksel medyada ise iletişim aracı sahibi katkıları ve mesajlarıyla yüklü olarak ve belirli bir süzgeçten geçirilerek çok sayıda insana ulaştırılır. Bu enformasyona yönelik tepkiler ise ya gecikmeli olarak ya da hiçbir zaman alınmaz. İnternette ise herkes katılımcı, enformasyon tüketicisi ve üreticisi durumundadır (Kazaz, 2007a: 223)...ve günümüzde İnternetin en temel işlevinden biri olarak haberleşme görülmektedir (Kazaz, 2007a: 225). İnternetin sağladığı bilgiye kolay ve çabuk erişim olanağı, her alanda olduğu gibi sporda da geçerlidir. Bu nedenle internette sporun her dalına ilişkin sitelerin sayısı sürekli artmakta ve içeriği zenginleşmektedir.

Türk ulusal medyasının internet sitelerinde de spora ilişkin sayfalar bulunmasının yanı sıra iki ulusal spor gazetesi de internet ortamında yayın yapmaktadır (Kazaz, 2007a: 226). İnternet spor haberlerinin hızlı bir şekilde aktarımı için çok önemli bir medya aracı haline gelmiştir. Medya interneti haber siteleri ve haber ajanslarının haberleri için etkin bir şekilde kullanmaktadır ve internet medyası, yazılı basının önemli bir haber kaynağıdır (G. Erdoğan, 2007: 243).

**Haber Siteleri:** İnternetin günümüz modern yaşam örgüsü içinde her geçen gün önemini artırması ve kitlesel düzeyde hızla yaygınlaşmasına bağlı olarak, internet kullanıcıları, gazete ve televizyon kadar haber sitelerine de önem vermeye başlamıştır. Bu bağlamda haber siteleri, yerel-ulusal-uluslararası olmak üzere siyasi, ekonomi, spor, toplum, yaşam, sağlık vb. ilişkin haberlerin edinildiği sanal mekânlar olarak ilgi düzeyi önemli ölçüde artmıştır (Gürcan ve Batu, 2002: 1).

Tüm yayın kuruluşlarının yanı sıra, gazeteciler de internet ortamından yararlanmakta ve habercilik yapmaktadırlar (Kazaz, 2007a: 225). Haber sitesi okuru kendisine sunulan enformasyondan hangisini alacağı konusunda geleneksel medyanın izler kitlesine göre daha özgürdür. Geleneksel medyanın izler kitlesi ilgilendiği haberle ilgili olarak kendisine neler verildiyse onunla yetinmek zorundadır. Haber sitesi okuru ise ilgilendiği haberle ilgili olarak diğer haber sitelerini de ziyaret ederek ayrıntılı bilgi alabilir (Birsen, 2004: 126).

Diğer enformasyon içeriklerine göre internet haberciliği yapan haber sitelerinin haber içerikleri farklılıklar göstermekte ve haberler sürekli olarak değişmekte, içerik çok çabuk eskimekte ve internet kullanıcısı da anlık gelişmeleri izleyeceği siteler aramaktadır. Bu nedenle, internet siteleri, günlük gazeteler gibi bir gün öncesinin haberlerini vermek yerine, haber ajanslarından ve kendi kaynaklarından derledikleri haberleri, gecikmeksizin anında okurlarına iletmektedirler (Gürcan ve Batu, 2002: 2).

Türkiye’de yalnızca internet ortamında var olan ilk haber siteleri, günlük gazetelerin birer ikişer internete taşındığı sırada ortaya çıkmaya başlamışlardır. Daha sonraları internette yer alan gazete sayısı arttıkça, bu sitelerde yer alan haberlere ve köşe yazılarına yapılan bağlantılardan oluşan başka küçük haber siteleri kurulmaya başlamıştır (Çevikel, 2004: 149). Haber sitelerine olan ilginin artmasıyla, yerel, ulusal ve uluslararası alanda siyasetten ekonomiye, spordan sağlığa kadar uzanan farklı içerikteki haberlere ulaşım olanağı veren haber sitelerinin sayısı hızla artmış ve haber yayım platformları içinde özel bir yer edinmişlerdir (MEB, 2008c: 4).

**Serbest Spor Siteleri ve Forumlar:** Spor sitelerinin en önemli haber kaynaklarının ulusal haber ajansları ve geleneksel medya kuruluşlarıdır. Spor sitelerinin yarısı, başta Anadolu Ajansı olmak üzere, İhlas Haber Ajansı, Doğan Haber Ajansı ve Cihan Haber Ajansı gibi ulusal haber ajanslarının bir ya da daha fazlasının resmi aboneleri konumdadırlar ve içeriklerinin çok önemli bir kısmını ajans haberleriyle oluşturmaktadırlar (Çevikel, 2004: 150).

Özellikle internette spor haberciliği ile ilgili faaliyet yürüten geleneksel gazeteciliğin sanal ortamdaki muadilleri ve ayrıca spor içeriği ile donatılmış olan diğer internet siteleri sonuca yönelik haberlerin, sıcak gelişmelerin hedef kitleye ulaştırılmasında “güncelleme” imkânlarının bulunması dolayısıyla büyük bir avantajı kullanılmaktadır (Kazaz, 2007a: 225). Güncellenebilme avantajı ile haber siteleri, internet sayesinde görüntüleri ve fikirleri dünyanın bir yerinden diğerine son derece kolay ve hızlı bir biçimde ulaştırılabilmektedir (Büyükbaykal, 2008: 44). Bu kolaylık ve hızlıktan spor muhabirleri de faydalanmaktadır. Spor muhabirleri etkin bir şekilde internette yayın yapan spor sitelerini takip ederek ulusal ve uluslar arası gelişmelerden haberdar olmaktadır.

**Süresiz yayınlar:** Süresiz yayınlar, gazetelerin en önemli haber kaynakları arasında yer almaktadır. Yayınevleri yayınlayacakları materyalleri, yine medya kanalıyla izleyicilere duyurur. Gazeteler, dergiler, radyo ve televizyonlar yeni yayınlanacak kitaplarla ilgili haberler hazırlar (MEB, 2007g: 26). Spor alanında yazılmış kitaplar, sporcuların, teknik adamların hayatları ve tecrübelerini aktardıkları yayınlar haber değeri yüksek ve başka muhabirler tarafından kaynak olarak kullanılan eserlerdir.

**Dergi:** Dergi “Siyaset, ekonomi, edebiyat, bilim, meslek, teknik gibi çeşitli konuları gazeteden daha geniş inceleyen, günlük olmayan periyodik basılı yayımdır.” şeklinde tanımlayabiliriz (MEB, 2008b: 5). Dergi haberciliğinde de diğer kitle iletişim araçlarının haber toplarken kullandıkları birinci el ve ikinci el haber kaynakları kullanılmaktadır. Ancak dergi haberciliğinde daha derinlemesine incelemeler yapıldığı için kullanılan kaynakların sayısı da diğer basılı yayın organlarına göre fazladır. Gazeteci, ilgi alanına göre yayınlanan dergileri takip etmelidir; çünkü

dergiler, gazetelere göre daha detaylı araştırmalar yapmakta ve daha detaylı bilgilerle haberleri yayınlamaktadır.

#### *1.1.4.6.5. Haber kaynağı olarak devlet kurumları*

Örgütlü yaşamın ticaret ve eğlenceyle ilgili bir parçası olarak spor, siyasal gücün yasal düzenlemeleri ve kontrolü dışında değildir. Dolayısıyla spor, ekonomi, finans, sağlık ve kamu güvenliği, çevre, işçi ilişkileri, mekan kullanımı yasaları ve düzenlemelerini etkileyen kamu politikalarının da konusu olur. Devlet kurumları, spor tesisleri için sermaye sağlayan birinci kaynak durumundadır. Sporun ulusal ve uluslararası politikalar, ekonomik kalkınma ve bireysel çıkarlarının gerçekleşmesi için siyasal önemi nedeniyle birçok ülkede sporla ilgili bakanlıklar, spor otoriteleri ve kuruluşları vardır (Erdoğan, 2000: 5). Özellikle sporla ilgili devlet kurumları her zaman önemli bir haber kaynağı konumunda olmuşlardır.

**Valilik:** İllerin en büyük yönetim organı konumundadırlar. Özellikle büyük sportif müsabakalar öncesinde il güvenlik kurullarının toplanması ve sporun halka indirgenmesinde büyük rol oynamaktadırlar. İl güvenlik kurulları, valiliğin spor kulüplerine yardımları, yerel liglerde ki sportif müsabakaların işleyişi basının önemli haber kaynakları arasındadır.

**Üniversiteler:** Toplumu geliştirmeyi, yönlendirmeyi ve istenen hedeflere ulaştırmayı amaçlayan üniversiteler artık toplum tarafından “bilime katkıda bulunan kuruluşlar” kavramının dışında algılanmaktadır. Üniversiteler üretmiş oldukları bilimsel bilgileri ve fiziki şartlarını, toplumun yararı doğrultusunda ne ölçüde kullanabildikleri toplumların birinci önceliği konumuna gelmiştir (Solmaz, 2008: 23). Üniversiteler bilimsel anlamda ürettikleri sportif bilgileri kamuoyu ile paylaşmakta muhabirler de bunları haber olarak kullanmaktadır.

**Belediyeler:** Gürcüoğlu (2007: 66), belediyeler ve il özel idarelerinin yasalarında, sağlık, eğitim, spor, çevre, sosyal hizmet ve yardım, kütüphane, park, trafik ve kültür hizmetleriyle yaşlılara, kadın ve çocuklara, özürllürelere, yoksul ve düşkünlere yönelik

hizmetlerin yapılmasında, dayanışma ve katılımı sağlamak, hizmetlerde etkinliği ve verimliliği arttırmak için gönüllülük programlarının olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda belediyelerin asli görevleri arasında, spor yapma ortamlarının hazırlanması ve halka spor yaptırmak gelmektedir. Ayrıca belediyeler kentlerde büyük sportif tesisler yaparak bunları toplumun hizmetine sunmakla mükelleftirler. Gelirlerinin belli bir kısmı ile spora ve özellikle amatör spor kulüplerine yardım yapmak zorundadırlar. Çocuklara yönelik yaz ve kış spor okulları, halka yönelik herkes için spor faaliyetleri ile basının ilgi odağı konumundadırlar.

**Emniyet ve Askeriye:** Spor yapıldığı yerin konumuna göre büyük yerleşim yerlerinde polisin, kırsal yerleşim yerlerinde ise askeriyenin güvenlik şemsiyesi altındadır. Özellikle spor müsabakalarının seyirci olgusu sporun kendine has olan yapısının dışında güvenlik kavramını da ortaya çıkarmıştır. Müsabakalar ile ilgili olarak kulüpler veya G.S.G.M. yerleşim yerindeki güvenlik güçlerini bilgilendirmek zorundadır. Sporda fanatizm ve şiddetin artması ile birlikte spor muhabirleri güvenlik güçlerinden, oluşan ve oluşabilecek güvenlik sorunları ile ilgili haberleri daha sık almaya başlamışlardır.

**Milli Eğitim ve Okullar:** Milli Eğitim özellikle yerel basının en önemli haber kaynağı konumundadır. Gerek okullar arası müsabakalar gerekse sporun altyapısını oluşturan genç sporcu adayları ile bilgileri okullardan ve Milli Eğitimden edinmektedirler.

**Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü:** İl ve ilçelerdeki spor yönetiminin en üst konumunda olan kurumlardır. Yerleşim yerinde oynanan bütün müsabakalardan sonuç, tarih, zaman, müsabaka yeri, hakem gibi bilgilerin bütününe sahiptirler. Spor muhabirlerinin en önemli haber kaynaklarından birisidir.

**Hastaneler ve Sağlık Kuruluşları:** Sporcuların performanslarının artması ile birlikte yaşanan sakatlıkların sayısı da göreceli olarak artmaya başlamıştır. Spor muhabirleri sporcuların sağlık sorunlarını hastanelerden ve sağlık kurumlarından direk bilgi alarak öğrenebilmektedir.

#### 1.1.4.6.6. Haber kaynağı olarak spor insanları

Sporun bir sektör, üstelik sanayisi olan bir sektör halini aldığı günümüzde, ekonomik göstergelerin spor için yönlendirici, bazen de sporun ekonomik göstergeler için yönlendirici olduğu gözlemlenmektedir. Artık spor sevdası ile değil, tamamen profesyonel çıkarlar doğrultusunda sportif görevler üstlenilmekte ve yerine getirilmektedir. Malzemecisinden hakemine, gözlemcisinden sporcusuna herkes ve her şey sporun ciddi anlamda bir ekonomik sektör olduğunun kanıtıdır. Çünkü spor, profesyonel olarak icra edilen bir iş ve profesyonel olarak para kazanılan bir meslek olarak kabul edilmektedir (Kazaz, 2007b: 34).

**Aktif ve Aktif Olmayan Sporcular:** Sporcular spor medyasının en önemli haber kaynağı konumundadırlar. Aktif sporcular gerek kendi gerek takım performansları, transfer haberleri, özel yaşantıları ile spor muhabirlerinin vazgeçilmezleri arasındadırlar. Aktif sporcular kadar aktif olarak sporun içerisinde yer almayan eski sporcularda uzmanlık alanı olarak gerek basın yayın kuruluşlarında gerekse internet ortamında muhabirlere haber kaynağı olmaktadır. Sporcular muhabirler için hem birinci hem de ikinci haber kaynağı konumunda olabilmektedirler. Ayrıca sporcular artık kendilerine özgün haber siteleri kurarak, kendileri ile ilgili haberleri buradan taraftarları ve muhabirlerle paylaşmaktadırlar.

**Aktif ve Aktif Olmayan Yöneticiler:** Türkiye de spor yöneticiliği için belirli kriterler yer almamaktadır. Devlet mekanizmasının diğer bölümlerinde yönetici olmanın bazı şartları olmasına rağmen spor konusunda bu söz konusu değildir. Denilebilir ki, spor yöneticileri arasında hemen her meslekten kişi vardır. Yöneticiler kulüpler, kamu ve federasyon yöneticileri olarak ayrılmaktadır. Gazeteciler spor yöneticileri ile haber- kaynak ilişki kurdukları zaman hangi yönetici ile hangi şekilde bilgi alışverişinde bulunacaklarını çok iyi ayarlamalıdır. Kamu yöneticileri devleti temsil etmektedirler, federasyon yöneticileri ise özerk olan federasyonlarda seçimle, özerk olmayan federasyonlarda atama ile gelmektedirler.

TÜİK, Türkiye’de 2009 yılı itibarıyla 9978 spor kulübü bulunduğunu açıklamıştır<sup>37</sup>. Türkiye’de ki spor kulüpleri dernekler masasına tabi oldukları için her spor kulübünde en az yedi yönetici bulunmak zorundadır. Bu da Türkiye’de 60.000’in üzerinde kulüp yöneticisi olduğuna işaret etmektedir.

**Aktif ve Aktif Olmayan Teknik Adamlar:** Sporcular gibi teknik adamlarda açtıkları internet siteleri ile çevrelerine ulaşmaktadırlar (Kazaz, 2007a: 226). Sporcular kadar aktif ve aktif olmayan teknik adamlarda muhabirlerin haber kaynaklarıdır. Antrenörler ayrıca, sürekli olarak oyuncu, medya, yönetici, taraftar, halk tarafından izlenir (Yılmaz, 2008: 106). Bir çok teknik adam toplumun ve taraftar kitlelerinin kanaat önderi konumundadırlar. Bu da spor muhabirlerinin doğal olarak teknik adamlara olan ilgisini arttırmaktadır.

**Aktif ve Aktif Olmayan Hakemler:** Spor muhabirlerinin ulaşmak isteyip de ulaşamadıkları belki de en önemli haber kaynaklarıdır. Müsabaka ve maçlardan sonra en çok tartışılan konular hakem kararlarıdır. Fakat aktif hakemlerin spor muhabirlerinin birincil haber kaynağı olarak kullanması, hakem örgütlerinin izin vermemesinden dolayı pek mümkün değildir. Aktif olmayan hakemler ise spor muhabirleri için vazgeçilmez haber kaynağı konumundadır. 2009 yılı itibarıyla Türkiye’de 55251 hakem bulunmaktadır<sup>38</sup>.

**Menajerler:** Tanıl Bora’nın derlediği takımdan ayrı düz koşu adlı kitapta, Bağış Erten ve Mustafa Görkem Doğan, (Bora, 2001: 72) gazete arşivi okuması yaptıkları dönemde en fazla zevk alarak okudukları bölümlerin transfer dönemi olduğunu belirtmişlerdir ve “hem siz menajerlerin kartvizitlerinde sadece menajer mi yazdığını sanıyorsunuz? Sorusunu sormaktadır. Aynı eserde yazarlar, menajerler transfer dönemi sonuçlanıncaya kadar ön planda yer almasalar da okuyucuya varlıklarını hep hissettirdiklerini belirtmişlerdir. Bu durumunun yazarların tercihi olmadığını futbolumuzun bir gerçeği olduğunu söylemektedirler.

<sup>37</sup> [http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb\\_id=16&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=16&ust_id=5) (Erişim Tarihi: 22.12.2010)

<sup>38</sup> [http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb\\_id=16&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=16&ust_id=5) (Erişim Tarihi: 22.12.2010)



**Taraftarlar:** Takımın müsabakasını stadyumda seyretmek, canlı yayın ile TV başında izlemek ya da medyada taraftarı olunan takım ile ilgili haberleri takip etmek taraftar kimliğine etkide bulunmaktadır (Katırcı, 2007: 41). Bu etki günümüzde stadyumlarda kalmamaktadır. Sporun en önemli öğelerinden olan taraftarlar artık, internetten çeşitli forumlar açarak, hatta büyük taraftar grupları kendi spor sitelerini hayata geçirerek taraftar olarak düşüncelerini kamuoyuna sunmaya başlamışlardır. Muhabirler bu siteleri takip ederek taraftarların neler hakkında konuştuklarını, maçlarla ilgili yorumlarını öğrenerek haberlerini buna göre tasarlamaktadırlar.

**Sporcu Yakınları:** Sporcu yakınları sporcuların birinci dereceden görüştüğü kişiler konumunda oldukları için spor muhabirlerinin haber kaynakları konumundadırlar. Sporculara ulaşamayan spor muhabirleri sporcu yakınları ile iyi ilişkiler kurarak almak istedikleri haberleri elde etmeye çalışırlar.

**Sağlık Ekibi ve Masörler:** Sporcu sağlığı konularının uygulanmasında, değişik nitelikteki personel görev yapmaktadır. Ülkemizde; spor hekimi, fizyoterapist, atletik çalıştırıcı, egzersiz testi teknisyeni, spor rehabilitasyon uzmanı, rekreasyon uzmanı bu konuda yaygın uğraş veren kişiler değildir. Diğer ülkelerde bu tür personelin eğitimi geniş olarak sürdürülmekte, grup çalışmaları ile daha fazla verim elde etmek mümkün olmaktadır. Ülkemizdeki uygulamada en yaygın olarak görev yapanlar masörlerdir. Ayrıca, kanuni zorunluluk olarak saha sağlık görevlileri bulunmaktadır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2000: 7). Sporcuların performanslarının yükselmesi ile sakatlık oranları da artmaktadır. Sakatlıklarda spor kulüpleri için çok önemli bir etkidir. Spor muhabirleri sporcuların sağlık durumları ile ilgili sağlık ekiplerini haber kaynağı olarak kullanmaktadırlar.

**Federasyon Üyeleri, Federasyon Temsilcileri ve Gözlemciler:** Oynanan her spor müsabakasına federasyon temsilcileri gözlemci veya teknik komiser olarak katılmaktadır. Gözlemcilerin müsabaka ile ilgili raporları spor muhabirleri için çok önemli haber kaynaklarıdır. Fakat bu raporlara spor muhabirlerinin legal yollarla ulaşmaları imkansızdır. Müsabakalara gelen gözlemciler dışında federasyonların başkanları ve yönetim kurulu üyeleri önemli haber kaynaklarıdır. Türkiye’de 59 adet

federasyon bulunmaktadır, bu federasyonların 500'ün üzerinde yönetim kurulu üyesi bulunmaktadır. Her bir yönetim kurulu üyesi spor muhabiri için önemli bir olay olduğunda haber kaynağı durumuna gelmektedirler.

**Kulüp Müdürleri ve Sorumluları:** Spor kulüplerinin işleyişi ile ilgili önemli haber kaynaklarıdır. Tesislerin ve sahaların durumları, seyahat planları gibi önemli bilgilere sahiptirler.

**Diğer Spor Gazetecileri ve Yorumcuları:** Muhabirler diğer gazeteci, muhabir ve yorumcuları çoğu zaman kendilerine haber kaynağı olarak seçerler. Onların müsabakalar ve sporcuların, takımların durumları ile ilgili yorumlarını kullanırlar.

**Malzemeciler ve Yardımcı Elemanlar:** Spor muhabirlerinin önemli haber kaynaklarıdır. Hayatlarının çoğunu sporcularla birlikte spor kulübünde ve antrenmanda geçirirler. Spor muhabirleri iyi ilişkiler kurdukları yardımcı elemanlar ve malzemecilerden çok değerli haberler alabilmektedirler.

**Sıradan İnsanlar:** Gazeteciler yalnızca etraflarına bakıp insanların konuşmalarına kulak kabartarak da sıklıkla öykü bulabilmektedir. Bir spor etkinliğinde veya postanede sıra beklerken kulak misafiri olduğunuz bir sohbet bir haber öyküsüne dönüşebilir. Bir öykü oluşturmadığınız zamanlarda, tanıştığınız insanlara hayatlarının nasıl gittiğini, yaşadıkları yerde neler olduğunu sorun; kendinizi kimsenin el atmadığı bir konuda bir haber öyküsünün izini sürerken bulabilirsiniz (Potter, 2006: 7).

**Spor Uzmanları:** İlgilenilen spor branşı ile ilgili spor uzmanlarının fikirlerini sormak, bilgilerinden faydalanmak, muhabirlerin yaptıkları haberleri bilimsel olarak desteklemeleri açısından önemlidir. Bu uzman bilgileri okuyucuda yayın organına karşı güven unsuru yaratmaktadır.

**İstatistikçiler ve Analizciler:** Usta gazeteciler hem sayılardan anlar hem de sayılara gereken dikkati gösterirler. Böyle gazeteciler bağlam içinde mantığa aykırı bir sayıyı hemen fark ederler, ayrıca şüphelerini doğrulamak için ihtiyaç duydukları temel

aritmetik ve istatistik bilgisine de sahiptirler (Potter, 2006: 30). Analizciler spor olgusunun yükselen değerleridir. Oyuncuların performanslarını öğrenmek spor muhabirlerinin okuyucularına doğru bilgiyi vermesi için önemlidir.

#### *1.1.4.6.7. Haber kaynağı olarak Sivil Toplum Kuruluşları*

Ulusal ve Uluslararası Spor Federasyonları, Ulusal ve Uluslar arası Olimpiyat Komitesi, Taraftar Dernekleri gibi birçok sivil toplum kuruluşu spor muhabirlerinin haber kaynakları arasındadır. Spor muhabirleri özellikle spor federasyonlarından yönetmelikler, müsabaka oyun kuralları, mevzuatlar gibi birçok bilgiye ulaşmaktadırlar. Ayrıca muhabirler taraftar derneklerinden taraftar gruplarının görüşlerini elde etmektedirler. Spor alanındaki en önemli haber kaynağı ise spor kulüpleri ve spor kulüplerinin unsurlarıdır. Spor kulüplerinin unsurları içerisinde sporcular, yöneticiler, kulübün resmi açıklamaları, kulübün medya organları gibi birçok kaynak girmektedir. İlerleyen bölümde çalışmanın ana teması olan profesyonel spor kulüpleri ve haber kaynakları konusu daha detaylı bir şekilde işlenecektir.

#### *1.1.4.6.8. Diğer haber kaynakları*

Yukarda sözü edilen kaynakların dışında sporun özellikle futbolun kendine has haber kaynakları vardır, siyasi partiler ve politikacılar bunlardan bazılarıdır, politik kurumlar ve kişiler spora olan ilgilerini seçmen davranışını etkilemek için kullanırken sporun büyük bir endüstri haline gelmesi ile spor haberlerinde büyük ekonomik aktörlerde boy göstermeye başladı. Bunların içerisinde en önemli haber kaynağını profesyonel futbolla gelen şirketleşme ve bunun sonucunda ortaya çıkan futbol kulüplerinin hisselerini borsaya vermeleri gelmektedir. Ayrıca sponsorlar, tedarikçiler ve reklam verenler sporun en büyük haber kaynakları arasındadır.

**Siyasi Partiler ve Politikacılar:** Siyasi ve ekonomik iktidar basınının sayısal bakımdan en geniş kitleye en fazla bilgiyi gönderebilme kapasitesinden kaynaklanan bu gücünü yanına çekmeye, bu gücü elde etmeye, en azından etkilemeye

çalışmaktadır (Kılıç, 2005: 132). Ticarileşme ve tekelleşme süreci, haber üretim sürecini de etkilemiştir. Bu süreçte haber, yayın kurumunun ticari ve siyasi çıkarları doğrultusunda belirlenen yayın politikalarına uygun olarak üretilmiş sıradan bir meta haline gelmiştir (Öztekin, 2008: 129). Türkiye'deki kimi örnekleri ile milletvekillerinin ve belediye başkanlarının kulüp başkanı olmaları, bu mevki ile birlikte kulüplerinin spor müsabakalarını propaganda aracı olarak kullanmaları olumsuz da olsa spor ve politika arasındaki ilişkiye bir kanıt niteliği taşımaktadır (Kazaz, 2007b: 41).

**Borsa:** Kulüplerin hisse senetlerinin borsada işlem görmesi, ekonomi ile spor arasındaki ilişkiye ve bu ilişkinin piyasa ekonomisi ile ne denli benzeştiğine verilebilecek en somut örneklerden biridir. Spor kulüpleri transfer ettikleri oyuncuları veya kulüple ilgili bilgileri borsaya zamanında ve doğru bir şekilde vermek zorundadırlar. Taraftarlar veya taraftar olmayan borsa müşterileri hisse senedi sahibi oldukları takımın sahadaki galibiyeti ile duygusal bir haz yasarken, borsa işlemlerinde hisse senedine sahip oldukları kulüplerine ait senetlerin büyük kâr getirebileceğini düşüneceklerdir (Kazaz, 2007b: 37).

**Reklam Verenler, Sponsorlar ve Tedarikçiler:** Spor, onun iletişim gücünü kavrayan markaların reklâm ve pazarlama stratejilerinde kullandıkları en büyük yatırım alanı olarak göze çarpmaktadır (Kazaz, 2007b: 5). Birçok ünlü sporcunun ve kimi zamanda spor adamının reklâm yıldızı olduğu ve tanıtım amaçlı etkinliklerin içinde yer aldığı anımsandığında, toplumun spor etkinlikleri ile birlikte bazı mesajları almakta daha elverişli oldukları gözlemlenmektedir (Kazaz, 2007b: 37). Spor ayrıca, sağlık, güç, başarı, hız olgularını içinde barındırır. Bu nedenle bu kavramlarla ilişkili her sektör sporu ve sporcuyu kendi markasını daha iyi anlatabilmek için reklamlarda kullanırlar.

Spor sponsorluğu, sporun büyük kitlelere ulaşması, hedef kitleyle kolay iletişim kurması, tüm dünyada ortak dili konuşması, en fazla seyirci çeken televizyon programlarının spor programları olması, yazılı basında spora ayrılan yerin giderek artması ve sporun dinamik bir imaj sunması nedenleriyle kuruluşlar tarafından tercih

edilmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çeşitli sektörlerde yer alan şirketler, sponsor oldukları kulüpler, takımlar, organizasyonlar, programlar, planladıkları pazarlama amaçlarına ulaştıkça desteklerini sürdürmeye devam etmektedirler (Karadeniz, 2009: 65-66). Sponsorlarda spor takımlarına destek çalışmalarını pazarlama iletişimi faaliyeti kapsamında yapıyor ve bilgi vermeden ilgi çekici olmaya kadar birçok amaçla ilişkilendirebiliyor.

#### *1.1.4.6.9. Haber kaynağı olarak profesyonel futbol kulüpleri*

Türkiye'deki sporun en önemli ögesi ise spor kulüpleridir. Spor kulüpleri birer sivil toplum kuruluşu niteliğindedir. Profesyonel spor kulüpleri ise çok daha büyük iletişim organizasyonlarına sahip olmak zorundadırlar. Profesyonel spor kulüpleri, düzenli basın toplantıları ve kendi medyalarını oluşturarak kulüpleri ile ilgili bilgileri basın veya kendi medyaları aracılığıyla taraftarlarına, halka ve izler kitleye ulaştırmaktadırlar.

Gürcan ve Tözelik, (2000: 5) kulüplerin en önemli kendi medyaları olan web siteleri ile ilgili olarak, “kulüpler web sitelerinde kazandıkları maçlarla ilgili haber bölümleri oluşturarak spor haberciliğine, kendi bakış açılarından bir katkı sağlamışlardır” demektedir. Kulüplerin sitelerinde yer alan bu haber ya da duyuru bölümleri, taraflı bir bilgi verme özelliği gösterse de, kendi içinde bir haber verme işlevi yerine getirmesi bağlamında üzerinde durulması gereken bir konudur. Bu durumu cihan haber ajansının dergisinde spor muhabirleri ile yapılan röportajda Lig TV Beşiktaş Muhabiri Ömer Güvenç: “Kulüplerin internet sitesi ve televizyonları var. Eskiye göre haber almak kolay değil” diyerek açıklıyor. Haber Türk Gazetesi Spor Müdürü Halil Özer ise; “günümüz spor muhabirliğinde artık özel habere önem verilmediği, rutin gelişmelerin sayfaları doldurduğu” görüşünde. Özer'e göre bunun gerekçesi “şimdiki basın kuruluşlarının ve muhabirlerin eskiye göre çok fazla sayıda olmasını” gösteriyor<sup>39</sup>.

<sup>39</sup> <http://www.cihandergi.com/detay.php?id=393&did=27> (Erişim Tarihi: 01.04.2011)

Bu sitelerin haber işlevleri genellikle kulüp yönetimlerinin duyurmak istedikleri görüşler, özellikle sakat ve cezalı sporcuların durumları, başka kentlerdeki taraftar kulüplerinin açılışları, çeşitli konulardaki anketlerin sonuçları, kulüp yöneticilerinin gündem üzerine görüşleri gibi başlıklar içermektedir. Bu sitelerde yer alan başlıca konulardan biri de kulüplerin piyasaya sürdüğü çeşitli ürünlerin tanıtımı ve bu ürünlerin taraftarlarca satın alınması yönündeki duyurulardır. Sitelerde ayrıca fikstür, özellikle futbol takımının çeşitli karşılaşmalarından görüntüler içeren videolar, geçmişteki başarılarını anlatan köşeler gibi kurumsal kimliği güçlendirmeye yönelik unsurlar da yer almaktadır (Gürcan ve Tözelik, 2000: 5).

Hemen hemen bütün muhabirler spor kulüplerinin sitelerini takip etmekte ve buradan yayınlanan haberleri ve duyuruları resmi haber olarak kabul etmektedirler. Özellikle profesyonel futbol kulüpleri kendi takımları ile ilgili bilgileri topluma sunmak için çeşitli iletişim sistemleri kullanmaktadırlar.

Futbol ülkemizde birinci sırada gündemi oluşturan sportif olaydır ve hükümetlerden özel kuruluşlara, taraftar gruplarından medyaya kadar birçok farklı unsur futbol oyunu ile yakından ilişkilidir (Katırcı, 2007: 17). Profesyonel futbol kulüpleri televizyon, radyo, web sitesi, dergi gibi birçok alanda haber üretimi yapmaktadırlar. Hatta bazı büyük futbol kulüpleri kendi spor muhabirlerini bünyelerinde barındırmaktadırlar. Bu bağlamda profesyonel futbol kulüplerindeki haber kaynakları değişiklikler göstermektedir. Herhangi bir yönetici, sporcu, teknik adam olağan bir şekilde haber kaynağı konumunda iken, kulüp kendi ağzından basın toplantıları yaparak muhabirlere bilgiler verebilmektedir. Bazı basın toplantılarına sporcular yönetimin izniyle katılabilmekteyken, bazen sporcular, yöneticiler, teknik adamlar gibi unsurlar bireysel olarak da haber kaynağı konumuna gelmektedirler.

Profesyonel futbol kulüplerinde, haber kaynakları formal ve informal olabilmektedir. Bir sporcu kulübün düzenlediği basın toplantısında kulüp adına resmi haber kaynağı iken aynı sporcu informal olarak basın toplantısı dışında haber kaynağı olabilmektedir. Ayrıca sporun doğasından gereği bu sporcu herhangi bir şekilde özel yaşantısı ile magazin haberi konusu da olabilmektedir. Profesyonel

spor kulüpleri yapılarından dolayı birer endüstri kuruluşu konumundadırlar, anlatılan ve anlatılacak olan haber kaynaklarının hepsi bir kulüp içerisinde bulunabilmektedir. Profesyonel spor kulübü yöneticisi, aynı zamanda politikacı, sponsor şirketin sahibi, hastane sahibi, sivil toplum kuruluşu üyesi gibi birçok kimliğe sahip olabilmektedir. Bu nedenlerden dolayı profesyonel futbol kulüplerini haber kaynağı olarak kullanmak için bu tür kulüplere çok geniş bir yelpaze altında bakmak gerekmektedir.

**Eskişehirspor:** Eskişehir kentinin bir grup ileri gelen insanının katkılarıyla 1965 yılında kurulan Eskişehirspor, Türkiye 1. Liginde (Süper Ligde) hiç şampiyon olamamıştır. Liglerde Eskişehirspor'un aldığı dereceler ise: üç defa ikincilik, dört defa da lig üçüncülüğüdür. Ayrıca Eskişehirspor bir Türkiye Kupası, bir Cumhurbaşkanlığı Kupası ve üç Başbakanlık Kupası elde etmiş bir Anadolu takımıdır. 2010-2011 futbol sezonunda Eskişehirspor Türkiye Süper Liginde mücadele etmiştir.

**Haber Kaynağı olarak Eskişehirspor:** Herhangi bir yerdeki futbol müsabakasının kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın herhangi bir yerinden izlenebilmesinde ve sporun büyük kitlelerin ilgisini çeken bir noktaya gelmesinde kuşkusuz kitle iletişim araçlarında sergilenmesinin rolü ve katkısı yadsınamaz (Kazaz, 2007b: 84). Haber kitle iletişim araçlarının en önemli ürünüdür. Muhabir olaya ilişkin bilgiyi doğru kaynaklardan ve doğru bir şekilde topladığı zaman bunu haber haline getirmesi çok kolaylaşacaktır. Muhabir, kaynaklarıyla doğru ilişki kurmayı mesleğini icra ederken öğrenmektedir. Muhabirlerin bu anlamda yerel spor haberlerini vermedeki en önemli kaynakları eğer var ise kendi yaşam alanlarındaki profesyonel futbol kulüpleridir ve Eskişehir yerel basınında çalışan spor muhabirlerinin de en önemli haber kaynağı Eskişehirspor'dur.

Birsen (2011;116-140) Yerel basın yöneticilerinin bakış açılarıyla Eskişehir yerel basını adlı çalışmasında bu durumu Eskişehir yerel basınındaki yöneticilere sormuş ve yerel basın yöneticilerinin halkla ilgili olarak "Ben Eskişehir'e dair haber görmek istiyorum, beni Fenerbahçe ya da Galatasaray değil, Eskişehirspor ilgilendiriyor"

söylemleriyle karşılaşmıştır. Ayrıca aynı çalışmada genel olarak yerel basın yöneticilerinin Eskişehirspor'un başarılı olmasının tirajlar üzerinde etkili olacağı düşüncesi egemendir.

## 1.2. Amaç

Spor, toplumları yakından ilgilendiren, onları bir araya getirme misyonunu üstlenen bir olgu iken, bu olgudan uzak ve haberdar olamayan insanlar, spor – basın ilişkisinin başlaması ile sporu tanımaya başladılar. Eski Roma'da ki gladyatörlerin dövüşü bir spor olarak değerlendirilirken, halka bu haberleri veren ve tarihte ilk basın yazıtlarından biri olarak kabul edilen bu haber bülteni, spor ile basının ilk buluşması olarak kabul edildi. O günden bu güne kadar da spor ve basın ilişkisi devam etti (Göral, 2003:1).

Kültürel yapıların farklı olması, kültürel etkinliklerin ve ürünlerin pahalı olması ve zaman istemesi de bu anlamda spora farklı bir açıdan yönelim sağlamıştır. Bu koşullara bir de modern toplumlarda tek ve geçerli bilgi kaynağının kitle iletişim aracı olması eklendiğinde spor ve kitle iletişim araçlarının birlikteliği kaçınılmaz olmuştur. Tüm bu sıralananlar doğrultusunda spor ve önemli kitle iletişim araçlarından olan basın arasındaki ilişki önem kazanmıştır (Kaya, 2002: 179).

Spor- basın ilişkisinin bu birlikteliği ve sporun gittikçe çok takip edilebilen bir ürün olmasıyla birlikte spor haberleri için basın kuruluşları özel muhabirler görevlendirmeye başladılar. Spor muhabirleri profesyonel futbolun etkinliğinin artması ile birlikte bazı basın yayın organlarında sadece bir tek kulüple bağlantılı çalışan muhabirler ortaya çıkmaya başladı. Futbolun profesyonelleşmesi ile birlikte spor kulüpleri kendi medyalarını oluşturmaya başladılar. Bu durumda da muhabirler hem ucuz hem de kolay olmasından dolayı futbol kulüplerinin kendi medyasından haberleri toplamaya başladı. Bu süreçte spor muhabirleri ve futbol kulüplerinin haber kaynağı-muhabir ilişkisi çeşitli değişimler gösterdi. Özellikle yerel basında çalışan spor muhabirleri habere olan yakınlıklarından dolayı önem kazanmaya başladılar.



Basının ve kamuoyunun gündeminde sıklıkla yer alan profesyonel futbol kulüplerinin ve haber toplamak için profesyonel futbol takımları ile iletişim içerisinde olan yerel basın spor muhabirlerinin, profesyonel futbol takımları ile haber-kaynak ilişkisi bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki alt sorulara yanıt aranacaktır.

- Yerel Basında çalışan spor muhabirlerine göre Eskişehirspor haberlerinin içeriklerini belirleyen temel dinamikler nelerdir?
- Eskişehirspor’la ilgili muhabirlerin günlük iş pratikleri nasıl gerçekleşiyor ve haber toplama sürecinde karşılaştıkları zorluklar nelerdir?
- Muhabirlerin Eskişehirspor ile ilgili haber kaynakları nelerdir?
- Muhabirlere göre Eskişehirspor’da ki haber kaynakları yerel basın ulusal basın ayrımı yapıyor mu?
- Yerel basın da ki spor muhabirlerinin Eskişehirspor’da ki haber kaynakları ile ilişkilerinin mesafesi nedir?
- Eskişehirspor kulübünde muhabirlere istihbarat sağlayan haber kaynakları var mı?
- Muhabirler, Eskişehirspor’la ilgili haber sürecinde baskı ve yönlendirme ile karşılaşılıyor mu?
- Eskişehirspor’la ilgili haberlerde muhabirler kulübe baskı ve yönlendirme yapıyor mu?
- Muhabirler Eskişehirspor’la ilgili olumlu ya da olumsuz haber yaptığında kulüple olan ilişkilerinde değişiklik oluyor mu?
- Bu anlamda kulüple olan ilişkilerinin geleceğini düşünerek haber yapmadıkları oluyor mu?
- Muhabirler kulüple olan kişisel ilişkilerini nasıl tanımlıyor?

### 1.3. Önem

Yerel basında çalışan spor muhabirlerinin profesyonel futbol kulüpleri ile kaynak-muhabir ilişkisinin belirlenmeye çalışıldığı bu araştırma yerel basındaki spor muhabirlerinin profesyonel futbol takımları ile iletişimlerini ve ilişkilerini ortaya çıkarması için önemlidir.

Ayrıca araştırma Eskişehir’de yerel basının profesyonel futbol kulüplerine ilişkin yaklaşımlarını sorgulayan az sayıdaki çalışmalardan birisi olması nedeniyle önemlidir. Çalışmanın konuya içerik ya da okur perspektifinden değil de, muhabirlerin bakış açısından yaklaşması çalışmayı bir başka açıdan önemli kılmaktadır.

### 1.4. Sayıtlar

Muhabirlerin mülakat sorularını ciddiyet ve samimiyetle cevapladığı ve araştırmacı tarafından hazırlanan ve kapsam geçerliliği konu alanı uzmanlarınca kontrol edilen muhabir-kaynak ilişkisini içeren görüşme sorularının, amaca dönük olarak ölçülmek isteneni ölçtüğü varsayılmıştır.

### 1.5. Sınırlılıklar

Öncelikle Yüksek Lisans çalışması ilke ve süresi ile sınırlı olan bu çalışma, yerel basındaki spor muhabirlerinin profesyonel futbol takımları ile haber-kaynak ilişkisiyle sınırlıdır. Ayrıca çalışma Eskişehir yerel basınındaki dokuz yerel gazetenin günlük olarak baskı yapan sekizinin, (Sakarya, İstikbal, Anadolu, Son Haber, Yenigün, Milli İrade, Şehir, İki Eylül ) Eskişehirspor muhabiri ile sınırlıdır.

## 2. Yöntem

Araştırmanın bu bölümünde; araştırma modeli, araştırma deseni, araştırmaya katılanlar, veri toplama araçları, verilerin toplanması, verilerin analizi, sayıtlılar, araştırmanın inanılabilirliği, geçerlilik ve güvenilirliği, son olarak da araştırmanın güçlü yönleri ile sınırları konusunda bilgilere, başlıklar halinde yer verilmiştir.

### 2.1. Araştırma modeli

Bu araştırma, Eskişehir’de yayımlanan 8 yerel gazetede çalışan 8 spor muhabirinin yer aldığı nitel araştırmaya dayalı durum modeline göre desenlenmiştir.

#### 2.1.1. Nitel araştırma

Bu çalışmada nitel araştırma tekniği kullanılmıştır. Çünkü nitel araştırma yöntemlerinde, olaylar doğal ortamlarında araştırmacı tarafından gözlemlenir. Nitel araştırmacı, sosyal olayları araştırırken bunların gerçekleştiği doğal ortamlarında insanları inceler ve araştırmasını yapar. Nitel araştırma yöntemleri de, araştırmanın gerçekleştirildiği doğal ortamı anlamaya, tanımaya ve sonuçlara olan etkilerini açıklamaya duyarlıdır. Ayrıca nitel araştırmalar gerçekleri çok boyutlu olarak ortaya koyar. Bu yönleri ile de sosyal bilimlerde yapılan araştırmalara zenginlik katar (İşıkoğlu, 2005: 158-165) Araştırmada, nitel araştırmaya dayalı bir durum çalışması yapılmıştır. Durum çalışması yöntemi, sınırlı sayıda değişkenleri incelemek belirli kuralları takip etmek yerine tek bir durum ya da olayın derinlemesine boylamsal olarak incelenmesini içerir. Durum çalışmaları gerçekte ortamda neler olduğuna bakma, sistematik bir biçimde verileri toplama, analiz etme ve sonuçları ortaya koyma yoludur (Davey ve Clearinghouse: 2009: 1)

### 2.2. Araştırma deseni

Bir durum çalışması olarak desenlenen bu araştırmanın amacı yerel basında çalışan ve farklı değerlere sahip spor muhabirlerinin profesyonel futbol kulüpleri ile haber-

kaynak ilişkilerini tanımlamak üzerinedir. Yerel basında çalışan spor muhabirlerinin profesyonel spor kulüplerindeki haber-kaynak ilişkilerinde ki durumsallığı belirlemek için, her gazete muhabiri farklı olarak ele alınmıştır.

Katılımcıların spor kulüpleri ile iletişim ve ilişki boyutlarını öğrenmek için görüşmelere başlanmadan önce gazetelerde kaç adet spor muhabiri olduğu öğrenilmiş ve bunların içerisinde Eskişehirspor'u takip eden spor muhabirleri seçilmiştir. Araştırmada nitel araştırma etiğine bağlı kalınarak katılımcıların isimlerine araştırma sırasında yer verilmemiş bunun yerine ise katılımcılar görüşme numaraları ile kodlanmıştır. Numaralar 1'den 8'e kadar alınan görüşme randevusuna göre sıralanmıştır. Birinci muhabir ile yapılan görüşme de ki muhabire M1 sekizinci görüşmede ki muhabire ise M8 numarası verilerek muhabirler kodlanmıştır. Çalışmada muhabirler bu kodlarla işlenecektir.

Görüşme sıralaması araştırmacı tarafından muhabirlerin istekleri doğrultusunda araştırmada açıklanmamıştır ve muhabirlerin kimlikleri kendi istekleri doğrultusunda gizli tutulmuştur. Muhabirin araştırmada ki sorulara verdiği cevaplar, çalışmada belirtilmeyecektir ve gizlilik sağlanacaktır. Böylelikle nitel araştırma etiğine de bağlı kalınmıştır.

### 2.2.1. Araştırma alanı

Bu araştırma, Eskişehir'de yayımlanan 8 yerel gazetenin (Sakarya, İstikbal, Anadolu, Son Haber, Yenigün, Milli İrade, Şehir, İki Eylül ) 8 spor muhabiri ile gerçekleştirilmiştir. Uygun muhabirlere ulaşmak için gazetelerde ki kıdemli muhabirlerden Eskişehirspor ile ilgilenen spor muhabirlerinin isimleri belirlenerek, muhabirlerinin görüşmelere katılıp katılmayacakları öğrenilmiştir. Görüşme yapılmak istenen spor muhabirlerinin tamamı görüşmelere katılmayı kabul etmiştir. Görüşmeler muhabirlerin uygun günlerinde randevu alınarak Anadolu Üniversitesi Yunusemre Kampüsü spor Salonu'nda bulunan toplantı odasında bire bir gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılanların isteği doğrultusunda, görüşmede katılımcılara demografik sorular sorulmamıştır. Araştırma evreninin darlığından

dolayı katılımcıların kimliklerini ortaya çıkarabileceği düşünülerek, demografik soru sorulmaması isteği araştırmacı tarafından uygun bulunmuştur. Bu nedenle katılımcılara sadece profesyonel spor kulüpleri ile ilişkileri hakkında hazırlanan soru formunda yer alan sorular sorulmuştur.

### **2.2.2. Evren**

Eskişehir yerel basınında çalışan 8 spor muhabiri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma evreninin tamamının, yani o evrendeki bütün birimlerin incelenmesine tam sayım denir. Genelde üzerinde tam sayım yoluyla ölçüm yapılabilecek evrenler, alan bakımından birbirine yakın ve sayıca çok sınırlıdır. Bu araştırmada da evrenin darlığından ve ulaşılabilirliğinden dolayı tam sayım yapılmıştır.

### **2.2.3. Araştırmaya katılanlar**

Araştırmacı katılımcılara görüşmelerin ses kaydı ile yapılacağını söylemiştir. Ayrıca araştırmacı görüşmeyi kabul eden katılımcılara, yapılacak olan görüşmelerin kendilerinin uygun olduğu zamanlarda ve kendi istedikleri yerde yapılabileceğini belirtmiştir. Ayrıca araştırmacı katılımcılara istedikleri zaman çalışmadan çekilebileceklerini de söylemiştir.

Nitel araştırma yönteminin gizlilik ilkesi ve katılımcıların da ortak istekleri doğrultusunda gerçek isimler ve katılımcıların çalıştıkları gazetelerin ismi hiçbir formda kullanılmamıştır. Bunun yerine katılımcılara numaralar verilmiştir. Katılımcıların araştırma için seçilme nedenleri ise, seçilen spor muhabirlerinin gazetelerinde Eskişehirspor'u takip eden spor muhabirleri olmalarıdır. Bu bağlamda, araştırmaya Eskişehir'de günlük olarak baskı yaparak yayın hayatını sürdüren 8 yerel gazetenin 8 spor muhabiri katılmıştır. Katılımcıların görüşme numaraları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların görüşme numaraları

KATILIMCI	KODU
1.Muhabir	M1
2. Muhabir	M2
3. Muhabir	M3
4. Muhabir	M4
5. Muhabir	M5
6. Muhabir	M6
7. Muhabir	M7
8. Muhabir	M8

### 2.3. Veri toplama aracı

Çalışmada görüşme tekniklerinden olan görüşme formu yaklaşımı kullanmıştır. Araştırmada muhabirlerin haber kaynakları ile ilişkilerine dair görüşlerini almak amacıyla açık uçlu sorulardan oluşan “Yerel basında çalışan spor muhabirlerinin profesyonel futbol takımlarındaki haber kaynakları ile ilişkileri ile ilgili muhabir görüşme formu” hazırlanmıştır. Görüşme formu yaklaşımı, görüşme sırasında irdelenecek sorular ve konular listesini kapsamaktadır. Görüşme rehber formu, görüşmecinin bu formda yer alan konu başlıkları ve alanları hakkında sorular üretmesine yardımcı olacak bir araçtır. Görüşmeci önceden hazırladığı sorularla birlikte gerekirse daha detaylı bilgi için ek soruları sorabilmektedir. Bu yöntem araştırma problemi ile ilgili tüm boyutların ve soruların kapsanmasını güvence altına almak için geliştirilmiş bir yöntemdir (Patton, 1990’dan aktaran, Sevensan ve Çilingiroğlu: 4 ).

Araştırmacı, katılımcılara konuya ilişkin hangi soruların sorulabileceğini danışman öğretim üyesi ile birlikte karara bağlamıştır. Daha sonra bu sorular gazetecilik alanında çalışan bir öğretim üyesi ve bir öğretim elemanına sorularak görüşleri alınmıştır. Gerekli değişiklikler yapıldıktan sonra son aşamada danışman öğretim üyesi ile

araştırmacı soruların son haline karar vermiştir. Görüşmeler esnasında katılımcının sorulara verdiği cevaplar anlaşılamadığında ya da katılımcı soruya yüzeysel cevap verdiğinde ek sorularla görüşmeciden daha net bilgiler alınmasına danışman öğretim üyesi ile birlikte karar verilmiştir. Ek sorularla daha detaylı bilgi alma isteği, görüşme formu yaklaşımına uygun bir yaklaşımdır.

Muhabirlerden gelen yanıtlar soru sırasına uygun olarak sıralanarak derlenmiş ve incelenmiştir. Muhabirlerin verdiği yanıtlar karşılaştırılmış yanıtlardaki benzerlikler ve farklılıklar belirlenerek sonuca gidilmiştir. Ayrıca araştırmacıya en son olarak kulüple olan ilişkilerini nasıl tanımladığına dair bir soru sorulması ve bu sorudan gelen cevapların diğer sorulardan bağımsız olarak incelenmesi, soru formunun hazırlanmasına eşlik eden öğretim elemanları, danışman öğretim üyesi ve araştırmacı tarafından uygun görülmüştür.

#### 2.4. Veri toplama süreci

Araştırmacı randevu saatlerinde randevulaşılan yerde hazır bulunmuş, önyargıdan uzak oldukça samimi bir ortamda görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler Samsung marka ses kayıt cihazına kaydedilmiştir. Görüşme süreleri Tablo2’de gösterilmiştir.

*Tablo2. Katılımcılar ile görüşme süreleri*

KATILIMCI	KODU	GÖRÜŞME SÜRESİ
1.Muhabir	M1	27:30
2. Muhabir	M2	36:18
3. Muhabir	M3	31:22
4. Muhabir	M4	35:11
5. Muhabir	M5	32:18
6. Muhabir	M6	26:50
7. Muhabir	M7	22:54
8. Muhabir	M8	34:13

## 2.5. Verilerin analizi

Görüşme tekniği ile çalışılan araştırmanın veri analiz aşamasında ses kayıt cihazı ile kaydedilen veriler birinci aşamada dinlenerek ses de problem olup olmadığına bakılmıştır. İkinci aşamada ses kayıtlarının deşifresi sağlanarak metin haline getirilmiştir. Görüşmelere ait ana temalar her kişiye özgü olarak kodlanmış ortak söylemler katılımcıların kod adları ile birlikte genel kodlanmıştır. Araştırmacı bu sürecin sonunda ses kayıtlarını kendisine araştırma süreci boyunca yardım eden iki uzmana deşifre etmeleri için göndermiştir. Uzmanlardan gelen ve araştırmacının elindeki metin danışman öğretim üyesi ile birlikte karşılaştırılarak ana temalar tekrar gözden geçirilmiştir. Veri analizinin son aşamasında ise araştırmacı süreci raporlaştırmıştır.

## 2.6. Araştırmanın inanılırlığı ve geçerliliği

Niteliksel bir çalışma olan araştırmada görüşme yöntemi kullanılarak elde edilen veriler araştırmanın güvenilirliği için alanında uzman iki öğretim elemanından yardım alınmıştır. Uzmanlarda biri Anadolu Üniversitesi Basın-Yayın bölümünde öğretim üyesi diğeri ise BESYO'da iletişim becerileri üzerine doktora çalışması bulunan asistan doktor öğretim elemanıdır. Ayrıca araştırma da verilerin elde edildiği muhabir görüşleri birebir alıntı yapılarak geçerliliği de sağlanmıştır.

Araştırmacı gerek kuramsal yapıdaki gerekse verilerin toplanması ve analizinde ki aşamaları belli bir çalışma takvimi şeklinde sıralayarak elde edilen bütün verileri saklamıştır. Araştırmanın bütün detayları uygun bir şekilde raporlanmış ve analiz etmiştir.

## 2.7. Araştırmanın güçlü ve sınırlı yönleri

Niteliksel bir durum çalışması olan bu araştırma, niteliksel çalışmaların özelliklerini içerisinde barındırmaktadır. Çalışma yerel spor muhabirlerine özgü haber kaynak ilişkisi üzerine konumlandırılmıştır. Muhabirlerin tamamı ile kendi doğal



ortamlarında araştırma yapmak üzerine çalışma desenlenmiştir. Araştırmanın hiçbir aşamasında araştırmacı araştırmaya müdahale etme ve yönlendirme çabasında olmamıştır. Var olan durum olduğu gibi araştırmaya konu edilmiştir. Ayrıca katılımcılardan kendi kişisel deneyimlerini göz önünde bulunarak araştırmaya katılmaları istenmiştir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar genellenemeyebilir, fakat bu alanda çok az araştırma bulunduğu için bu alanda yapılacak başka araştırmalar için kaynak teşkil edebilir. Araştırmacı çok büyük bir konunun içerisinden araştırma olan konuyu ayıklayabilmek ve konuya odaklanabilmek için alanında uzman kişilerle devamlı iletişim halindeydi ve araştırmacı çalışma boyunca sınırlılıklarının farkındaydı.

### 3. Bulgular ve Yorum

Yerel halkın kendi yaşadığı coğrafyadan haberdar olma isteği, yerel basının etkinliğini arttırmıştır. Halk çevresinde olup bitenden haberdar olmak isterken aynı zamanda yaşadığı yere olan aidiyetini de yükseltmektedir. Yerel de olanı haber olarak yurttaşlara sunan ve haber vasıtasıyla kent ile kentte yaşayanlar arasında köprü görevini gören yerel basının, en önemli haber kaynaklarından birisi de spordur. Toplum kendisine ait kabul ettiği yerel spor kulüplerinden özellikle de kentlerinde bulunan profesyonel futbol kulüplerinden etkin bir şekilde haber alma isteğindedir. Topluma, profesyonel futbol kulüpleri ile ilgili haberleri aktaran ve bir anlamda bu kulüpler ile yerel halk arasında köprü görevini üstlenenler spor muhabirleridir. Yerel basında çalışan spor muhabirlerinin kentlerindeki profesyonel futbol kulüpleri hakkındaki haberleri okurlarına aktarmaları muhabirlerin profesyonel futbol kulüpleri ile olan haber kaynak ilişkisi sayesinde gerçekleşmektedir.

#### 3.1. Yerel Basında çalışan spor muhabirlerine göre Eskişehirspor haberlerinin içeriklerini belirleyen temel dinamikler nelerdir?

Yerel basında çalışan spor muhabirleri için Eskişehirspor haberlerini belirleyen temel dinamikler taraftarların gazetede okumak istedikleri haberler olduğu yönündedir. Taraftarların haberde görmek istediklerini, kentte yaşayanların kent ile ilgili haberlere ulaşmak istemeleri, takımın sportif başarısı ve takımın hedefleri izlemektedir. M3 (Yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011) bu durumu:

Öncelikle Eskişehirspor haberlerinin içeriklerini belirleyen temel dinamik taraftardır. Taraftar ne isterse biz yerel basında onu sunmak zorundayız. Taraftar antrenmanlara her zaman gidemez ama antrenmanı görmek ister. Tesislere her zaman gidemez ama tesislerde ne olup bittiğini görmek ister. Taraftar ne isterse biz onu yaparız çünkü gazetenin okuyucusu onlardır. Maçların kazanılması kaybedilmesi önemlidir ama sonuçta bu haberleri biz taraftar için yapıyoruz.

demektedir. Muhabir M1 ve M7 de aynı yönde görüş belirtmektedir:

Eskişehirspor, yerel medya için ayrı bir dünyadır. Eskişehir halkı takımlarına çok bağlıdır. Bunun için takımın başarısı ile yatıp başarısı ile kalkarlar. Eskişehirspor haberlerinin içeriklerini de genelde takımın performansı ve ligdeki durumu belirler (M1 yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011).

Eskişehirspor, büyük bir kitleye sahip bir takım. Takımın alacağı sonuçlar, mutlaka bu takıma gönül veren taraftarları yakından ilgilendiriyor. Bizde bu doğrultuda taraftarın ya da sporseverin ilgi duyacağı haberleri ön plana çıkartıyoruz (M7 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Muhabirlere göre kentlilik bilincine sahip insanlar kentte olanları öğrenmek istiyorlar ve Eskişehirspor'u kendi takımları olarak görüyorlar M4 bu durumu:

Şehirde yaşayan ve kentli bilincine sahip insanlar gazetelerinde kendi ile ilgili haberleri görmek istiyor yani bizim ile ilgili Eskişehirspor ile ilgili haberleri görmek istiyor. Bizim içeriklerimizi belirleyen temel dinamik budur yani kentin istediği Eskişehirspor'dur. Takımın kazanması kaybetmesi elbette önemli ama sonuçta Eskişehir halkı Eskişehirspor'u okumak istiyor. Ulusal medyada Eskişehirspor ne kadar başarılı olursa olsun bulacağı yer bellidir küçük bir haber. Yerel de ki insanlar bunu istemediği için kendine ait olanı okumak ve öğrenmek istediği için kentin önemli değerlerinden olan Eskişehirspor ile ilgili her şey haber olabilmekte (M4 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Takımın hedeflerinin ve başarısının haberin içeriklerinin temel dinamiği olduğu yönünde, diğer muhabirlerde benzer görüşler bildirmişlerdir. M2, M8 ve M6 takım başarısının haberin içeriklerini belirleyen temel dinamikler olduğu konusunda:

Eskişehirspor'un yendiği maçlarda okuyucular daha çok gazete alıyor ve haberleri, köşe yazılarını özellikle maç notlarını okuyor. Sonuç kötü olduğunda ise gazeteye ve haberlere ilgi olmuyor, Eskişehirspor'un özellikle büyük takımları yenmesi, büyük takım dediklerimiz Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor gazeteler olan ilgiyi çok arttırıyor. Halk gazetede en ufak ayrıntıyı bile okuyor (M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

Haber içeriklerinin temelini Eskişehirspor'un o anki konumu ve hedefleri belirler. Zira Kulübün var olmasının ana nedeni sportif başarısıyla endekslidir. Taraftara hoş gelen haberlerden ziyade bilinmesi ve görülmesi gereken şeylere ağırlık verilmesi olması gereken en büyük etkidir (Her ne kadar bu zaman zaman belirli kesimin hoşuna gitmese de). Dönem dönem moral ve motivasyonu sağlamak adına hem takım hem de taraftarı birleştirici haberlerde yapılır bu basının takıma desteği ile alakalıdır (M8 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Eskişehirspor'u iyi anlatabilmek tarihini iyi bilmek gerekiyor. Bununla birlikte o şehri etkisi altında bırakacak ortak bir hedef doğrultusunda bütünleşmek bir bütün olabilmek haberi belirleyen en önemli dinamiktir (M6 ile yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011).

M5 (Yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011), ise diğer muhabirlere benzer olarak taraftarın, haberin içeriklerinde etkin olduğunu belirtmiş, fakat diğer muhabirlerden farklı olarak altyapıdan gelen oyuncuların A takımında yer bulmasının da haberin içeriklerinin belirlenmesinde etkin olduğunu söylemiştir:

Taraftar, futbolcuların genel yapısı, takımın işleyişi, takımın gelişimi, altyapısı ve altyapıdan yetişen oyuncuların A takımında yer alması benim için Eskişehirspor haberlerinin temel dinamikleridir.

Muhabirler genel olarak yaptıkları haberlerin içeriklerini belirleyen temel dinamiğinin yapılan haberlerin, Eskişehir halkına hitap etmesi ve onlara ne verip ne vermediği yönündedir. Bütün muhabirler taraftarların isteklerinin haber içerikleri için çok önemli olduğunu belirtmişlerdir.

### **3.2. Eskişehirspor’la ilgili muhabirlerin günlük iş pratikleri nasıl gerçekleşiyor ve haber toplama sürecinde karşılaştıkları zorluklar nelerdir?**

Eskişehirspor ile ilgili iş pratiklerini muhabirlerin tamamı için aynı şekilde belirtmektedir. Muhabirler öncelikli olarak takımın antrenman programına ulaştıklarını, sonrasında ise iş planlarını çıkardıklarını belirtmişlerdir. Haber toplama sürecinde ise en büyük sıkıntının antrenmanların ilk 30 dakikalık bölümünün basına açılması ve basın mensuplarının antrenmanın diğer kısmını izleyememesi olduğu yönündedir.

Genelde Eskişehirspor’un haftalık idman programı yayınlanır. İdman saatlerine göre görev bölümü yapılır. Eskişehirspor muhabiri takımın haftalık çalışmalarını takip eder. Eskişehirspor ise çalışma programını bazen kendi resmi sitesinde yayınlar. Siteden alarak bizde haftalık olarak Eskişehirspor’u nasıl takip edeceğimizi belirleriz. Zaman zaman idmanların basına kapalı olması, kulüpten net şekilde haber almamızı engeller. Takım o hafta içinde oynayacağı maçın hazırlıklarını sürdürürken, takım hakkında yeterli bilgiyi alamayabiliyoruz. Tabi idmanların kapalı olması takımın başında o dönem bulunan Teknik Direktörün inisiyatifine bağlı oluyor. Sunum aşamasında ise fazla sıkıntı ile karşılaşılmıyor (M1 ile yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011).

M3, M2, M8 ve M5 yerel basın mensuplarının antrenman programına göre kendi iş planlarını çıkardıkları fakat antrenmanların kapalı olmasının ve bazı yasakların kendilerini zorladığını belirtmektedirler. Haberin sunum aşamasında büyük sıkıntı yaşamadıklarını belirten muhabirler:

Bizim için takımın çalışma programı önemlidir. Antrenman programına göre biz kendi çalışma programımızı ayarlarız. Antrenman yoksa çeşitli röportajlar yaparız futbolcularla yöneticilerle. Fakat iş pratiklerimizin tamamı Eskişehirspor'un antrenmanlarına göre yaparız. Genellikle futbolculara konulan konuşma yasakları ve diğer yasaklar haber toplama sürecinde yaşadığımız en büyük sıkıntıdır. Antrenmanın sadece yarım saatinin gazetecilere açık olması Eskişehirspor'la ilgili haberlerde karşılaştığımız en büyük zorluklardır. Yarım saatlik antrenmanda futbolcuların performanslarını göremeyiz, sakatlığından mı oynayamıyor bilemeyiz. Sunum aşamasında zaman sıkıntısı dışında herhangi bir sıkıntıyla karşılaşmıyoruz. Zaten sayfanın çok büyük bir bölümü bazen iki bazen üç sayfaya kadar Eskişehirspor haberi hazırlayabiliyoruz (M3 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Dünyanın her yerinde maçlar gazetecilere açıktır, fakat antrenmanlar teknik heyete göre değişiklik gösteriyor. Eskişehirspor'da antrenmanların ilk otuz dakikası basına açık o da ısınma süresi zaten bu da bizim işimize yaramıyor. Önemli olan taktik antrenmanı ve biz bunu gazeteye yansıtamıyoruz. Bunun dışında karşılaştığımız büyük bir zorluk yok ama bu durum dediğim gibi teknik heyete göre değişiklik gösteriyor (M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

Özel bir durum yoksa genelde kulübün haftalık çalışma programı dahilinde görev bölümü yapılarak antrenmanlar takip edilir. Ekstra anlarda da farklı çalışma programı gerçekleştirilir. Haber toplama sürecinde pek fazla sıkıntı ile karşılaşılmasa da dönem dönem basına kapalı yapılan antrenmanlar olduğunda sağlıklı bilgi akışı konusunda sorunlar yaşanabiliyor. Diğer yandan kriz dönemi olarak adlandırılan süreçlerde kulüp içinden sağlıklı bilgi akışı yaşanabiliyor. Mesela bir teknik adam veya futbolcu ile yaşanan olası yol ayrılıklarında 10'dan fazla farklı duyum yaşanıyor. Buna paralel olarak da daha başka bir

neden ortaya çıkabiliyor. En büyük sorun da genelde bu ve benzeri şeyler oluyor (M8 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Antrenmanlara giderim çünkü antrenmanlarda futbolcuların genel yapısını gözlemlerim ve asıl önemlisi de antrenmanı yerinde görmek istememdir. Önceden antrenman programına bakarım, ne zaman nasıl çalışılacağını öğrenirim. Antrenman saatinden yarım saat önce tesislerde olurum (M5 ile yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011).

Bütün antrenmanları takip etmeye çalıştığını ve antrenmanları analiz ettiğini belirten M6 ve M7 ayrıca özellikle maçlardan sonra haberin yetiştirilmesinin en büyük sıkıntıları olduğunu belirtmişlerdir.

Eskişehirspor'un antrenman programını göre tesislere gider sonra, futbolcuların veya teknik direktörün görüşlerini alırım, sonra antrenman fotoğraflarını çekerim. Antrenmana katılmayan var mı, veya ilginç bir gelişme var mı, yok mu? Onu gözlemlerim. Daha sonra ki aşamada ise gazeteye gelerek haberleri yazıyor ve servise sunuyoruz. Haber aşamasında teknik sıkıntılar var birde, mesela 21.00'da oynanmaya başlayan maçtan sonra bizim işimiz gece geç saatlerde bitiyor. Belli bir saatte sayfaları matbaaya teslim etmek gerekiyor. Zamanla yarışmak zorunda kalıyoruz. Maçın tüm ayrıntılarını sığağı sığağına ertesi gün okuyucularla tam manasıyla paylaşmıyoruz (M6 ile yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011).

Ben kendi adıma tüm idmanları takip ediyorum. Kulübün idman programına göre tesislere giderek idmanları yakından analiz ediyorum. Yaptığım analizleri de gazetemde okuyuculara en iyi şekilde aktarmaya çalışıyorum. Fakat takım o hafta mağlup olmuşsa haftanın ilk idmanları iyi geçmez. İstediklin fotoğrafı, ya da röportajı yapmada sorun yaşarsın. Bunun dışında günlük rutin durumlarda herhangi bir sıkıntı yaşanmıyor. Haber ve sunumu, en ince ayrıntısına kadar okuyucuyu

tatmin edecek şekilde hazırlamak da çok önemli. Bu süreçte haberin biran önce matbaaya verilmesi dışında önemli bir sıkıntı yaşamıyoruz (M7 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

M4 spor muhabirliğinin artık bir değişim içerisinde olduğunu, muhabirlerin sadece antrenman ve maçların olduğu iş planına bağlı kalamayacağını söyleyerek:

Eskiden habercilikte golün pozisyonu golün fotoğrafı önemliydi, fakat günümüzde işler değişti. Artık okuyucular bunlardan zevk almıyor. Perde arkasında ne olmuş onu istiyor. Başkan soyunma odasına indimi, futbolcular antrenmanda kavga etimi, ama bunları öğrenmek için de gazetecilerin iş şekli değişti. Eskiden sadece antrenmanlar ve maçlar haber iken, şimdi bizler 24 saat Eskişehirspor ile yatıp kalkıyoruz. Antrenman bitince işimiz bitmiyor gece iki de üçte olaylardan haberdar olabiliyoruz. Yani kısaca iş pratiklerimiz değişti futbol takımında her an her şey olabilir mantığı ile yaklaşıyoruz olaylara saat ve gün ayrımı kalmadı artık demektedir (M4 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

M4 ayrıca haberin sunumu ile ilgili yerel basın mensuplarının yaşadığı sıkıntılara değişik bir yaklaşım getirmiştir:

Eskişehirspor haberinin sunumu sırasında yaşadığımız en önemli sorun ve sıkıntı bu kentte yaşıyoruz olmamız. Haberi yapıyorsunuz haberi yaptığınız insan ve o haberi okuyan insanlarla sokakta yan yanasınız, haberi hazırlayıp sunarken bunları düşünmek zorundasınız (M4 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Eskişehir yerel spor basınının diğer illerdeki yerel basın mensuplarından farklı olarak Eskişehirspor'un bütün antrenmanlarını takip ettiğini belirten M2:

Eskişehir yerel basınının diğer yerel basınlardan farkı bütün antrenmanları izlemesidir. Bize futbolcular ve teknik adamlar başka



illerde bütün antrenmanları izleyen yerel basının olmadığını söylüyorlar. Maçlar zaten izleniyor ama antrenmanların hepsini izlemek Eskişehir yerel basınında var sadece (M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

Eskişehir yerel basınında çalışan Eskişehirspor muhabirleri kendi iş planlarının en önemli kısmını Eskişehirspor'un antrenmanları olduğunu söylemişlerdir. İlk işlerinin takımın antrenman programının öğrenilmesi olduğunu belirten muhabirler günlük iş pratiklerinin antrenmanlar, antrenman sonrası haberin hazırlanması ve baskıya gönderilmesi olarak açıklamışlardır. Antrenmanlarda yaşadıkları en büyük sorunun ise antrenman saatlerinin ilk 30 dakikasının muhabirlere açık olması olduğunu bu sürenin haber hazırlamak için kendilerine yetmediğini belirtmişlerdir.

### **3.3. Muhabirlerin Eskişehirspor ile ilgili haber kaynakları nelerdir?**

Haber kaynakları gazeteciliğin bütün dallarında önemli olduğu gibi spor gazeteciliği içinde çok önemlidir. Hem içerik üretimi hem de yerel halkın haber istekleri doğrultusunda spor haberlerinin haber kaynakları çeşitlilik göstermektedir. Profesyonel futbol kulüplerinde de haber kaynağı olarak birçok unsur bulunmaktadır. Eskişehir yerel basınında çalışan Eskişehirspor muhabirlerine haber kaynaklarının neler olduğu sorulduğunda, muhabirler öncelikli olarak haber kaynaklarının antrenmanlar, yöneticiler ve Eskişehirspor'un resmi internet sitesi olduğu görülmektedir. Bunları futbolcular, basın toplantıları ve teknik heyet takip etmektedir. M1, M6, M8 ve M7 Eskişehirspor'da ki haber kaynakları olarak:

Antrenmanlar, Eskişehirspor Başkanı, yönetim, teknik heyet, futbolcular, Eskişehirspor'un resmi internet sitesi ve zaman zaman Eskişehirspor taraftarlarıdır. Bu kaynaklardan daha net bilgiler alınır (M1 ile yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011).

Taraftar, yöneticiler, futbolcular, antrenmanlar ve maçlar o şehirde yaşayan insanlar bizler için en önemli haber kaynaklarıdır (M6 ile yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011).

Benim için sağlıklı kaynak kulüp başkanı, yönetim, teknik heyet, futbolcular, Eskişehirspor'un resmi internet sitesi ve bazen de kulübe yakın isimlerdir (M8 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Özellikle takımda futbolcularla iyi diyalog halinde olduğum için herhangi bir haber kaynağı sorunum olmuyor zaten bütün antrenmanları izliyorum, benim için futbolcular ve antrenmanlar en önemli haber kaynaklarıdır. (M7 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

M5 antrenmanların en büyük haber kaynakları olduğunu belirterek kulübün basın ve halkla ilişkilerinin kurumsal bir yapıda olmadığını bunda kendilerini sıkıntıya soktuğunu belirtmektedir:

Aslında kurumsal bir yapıda olması lazım Eskişehirspor'un, böylelikle biz Eskişehirspor'la ilgili haberlere kulüp haber organlarından daha rahat ulaşabiliriz. Fakat Eskişehirspor'un basın ve halkla ilişkileri çok zayıf. Bu bölüme bakanlar işin ehli insanlar değil ve bu işi okulunda okumamışlar. Bunların dışında haftalık basın toplantıları, teknik direktörün görüşleri gibi kaynaklar zaten doğal haber kaynaklarıdır (M5 ile yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011).

M4 ise çok uzun süredir muhabirlik yaptığını haber kaynaklarının bunun için çeşitlilik gösterdiğini ama genel olarak, kulübün internet sitesi, yayın organları, futbolcular, yöneticilerin haber kaynaklarından olduğunu ve bu listeyi uzatabileceğini belirterek:

Çok uzun süredir bu mesleğin içerisindeyim sayısız futbolcu teknik adam ve yönetici gördüm. Maçın skorunun ne olacağını bana soran yönetici ve teknik adamlarla çalıştım. Onun için her şey haber

kaynağıdır benim için. Haberi koklarım nerden geleceğini bilirim. Bazen sokak da ki insandan bazen de kulübün tam içinden haber kaynağım çıkabilir (M4 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Haber kaynaklarının yöneticiler ve antrenmanlar olduğunu belirten M2 Eskişehirspor kulübünün yöneticilerinin haberleri gizleyebildiğini belirterek:

Yöneticiler haberleri gizleyebiliyor, böyle bir durumda ilk olarak yardımcı antrenörler aranıyor. Onlar ne olup bittiğini anlatmazlarsa kulüp çalışanlarına kadar uzuyor bu aramalar. Masör, malzemeci yani haber uğruna Eskişehirspor’la ilgili her yeri didik didik araştırıyoruz, bizim için herkes haber kaynağı olabilir ( M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

Demektedir. M3’ de benzer açıklamalar yaparak:

Kapıdaki güvenlikçiden içerdeki çaycısı, malzemecisine kadar haber kaynağımızdır. Bizler 7 gün 24 saat kulübün içerisinde olamayız ama kulüp çalışanları devamlı tesislerde. Futbolcunun çocuğu hatta eşi bile hastalansa ona ilk müdahaleyi kulüp doktoru yapar ve biz bunu bilmek zorundayız çünkü bu durum futbolcunun sahadaki performansını etkileyecektir. Mesela masörler bizim için çok önemli haber kaynağıdır, çünkü futbolcunun genel sağlık durumu muhabirler için çok önemlidir. Kulüp çalışanları bizim için önemli haber kaynaklarıdır, bunların dışında futbolcular, yöneticiler gibi takımın asli unsurları zaten doğal haber kaynaklarımızdır (M3 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Eskişehir yerel basınında çalışan ve Eskişehirspor’u takip eden spor muhabirleri genel olarak haber kaynağı konusunda sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Bir futbol takımında olması gereken doğal haber kaynaklarının dışında birçok unsuru

haber kaynağı olarak kullanabildiklerini belirten muhabirler, bu haber kaynaklarına ulaşmakta sıkıntı yaşamadıklarını da belirtmişlerdir.

#### **3.4. Muhabirlere göre Eskişehirspor'da ki haber kaynakları yerel basın ulusal basın ayrımı yapıyor mu?**

Yaşadıkları kentte olanları yurttaşlara ulaştırma çabası içerisinde olan yerel basın kendi çevresinde olup biteni gazetesinde haber olarak sunmak istemektedir. Eskişehir yerel basının da ki spor muhabirleri içinde Eskişehirspor haberlerini kendi kentinde yaşayan insanlara sunmak önemli bir çabadır. Eskişehir yerel basınında Eskişehirspor'u takip eden muhabirlere, Eskişehirspor kulüp unsurlarının, haber kaynağı olarak ulusal basın, yerel basın ayrımına uğrayıp uğramadıkları sorulduğunda, muhabirler çoğunlukla yöneticilerin böyle bir ayrım yaptığını belirtmişlerdir. M2, özellikle deplasman ve kamplarda bu ayrımın olduğuna dikkat çekerek:

Bunu genelde yöneticiler yapıyor. Ulusal medyada boy göstermek istiyorlar. Ulusal medyadaki arkadaşlar yanlarındayken onlara ama onlar yokken bizlere ilgi gösteriyorlar. Kulüp kamplarda ulusal medyada ki arkadaşların masraflarını karşılayıp kampta yatırıyor, biz yerel basın mensupları ise kamplarda kendi cebimizden ucuz otellerde kalıyoruz. Futbolcu ve teknik adamlarda değil de yöneticilerde bu ayrımcılık var (M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

Bu durumu gayet normal olarak belirten M6 (Yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011), “insanlar yaygın basında çıkmayı daha çok arzuluyorlar. Yerel basının okuyucu kitlesi bellidir, yerel yaşamak evrensel düşünmek doğru olanı” demektedir.

M5 (Yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011), bu ayrımın yerel basının güçsüzlüğünden ulusal basının gücünden kaynaklandığını yerel basının ulusal basına karşı en büyük eksisinin, ulusal basında ki maddi gücün yerelde olmaması olmasını gösteriyor. Bu nedenle de biz istediğimiz her şeyi yapamıyoruz. Böyle olunca da

Eskişehirspor'dan ulusal basına daha yakın haberler çıkabiliyor. Bunun en büyük sebebini de: “Çünkü ulusal basın daha güçlü” olarak açıklıyor. M3 de süreci doğru olarak tanımlıyor fakat ulusal basının her zaman Eskişehirspor'un yanında olamayacağını belirterek:

Evet ayırım yapılıyor, bu da gayet doğal bir süreç. Özellikle ajanslar bu ayırımı ön plana çıkıyor. İyi bir haber ajansı kulüpte olan bir konuyu veya röportajı haber olarak yayınlarsa anında bütün dünyaya haber olarak geçiliyor. Yerel basının böyle bir şansı yok, gerçi artık internet var bizde bütün dünyaya haber olarak ulaşabiliyoruz ama ajanslar farklı. Otomatikman sporcu, teknik adam, yönetici ulusal ajanslara haber olmak istiyor. Ama onlar olmadığı zaman biz devamlı yanlarındayız bunu unutuyorlar. Ulusal medya onlarla bizim onlarla geçirdiğimiz zaman kadar zaman geçiremezler (M3 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Yerel basının işinin her zaman zor olduğunu belirten M8, bu ayırım her dönemde yapıldığını ve daha geniş kitleye ulaştığı için yaygın medyanın tercih edildiğini fakat olası bir olumsuz haberin ulusal basında çıkmasından sonra herkesin tercihinin yerel basın olduğunu söyleyerek: “Kişiler yaygın medyadaki isimlere her zaman ulaşamazlar. Ancak yerel medya mensupları ile her gün karşılaşmaları mümkündür” (M8 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011). M1 bu durumu, yerel basının ulusal basından daha etkili bir dönem içinde bulunuyoruz olarak açıklıyor. Yerel basın daha yapıcı olmaya çalışıyor. “Eskişehirspor şehrin tek takımı olduğu için onun zarar görmesini yerel basın pek istemez olumsuz haberler yerel de çok az çıkar ve o haber kaynakları da bunu zamanla anlıyor”. (M1 ile yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011). M4'de önemli bir haber olduğunda ulusal basının önce aranmaya çalışıldığını söylüyor, fakat

Bizim içinde o bizim çocuk bir şey olmaz diyebiliyorlar. Ulusal basın futbol kulüplerine her zaman daha şirin geliyor. Fakat kendileri ile ilgili olumsuz bir haberin ulusal basında yayımlandığını gördükleri zaman,

hemen bizi aralar ve sen onu tanıyorsun neden böyle bir haber yapmış diye serzenişte bulunurlar (M4 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

M7 (Yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011) ise, diğer muhabirlerden farklı olarak, hem yerel hem de ulusal basına haber yaptığını söyleyerek, Eskişehirspor unsurlarının böyle bir ayırım yapmadığını söylemektedir.

Eskişehirspor muhabirlerinin çoğunluğu kulübün yerel basın ulusal basın ayrımı yaptığını belirtmiştir. Fakat sonuçta ulusal basının her zaman onların yanında olamayacağını kendilerinin ise 24 saat takımın yanında olduğunu ifade etmişlerdir. Muhabirler ayrıca ulusal basında olma isteğinin yanında olumsuz haberi de getirebildiğini oysa yerel basında böyle bir durumla çok az karşı karşıya kaldığını ifade etmişlerdir.

### **3.5. Yerel basın da ki spor muhabirlerinin Eskişehirspor’da ki haber kaynakları ile ilişkilerinin mesafesi nedir?**

Kaynak-muhabir ilişkilerinde ki en önemli konu muhabirlerin haber kaynakları ile olan mesafe sorunudur. Muhabir haber kaynağına uzak olduğu zaman haberdan uzaklaşmakta yakın olduğu zaman da kullanılma korkusu yaşamaktadır. M4 (Yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011) bu durumu: “Ne uzak ne yakın olacaksın uzak olursan habere ulaşamazsın yakın olursan kullanırlar. Deneyimlerim bana bu mesafeyi nasıl ayarlayacağımı söylüyor” olarak ifade etmektedir.

Eskişehirspor muhabirlerinin tamamı kaynakla aralarına mesafe koyduklarını belirtmişlerdir. Bu durumu M5,M6,M7 ve M3 aşağıda ki gibi açıklamışlardır:

Kesinlikle mesafe bırakırım. Eğer işim gazetecilik ise olayın dostluk boyutu farklıdır, bizim görevimiz haber yapmaktır, işle dostluğu karıştırmıyoruz birbirine. Mesafeyi mutlaka ayarlamalıyız yoksa habercilik yapamayız (M5 ile yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011).

İlişkilerimle dostlukları karıştırmam hiçbir zaman. Fakat haber kaynağımın aramızda kalmasını istediği konuları gazetemde yer vermem. Haber kaynağımı zorda bırakmayacak şekilde yazmam gerektiği gibi yazarım. İş ile arkadaşlığı ayrı tutarım(M6 ile yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011).

Genelde futbolcularla idmanda gazeteci futbolcu, dışarıda ise arkadaş ortamı içinde oluyorum. Teknik kadro, ya da futbolcuyla yerine göre belli bir mesafe koyuyoruz. Bu da iş başka arkadaşlık başka gibi bir ortam görüntüsü oluşturuyor(M7 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Biz ulusal basın gibi değiliz her an kulüp de ki insanlarla yüz yüzeyiz. Bunun için de kulüpte ki insanlarla mesafeli olmalıyız. Eskişehirspor ruhunun incinmemesi için sporcu, teknik adam, yönetici gibi insanlarla aramıza mesafe koyarız. Devamlı yüz yüze olmamıza rağmen aramıza mesafeyi koymazsak işimizi yapamayız bu da Eskişehirspor'a ihanet anlamına gelmektedir(M3 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Kaynak-muhabir arasındaki ilişkiyi kişiye göre değiştiğine dikkat çeken M2 (Yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011), bazıları ile sıkı fıkıyız ama kesinlikle isimlerini yansıtmıyoruz haberlere. Bu kaynaklardan, özel haber alabiliyoruz bu samimiyetimizden ötürü. Biz o mesafeyi ayarlıyoruz yani kime nasıl davranacağımızı kimin neyi bilip bilmediğini biliyoruz.

Haber kaynağına güvenmenin aramıza koyduğunuz mesafe ile doğru orantılı olduğunu belirten M1 ve M8 muhabirin bu ölçüyü ayarlayabilmesi gerektiğini söylemişlerdir.

Bir spor muhabiri haber kaynakları ile arasındaki mesafesini nasıl gerekiyorsa öyle tutmalıdır. Doğru bilgi almak için, spor muhabiri olarak doğru haber yapman gerekiyor. Bu durumda haber kaynaklarının

size olan güveni daha da artar. Sonuçta güven çok önemli (M1 ile yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011).

Olması gerektiği mesafededir. Haber kaynağı denilen konuda kaynak size sizde ona güvenmek durumundasınızdır. Burada öncelikle emin olunmalı ve güven konusunda kişisel inisiyatif kullanabilmelisiniz. Zira yanlış yapılan bir haberin muhatabı kaynağınız değil siz olursunuz (M8 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

M8 (Yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011) ayrıca, gazetecinin hiçbir zaman kimseyle aşırı derecede samimi olmaması gerektiğini, bu durumun farkında olmadan muhabire zarar vereceğini söylemektedir. “Bir kişi ile aranızın iyi olması demek onun memnun olacağı haberleri yapmanız anlamına gelecektir”.

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların haber kaynaklarıyla olan ilişkileri sorgulanmaya çalışılmıştır. Bu bölümden elde edilen bulgular muhabirlerin haber kaynakları ile aralarına mesafe koydukları ve aşırı samimiyetin mesleklerini zedeleyeceğine inandıkları yönündedir.

### **3.6. Eskişehirspor kulübünde muhabirlere istihbarat sağlayan haber kaynakları var mı?**

Araştırma da Eskişehirspor kulübünde muhabirlere istihbarat sağlayan haber kaynakları olup olmadığı öğrenilmeye çalışılmıştır. Eğer varsa bu kaynaklarla ilişkilerinin nasıl yürütüldüğü sorgulanmıştır. Katılımcıların tamamının kulüp içerisinde haber kaynağı bulunmaktadır. Bu haber kaynakları değişkendir. Bazı muhabirler yöneticilerin bazıları ise kulüp içersinden başka unsurların olduğunu belirtmişlerdir. Muhabirler ayrıca bu kaynaklara daha ayrıcalıklı davrandıklarını belirtmişlerdir.

Bu insanlarla ilişkilerimiz iyidir onları kollamamız gerekir. Gerekli gördüğümüz anlarda birbirimizi ararız. Gazetecilerin bu haber



kaynaklarını kollaması lazımdır. Başka Haberlerde onu ön plana çıkartırız, onun olduğu fotoğrafları kullanırız. Özel istihbaratı bize verdiği haberlerde kesinlikle ismini söylemezsin, fakat aranı çok iyi tutarsın. Fotoğrafi bir sütuna girecekken onun fotoğrafı iki sütuna girer. Bizim için ayrıcalıklıdır, bu durum bütün basın muhabirleri için geçerlidir hepsi aynı taktiği uyguladılar bize haber sağlayanı bizde bu şekilde ödüllendiririz (M3 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Kulüpte kendine özel istihbarat sağlayan haber kaynağı olduğunu ve gerektiğinde onu aradığını belirten M7 (Yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011), her gazetecinin böyle bir haber kaynağına sahip olduğunu belirtmiştir. M6 ve M1’de aynı yönde değerlendirme yapmışlardır.

Evet, var ve gazetecinin kendine özel istihbarat sağlayan haber kaynakları olmalı da. Eğer böyle bir kaynağın yoksa birçok şey yaşandıktan sonra, varsa yaşanmadan yazarsın (M6 ile yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011).

Bana özel istihbarat sağlayan haber kaynakları da kulübün içerisinde bulunuyor tabii. Bu haber kaynaklarından aldığımız bilgilerin doğru olup olmadığını teyit etmeden gazetede yayınlamayız (M1 ile yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011).

Bu tür insanların inandırıcılığı çok önemlidir. Gazeteci okuyucuya ulaştırdığı habere önce kendi inanacak onun içinde size bilgi sağlayan insandan aldığımız bilgiye de önce siz inanmalısınız diyen M4 (Yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011), bu tür insanları ya çok sağlam seçeceksiniz ya da aldığımız bilgileri başka yerlere teyit ettireceksiniz tespitini yapmaktadır.

Ayrıca M4 (Yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011), herhangi bir konu olduğunda bu tür kaynaklar için “sizi ararlar daha önceki tecrübelerim beni arayan insanın ne kadar doğru söylediği hakkında bana ipucu verir ve bende buna göre hareket ederim”

M5 bu tür kaynakların genelde şikayet tarzında haber ulaştırdıklarını belirterek:

Kulübün belli mevkilerinde olan insanlar var, genellikle kulübün üst mevkisinde değil daha alt mevkisinde. Bu tür insanlar daha cana yakın, bunlarla daha samimiyiz, mevki ve çıkar korkuları yok bu tür insanların. Dertleşmek için aralar ve konuşuruz, bu konuşmalarda bizde içerde ne olup bittiğine dair haberleri öğreniriz. Bu olaylar kendi isteğimiz dışında gerçekleşiyor, bu insanları özellikle haber kaynağı olarak tutmuyoruz elimizde (M5 ile yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011).

M8 ise her gazetecinin özel bilgiler edinebildiği kişilerin olduğunu söyleyerek:

Yönetim içinde olanları kulübün iyiliğini amaçlayan bilgiler sızdırır aksini zaten onlarda yapmazlar. Diğer konularda ise fazla çaba sarf etmeye gerek yoktur. Bir şekilde birileri size haberi ulaştırır. Bunun temelinde ise muhabirin yaptığı haber stili yatmaktadır. Mesela ben sivri haberler yapıyorsam bilginin geleceği ilk adres olurum (M8 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

M2 ise bu tür haber kaynaklarına sahip olduğunu ve haberdar etme sürecinin nasıl yaşandığı konusunda:

Mesela önemli bir transfer görüşmesinde bana mesaj atıyor bu tabii ki aramızda ki samimiyetten kaynaklanıyor. Bende bazen onu haberlerle ilgili uyarıyorum. Ama bu kişilerin sayısı çok değil bir veya iki kişi en fazla. Mesela, kulüpte maaş ödemesi yapılacak para ne zaman verilecek basına söylenmiyor ama akşam para dağıtılmış. Hemen bizi az para alan birisi arıyor ödemeler yapıldı ama ben şunu aldım onlar şunu aldı filan diye. Gazetecilerin her zaman böyle haber kaynakları vardır (M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

Eskişehirspor muhabirlerine kulüp içerisinde kendilerine istihbarat sağlayan haber kaynaklarının var olup olmadığı sorgulanmaya çalışılan bu bölümde gazetecilerin tamamının böyle bir haber kaynağına sahip olduğu görülmüştür. Bu haber kaynakları yöneticiler ve kulüp çalışanları üzerinde yoğunlaşmaktadır.

### **3.7. Muhabirler, Eskişehirspor’la ilgili haber sürecinde haber kaynaklarından baskı ve yönlendirme ile karşılaşılıyor mu?**

Haber üretim sürecinde habercilerin karşılaştıkları en büyük sorun haber kaynaklarından elde ettikleri bilgilerde yönlendirme olup olmamasıdır. Ayrıca bu süreç haber yayınlanması veya yayınlanmaması için muhabirlere baskı yapılmasına kadar uzayabilmektedir. Araştırmanın bu bölümünde Eskişehirspor muhabirlerine kulüp içerisinden yönlendirme ve baskı gelip gelmediğini sorgulamak amaçlanmıştır. Muhabirler baskı ve yönlendirme konusunda iki farklı görüş bildirmişlerdir. Birinci grup hiçbir şekilde baskıya ve yönlendirmeye maruz kalmadıklarını, diğer grup ise kendilerine direk olarak böyle bir davranış olmadığını fakat başka unsurların devreye girebildiğini belirtmişlerdir. M6,M7,M2,M8 ve M4 hiçbir şekilde böyle bir durumla karşılaşmadıklarını belirtmişlerdir:

Eğer gazeteci cesur ve sadece kendi bildiklerini, doğruları yazarsa hiçbir sorun olmaz. Fakat birilerinin istediği şekilde yazarsan zaten gazetecilik yapmış olmazsın! Yani Gazetecilik çıkar üzerine yapılmadığı sürece hiçbir şekilde baskı almaz. Tabi ki bazı haberlerden hoşnut olmayan olabilir (M6 ile yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011).

Böyle bir şey mümkün değil. Olduğu takdirde de baskı yada yönlendirmeye çalışan kişi gerekli cevabı alır (M7 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Ben şu ana kadar baskı ile karşılaşmadım. Zaten buna da izin vermememiz gerekiyor. Doğru neyse onu yayınlamalısınız. Bir

gazetecinin görevi de budur. Yönlendirme çalışıldığınız oluyor, ancak buna yazılarınızda izin vermiyorsunuz (M1 ile yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011).

Yönlendirme kesinlikle yok bunu açıkça söyleyebilirim. Bize kimse baskı da yapamaz ve olmadı da şimdiye kadar hata olabilir, yanlış anlaşılabilir, bunları olgunlukla karşılayabiliyoruz ama yönlendirme yapamazlar bize. Bu da aradaki mesafeden kaynaklanıyor. Deplasmana gittiğin zaman masraflarını karşılarılarsa, kamplarda otel parayı verirlerse baskı yersin, bunu yazma der. Biz buna meyil bırakmıyoruz biz işimizi onlar işini yapıyor (M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

Baskı konusunda henüz böyle bir şeye cesaret edebilen kimse olmadı. O niyetle yaklaşanlar olmuştur ancak baştaki takındığım tavırlarla bu düşüncelerini sildiğimi hissettiğim böyle olay çok olmuştur. Yönlendirme açısından bu tarz eğilimlerde bulunanlar oldu. Ama sonuca ulaşabilen olmadı. Çünkü doğru bir tanedir (M8 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Şahsıma hiç olmadı fakat zaman zaman yerel medyada ki diğer arkadaşlar böyle bir durumla karşılaşıyorlar. Ben kendimi kullandırtmam (M4 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Baskı ve yönlendirme olduğu ama bu baskı ve yönlendirmenin haberin içeriği şeklinde değil de sizden haberi uzak tutma şeklinde olduğunu belirten M3 (Yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011), mesela teknik direktörle konuşamazsın bu da bir şekilde baskıdır. Futbolcu ile sadece basın toplantısında konuşabilirsin soruyu orda sorabilirsin ancak, bu da seni yönlendirmektir. Bire bir baskı ve yönlendirme yok ama çeşitli şekillerde tavır koyulabiliyor kulüp tarafından. Bu da bir şekilde baskı ve yönlendirmedir, demektir. M5 (Yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011) ise “olmuyor dersem yalan olur fakat olan olaylar bizim dışımızda gerçekleşiyor, biz

ne olursa olsun haberi yaparız, haberin yayınlanıp yayınlanmayacağı editöryel bir süreçtir” diyerek:

Hatta bazen bu olay patronlara kadar gidebilir. Tamam biz gazeteyiz ama sonuçta ticari bir faaliyet bu, patronların kulüp yöneticileri ile ortak işleri olabiliyor, hakkında kötü bir haber yapıldığı zaman direk patron aranabiliyor, baskı ve yönlendirme bu anlamda sadece kulüpten gelmeyebilir, kendi içimizden de yönlendirmelerle karşılaşabiliyoruz. Sonuçta biz sadece muhabiriz bizim üzerimizde spor müdürü, genel yayın yönetmeni ve gazete sahipleri var. Bazı zamanlarda yöneticiler taraftarları bile gazetecilere baskı unsuru olarak kullanabiliyorlar (M5 ile yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011) demektedir.

Araştırmanın sorgulanan bu bölümünde muhabirlerin haberler konusunda Eskişehirspor’dan baskı ve yönlendirme görmediklerini söylemek mümkündür. Baskı ve yönlendirme olduğu yönünde görüş bildiren katılımcılar dahi bunun kendilerini etkilemediğini, mesleklerini inandıkları şekilde yapmaya devam ettikleri yönünde açıklama yapmışlardır.

### **3.8. Eskişehirspor’la ilgili haberlerde muhabirler kulübe baskı ve yönlendirme yapıyor mu?**

Araştırmanın bu bölümünde muhabirlerin ellerinde ki haber gücünü kullanarak Eskişehirspor’a baskı yapıp yapmadıkları sorgulanmaya çalışılmıştır. Muhabirler haberleri baskı ve yönlendirme amaçlı olarak kullanmadıklarını ama fikirlerini Eskişehirspor ve kent halkı menfaatleri doğrultusunda söylemek zorunda olduklarını belirtmişlerdir. M2, M4, M1, M7 ve M8 baskı ve yönlendirme yapmalarının doğru olmayacağını belirterek kesin bir dille bu ayrımı ortaya koymuşlardır.

Kesinlikle yapmıyoruz. Hocaya, futbolculara eleştiri yapıyoruz eğer dinlerse fikrimizi söylüyoruz, bu mevkie böyle bir adam lazım diyoruz,

bu yöneticiler için de geçerli ama bunlar yönlendirme değil sadece fikrimizi söylüyoruz (M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

Biz taraftarın ve kentin sesiyiz. Yöneticiler, futbolcular gelir geçer taraftar ve medya kalır. Elbette ki kötülükleri ve olumsuzlukları yazarız fakat bu tamamen Eskişehirspor'un menfaatleri doğrultusundadır. Bunu baskı ve yönlendirme için yapmayız, doğru bildiğimiz neyse onu yaparız. Bunu insanlar nasıl algılar bilemem(M4 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Günlük gazetelerde her gün Eskişehirspor haberi yayınlamak zorundasınız. Ama bu haberleri yaparken, kulüp unsurlarına baskı yapmak ve yönlendirme yapmak hiç mi doğru olmaz. Bunu da yapmıyoruz zaten (M1 ile yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011).

Herhangi bir baskı olamaz. Kendi hazırladığım haberler kendime ait. Bana baskı olmayacağı gibi benimde baskı ve yönlendirme yapmam mümkün değil(M7 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Baskı yapmak gibi bir durum gazetecilik ahlakına sığmayan bir kavramdır. Yapanlar var mıdır bilemeyiz. Eğer böyle bir şey yapılmaya çalışılsa bundan her halde en büyük zararı bunu deneyen kişi çeker(M8 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Eskişehir yerel basınının gücü olmadığı için kulübe baskı ve yönlendirme yapamayacağını belirten M5:

Yerel basında bu tür konularda telkin yapılır ama baskı yapılmaz en azından ben görmedim. Yerel basın çok güçlü olursa baskı tabi ki de yapılabilir ama Eskişehir yerel basını güçlü değil. Yerel basın arasında bile birliktelik yokken nasıl güçlü olmasını ve kulübe baskı yapmasını bekleyebiliriz ki. Bir yazı yazarsın tepki görürsün bu yazıdan dolayı

fakat diğer gazetelerin hiç biri arkada durmaz. Biz Trabzon medyası gibi olamayız, Eskişehir’de bu g yok (M5 ile yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011).

M3 ve M6 diğer muhabirlerden farklı olarak, kulübe baskı yaptıklarını bunu da kişisel çıkar ilişkişi için yapmadıklarını kentin haber alma hakkı ve kulübün menfaatlerini düşünerek yaptıklarını belirtmişlerdir.

Yeri geldi mi yapıyorum. Transfer döneminde yapılan transfer görüşmelerinin kamuoyuna açıklanmaması gibi bir durum varsa tavır koyuyoruz. Taraftarlar ve kent halkı ne olup bittiğini bilmek istiyor bizim de görevimiz onlara ne olup bittiğini söylemek. Eğer yapılan görüşmeler sylenmiyorsa bizde ona göre haberler yapıyoruz. Bu tür haberleri bize ulaştırmadıkları zaman bu insanların haberlerini küçük tutuyorsun, fotoğraflarını basmıyorsun. Bizim de kendimize özgü tavırlarımız var (M3 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Gazetecilikte önemli olan rakiplerinden haber atlatmadır! Haberlerin ilk önce sende çıkmasıdır. Mesela bir takım haksızlıklara yönetim sessiz kalıyorsa veya sadece olayları kendine göre yontuyorsa, ister istemez kamuoyunun bunları bilmesi için yönlendirme yapıyoruz (M6 ile yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011).

Katılımcıların tamamı mesleki ahlaklarından dolayı haberi baskı ve yönlendirme için kullanmadıklarını belirtmelerine rağmen kulübün ve kentin menfaatleri doğrultusunda tavır amaçlı haberler yapabildiklerini belirtmişlerdir.

### 3.9. Muhabirler Eskişehirspor’la ilgili olumlu ya da olumsuz haber yaptığında kulüple olan ilişkilerinde değişiklik oluyor mu?

Muhabirlik duygusallıktan uzak gerçek üzerine kurgulanan bir iş koludur. Ayrıca mesleki değerlerinden dolayı doğruları okuyucuya aktarmayı gerektirmektedir. Çok dinamik bir habercilik alanı olan spor haberciliğinde de haberciliğin bu mesleki değerleri ön plana çıkmaktadır. Araştırmanın bu bölümünde muhabirlere Eskişehirspor’la ilgili olumlu ya da olumsuz haber yaptıkları zaman kulüple olan ilişkilerinde değişiklik olup olmadığı sorgulanmıştır. Eğer bir tepki alınıyorsa ne tür bir tepki ile karşılaştıkları öğrenilmeye çalışılmıştır. Katılımcılar olumlu veya olumsuz haber yaptıkları zaman Eskişehirspor ile ilişkilerinde değişiklik olduğunu belirtmişlerdir. M2 bu durumu:

Eleştiri yaptığımız durumlarda tepki ile karşılaşıyoruz. İyi eleştiri yaparsan tebrik ediyorlar, kötü yaptığımız eleştirilerde yüzümüze söylemiyorlar ama arkadan konuşuyorlar. Bu konuşmalarda kulağımıza geliyor bizim, bu durum en çok yöneticilerde oluyor. Futbolcu ve antrenörler eleştiri konusunda geniş fakat yöneticiler en ufak bir eleştiride bozuluyorlar, bu da belli bir yöneticilerle aramızda soğuk bir ortama sebep oluyor. Her duyduğumuzu ise kesinlikle araştırmadan haber yapmıyoruz. Önce araştırıyoruz, ama duyduğumuz her şeyi araştırıyoruz. Yönetici, futbolcu, teknik heyete onaylatmaya çalışıyoruz olmadı kulübün daha da içine kadar çalışanlarına kadar iniyoruz, onaylattıktan sonra yapıyoruz haberi ama bu haberin yayınlanması bizim dışımızda. Biz haberi yaparız ama yöneticiler hatta patronlar haberi yayınlamaya bilirler. O bizim dışımızda olan bir şey ama biz haber doğruysa onu haber yaparız (M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

M1 (Yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011), Eskişehirspor kaynaklarından alınan her şey haber değeri taşıyorsa haber yapılır “ancak haberi birkaç haber kaynağı ile de paylaşıp teyit etmek gerekiyor. Yani bir gazeteci neyi görüyor ve yaşıyorsa onu



doğru olduğu takdirde haber yapmak zorundadır” demektedir. M1 bunun gazetecinin birinci görevi olduğunu belirterek “olumlu haberlerde teşekkür aldığımız gibi olumsuz yapılan haberlerde şiddetli eleştirilere de uğruyorsunuz. Bu da ister istemez kulüple olan ilişkilere de yansıyor”. Eğer güvenilir bir kaynaktan aldığı haberlere kendisi de inanıyorsa haber yaptığını belirten M6 haber değeri taşıyan her bilgiyi haber yaparım demektedir:

Tabi ki o haberi ilgilendiren unsurları da dikkate alırım. Güzel bir haber çıkarmak için olayları bir bütün olarak ele alman gerekiyor. Söylediğim gibi, kaynağın güvenilir ve sen de haberinin arkasında isen karşındakinin ne söylediği önemli değildir. Kalemimi satmadığım sürece sıkıntı yok! Açıkçası tepkilerden çekinmem. Olumlu haber çıkarsa daha çok mutlu oluyorlar. Kimse olumsuz haberlerden memnun olmaz. Objektif şekilde yazmalısın haberi. Eleştirdiğin insanında görüşlerine yer vermelisin ona da cevap hakkı tanınmalısın. Eğer o hakkı vermezsen, sana karşı olumsuz düşünceleri gayet doğaldır (M6 ile yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011).

M4 olumsuz haberlerde mutlaka kırılan ve üzülen olduğunu ifade ederek,

Olumlu haberlerde ise sizi tebrik ederler. Fakat her olumlu haberin yansması olumlu her olumsuz haberin yansması da olumsuz olacak diye bir şey yok. Olumsuz bir haber yaparsınız haber yaptığınız kişi size kırılır fakat takım kazanır. Bu tür durumlarda belli bir süre soğukluk veya samimiyet fazlalaşması olabiliyor. Ama gene de bunların hepsi sizin haber kaynağınızla aranıza koyduğunuz mesafe ile ilgili. Her bilgiyi haber yapıp yapmama ise kulübün ve toplumun menfaatleri doğrultusunda önemlidir. Bize birçok bilgi gelir fakat biz bu bilgileri kulübün menfaatleri doğrultusunda seçeriz. Zarar verecek haberleri sümen altı ederiz. Bu durum korktuğumuz için ve yazamayacağımız için değil sadece kentin ve Eskişehirspor’un çıkarlarından dolayıdır(M4 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

M5 ise olumlu veya olumsuz haber yapma durumlarında kulüpten aldıkları tepkiyi kesin bir dille belirtmiştir:

İyi haber yaptığınızda yerlere göklere sığdıramazlar, telefonlarla aranır, teşekkürler edilir. Ancak kötü bir haber yaptığınızda işin boyutu değişir. Samimiyetsizlikler başlar direk yüzüne değil de arkandan konuşurlar. Diğer gazetecilere sizi şikâyet ederler. Bu da otomatik olarak kulüple olan ilişkilerinizi etkiler. Özel röportajlar yapamazsınız, sadece basın toplantılarına muhtaç kalırsınız. Biz her bilgiyi doğruluğunu onaylattıktan sonra haber yaparız, fakat haberin yayınlanıp yayınlanmayacağına son kararı editöryel sürecindir (M5 ile yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011).

M7 ve M8 haber konusunda bilgi kirliliğinin olduğuna değinerek eğer haberi doğrulatabilirlerse karşılaştıkları tepkileri dikkate almadan haberi yapacaklarını ifade etmişlerdir.

Hiçbir haberi araştırmadan, gazeteye koymam. Konuyu geniş açıdan analiz ettikten sonra haber durumuna göre değerlendiririm ve bu zamana kadar yazdığım tüm haberlerimin arkasında durdum. Bir ya da birkaç kişinin söylemiyle karar değiştirmem. Ne yazdıysam sonuna kadar arkasında olmaya devam ederim bunun için (M7 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Bir bilgi muhabire, şefe veya müdüre ulaşır. En güvendiğiniz kaynaktan bile bir bilgi alsanız birkaç kişiye doğrulatmak zorundasınız. Doğrulatmak içinde çoğu zaman mesleki tecrübelerinizi kullanmanız gerekir ve haberleri yazarken her zaman herkesi memnun etmeniz mümkün değildir. Bazen başarı adına motive edici haberlere ağırlık verdiğimiz oluyor ve eleştirisel haberleri yanlış yapıldığını düşündüğümüz zamanlarda dile getiriyoruz. Doğal olarak da kızanlar

memnun olmayanlar oluyor. İlişkilere zarar geliyor mu? Kesinlikle geliyor (M8 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

M3 olumsuz haber yaptığınızda karşı tarafla aranıza duygusallık giriyor diyerek:

Bunu tepki olarak algılamamak lazım tavır değişikliği demek daha doğru olur. Size karşı tavırlarının değiştiğini hemen anlayabiliyorsunuz fakat olumlu haberlerde bu defa en iyi gazeteci siz oluyorsunuz. Sizden övgüyle bahsediyorlar. Biz bu durumların hepsinin farkındayız diğer gazeteci arkadaşlarımız da farkında. Biz Eskişehirli ve Eskişehirspor taraftarıyız, Eskişehirspor'a zarar verecek haberleri yapmamaya çalışıyoruz. Eskişehir'de 4-5 tane takım yok bir tane Eskişehirspor'umuz var o küme düşerse bizde küme düşeriz. Bir şehrin takımı hangi ligdeyse o şehir ve o şehrin basını da o ligdedir. Takım küme düşerse bizde küme düşeriz. Ben şuan da süper lig takımı muhabiriyim takımım ikinci ligde olsaydı o zaman ikinci lig muhabiri olacaktım. Süper lig muhabirinin ona göre saygınlığı var Ali Sami Yen'de, İnönü'de, Kadıköy'de maç izliyorsun ulusal medya ile iç içe oturuyorsun. Fakat takımım ikinci ligde olsa bende ilçe ilçe gezeceğim belki de maçlara gitmeyeceğim bile. Bunun için Eskişehirspor'la ilgili her bilgiyi haber yapmıyorum, futbolcuların özel yaşantısını ön plana taşımıyorum ama bunlar tamamen takımın menfaati için. Takım kötü giderse ve futbolcu maçlara barlardan çıkıp gidiyorsa bu haberi yaparım, hiç çekinmeden. Her şey Eskişehirspor için. (M3 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011) demektedir.

Eskişehirspor ile ilgili olumlu ya da olumsuz haberler yapıldığı zaman alacakları tepkilere araştırmaya katılan katılımcılar önem vermemektedir. Katılımcılar için önemli olan kendi doğrularını söylemektir. Kendi doğrularını ve gerçeği yazma tutkularının da Eskişehirspor sevgisinden kaynaklandığını söylemektedirler.

### 3.10. Muhabirler kulüple olan kişisel ilişkilerini nasıl tanımlıyor?

Araştırmanın bu bölümünde spor muhabirlerinin spor kulüpleri ile olan kişisel ilişkileri sorgulanmıştır. Kişisel ilişkilerinin nasıl olduğu yönünde muhabirlere yöneltilen soruya muhabirlerin büyük çoğunluğu taraftar oldukları ve kulüple ilişkilerinin iyi olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Bazı muhabirler hem gazeteci hem taraftar olduklarını belirtirken mesleki kariyerleri için Eskişehirspor’la ilişkilerini iyi düzeyde tutmak zorunda olduklarını ifade eden muhabirler bulunmaktadır. M2, M4 ve M5 kulüple ilişkilerini tanımlarken taraftar kimliklerini ön plana çıkarmaktadırlar.

Ben Eskişehirspor’un bir taraftarıyım ayrıca. Takımın kötülüğünü istemiyoruz, bazen yazdıklarımızdan dolayı ilişkilerimizde sorunlar oluyor. Fakat ben çoğundan daha fazla Eskişehirspor taraftarıyım. Mesela hoca gitsin diyorum çünkü yerine daha iyisinin gelmesini istiyorum. Zaten hoca iyiye başka bir şey söylemeyiz, biz hocanın teknik-taktiğine karışmayız çok para kazanıyorlar işi bizden daha iyi bilmeleri normal. Fakat biz ilişkilerimizi hep iyi tutmaya çalıştığımız halde bazen kötü anlaşıldığımız oluyor, ama genelde iyi ilişkiler içerisindeyiz (M2 ile yüz yüze görüşme, 18 Mart 2011).

Biz Eskişehirsporluyuz bu ne duygusallık ne korkaklık, ne de başka bir unsura bel bağlamak anlamına gelir. Bu nedenle ilişkilerimiz Eskişehirspor’un zarar görmeyeceği ölçüde iyidir. Bizler 3 T kuralını yapmazsak Eskişehirspor zarar görür. Bu da tespit, teşhis ve tedavidir. Kulübün bütün unsurları ile olan ilişkimiz bu boyuttadır (M4 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

Biz yerel gazete çalışanları olduğumuz için önceliğimiz Eskişehirspor’un iyiliğidir. Sonuçta Eskişehirspor taraftarıyız ve Eskişehirspor ile duygusal bağımız var. Eskişehirspor iyi bir yere gelirse bizde zaten iyi bir yerde oluruz, sonuçta bizim ekmek kapımız

Eskişehirspor, hiçbir zaman ondan bir şey almak istemedim hep Eskişehirspor'a bir şeyler vermek istedim. Bunlardan dolayı Eskişehirspor ile olan ilişkilerimi hep iyi tuttum. Sonuçta kulüp kentin kulübü yani benim kulübüm (M5 ile yüz yüze görüşme, 03 Nisan 2011).

M6 kulüple ilişkilerinde mesafe olduğunu ifade etmektedirler:

Ulusal basın her şeyi gazetesine taşıyor. Bizler ise okuyucularımıza yerel ve taze haberler sunuyoruz. Bunun için kulüp ile ilişkilerini iyi tutmalısın. İlişkileri iyi tutmak gazeteci ve karşısındaki insanlarla ilgili. Ben arada mesafe koyarım. Yani iletişimim iyi olsa da yanlışı varsa yazarım (M6 ile yüz yüze görüşme, 17 Nisan 2011).

M7 ve M1 ise kulüple ilişkilerinin iyi olduğunu, bunun da ilişki düzeyini iyi ayarlamaktan geçtiğini belirtmektedirler:

Zaman zaman sorunlar yaşasak ta, genel açıdan bakıldığında iyi gözüküyor. Ne kadar birbirimize yardımcı olursak, gerek kulüp, gerekse biz sıkıntı yaşamayız (M7 ile yüz yüze görüşme, 18 Nisan 2011).

Eskişehirspor kulübü ile düzeyli bir ilişki içinde bulunuyorum. Tabi ki bu dönem dönem yönetimlerin değişmesiyle de değişebiliyor. Ama kulüple ne olursa olsun ilişkileri düzeyli bir şekilde tutmak zorundasınız. Bu tabii ki doğrudan muhabirin ikili diyaloglarına da bağlıdır (M1 ile yüz yüze görüşme, 09 Mart 2011).

M3 ise konuya “iyi olmak zorunda” açıklamasını getirmiştir. (M3 ile yüz yüze görüşme, 22 Mart 2011).

## 4. Sonuç ve Öneriler

Araştırmanın bu bölümünde araştırma sonunda elde edilen sonuçlara ve önerilere yer verilmiştir.

### 4.1. Sonuç

Bu araştırma, nitel araştırmaların doğası gereği, Türkiye özeline genellenemez araştırma sonuçları Eskişehir yerel basınında çalışan Eskişehirspor muhabirlerine yönelik olarak yapılmıştır. Sonuçları değerlendirirken bu durum göz önünde bulundurulmalıdır.

Yerel basın ulusal basının kentsel anlamda üretilmediği yerel haberleri yerel de yaşayan yurttaşlara sunarak, kentte yaşayanların kentle ilgili haberlere ulaşmalarını sağlamaktadır. Böylelikle yerel basın kent bilincini oluşturmada kentte yaşayan insanlarda yerel basından kendilerine ait olanı yani kentlerinde olan biteni öğrenmektedirler. Bu anlamda Eskişehir halkı kendilerinin olan Eskişehirspor ile ilgili haberlere ulusal basından ulaşamadıkları için çok büyük bir çoğunlukla yerel basından ulaşmaktadırlar.

Eskişehir halkı için Eskişehirspor çok değerli bir üründür. Türkiye futbol liglerinin önemli kulüplerinden olan Eskişehirspor, Eskişehir’de çok büyük bir ilgi ile takip edilmektedir. Bu ilgi sayesinde yerel basın da spor haberlerinin büyük bir çoğunluğunu Eskişehirspor’a ayırmaktadır. Eskişehir’de yayın yapan her gazetenin bir Eskişehirspor muhabiri bulunmaktadır. Bu muhabirler 24 saat boyunca Eskişehirspor’u takip etmekte ve gelişmeleri haber olarak kendi gazete sayfalarına taşımaktadırlar.

Bu çalışma Eskişehir yerel basınında çalışan Eskişehirspor muhabirleri ile yüz yüze yapılan verilerle hazırlanmıştır. Muhabirlerin haber kaynağı olarak kullandıkları Eskişehirspor ile ilişkileri sorgulanmaya çalışılmıştır. Eskişehirspor bu çalışmanın içerisine masöründen, yöneticisine kadar haber kaynağı olarak bütün unsurları ile

dahil edilmiştir. Çalışmanın kuramsal kısmında profesyonel bir futbol takımında olası bütün haber kaynakları işlenemeye çalışılmıştır. Muhabirlerden gelen haber kaynakları cevapları da bu çalışmanın kuramsal kısmını doğrular niteliktedir.

Muhabirler Eskişehirspor'un haberlerini belirleyen en büyük ve en önemli unsur taraftarların beklentileridir. Bütün muhabirler taraftar beklentilerinden sonra kentin Eskişehirspor ile bütünleşmesinin haber dinamikleri için önemli olduğunu belirtmişlerdir. Muhabirler Eskişehirspor'u her gün antrenmalara giderek takip etmektedirler. Fakat antrenmanların tamamının muhabirlere açılmaması muhabirler tarafından takımla ilgili yeterli bilgiyi alamamak anlamına gelmektedir.

Muhabirler Eskişehirspor ile ilgili haber kaynaklarının çok çeşitlilik gösterebildiğini, fakat kulübün yerel basın anlamında yeterli kurumsal yapıya ulaşamadığını ifade etmektedirler. Etkin bir halkla ilişkiler ve basın kurumunun kulübün yerel basınla daha iyi etkileşim yaratacağı inancı muhabirler üzerinde hâkimdir.

Muhabirlere göre Eskişehirspor'da ki haber kaynakları, özellikle de yöneticiler basını haberdar etmek için ulusal basını tercih etmeye çalışmaktadırlar. Yerel basında çalışan muhabirler bu tercihin farkındadır, fakat ulusal basının daha geniş kitlelere hitap etmesinden dolayı bu tercih muhabirlerce normal karşılanmaktadır. Ulusal basının olumsuz fakat kendilerinin kulüp menfaatleri doğrultusunda olumlu haberler yaptığını bir şekilde ulusal medyayı isteyen haber kaynaklarının kendileri ile iletişime geçeceklerini bilmektedirler. Muhabirlere göre, bu olay yakınlık kavramı ve Eskişehirspor'a sahip çıkma adına yerel basının olumlu haber yapma rolünden kaynaklanmaktadır.

Muhabirler kulüp içerisinde kendilerine gelişmeler ve durumsallıkla ilgili haber aktaran istihbarat aldıkları insanların var olduğunu belirtmişlerdir. Bu insanlar yöneticiden, futbolcuya, kulüp çalışanından teknik heyete kadar uzayan büyük bir yelpazeyi kapsamaktadır. Eskişehirspor ile ilgili olumlu yada olumsuz haber yaptıklarında ise, olumlu haber yaptıklarında haber yaptıkları çevreden çok iyi

tepkiler aldıklarını fakat olumsuz haber yaptıkları zaman haber yapılan çevreden tepki ile karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Gelen tepkilerin futbolcular ve teknik heyetten gelmediğini özellikle yöneticilerin olumsuz haberlere karşı tepkilerinin çok fazla olduğunu belirtmişlerdir.

Muhabirler haber değeri gördükleri bütün olayları haber yapmaktadırlar, fakat haberin yayınlanıp yayınlanmaması gazete sahipliği ve editoryel süreçle ilgilidir. Çalışmada bazı Eskişehirspor muhabirlerinin taraftarlık olgusunun muhabirlik mesleklerinin üstünde olduğu görülmüştür. Bütün Eskişehirspor muhabirleri aynı zamanda Eskişehirspor taraftarıdır ve kendilerini takımları ile özdeşleştirmişlerdir. Eskişehirspor'un Türkiye Süper Futbol Ligi'nde olması onları da süper lig muhabirleri içine sokmaktadır. Spor muhabirlerinin bir ligi olduğu konusunda bütün muhabirler hemfikirdir.

Çalışmanın ana sorunsalını oluşturan muhabir – kaynak ilişkisi içinse, muhabirler haber kaynakları ile aralarına mesafe koyduklarını, bu mesafenin düzeyini kişisel ilişkileri ile ayarlayabildiklerini belirtmişlerdir. Muhabirler hiçbir şekilde yönlendirme haber yapmadıklarını kendilerinin de Eskişehirspor menfaati dışında haberi baskı ve yönlendirme amacı ile kullanmadıklarını ifade etmişlerdir.

Gieber ve Johnson üç farklı şekilde belirttiği muhabir - kaynak ilişkisi açısından ise çalışma, modelin birinci kuramı olan “Kaynak ve muhabir arasındaki ilişki mesafelidir” söyleminin yerel basın spor muhabirleri için doğrular niteliktedir. Yerel basındaki spor muhabirleri haber kaynakları ile olan ilişkilerinin mesafelerini koruduklarını belirtmişlerdir. Bu da modeldeki özgür basın kavramı ile eşleşmektedir. Yerel basın spor muhabirleri bu anlamda haberlerini özgür olarak yapabilmektedirler.

Modeldeki ikinci kuram olan “Kaynak ve muhabir arasındaki ilişki birinci şekle göre daha yakındır, taraflar arasında işbirliği vardır” söylemi de yerel basın spor muhabirleri için geçerli bir kavramdır. Haberle-kaynak arasında bir ilişki mevcuttur. Bu ilişki karşılıklı menfaatler doğrultusunda sürdürülmektedir.



Modelin üçüncü kuramı olan “Taraflardan biri hakimiyeti ele geçirmiştir. İlişki düzeyi asimilasyona uğrayarak ilerlemektedir” söylemi ise yerel basın spor muhabirleri için geçerli değildir. Muhabirler hiçbir şekilde haber kaynakları ile aralarında olan ilişkilerde asimilasyona uğramadıklarını ve haber kaynaklarını asimilasyona uğratmadıklarını belirtmişlerdir.

### 4.3. Öneriler

Türkiye’de profesyonel spor kavramı yeterince oturmamıştır. Futbol dışında profesyonel bir branş bulunmamaktadır. Futbolda da profesyonel anlamda 4 lig bulunmaktadır. Bu liglerden Süperlig ve Birinci lig dışındakiler marka değeri oldukça düşük liglerdir. Bu kadar az sayıda profesyonel takımın bulunduğu seksen milyonluk nüfuslu bir ülkede yerel basın spor muhabirleri üzerine araştırma yapmak oldukça zor bir süreçtir.

Fakat bütün zorluklarına rağmen illerinde profesyonel futbol takımı bulunan yerel basın spor muhabirlerine bu tür nitel çalışmalarla ulaşılabilmelidir. Çalışmanın nicel çalışmalarla Türkiye’ye genellenmesi ise bu nitel çalışmaların ışığı altında daha verimli olacaktır.

Araştırmadan elde edilen veriler göz önüne alındığında ise yerel basın spor muhabirlerinin profesyonel futbol takımları ile ilgili haberlere ulaşabilmek için kulüp yönetimi ve teknik heyetin yaklaşımına göre hareket edebilmektedirler. Bu önemli bir sorundur. Kulüp yönetimi veya teknik heyet hakkında yapılacak olumsuz haberler sonucunda yerel basın spor muhabirleri yönetimler tarafından haber toplama aşamasında çeşitli yasaklara maruz kalabilirler. Basın mensuplarının antrenmanlardan haber alma özgürlükleri TFF tarafından düzenlenmelidir.

Profesyonel futbol takımları yerel basın için daha etkin bir basın ve halkla ilişkiler birimi kurmalıdır.

Profesyonel futbol takımı yöneticileri kurumsallığın dışına çıkmamalı muhabirlere olumsuz haberlerden dolayı kişisel tavır alıcı hareketler içine girmemelidir.

Çalışma haber-kaynak ilişkisini, muhabirlerin görüşleri üzerinden incelemiştir. Bundan sonra yapılacak çalışmalar konuyu kaynak açısından da ele almalıdır. Böylelikle konu çok daha kapsamlı ve geniş bir şekilde incelenebilecektir.

## Kaynakça

5187 sayılı ve 09.06.2004 tarihli Basın Kanunu

Akın, Y. (2004). *Gürbüz ve yavuz evlatlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1994). *Popüler kültür ve iletişim*. Ankara: Ümit Yayıncılık.

Arıkan, N. ve Göktaş Z. (2004). Farklı branşlardaki spor seyircilerinin spor ortamına ilişkin görüşleri. *Kastamonu Eğitim Fakültesi Dergisi*, (12) 2. 559-570

Aslan, K. (2002). *Haberin yol haritası*. İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Aslan, K. (2008). *Yeni teknolojiler çerçevesinde habercilikte istihbaratın işlevi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Atalay, A. (2007). Osmanlı ve Genç Türkiye Cumhuriyeti Döneminde sporda batılılaşma hareketleri. *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 2 (2), 30-35.

Aydın, O. (2005). 21. yüzyılda, Türkiye’de ulusal radyo haberciliği: Ticari kaygıları aşılabilecek mi? *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 123-131

Aysan, M. (1978). *İstanbul’un spor donatısı gereksinimi*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehirsel Bölgeler ve Ulaşım Kürsüsü Yayınları.

Aziz, A. (1982). *Radyo ve televizyonla eğitim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi.

Bamberg, C. (2005). Marksizm ve spor. *Felsefe Logos*, 25-26, 82-93.

Banar, S. (2006). Türkiye’de haber verme işlevinin kişilik hakları ve etik yaklaşım ile değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 125-138.

Barbier, F. ve Lavenir, C. B. (2001). *Medya tarihi*. (Çev: K. Eksen). İstanbul: Okyanus Yayınları.

Bilir, P. (2005). *Gençlik ve spor genel müdürlüğü’nün örgüt iklimi ve çalışanların katılımı ile ilgili algılamaları*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.

- Birsen, H. (2004). *İşgören niteliği ve üretim süreci açısından haber sitelerinin basın etiği kurallarını uygulayabilme yeterliliği: Türkiye’de internet üzerinden yayınlanan haber sitelerinin editörleriyle bir anket çalışması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Birsen, H. (2010). Birincil haber kaynaklarının yerel basında sunumuna dair bir inceleme. *Erciyes İletişim*, 1,3.7-22.
- Birsen, H. (2011). Yerel basın yöneticilerinin bakış açılarıyla Eskişehir yerel basını, *Gümüşhane üniversitesi elektronik dergisi*, 1. 115-142. <http://egifder.gumushane.edu.tr/belgeler/1.sayi/1-6.pdf> (Erişim Tar: 28.08.2011)
- Birsen, Ö. (2005). *Çok seçenekli medya ortamında kitle iletişim araçlarının tüketim ve seçim biçimi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Bora, T. (2001). *Takımdan ayrı düz koşu*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bülbül, R. (2001). *Haberin anatomisi ve temel yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Büyükbaykal, C. I. (2008) Küresel medya yapılarının yoğunlaşması, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31. 39-50.
- Charon, J.M. (1992). *Medya dünyası*. (Çev: O. Tatlıpınar) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çevikel, T. (2004). Türkçe haber siteleri ve Türkiye’de internet gazeteciliğinin gelişimini sınırlayan faktörler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Akademik Yayını*. 1.147-163.
- Dağtaş, E. ve Dağtaş, B. (2007). Eskişehir kent basını ve gazeteciliği üzerine bir Profil denemesi: Gazetecilerin kent basınına ilişkin tutumları. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 6, 14. 9-46.
- Davey, L. ve Clearinghouse, E. (2009). The application of case study evaluations. *Elementary Education Online*, (Çev: T. Gökçek) 8(2) 1-3.
- Demirkent, N. (1982). *Sayfa sayfa gazetecilik*. İstanbul: Altın Yayınları.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2000). *Sekizinci beş yıllık kalkınma planı, beden eğitimi, spor ve İstanbul Olimpiyatları, Özel İhtisas Komisyon raporu*. Ankara: DPT Yayınları.
- Doğan, D. (2008). *Doğru haber ve bilgi verme görevi doğrultusunda gazetecilerin haber Kaynaklarını açıklamama haklarının basın özgürlüğündeki yeri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.

- Dökmen, Ü. (2001). *İletişim çatışmaları ve empati*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Duran, R. (1996). *Apoletli medya*. İstanbul: Yol Yayınları.
- Ecevit, F. ve Demiray, U. (2003). *Kitle iletişimi, iletişim ve toplum*. Genel İletişim. Ankara: Pegem yayıncılık.
- Erdoğan, G. (2007). *Ulusal yazılı basında uzman gazetecilik: kültür sanat haberciliğinin ana akım ve fikir gazetelerindeki uygulamaları*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar K. (2002). *Öteki kuram*. Ankara: Erk Yayınları.
- Fiske, J. (1996). *İletişim çalışmalarına giriş*. (Çev: S. İrvan) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, Ark Kitapları.
- Fişek, K. (1980). *Devlet politikası ve toplumsal yapıyla ilişkileri açısından spor yönetimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi.
- Gans, H. (2005). *Popüler kültür ve yüksek kültür*. (Çev: E. İncirlioğlu) İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.
- Gezgin, S. (2007). *Türkiye’de yerel basın*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Girgin, A. (1997). *Cumhuriyet Döneminde Türkiye’deki yerel basının gelişmesi*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları
- Girgin, A. (2000). *Yazılı basında haber ve habercilik etiği*. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Girgin, A. (2002). *Haber yazmak*. İstanbul: Der Yayınları.
- Gökçe, O. (1998). *İletişim bilimine giriş*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Göral, M. (2003). Spor basını ahlakı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8. 351-370.
- Gösterişli, E. (2002). *Spor gazeteciliğinde nesnellik: Fanatik, Fotomaç spor gazeteleri ve Star gazetesi köşe yazıları içerik çözümlemesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Güller, S. (2007). *Yeni iletişim ortamlarının habercilik üzerine etkileri (medya çalışanlarının yeni iletişim ortamları ve haberciliği bağlamındaki değerlendirmeleri üzerine bir araştırma)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

- Gürcan, H. İ. ve Batu, Ç. (2002). Haber sitelerinde içerik kalitesine yönelik bir analiz, *VIII. Türkiye’de İnternet Konferansı*, İstanbul: Askeri Müze.
- Gürcan, H. İ. ve Tözelik, U. (2000). İnternette Spor Basını, *6. Türkiye’de İnternet Konferansı*, İstanbul: Harbiye.
- Gürcüoğlu, F. (2007). *Demokratikleşme sürecine katkı sağlayan bir araç olarak yerel basın, yerel yönetim meclisleri □ bağlamında kamuoyunu bilgilendirme düzeyi (Eskişehir Sakarya ve İstikbal Gazeteleri örnekleminde)*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Horak, R.; Reiter, W.; Bora, T. (2001). *Futbol ve futbol kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Endüstri, Efsaneler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Işık, M. (2001). Globalleşme-yerelleşme ve medya. *Selçuk İletişim*, Sayı 4. 38-43.
- Işıkoğlu, N. (2005). Eğitimde nitel araştırma. *Eğitim Araştırmaları*, 20. 158-165.
- İçel, K. (2001). *Kitle iletişim haberleşme hukuku*. İstanbul: Beta Basım.
- İkizler, C. (2002). *Sporda sosyal bilimler*. İstanbul: Alfa yayınevi.
- Karadeniz, M.(2009). Pazarlama iletişimi kapsamında sponsorluk faaliyetlerinin önemi. *Journal of Naval Science and Engineering*, 5,1. 62-75.
- Katırcı, H. (2007). *Spor kulüplerinde iletişim yönetimi: Türkiye profesyonel futbol liglerinde yer alan spor kulüplerinin iletişim uygulamalarına ilişkin araştırma*” Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kaya, A. Y. (2001). *Türkiye’de spor basını haber dili: futbol haberlerinde sözcük seçimi üzerine bir içerik çözümlemesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kaya, A.Y. (2002). Dünyada ve Türkiye’de basının gelişimi ile Türk basınında sporun haber öğeleri açısından incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 2, (3). 161-167.
- Kaya, A.Y. (2006). Uluslararası iletişimde bir sorun olarak haber ve çözüm önerileri. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(2). 52-60.
- Kazaz, M. (2007a). Geleneksel habercilikten internet haberciliğine geçiş sürecinde spor basını. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4. 220-229.
- Kazaz, M. (2007b). *Televizyon spor haberlerinin yapısal çözümlemesi ve dil kullanımı*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Kocadaş, B. (2005). Kültür ve medya. *Bilig*, 34. 1-13.

- McQual, D. ve Windahl, S. (1996). *Kitle iletişim çalışmaları için iletişim modelleri*. (Çev: B. Dağdaş ve U. Demiray) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1997) *Kitle iletişim modelleri*, (Çev: K. Yumlu). Ankara: İmge Kitabevi.
- Milli Eğitim Bakanlığı (2007a). MEGEP. *Gazetecilik alanı, haber toplama-2*. (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2007b). MEGEP. *Gazetecilik alanı, haber toplama-1*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2007c). MEGEP. *Gazetecilik alanı, haber ropörtaj*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2007d). MEGEP. *Gazetecilik alanı, istihbarat haberciliği*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2007e). MEGEP. *Gazetecilik alanı, ajans haberciliği*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2007f). MEGEP. *Gazetecilik alanı, tv spor haberciliği*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2007g). MEGEP. *Gazetecilik alanı, gündem organizasyonu*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2008a). MEGEP. *Gazetecilik alanı, televizyon haberciliği*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2008b). MEGEP. *Gazetecilik alanı, dergi haberciliği*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2008c). MEGEP. *Gazetecilik alanı, internet haberciliği*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2008d). MEGEP. *Gazetecilik alanı, haber fotoğrafı*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2008e) MEGEP. *Gazetecilik alanı, radyo haberciliği*, (Erişim Tarihi: 11.05.2009)
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, popüler kültür ve medya*, Ankara: Ütopya Yayınları.
- Oskay, Ü. (1997). *İletişimin A B C'si*. İstanbul: Der Yayınları

- Önal, İ. (2008). Türkiye’de gazetecilerin bilgi gereksinimlerinin ve arama davranışlarının değerlendirilmesi. *Bilgi Dünyası*, 9 (2). 286-314.
- Özsever, A. (2004). *Tekelci medyada örgütsüz gazeteci*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Özsoy, S. (2008). Yazılı spor mediasında okur beklentileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31. 98-110.
- Öztekin, H. (2008). Haber üretim sürecinde medyanın ekonomi politiği: Star gazetesi örneği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32. 129-144.
- Paul, W. ve Raue, J. (2000). *Gazetecinin el kitabı*. (Çev.: I. Aygün). Ankara: Ofset Baskı.
- Postman, N. ve Powers S. (1996). *Televizyon haberlerini izlemek*. İstanbul: Kavram Yayınları.
- Rigel, N. (1993). *Medya ninnileri*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Savaş, İ. (1997). *Spor genel kültür*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Scannell, P. (1992). *Culture and power: A Media, Culture and Society Reade.*, London:Sage.
- Sert, M. (2001). *Gol atan galip: Futbola sosyolojik bir bakış*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Sevencan, F. ve Çilingiroğlu, N. (2007). Sağlık alanındaki araştırmalarda kullanılan niteliksel veri toplama yöntemleri. *Toplum Hekimliği Bülteni*, (2) 6, 1, 1-6
- Solmaz, A. R. (2008). *Üniversite spor kulüpleri sporcularının, örgütsel bağlılıkları üzerine bir araştırma: Anadolu Üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Sönmez, T. ve Sunay, H. (2004). Ankara' da ki ortaöğretim kurumlarında uygulanan beden eğitimi ve spor dersinin sorunlarına ilişkin bir inceleme. *Milli Eğitim Dergisi*, 162. <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/162/sonmez-sunay.htm>, (Erişim Tar: 22.12.2010)
- Şahan, H. ve Çınar, V. (2004). Kitle iletişim araçlarının spor kamuoyu üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12. 314-321
- Talimciler, A. (2003). *Türkiye’de futbol fanatizmi ve medya ilişkisi*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Tayga, Y. (1990). *Türk spor tarihine genel bakış*. Ankara: GSGM yayınları.



- Tokgöz, O. (1981). *Temel gazetecilik*. Ankara: Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi.
- Topyıldız, Ö. (2003). *Anadolu yıldızı Eskişehirspor*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Voigt, D. (1998) *Spor sosyolojisi*. (Çev: A. Atalay) İstanbul: Alkım Yayınları.
- Yaşın. C. (2009). Türkiye’de yerel basının yapısal özellikleri ve üretim koşulları. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Bahar 2009*, 28, 115-151
- Yılmaz, İ. (2008). *Sporcu alguları çerçevesinde farklı spor branşlarındaki antrenörlerin liderlik davranış analizleri ve iletişim beceri düzeyleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Yumlu, K. (1994). *Kitle iletişim kuram ve araştırmaları*. İzmir: Nam Basım.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın gündem belirleme gücü*. Konya: Çizgi Kitap evi Yayınları.
- Yüksel, E. (2004). *Medya güvenlik kurulu*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel, E. ve Gürcan, H. İ. (2001). *Habercinin el rehberi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel, E. ve Gürcan, H. İ., (2005). *Haber toplama ve yazma*, Konya: Tablet Kitabevi.
- Zıllıoğlu, M. (1993). *İletişim nedir?* İstanbul: Cem Yayınevi.
1. Muhabir (2011). Yüz Yüze Görüşme, 09 Mart 2011
  2. Muhabir (2011). Yüz Yüze Görüşme, 18 Mart 2011
  3. Muhabir (2011). Yüz Yüze Görüşme, 22 Mart 2011
  4. Muhabir (2011). Yüz Yüze Görüşme, 22 Mart 2011
  5. Muhabir (2011). Yüz Yüze Görüşme, 03 Nisan 2011
  6. Muhabir (2011). Yüz Yüze Görüşme, 17 Nisan 2011
  7. Muhabir (2011). Yüz Yüze Görüşme, 18 Nisan 2011
  8. Muhabir (2011). Yüz Yüze Görüşme, 18 Nisan 2011

<http://www.sporum.gov.tr/BilgiBankası/GSGM/teşkilat.htm>.) (Erişim tarihi: 18 02.2009)

<http://www.sp.gov.tr/documents/planlar/GenclikSporGenelMudurluguSP1014.pdf>  
(Erişim tarihi: 22.01.2009)

<http://www.tff.org/default.aspx?pageID=293> (Erişim tarihi: 22 Ocak 2009)

<http://www.tff.org/default.aspx?pageID=297> (Erişim tarihi: 22 Ocak 2009)

[www.dorduncukuvvetmedya.com/arastirma/irfaner3.htm](http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arastirma/irfaner3.htm) (Erişim Tarihi: 22.12.2010)

<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arastirma/irfaner3.htm> (Erişim Tarihi: 12.02.2010)

<http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=basin> (Erişim Tarihi: 13.03.2010)

<http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=dergi> (Erişim Tarihi: 13.03.2010)

[www.eskisehir.gov.tr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=520&Itemid=466](http://www.eskisehir.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=520&Itemid=466) (Erişim Tarihi: 02.07.2011)

<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspix?MevzuatKod=5.3.5953&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=> (Erişim Tarihi: 04.12.2010)

<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspix?MevzuatKod=1.3.5953&sourceXmlSearch=&MevzuatIliski=0> (Erişim Tarihi: 04.12.2010)

<http://www.tgc.org.tr/bildirge.html> (Erişim Tarihi: 04.10.2010)

<http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=edit%c3%b6r> (Erişim Tarihi: 05.07.2010)

<http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=edit%c3%b6r> (Erişim Tarihi: 05.07.2010)

<http://www.tgc.org.tr/ybs/18-17.htm> (Erişim Tarihi: 02.04.2010)

<http://www.tgc.org.tr/ybs/19-18.htm> (Erişim Tarihi: 02.04.2010)

<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/printnews.aspx?DocID=16780825> (Erişim Tarihi: 22.05.2011)

<http://pazarvatan.gazetevatan.com/haberdetay.asp?hkat=1&hid=17338&yaz=Reha%20Muhtar> (Erişim Tarihi: 28.06.2011)

<http://www.medyakronik.net/guncel/tbora.asp> (Erişim Tarihi: 28.06.2011)

<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/yazarlar/fkaya.htm> (Erişim Tarihi: 02.03.2011)

<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/printnews.aspx?DocID=71289> (Erişim Tarihi: 02.03.2011)

<http://www.eskisehirspor.org/haberler.asp?id=282&sayfa=&s=3> (Erişim Tarihi: 19.05.2011)

[http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber\\_detay.asp?gorus=108724&hab="Ligi%20ilk%207%20arasında%20bitirmek%20istiyoruz"](http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber_detay.asp?gorus=108724&hab=) (Erişim Tarihi: 22.07.2011)

<http://www.eskisehirspor.org/haberler.asp?id=166> (Erişim Tarihi: 22.07.2011)

<http://www.tff.org/Resources/TFF/Documents/0002012/TFFDokuman/Talimatlar/Akreditasyon-Talimati-24.08.2011.pdf> (Erişim Tarihi: 11.10.2010)

[http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber\\_detay.asp?gorus=131596&hab=Dersimiz%20Eskişehirspor](http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber_detay.asp?gorus=131596&hab=Dersimiz%20Eskişehirspor) (Erişim Tarihi: 11.10.2010)

<http://www.istikbalgazetesi.com/?sec=1&newscatid=8&newsid=73212> (Erişim Tarihi: 29.03.2011)

<http://www.istikbalgazetesi.com/?sec=1&newscatid=8&newsid=70014> (Erişim Tarihi: 29.03.2011)

[http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber\\_detay.asp?gorus=133406&hab=%DCna%20Arenay%FD%20anlatt%FD](http://www.sakaryagazetesi.com.tr/haber_detay.asp?gorus=133406&hab=%DCna%20Arenay%FD%20anlatt%FD) (Erişim Tarihi: 29.03.2011)

<http://www.fotomac.com.tr/2009/04/06/sup100.html> (Erişim Tarihi: 29.03.2011)

[http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb\\_id=16&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=16&ust_id=5) (Erişim Tarihi: 22.12.2010)

[http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb\\_id=16&ust\\_id=5](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=16&ust_id=5) (Erişim Tarihi: 22.12.2010)

<http://www.cihandergi.com/detay.php?id=393&did=27> (Erişim Tarihi: 01.04.2011)

## SORU FORMU

1. Size göre Eskişehirspor haberlerinin içeriklerini belirleyen temel dinamikler nelerdir?
2. Eskişehirspor'la ilgili muhabirlerin günlük iş pratikleri nasıl gerçekleşiyor, haber toplama sürecinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir?
3. Eskişehirspor ile ilgili haber kaynaklarınız nelerdir?
4. Haber kaynaklarınız yerel basın ulusal basın ayrımı yapıyor mu?
5. Eskişehirspor'da ki haber kaynaklarınız ile olan ilişkilerinizin mesafesi nedir?
6. Eskişehirspor kulübünde size özel istihbarat sağlayan haber kaynaklarınız var mı?
7. Eskişehirspor'la ilgili haber sürecinde baskı ve yönlendirme ile karşılaşıyor musunuz?
8. Eskişehirspor'la ilgili haber sürecinde kulüp unsurlarına baskı ve yönlendirme yapıyor musunuz?
9. Muhabirler Eskişehirspor'la ilgili olumlu ya da olumsuz haber yaptığında kulüple olan ilişkilerinde değişiklik oluyor mu? Bu anlamda kulüple olan ilişkilerinin geleceğini düşünerek haber yapmadıkları oluyor mu?
10. Kulüple olan kişisel ilişkilerinizi nasıl tanımlarsınız?

## ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ETİK KURULUNA SUNULACAK TAAHHÜTNAME

Çalışmanın Tam Adı: Yerel basında çalışma: spaf muhabirlerinin profesyonel futbol kulüpleri ile kognöz-muhabir ilişkileri! Ezgişehirspor örneği		
Çalışma Türü : Proje: <input type="checkbox"/> Tez: <input checked="" type="checkbox"/> Diğer:		
Çalışmadan Sorumlu Yürütücü/Danışman (Adı-Soyadı): Yrd. Doç. Dr. Hübe Birsen		
Adres Anadolu Üniversitesi Yunusemre Kampüsü İletişim Bilimleri Fakültesi	Telefon (İş/ Cep) 0.222.3370580	e-posta hbirsen@ anadolu.edu.tr
Çalışmadan Sorumlu 2. Danışman (varsa)		
Adres	Telefon (İş/ Cep)	e- posta
Diğer Görevliler (Proje vb.):		
1.		
2.		
3.		

- Anadolu Üniversitesi Bilim Etiği Kılavuzunu okudum. Kılavuzda belirtilen hususlara uygun olarak çalışacağımı,
- Onay alınmış projelerde ve lisansüstü tezlerde; insanlarla ilgili yapılacak anket, görüşme, gözlem, alan araştırması, uygulama ve incelemelerde sağlık, güvenlik, insan hakları, mevcut mevzuat hükümleri, hukukun genel ilkeleri ve etik açıdan ihlal etmeyeceğimi,
- Çalışmalarımındaki işlemlerde ve çalışma ekibinde yapılacak değişikliklerde Anadolu Üniversitesi Etik Kurulunun iznini alacağımı,
- Bu çalışma süresince, beklenmeyen gelişmeleri derhal Anadolu Üniversitesi Etik Kuruluna bildireceğimi,
- Başvuru formunda verdiğim tüm bilgilerin eksiksiz ve doğru olduğunu,
- Aşağıda gösterilen adresin yasal tebligat adresim olduğunu, adres değişikliği halinde, yazılı olarak yeni adresimi bildirmedim takdirde, aşağıda belirtilen adrese yapılacak tebligatları yasal ve usulüne uygun tebligat olarak kabul edeceğimi,

Taahhüt ederim/ederiz.

(Adı, soyadı, İmza)

Ali Rıza SOLMAZ

