

T.C
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANA BİLİM DALI

**“TÜRK SPOR MEDYASI’NDA ETİK DEĞERLER; SPOR
YAZARLARININ GÖRÜŞLERİ”**

DOKTORA TEZİ

EROL İLHAN

Tez Danışmanı

Yrd.Doç.Dr.Zafer ÇİMEN

ANKARA 2009

T.C
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANA BİLİM DALI

**“TÜRK SPOR MEDYASI’NDA ETİK DEĞERLER; SPOR
YAZARLARININ GÖRÜŞLERİ”**

DOKTORA TEZİ

EROL İLHAN

Tez Danışmanı

Yrd.Doç.Dr.Zafer ÇİMEN

Bu tez Gazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından 20/2007-02 proje numarası ile desteklenmiştir.

ANKARA 2009

ÖNSÖZ

Medyanın gelişimi ve kamuoyu üzerindeki etkisinin artması açısından 90'lı yıllar ülkemizde önemli dönüm noktalarından biri olmuştur. Medyadaki gelişim, değişim ve hareketlenmenin sonucu toplumun büyük bir kısmının ilgilendiği spor da medya araçlarında önemli oranda yer almaya başlamıştır. Bu durum medya araçlarının spor kamuoyu üzerindeki etkisini önemli ölçüde artırmış ve hemen her alanda tartışılan etik değerler konusu spor medyasında da sıklıkla tartışılan bir konu haline gelmiştir.

Türk Spor Medyası'nda son dönemde yaşanan daha fazla izlenme\okunma (reyting ve tiraj) kaygısıyla kavgacı, şiddeti körükleyici, araştırmaya dayanmayan, özel hayatın istenmese de içine girmeye çalışan, haber kaynaklarının deşifre edildiği, çoğu kez muhatabı tarafından yalanlanan, dolayısı ile etik değerlerin dışına taşan haber ve yorumların spor yazarları tarafından nasıl algılandığını ve spor kamuoyu üzerindeki önemli etkileri olan spor yazarlarının, spor medyasındaki bu yozlaşmayı önleyici düşüncelerini ortaya koyarak medya organlarının hangi etik değerlere daha çok dikkat ederek güvenilirliklerinin artacağı konusunda önerilerde bulunmak, araştırmacıyı bu alana iten en önemli nedendir.

Bu gözlemlerden hareketle çalışmada, spor yazarlarının görüşlerinden de faydalanarak, Türk Spor Medyası'nda etik değerlere ne kadar uyulduğu konusunda mevcut durum ve çözüm önerileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın her aşamasında desteğini esirgemeyen danışman hocam sayın Yrd.Doç.Dr.Zafer ÇİMEN'e, çalışmalarımnda değerli görüşleri ve eleştirileri ile bana ışık tutan sayın Prof.Dr.A.Faik İMAMOĞLU, Prof.Dr.A.Azmi YETİM, Prof.Dr.Nurettin GÜZ ve Yrd.Doç.Dr.Veliddin BALCI'ya, araştırma mülakatlarının ses kayıtlarının çözümlenmesinde emeği geçen, Uzm.Erhan AYDOĞDU, Uzm.Alper ÇETİNTAŞ, Uzm.Mehmet ÖZDEMİR ve Ece KARACAN'a, değerli arkadaşım Ali ARAS'a, araştırmanın şekillenmesinde değerli yorum ve bilgilerini esirgemeyen tüm spor yazarlarına ve tabi ki sevgili eşim Sermin ve oğlum Doğukan'a teşekkürlerimi borç bilirim...

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
Kabul ve Onay	i
Önsöz	ii
İçindekiler	iii
Tablo Listesi	v
1.GİRİŞ	1
2.GENEL BİLGİLER	4
2.1.İletişim ve Kitle İletişimi	4
2.2.Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri.....	5
2.3.Kitle İletişim Aracı Olarak Medya.....	11
2.3.1. Medya ve Tarihsel Gelişimi.....	12
2.3.1.1.Gazetecilik ve Tarihsel Gelişimi.....	13
2.3.1.2.Radyo-Televizyon ve Tarihsel Gelişimi.....	21
2.3.1.3.İnternet ve Tarihsel Gelişimi.....	23
2.4. Medya ve Spor.....	26
2.4.1. Türk Medyası ve Tarihsel Gelişimi.....	29
2.4.2.Spor Gazeteciliğinin Tarihsel Gelişimi.....	33
2.4.3. Türk Medyası'nda Sporun Yeri.....	36
2.4.4. Spor Medyası ve Spor Gazetecisi	40
2.4.5. Spor Yazarlığı	43
2.5 Ahlak ve Etik	47
2.6. Medya Etiği	50
2.6.1.Basın Ahlak Kurallarının Gelişim Süreci.....	56
2.6.2.Türkiye'de Basın Ahlak Kurallarının Gelişimi.....	58
2.6.3.Basın Ahlak Kuralları.....	60
2.7.Medyanın Özdenetim Modelleri	66
2.7.1.Basın Konseyi.....	66
2.7.2.Ombudsman.....	68

2.8 Medyada Yaşanan Etik Sorunlar	71
2.9. Spor Medyası'nda Yaşanan Etik Sorunlar	76
3. GEREÇ VE YÖNTEM	83
3.1.Araştırma Modeli.....	83
3.2.Evren ve Örneklem.....	83
3.3.Verİ Toplama Aracı ve Yöntemi.....	84
3.4.Verilerin Analizi.....	85
4.BULGULAR	86
5.TARTIŞMA VE SONUÇ	170
6.ÖZET	181
7.SUMMARY	182
8.KAYNAKLAR	183
9.EKLER	199
10.ÖZGEÇMİŞ	250

TABLOLARIN LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1. Spor Yazarlarının Görüşlerine İlişkin Genel Dağılım	86
Tablo 2. Spor Yazarlarının Alt Temalara Verdikleri Yanıtlara İlişkin Dağılım	88
Tablo 3. Gereğinden Fazla Yüklenme, Aşağılama ve İftira Niteliği Taşıyan İfadelere Yer Verilmesine İlişkin Dağılım	89
Tablo 3.a. Gereğinden Fazla Yüklenme İfadesi Taşıyan Haberlere İlişkin Dağılım	89
Tablo 3.b. Aşağılayıcı İfadelerin Verilmesine İlişkin Dağılım	90
Tablo 3.c. İftira Niteliği Taşıyan İfadelere Yer Verilmesine İlişkin Dağılım	90
Tablo 4. Çeşitli Baskı Grupları (Kulüp, Taraftar, Arkadaş, Sponsor Gibi) ve Bunlar Arasındaki Çıkar İlişkilerinin Haberlere Nasıl Yansıdığına İlişkin Dağılım	95
Tablo 4.a. Taraftar Baskısının Haberlere Yansıması ile İlgili Dağılım	95
Tablo 4.b. Arkadaşlık, Dostluk İlişkisi, Hatır Haberi İle İlgili Dağılım	96
Tablo 4.c. Reklam Veren ve Sponsor Etkisi İle İlgili Dağılım	96
Tablo 5. Sporcu, Antrenör ve Kulüp Yöneticilerinin Özel Yaşamları ile İlgili Haberlerin Yayın Konusu Yapılmasına İlişkin Dağılım	101
Tablo 6. Haber Kaynağının Gizliliği İlkesine İlişkin Dağılım	103
Tablo 7. Uygun Olmayan Yöntem ve Tutumlarla Haber ve Araştırma Yapma Uygulamasına İlişkin Dağılım	107
Tablo 8. Şiddeti Özendirme ve Körüklemeye İlişkin Dağılım	111
Tablo 8.a. Şiddet- Kulüp Yöneticilerinin Etkisine İlişkin Dağılım	117
Tablo 9. Doğruluğundan Emin Olmadan Yapılan Haberlere ve Başkasının Haberini Kendi Haberi Gibi Yayınlama Uygulamasına İlişkin Dağılım	119
Tablo 9.a Başkasının Haberini Kendi Haberi Gibi Kullanmaya İlişkin Dağılım	124

Tablo 10.	Kulüp Veya Organizasyonlara Üye Olmak, Yalnızca Bazı Kulüplerin Yazarlığını ve Yorumculuğunu Yapmak, Kişisel İnanç, Tutum ve Değerleri İşe Yansıtmak ve Objektiflik İlkesinin Uygulanmasına İlişkin Dağılım	125
Tablo 11.	Asparagas Haber Konusundaki Durumuna İlişkin Dağılım	130
Tablo 12.	Kuruluşun Yayın Politikaları ve Üst Yöneticilerin Etkilerinin Haber ve Yorumlara Yansımasına İlişkin Dağılım	135
Tablo 13.	Futbol, İstanbul Takımları ve Belirli Sporcu, Antrenör, Kulüp veya Kulüp Yöneticilerine Yönelik Haber Yapılması, Haberlerde Taraflara Adaletli Davranılmamasına İlişkin Dağılım	139
Tablo 13.a	Tiraj ve Reyting Kaygısının Haberlere Yansımasına İlişkin Dağılım	139
Tablo 14.	Sporla İlgili Kurum, Kuruluş Ve Kişilerden Çeşitli Ek Faydalar Sağlamasına İlişkin Dağılım	145
Tablo 15.	Spor Medyası Çalışanlarının Spor Kulüplerinin Bazı İşlerini Yaparak Ek Fayda Sağlaması Durumuna İlişkin Dağılım (Moonlighting)	150
Tablo 16.	Spor Yazarlarının Etik İlkeler İle İlgili Görüşlerine İlişkin Genel Dağılım Tablosu	154
Tablo 17.	Alt Temaların Dağılımına İlişkin Genel Tablo	159

1. GİRİŞ

Tarihsel süreç içinde toplumsal sorunların çözümü, toplumun eğitilmesi, bilgilendirilmesi, kültürün geliştirilmesi, bireyler arasında sağlıklı iletişimin kurulması, toplumda huzur ve insani bir düzenin sağlanması gibi işlevlerle ortaya çıkan medya; günümüzde toplumları olumlu veya olumsuz yönde etkileyen önemli bir güç olmanın yanı sıra, toplumlarının zihinsel hayatına hükmeden bir konuma gelmiştir. Ancak medya, bugün sahip olduğu güç ile sorumluluklarını ve ahlak ilkelerini de göz ardı ederek, birçok toplumsal soruna kaynaklık eder hale gelmiştir.¹⁶³

Bu durumun temel nedenlerinden biri medyanın güç kazanması ile ilişkili olarak, toplumsal ve siyasal yaşam üzerinde daha fazla denetim görevi üstlenmesi, diğeri ise toplumdaki kötülükleri açığa çıkarırken kural tanımaması, başka bir ifade ile medya pratiklerinden daha fazla kişinin rahatsızlık duyması şeklinde ifade edilebilir.⁷¹

Genel olarak medyada görülen bu sorunlar, günlük yaşamı kuşatan siyaset, ekonomi, kültür gibi alanlardan bağımsız ve ayrıcalıklı bir dünya olmayan, tersine içinde bulunduğu toplumun yapısıyla sıkı sıkıya bağlantılı bir alan olan spor medyasında da benzer şekillerde kendini göstermektedir. Dolayısı ile sporun günümüzde yayınları, sporcusu, spor adamları, antrenörleri, tesisleri, malzemeleri ile büyük bir endüstri ve toplumu etkilemenin en temel yollarından biri olduğu gerçeğinden hareketle, bu gücü elinde bulunduran spor medyası ve çalışanlarının da spor medyasının saygınlığını korumak ve devam ettirmek adına etik kodlara uygun hareket etmesinin önemi ortadadır.

Çünkü, bugün ülkemizde yazılı basında spora yönelik gazete ve dergilerin yanı sıra, gazetelerin önemli bir çoğunluğu spora en az 4-5 sayfa yer vermekte ve her gazetenin çok sayıda spor yazarı ve muhabiri bulunmaktadır. Bunun yanında, görsel medya araçlarında spor müsabaka ve haberleri izleyicilerin,

yazılı medya araçlarında ise spor sayfaları okuyucuların ilgisini çeken bölümlerin başında yer almaktadır. Bu nedenle, sporla ilgili yorum, haber, fotoğraf ve görüntülerin taşıdığı mesajlar, geniş kitleleri etkileyerek spor kamuoyunu yönlendirebilmektedir. Dolayısı ile spor haberlerini aktaran spor yazar ve muhabirlerinin başta etik kodlar olmak üzere büyük bir sorumluluk üstlendikleri açıktır.

Ancak, ülkemizde spor medya araçlarında yoğun şekilde yer almasına karşın spor ve medya temalarına yönelik araştırmaların yanı sıra spor medyası çalışanlarının üstlendikleri sorumlulukları yerine getirmede en önemli konulardan biri olan etik kodlara yönelik çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Bu çalışmalar içinde en dikkate değer olanları, Uzun'un "Türkiye'de Spor Basını 1980-2000" konulu doktora tezi ve "Türkiye'de Spor Basını'nın Etik Anlayışı" adlı makalesi ile Cerrahoğlu'nun "Türkiye'de Spor Gazeteciliği İmajı" konulu makalesidir.

Spor medyasında etik kodlara ilişkin bilimsel çalışmaların sınırlı olmasına rağmen, spor-medya ve etik kodlara ilişkin tartışmalar sürekli kamuoyunun gündemini meşgul etmekte ve spor medyasının birçok etik kodu ihlal ettiği gibi genel bir kanı oluşmaktadır. Fakat bu konudaki bilimsel nitelikli çalışmaların fazla olmaması, spor kamuoyunda oluşan yaygın kanaatin doğruluğunu veya yanlışlığını net bir şekilde ortaya koyamamaktadır.

Bu nedenle, eldeki çalışmanın amacı spor medyasına düşünceleri ve yorumlarıyla önemli katkılarda bulunan ve yön veren spor yazarlarının algılamalarından hareketle, spor medyası çalışanlarının görevlerini yerine getirirken etik kodlara ne kadar bağlı kaldıklarını ve topluma karşı sorumlu bir anlayış içinde hareket edip etmediklerini ortaya koymaktır. Bu amaçla, 1988 yılında deklare edilen "*Basın Ahlak İlkeleri*"nde yer alan etik kodlar ve ülkemizde şu ana kadar yapılan sınırlı sayıda araştırmalarla, yurtdışındaki çalışmalar

incelenerek belirlenen etik kodlardan (13 madde) oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

Spor medyasında, aşağılayıcı ve iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilmekte midir?

Spor medyasında, çıkar ilişkileri haberlere yansımakta mıdır?

Spor medyasında özel yaşamla ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır?

Spor medyasında haber kaynağının gizliliği ilkesine uyulmakta mıdır?

Spor medyasında uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapılmakta mıdır?

Spor medyasında şiddeti özendirici yayınlar yapılmakta mıdır?

Spor medyasında doğruluk ilkesine ne kadar uyulmaktadır?

Spor medyasında objektiflik ilkesine uyulmakta mıdır?

Spor medyasında asparagas haber ne ölçüde yapılmaktadır?

Spor medyasında kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkileri haber ve yorumlara yansımakta mıdır?

Spor medyasında, haberlerde taraflara adaletli davranılmakta mıdır?

Spor medyasında sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlanmakta mıdır?

2. GENEL BİLGİLER

2.1 İletişim ve Kitle İletişimi

İnsanoğlunun var olduğu günden itibaren çevresiyle sürekli bir iletişim ve etkileşim içine girdiği düşünüldüğünde, sadece yaşamak bile başlı başına bir iletişim ağı ve iletişim etkinlikleri dizisini içermektedir. Bu dizi içinde bilerek veya bilmeyerek çevremizi etkilemeye, değiştirmeye, çevremizden etkilenmeye ve değişmeye başlarız. Bu iki yönlü ve ömür boyu sürüp gidecek alışveriş sürecini iletişim alışkanlıkları ve çabalarıyla ortaya koymaya çalışırız. Bildiklerimiz, duyduklarımız ve yapabileceklerimiz iletişim tavrımızla belirlenir. Dolayısı ile, kişiler arası ilişkilerin bir aracı olan iletişim, anlamak, öğrenmek, anlatmak, başkalarına ulaşmak amacıyla da kullanılır. Bunun yanında, kendimizle, bir başkasıyla ya da başkalarıyla sürekli iletişim içinde olmanın dışında dinleyici, okuyucu ya da izleyici olarak da iletişim ağının kapsamı içinde yer alabiliriz.¹⁴⁰

Bu haliyle çok yaygın ve hemen hemen tüm disiplinlerce kullanılan bir özelliğe sahip olması, iletişim kelimesinin tanımlanmasında birliğe ulaşılmasını zorlaştırmaktadır. Zaten iletişimi anlatmaya yönelik tanımların çokluğu da bu durumu doğrulamaktadır. Bu tanımlar içinde en çok kullanılan ve kabul gören “belirli araçlar kullanarak, bilgi, düşünce ve tutumların karşılıklı aktarılması” tanımı olmuştur.⁶⁵

Kalabalık ve büyük insan gruplarına yönelik ileti üretimi ve dağıtımının kurumsallaşmış bir biçimi olan *kitle iletişimi* ise,⁵⁶ haber verme, eğitim, propaganda, reklam gibi çok değişik işlevleri yerine getirmek maksadıyla, iletilerin bir yada birden fazla iletişim aracı vasıtasıyla geniş, dağınık⁹⁶ ve bilinmeyen bir kitleye (dinleyici/izleyici/okuyucu) iletilmesini ifade etmektedir.¹⁴⁰

Bu iletilerin hedeflerine ulaşmasında önemli bir rol oynayan dağıtım araçlarına “*kitle iletişim araçları*” denilmektedir.⁶⁴ Üretilen iletilerin dağıtımını sağlayan bu araçların her birisinin isimlerini sıralamak sayfalar alacağından,⁷⁷ gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi araçları, ilk akla gelenler olarak örnek verebiliriz. Ayrıca, günümüzde elektrik ve elektronik teknolojileri olmadan kitle iletişiminin olmayacağı düşünüldüğünde,⁴⁴ bilgisayar aracılığı ile sağlanan internetin kitle iletişimin önemli araçlarından biri olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.⁵⁷

Genelde farklı özellikleri olan bu araçların tek en önemli ortak özelliği verilen iletiyi çoğaltmalarıdır. Bu nedenle, bu araçlara “mesaj çoğaltıcılar” da denilmektedir. Bu araçlar, uzak kavramını ortadan kaldırarak dünyanın her yanını ulaşılır hale getirmiştir. Kitle iletişim araçları ile sağlanan bu gelişme, dünya üzerinde farklı kültürlerin birbirlerini tanımalarına imkan sağlarken, McLuhan’ın tanımıyla dünyamız “*küresel bir köy*”e dönüşmüştür.⁹⁸

2.2. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

Kitle iletişim araçlarının işlevleri, bu araçların toplumlar tarafından yoğun olarak kullanılmaya başlanmasından bu yana sürekli olarak tartışılmaktadır. Bu tartışmanın kökleri eskilere dayansa da güncelliğini hala korumaktadır. Bunda en önemli etken, kitle iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmelerin etkisiyle, bu araçların toplum yaşamının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş olmasıdır.

Vural toplumsal bir iletişim kurumu olan kitle iletişim araçlarının işlevlerini şöyle ifade eder:¹⁴⁵

“Habercilikten eğlenceye, kamuoyu adına denetim ve eleştiri işlevini gerçekleştirmekten, kamuoyunun aydınlatılmasını ve serbest oluşumunu sağlamaya, kültürel değerleri etkileme ve toplumun eğitimine kadar uzanan yelpazede birçok işlevi yerine getiren, genel ya da yerel

düzeyde değişmeyen bu özellikleriyle kamusal göreve sahip toplumsal bir iletişim kurumudur. Bu toplumsal iletişim kurumu, bir yandan bireylerin haber edinme, okuma, öğrenme, kanaat geliştirme, tercih belirleme gibi konulara ilişkin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir etkinlik içinde bulunurken öte yandan bireyin sosyalleşmesindeki ve dolayısıyla sosyal yapının değişmesindeki en etkili araçlardan biri olma özelliğine de sahip bulunmaktadır.”

Demokratik bir toplumda kitle iletişim araçlarının üstlenmesi gereken işlevler, UNESCO'nun McBride Raporu'nda sekiz ana başlık altında sıralanmıştır:⁴¹ Bunların ilki, toplumun habere, bilgiye ve fikre ulaşması, haberin derlenmesi ve yayılması anlamına gelen *haber ve bilgi sağlama* işlevi; ikincisi, *bireylerin toplumsal hayatın bir parçası haline gelmelerine katkı sağlamasıdır*. Böylece, haber kaynağı olan medya, bireylerin aynı konular hakkında bilgi sahibi olmasını, ülke sorunları karşısında benzer duyguların ve düşüncelerin paylaşılmasını sağlar. Üçüncüsü, toplumsal amaçları açıklayıp, özendirerek, bireyin bu amaçlar etrafında çaba sarf etmesini sağlamak yani *güdülemek*; dördüncüsü toplumsal değerlerin ve amaçların belirginleşmesine yardımcı olmayı sağlayan *tartışma ortamı hazırlamaktır*. Beşincisi, *hedef kitlenin bilgi ve eğitim düzeyinin yükseltilmesine katkı sağlama*; altıncısı, *kültürün tanımı ve geliştirilmesinde, kültürel mirasın korunması* görevini üstlenmek; yedincisi toplumsal hayat içerisinde bunalan bireylerin iyi vakit geçirmesini sağlayarak *eğlendirme* konusundaki katkıları ve son olarak *bütünleştirme* işlevi⁴¹ olarak sıralanmıştır.

Kitle iletişiminin gerçek önemini kazanması basılı yayınların 15. yüzyılda bir iletişim aracı olarak kullanılmasıyla başladığını söylemek mümkündür. Bu tarihten yüzyıllar sonra ortaya çıkışları birbirlerinden farklı zamanlarda olsa da radyo, sinema ve televizyon gibi araçların ortaya çıkması ve bunların kitle iletişim araçları olarak görev yapmaya başladıkları 20. yüzyıl iletişimin kitlesel hale gelmesini ve öneminin de giderek artmasını sağlamıştır. Bu tarihler, özellikle kitle haberleşme araçlarından radyo ve televizyonun, kanıların

ve bilgilerin biçimlenmesi sürecini büyük ölçüde hızlandırdığı, seslenilen kitlelerin sınırlarını çok artırdığı, aynı zamanda haber kaynağının alanını da genişlettiği için, halkın görüşlerinin şekillenmesinde ve düzenlenmesinde çok etkin bir duruma geldiği¹⁰⁵ dönem olmuştur.

Bu gelişmeler kitle iletişim araçlarını, devletlerin en önemli ideolojik aygıtlarından biri haline getirmiştir. Bunun temel sebebi, medyanın toplumsal sistemin her sabah kendini yeniden üretmesi ve toplumda ortak bir ideoloji oluşmasını gerçekleştirmede yoğun etkileme işlevine sahip olmasıdır. Kitle iletişim araçlarının etkileme işlevi siyaset ve toplum bilim açısından önemli olduğu kadar halkla ilişkiler ve reklam etkinliklerinden yoğun olarak yararlanan işletmeler ve işletme yönetimleri için de önemlidir. Ayrıca, kitle iletişim araçları yeni kültürel biçimlerin yaratılmasına katkıda bulunurken halihazırda varolan kültürlerden etkilenir, onlara tepki gösterir ve yerleşik kültür içinde yeni bir kültürel çerçeve oluşturma işlevi görür.⁹⁴

Kitle iletişim araçları ile ilgili işlevlerin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan hizmetler genel olarak dört ana grupta toplanmaktadır. *Haber verme ve bilgilendirme işlevi, eğitim ve kültürün aktarımı işlevi, mal ve hizmetlerin tanıtılması işlevi ve eğlendirme işlevi...*¹²

Haber Verme ve Bilgilendirme İşlevi; Kitle iletişim araçlarının doğası gereği en eski işlev olan haber verme, haber niteliğindeki ulusal ve uluslararası, veri, bilgi ve olgularla ilgili mesajların toplanması ve aktarılmasını ifade eder. Bu işlevin ortaya çıkmasında en önemli etken insanoğlunun bilinmeze ve erişilmeze yönelik, bitmek tükenmek bilmeyen merakı ve çevresinde olup bitenleri öğrenmek isteme arzusundan kaynaklanmaktadır.¹⁶

Böylece, kitle iletişim araçları genel olaylar hakkında haber vermenin yanında, insanların siyasal olaylar hakkında bilgi edinmeleri ve kanı oluşturabilmeleri için en çok kullanılan araçlar haline gelmiştir.⁴² Bu haliyle kitle

iletişim araçları, kamuoyunun fikir, kanaat ve eleştirilerinin yöneticilere ulaştırılması; yöneticilerin mesajlarının da kamuoyuna iletilmesi yoluyla demokratik sistemin sağlıklı işlemesini sağlayan araçlardan biri olurken, önemli sorumluluklar üstlenmektedir.³¹

Eğitim ve Kültürün Aktarımı İşlevi; Kitle İletişim Araçları ve özellikle medya toplumların gelişmesi için çok önemli bir araçtır. Medya, toplumun eğitimine, sanatsal ve kültürel aktiviteleri destekleyerek katkı sağlayabileceği gibi, o toplum için önemli sayılan değerlerin öğrenilmesini de sağlamaktadır. Bireylere kimlik veren gelenekleri ve değerleri nesilden nesile aktarmak ve gelecek kuşaklara anlatmakta yine bu araçlar vasıtasıyla yapılmaktadır.¹⁴⁹

Bu araçları izleyen hedef kitleler, hiç farkına varmadan kendilerine sunulan bilgiler yoluyla, farklı toplumların ve kültürlerin yaşamları ile ilgili pek çok bilgi alırlar. Böylece kitle iletişim araçlarının açtığı kapıdan, insanlara sınırsız seçeneklerle kültür çeşitliliği ve zenginliği sunulur. O halde, kültür ve iletişimin i ie girdiğini, hatta kültürü sürdürecek gücün iletişim olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.¹⁵²

Dolayısı ile, kitle iletişim araçlarının toplumun yapısını, kurulu düzenini ve bireyler arasında cereyan eden toplumsal ilişkileri yeniden yaratma, şekillendirme, üretme ve yorumlama gücü ve yeteneğine sahip olduğu söylenebilir.¹¹⁸

Mal ve Hizmetlerin Tanıtılması İşlevi; reklam ya da tanıtma mesajları yolu ile toplumda üretilen mal ve hizmetlerin kitle iletişim araçlarına açık olan kullanıcılara tanıtılması işlevidir. Bu işlev özellikle kitle iletişim araçlarının özel kesim elinde olduğu ülkelerde, bu araçların temel işlevi olarak kabul edilmektedir. Bu araçlar, sistemin yapısal sürekli liğine katkı sağlarken kendisi de sistemden beslenen ekonomik bir gücü temsil eder. Bu durumda görünen temel işlevi olan kitle iletişim organizasyonunun yanı sıra birçok ticari alanda etkinlik gösterir.¹⁶

Eğlendirme İşlevi; bilgilendirme, eğitime ve kültürün aktarılması gibi amaçlarla ortaya çıkan kitle iletişim araçlarının zamanla en önemli işlevlerinden biri haline gelen eğlendirme işlevi, günümüzde neredeyse kamunun elinde olan araçlar hariç, temel bir işlev olarak algılanmaya başlamıştır. Özellikle, kitle iletişim araçlarının toplumlara etkisi konusunda zaman içerisinde değişim gösteren, dolayısıyla bu araçların toplumlara etkisi açısından önem kazanan bir işlev olma özelliğine de sahiptir.¹²

Kitle iletişim araçları toplumda oluşan ilke ve amaçları fertlere ileterek, onları özendirerek bireyin toplumsal hayat için olduğu gibi toplumsal amaç ve idealler için de çaba göstermesini sağlarlar. Yapacakları yayınlarla siyaset, ekonomik gelişme, çalışma gibi konularda bireyin ortak amaçları kavramasına ve bu amaçlar için çalışmasına yardımcı olurlar.⁶⁰

Bu haliyle, kitle iletişim araçları, ister gazeteciliğin temel işlevi olan haber verme işlevini görsünler, isterse eğlendsinler, isterse reklam yapsınlar, kitlelerin bir bakıma gözü kulağı olmak durumuna gelmiştir.¹¹⁷ Çünkü, günümüzde insanlar birçok olayı kitle iletişim araçlarından takip etmekte, onlar tarafından bir dünya imajı çizilmekte, ardından çizilen bu imaj hakkında ne düşünülmesi gerektiği kitlelere empoze edilmektedir. Bir başka deyişle, üzerinde düşünülecek dünya ve bu dünya hakkında geliştirilebilecek düşünme biçimleri, çıkar sahibi bireyler ve gruplar tarafından tayin edilmekte ve kitleler devamlı yönlendirilmektedir.¹³⁴

Dolayısıyla yakın çevremiz ve yüz yüze iletişimde bulunduğumuz bireylerle ilgili sahip olduğumuz bilgiler dışında dünya hakkında bütün bildiklerimiz veya bildiğimizi sandıklarımız bize günlük gazeteler, haftalık dergiler, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları tarafından aktarılmakta ve benimsetilmeye çalışılmaktadır.¹⁵²

Günümüz dünyasında öyle ya da böyle hepimizi kuşatan kitle iletişim araçları doğal olarak birer gündem belirleyicisidir. Bu kuşatılmış alanda medyanın aktardıklarına kayıtsız kalmak, onlardan haberdar olmamak neredeyse mümkün değildir. Medya takipçisi olmayanlar bile, ayaküstü konuşmalar ve sözlü sohbetler aracılığıyla medya olaylarından haberdar olmaktadır.¹²⁶

Bu haliyle, toplumun aynası durumuna gelen kitle iletişim araçları incelendiğinde, o toplumun durumu hakkında üç önemli sorunun cevabını ortaya çıkar. Bu soru ve cevapları Turam şöyle ifade etmektedir:

“İnsanların güncel olaylar hakkındaki bilgileri genelde kitle iletişim araçlarından kaynaklandığından, medyanın hangi konularda ne derinlikte bilgiyi, hangi sıklıkta topluma yaydığını incelemek, öncelikle insanların bilgi seviyesini ortaya çıkaracaktır. Medyanın işlediği konuların tematik olarak incelenmesi de toplumun hangi olaylara ve konulara önem verdiğini ve önceliklerini belirleyecektir. Üçüncü olarak da, yayınlardan toplumun değerlerini, yani hangi yaklaşımları doğru, hangilerini yanlış bulduğunu öğrenmek mümkün olacaktır.”¹³⁶

Kitle iletişim araçlarına başka bir açıdan bakan McQuail’e göre, kitle iletim araçlarının birincil amacı çoğu kez ne belirli bir bilgiyi iletmek, ne de kamuoyunu kültür, inanç veya değer yargısı etrafında birleştirmektir. Amaç basit olarak izleyicinin görsel veya işitsel olarak ilgisini çekerek bunu sürdürmek ve kitle iletişiminin dolaysız ekonomik amacı olan izleyicisinden kar elde etmeye çalışarak, dolaylı amacı olan izleyicisinin ilgisini reklamcılara satmaktır.⁹⁷

2.3. Kitle İletişim Aracı Olarak Medya

İnsanoğlunun ses, söz, davranış ve sembollerle kendisini ifade ettiği sözlü dönemden yazılı döneme geçiş bir hayli uzun sürmüş ve ilk yazının günümüzden yaklaşık 6000 yıl kadar önce Sümerler tarafından bulunduğu düşünülmektedir. Yine en basit haliyle ilk matbaanın da Sümerler tarafından geliştirildiği iddia edilmektedir.¹⁵²

Bu tarihten çok uzun yıllar sonra, insanoğlunun uygarlık tarihine yeni bir sayfa ekleyen John Gutenberg'in bu günkü manada ilk matbaayı icadı 1450'li yıllara rastlar. Bu sayede insanoğlu ürettiği her yeniliğin ve gelişmenin istenilen hedefe, istenildiği kadar çoğaltılarak ulaştırılması olanağına ve kolaylığına sahip olmuştur.⁷⁴

Günümüzde en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan gazetenin doğuşuna neden olan matbaa; 18. yüzyılda ilk günlük gazetenin yayımlanmasıyla haberleşme evriminde ikinci safha tamamlanmıştır.¹³³ Uygarlığa ve insan yaşamına yön veren üç icadın (yazı, kağıt, matbaa) ardından birçok yeniliğin birbirini izlemesi ile 20. yüzyılın modernliğine ve üstün teknolojilerine ulaşılmıştır.¹⁵²

Gazeteler, yayınlanmaya başladığı ilk dönemlerden, ucuz kâğıt yapılarına kadar geçen süre zarfında sadece seçkinlerin yararlandığı bir kitle iletişim aracı olarak varlığını sürdürmüştür. Bu durum sanayi devrimi ve gelişen teknolojiler sayesinde gazetenin daha ucuza mal edilmesiyle değişmiş ve gazete daha geniş kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Bu gelişmeler içeriğe ve içeriğin oluşum sürecine de yansımış; haber toplama, yazma ve dağıtma teknikleri gelişen teknolojiyle birlikte yeniden şekillenmiştir. Tüm bu değişiklik ve gelişmelerin özünde daha da büyük ve geniş kitlelere ulaşma ve kitlelerin ilgisini çekme arzusunun yattığı söylenebilir.¹³⁴

Bu arzulara ulaşmanın diğer bir yolu olarak gazeteler, haberi sunarken kitlelerin ilgisini çekecek, merak uyandıracak sunumlar yapmayı yeğlemişlerdir. Böylece, gazetelerin bir kısmı magazin ağırlıklı hale gelirken, bir kısmı da haber ve fikir gazetesi kimliği kazanmıştır.¹³⁴ Tür ve içerik bakımından zaman içinde değişse ve farklı eğilimlere yönelse de gazeteler için değişmeyen hedef, haber almak ve eğlenmek gibi toplumsal ihtiyaçları karşılamak olmuştur.

Gelişen teknoloji sayesinde toplumda var olan mevcut ihtiyaçlar sadece basın yoluyla değil, diğer kitle iletişim araçları (radyo-televizyon, internet gibi) tarafından da karşılanır olmuştur. Üstelik yazılı basın, televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçlarının sahip olduğu hızın oldukça gerisinde kalsa da etkili ve güçlü bir medya aracı olma özelliğini yitirmemiştir. Kısaca, günümüzde yazılı basın hala çok çeşitli ve çok boyutlu işlevleriyle toplumsal bir kurum olma özelliği taşıyan bir medya aracıdır.¹³⁴

2.3.1. Medya ve Tarihsel Gelişimi

Medyatik iletişimde, gazete, dergi ve benzeri basılı araçlar ile radyo, televizyon gibi görsel-işitsel araçlar kitlesel özellikleriyle öne çıkmaktadır.¹⁶ Günümüzde, özellikle kısa sürede geniş kitlelere ulaşabilmeyi sağlayan televizyon ve internet etkili ve en hızlı medya aracı olarak dikkat çekmektedir.

Bu bölümde medya'nın tarihsel gelişimi kitle iletişiminin yaygınlaşmasında matbaanın bulunmasının ardından toplumsal yaşamda önemli bir yer edinen ve geçmişi uzun yıllara dayanan gazetecilik, radyo-televizyon ve internet olmak üzere daha ayrıntılı şekilde ele alınacaktır.

2.3.1.1 Gazetecilik ve Tarihsel Gelişimi

İtalyanca "gazetta" sözcüğünden gelen "gazete" kelimesi; politika, kültür, ekonomi ve diğer konularda haber ve bilgi vermek için yorumlu ya da yorumsuz, her gün ya da belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayın anlamına gelmekte²² ve olaylardan halkı sürekli haberdar ederek kamuoyunu düzenleyen, yönetici otoriteleri uyaran, ele aldığı konular yönünden uğraş alanı sınırsız olan bir yayın organını ifade etmektedir.⁶⁹

Gazeteci ise, Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'nde: *"Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli veya elektronik basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar"* şeklinde ifade edilmektedir.

Bu tanımlarda özellikle üzerinde durulması gereken bölüm, *"asıl işi"*²² ve *başlıca geçim kaynağı ...* ifadesidir. Çünkü, günümüzde gazetecilik kimliğini asıl mesleğinin dışında alanın cazibesinden dolayı kullananlar çoğalmış ve mankenler, şarkıcılar ve iş adamları gazeteciliği sanki bir boş zaman değerlendirme aracıymış gibi kullanmaya başlamıştır.¹⁷

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu ise profesyonel gazeteciyi; aslı,⁵¹ sürekli ve ücretli işe bir veya birkaç basın, yazı ve resimle katkıda bulunan ve kazancının çoğunu böylece sağlayan kişi olarak tanımlamıştır.¹⁸

Tokgöz'e göre gazeteci, erişmek istediği kitle için en önemli diye nitelendirdiği bilgileri toplayarak haber haline getiren ve kişileri bilgi alarak düşünmeye sevk eden meslek mensubu,¹³⁴ gazetecilik mesleğine yıllarını vermiş ve Gazeteciler Cemiyeti'nin çok uzun süre başkanlığını yapmış olan Nezih Demirkent'e³³ göre *"Her eline kalem alan kişiyi gazeteci sayanlarımız vardır,*

nitekim her sarı basın kartı sahibi de gazeteci olmayabilir... Ben kırk yıldır yazı yazıyorum demek veya bir gazetenin birinci sayfasında imzasını görmek bir insanın gazeteci olması için yeterli değildir”¹⁹ ifadesi ile genel kabul gören kriterlerin meslekten sayılmak için yeterli olmadığını ve gerçeği yansıtmadığını anlatmıştır.

Milliyet Gazetesi usta yazarı Nail Güreli ise gazetecinin nasıl olması gerektiğini şu sözleri ile anlatmıştır:

“Gazeteci, insanlığın evrensel değerlerine, farklı görüşlere saygılı olmalıdır. Milliyet, dil, din, cinsiyet, etnik ve inanç ayrımcılığı yapmamalıdır. Nefreti, düşmanlığı, her türlü şiddeti halka gösterecek, özendirecek yayınlardan kaçınmalıdır. Ve yazacağı haberin kaynağını mutlaka bilmelidir. Söylentiyle kulaktan dolma şeyleri haber haline getirmemelidir, yazmamalıdır. Hatta haberleri bir kaynaktan değil çeşitli kaynaklardan doğrularak, emin olduktan sonra, doğruluğuna güvindikten sonra yazmalıdır. Bir haberde başka kurumlar yahut kişilerden söz ediliyor, onlar eleştiriliyor veya suçlanıyor durumda bırakılıyorsa, mutlaka o kişinin de görüşü alınıp habere eklenmelidir. Gazeteci özel yaşamın gizliliğine özen göstermeli, kişilik haklarına önem vermeli. Yanıt hakkına saygı göstermeli. Ama yazılmaması kaydıyla verilen bilgileri kurala uymayarak yayınlarsınız, hem o haber kaynağının güvenini yitirmiş olursunuz, dolayısıyla da temel bir meslek ilkesini çiğnemiş olursunuz. İftiradan hakaretten ve suçlamadan kaçınmalısınız. Haber kaynağı ile belli bir mesafede olmak büyük önem taşıyor.”⁵⁹

Gazeteci dördüncü kuvvet olarak halkın gözü, kulağı, sesi olma niteliği ve sorumluluğuna sahip, bu fonksiyonunu baskılara rağmen toplum adına yerine getiren, toplumdaki suiistimallerin, haksızlıkların, demokratik özgürlüklerin kısıtlanması girişimlerinin takipçisi ve eleştirici ve uyarıcı görevini çekinmeden yapan insandır.¹

Bu tanımlamalar tek başına yine de “gazeteci” kavramını açıklamaya yetmez. Çünkü, süre ve çalışma tarzı nedenleriyle basın çalışanlarının tamamının gazetecilik kapsamına alınıp alınmayacağı farklı yorumlara yol açmıştır. Örneğin, Belçika’da akredite bir gazeteci için yaş, kıdem şartının yanında gazeteci kavramının içine girebilmesi için herhangi bir ticari faaliyette bulunmaması ve ceza yasası bakımından kimi haklardan yoksun olmaması gerekir. Fransa’da, düzenli olarak ve ücret karşılığında çalışmanın yanı sıra geçimini büyük ölçüde bu meslekten sağlama şartı aranır ve ancak bu şartları taşıyanlar profesyonel gazeteci sayılır.¹⁸

Fransızca “*journalisme*” sözcüğünün karşılığı olan “*gazetecilik*” kelimesi; halk için ilginç olan, halkı ilgilendiren haberleri ve olayları toplama, yazma ve bildirmeyle ilgili bir meslektir.¹⁰¹ Gazetecilik, kamuoyunu doğru, çok yanlı, çok boyutlu, hızlı, inanılır ve güvenilir bir şekilde bilgilendirme mesleğidir.²²

Dolayısı ile, gazetecilik sadece olayları aktarmak değil, aynı zamanda mevcut durumun nedenlerini, nasıl olduğunu, görünmeyen yüzünü, arka planını da okurlarına aktarmaktır.¹¹²

Gazeteci ve gazetecilik kavramları, haber verme bakımından tek yönlü bir iletişim akımına işaret ederler. İşte, gazetecilik yapan araçlar yoluyla “*haber alma*”, eriştikleri kitleler yönünden haber olur diye seçilmiş, ayrılmış, düzenlenmiş, haber olarak yazılmış olay ve olayların okunması, dinlenmesi, izlenmesi sonunda gerçekleşebilmektedir. Bu düzenleme içinde de toplumda gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarınca, çeşitli görüşler gündeme getirilmekte, gündemde tutulmakta, kamuoyları oluşturulmaktadır.

Nail Güreli, gazeteciliğin ne kadar saygın bir meslek olduğunu şu sözleriyle açıklıyor:

“Her mesleğin saygın tarafı var, her mesleğin işlevi var, her meslek saygın, önemli... Ama yeryüzünde diğer mesleklerden ayrılan dört meslek var ki altını çizerek söylüyorum, doğru dürüst yapıldığı takdirde dünyanın en erdemli meslekleri... Bunlardan birisi Tıp mesleği... İnsanların doğrudan sağlığı ile ilgili bir meslek, ikincisi Hukuk; insanların hakkının verilmesine hizmet eden meslek. Üçüncüsü Öğretmenlik; insana bilgiyi veren meslek. Ve dördüncüsü de Gazetecilik; insanlara gerçekleri duyuran, kendisini yönetenler, yöresinde, dünyada olup bitenler hakkında bilgi aktaran meslek... Bunlar tekrar söylüyorum, doğru dürüst yapıldığı takdirde dünyanın en erdemli meslekleri.”⁵⁹

Gazeteciliğin kurucu amaçları, bir gazetecinin gazetedeki sıfatıyla sahip olması gereken özel meziyetleri ve üstünlükleri belirterek, mesleğin iyi uygulanması için gerekli nitelikleri de tanımlamış olur. Gazetecilik mesleğinin özelliklerinden olan, bir haberi oluşturup iyi anlatabilme yeteneği gibi teknik beceriler, bu niteliklerin arasında yer alır. Teknik becerilerin yanı sıra, gerçeği anlatmakla bağlantılı olan önemli gerçekleri tanımak, ortaya çıkarmak ve bunları aktarmaya istekli olmak gibi daha geniş etik meziyetler de vardır. Bunlar gazetecilerin kendi arkadaşlarını tanımlarken kullandıkları ‘dürüst’, ‘hassas’, ‘doğru sözlü’ gibi tipik meziyetlerdir. Dürüstlük ve doğru sözlülük meziyetleriyle yakından bağlantılı olan bir başka kavram tutarlılık kavramıdır. Öyleyse gazetecilik, kendine has amaçlarla kurulan ve meslektekilerin bu amaçları gereğince gerçekleştirebilmeleri için üstlenmeleri gereken bir dizi meziyetten oluşan bir faaliyettir.³²

Günümüzde gazetecilikte çok sayıda kitle iletişim aracı görev almış durumdadır. Gazeteler yanında radyo ve televizyonun da gazetecilik alanına kaymasıyla, çağımızın gazeteciliği çok aracın gazetecilik alanında işlev gördüğü

şekle dönüşmüştür. Radyo önce maç nakilleri, daha sonra da kısa haberler sunarak, gazetecilik alanına girerken; 1950'lerden itibaren de televizyon yoluyla gazetecilik yapılmaya başlanmıştır. Bu araçların yapısal özellikleri nedeniyle, günümüz gazeteciliği basın, radyo, televizyon arasında haberleri süratli verebilmek yönünden büyük bir yarış içinde gerçekleşmektedir.¹³⁴

Gazetecilikle ilgili bu açıklamaların ardından tarihsel gelişimine değinmeden önce, gazetenin doğuşuna bakıldığında; hiç kuşkusuz, insanoğlunun haber alma gereksinimi ve isteğinin büyük etkisi ve katkısı olduğu söylenebilir. Belki de, insanın kendine göre haber ararken, etrafına “*ne haber*” diye sorması bile, insanın içinde yaşadığı ortam bakımından ilgi ve merakının bir göstergesidir. En eski çağlardan bu yana, insanoğlu çeşitli uğraşları sırasında, doğal olarak bazı olayları, olguları görmüşler, duymuşlar, hissetmişler, denemişler ve bunlar hakkında birtakım fikirler oluşturarak bazı sonuçlara varmış ve kendi anlayış ve inançları doğrultusunda hareket etmişlerdir. Doğal olarak biraz dedikodu, biraz fikir tartışması, biraz da söylenti çıkarma şeklinde ortaya çıkan enformasyonu da paylaşma sürüp gitmiştir.³⁵

İsa'dan 1750 yıl önce *Tomates III* döneminde bir gazetenin olduğu, Firavun Amorsis'in, eleştiri ve hicivlerden tedirginlik duyduğu, bunları önleyemediği için de kahrından öldüğü Mısırlı tarihçiler tarafından dile getirilmiştir. Ünlü basın tarihçisi Rene Mazedier, Çin'in Pekin şehrinde miladın 911. yılında *King-Pau adlı gazetenin var olduğunu, Çinli'lerin bir çeşit kağıt kullandıklarını yazmaktadır. Volten ise, ilk gazetenin M.Ö. 4000 yılında Çinlilerde görüldüğünü, Babillilerde olayları günü gününe kaydeden vakanüvislerin bulunduğunu ifade etmektedir. Ünlü tarihçi Herodot da, Mısır Firavunlarından söz eden mizah gazetelerinin var olduğundan bahsetmektedir.*¹⁹

15. yüzyıldan itibaren Venedik Dukalığı, dünyanın dört bir tarafındaki elçilerine elle yazılmış “*Foglio d'avizzi*” denilen bir çeşit haber bülteni

yolluyordu. Bu tek yapraklı bildiriler yüzünden o dönemde, İtalya'da egemen olan papalar şiddete yönelerek yazarlarına çeşitli yaptırımlar uygulamışlardır.²²

Gazeteciliğin gelişmesine önemli katkısı, 1450 yılında Gutenberg'in Almanya'nın Mainz kentinde değişebilir harfleri maden alaşımından dökmesi ve tahta baskı makinesini kullanıma sokmasının zemin hazırladığından kuşku yoktur. Gazetenin doğuşunu Avrupa'da Ren Nehri çevresinde ticaret yapan tüccar ve bankerler için ekonomik iletişimin gerekliliği hızlandırmıştır. Matbaa ve gazetenin ortaya çıkmasına her ne kadar bazı iktidarlar tarafından şiddetli tepkilerde bulunuldu ise de, 16. yüzyılda "gazete"nin iletişim hayatına girmesi engellenememiştir. Daha doğru bir deyişle, gazetenin ortaya çıkması için ticari kapitalizmin gelişmesi gerekmiştir. Hatta ticari kapitalizmin gelişmediği ülkelerde bile, gazete kapitalizmin etkisiyle ortaya çıkmıştır. Bunun en iyi örneği Osmanlı İmparatorluğu'dur. Osmanlı İmparatorluğu'nda ilk gazeteler yabancı çıkarlarının yayın organı olarak Fransızca yayınlanmış, Türkçe ilk gazete ise devlet tarafından çıkarılmıştır.¹³⁴

16. yüzyıl basınında, gazete haberini toplayan, düzenleyen, yazan, basımını, dağıtımını yapan gibi ayrımlar yoktu. Haber mektubu veya haber bülteni biçiminde olan gazeteler çoğunlukla aynı kişi tarafından düzenlenir, basılır ve dağıtımı yapılırdı.

17. yüzyıl, farklı konuları içerir bilgilerle birlikte, düzenli, periyodik bir görünümü yansıtması bakımından ilk gerçek gazete diyebileceğimiz yayınlara rastladığımız dönemdir. Klasik anlamda, belli bir süre içinde çıkan ilk gazete, 1609 yılında Bremen yakınlarında Augsburg'da yayımlanmıştır. Augsburg'da iki haftalık yayınlanan ilk gazete *Avis Relation oder Zeitung'dur*.¹⁵³

18. yüzyılda gazetenin ve gazeteciliğin gelişim çizgisini değiştiren iki önemli olaydan biri hiç kuşkusuz Amerikan Bağımsızlık Savaşı, diğeri ise Fransız İhtilali'dir. Amerikan Bağımsızlık Savaşı ve Fransız İhtilali ile "özgür basın

anlayışı” kabul görmüş, Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi'ne ve İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'ne yazılı olarak girmiştir. Gazeteciliğin kuramsal çerçevesini oluşturan düşünce ve fikir özgürlüklerinin yazılı hale gelmesi, gazete ve gazeteciliğe özgü yöntem ve tekniklerin biçimlenmesine büyük ölçüde katkıda bulunmuştur. Gazetecilik açısından bu dönemin yenilik olarak nitelenen diğer özellikleri arasında; günlük gazetelerin kurulması, muhalefet gazeteciliğinin doğması, gazetelere ilanın girmesi, edebi gazeteciliğin başlaması, gazetelere damga resminin uygulanması ve Amerikan basınının kurulması ve hızla gelişmesi sayılabilir.

19. yüzyıl Batı Avrupa'sında sanayi ve bilimin gelişmesine bağlı olarak ulaşım ve haberleşme alanlarında yeni buluşlar ortaya konmuştur. Özellikle, telgraf ve telefon gibi telekomünikasyon araçlarının icadı, gazetenin gelişmesinde önemli rol oynamış, bu araçlar sayesinde çabuk haber alma ve basmanın yanı sıra ulaşımdaki gelişmeler de dağıtımda çabukluğu getirmiştir. Bu yönleriyle 19. yüzyıl basını, daha önceki dönemlerden kesin çizgilerle ayrılmaktadır. Bu yüzyılda, karşımızda bambaşka çalışma yöntemleri ve özellikleri olan bir basın vardır. Çeşitli icatların sonucunda ekonomik alanda meydana gelen gelişme ve sosyal yapıda görülen değişimler basının büyük ölçüde gelişmesine yardım etmiş ve bugün “*çağdaş basın*” olarak adlandırdığımız kavram ortaya çıkmıştır.⁶⁹

Oluşumu 19. yüzyılda tamamlanan çağdaş basın, aslında 20. yüzyıl ürünüdür. Bu yüzyılda dizgi makinelerinin icadı, rotatiflerin işletilmesi, basının ülkelere göre değişik tempo ve hacimde gelişmesini sağlamış, bu gelişme bugünkü modern gazeteciliği doğurmuş ve basın dünyası büyük aşamalara sahne olmuştur. Ayrıca bu yüzyılda, teknolojik gelişmeler nedeniyle bir yandan basının görevleri çoğalıp rolü genişlerken, bir yandan da toplumun sosyal ve ekonomik yapısında 19. yüzyıldan bir hayli farklı değişimler meydana gelmiştir.

I. Dünya Savaşı, basını ekonomik yönden büyük ölçüde etkilemiş, savaşan ülkelerde basının tek gelir kaynağı olan ilanların ortadan kalkması, maliyet masraflarını azaltmaya zorlayıcı bir etken olmuştur. Ortaya çıkan kağıt sıkıntısı yüzünden gazeteler sayfa sayısını azaltmak zorunda kalmışlardır. Bir süre sonra kağıt fiyatlarının artması, gazete fiyatlarının yükselmesini beraberinde getirmiştir. Bunun yanında, yönetici otoriteler tarafından savaş sebebiyle haberlere sansür konulmuştur.⁶⁹

2. Dünya Savaşı sırasında İngiltere ve ABD yönetimleri basına karşı önceki savaştan daha duyarlı bir tutum izlemişlerdir. Savaş sonrası yükselen üretim giderleri basında tekelleşme eğilimini güçlendirmiştir. Basında otomasyona geçiş uzun basın grevlerine yol açarken, bu dönemde yaygınlaşan radyo ve televizyon kullanımı gazete okuma alışkanlığını geriletmeye başladı. 20. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan internet, habercilik sektörü için de vazgeçilmez bir araç haline geldi. Gerek yazılı, gerekse görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymayan, diğer habercilik sektörlerine göre çok küçük maliyetlerle, hem yazılı basının hem de görsel medyanın fonksiyonlarını da içeren yapısıyla internet gazeteciliği, kitle iletişimi alanında yeni bir olgu olarak yerini aldı. İnternet'in yaygınlaşmasıyla birlikte, geleneksel gazetecilik tamamen ortadan kalkmasa da önemli ölçüde ivme kaybettiği görülmektedir. Bu alanda yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçlara göre, internetin gazete satışlarını önemli ölçüde düşürdüğü hatta gazetelerin reklam paylarının belli bir oranını internet gazetelerine kaptırdığı ve ileride ise daha büyük oranlarda kayma yaşanacağı öngörülmektedir.²²

2.3.1.2. Radyo -Televizyon ve Tarihsel Gelişimi

Kitle iletişim araçları içerisinde radyo ve özellikle televizyon her evde bulunduğu ve günümüzün gelişmiş teknolojisi sayesinde çok uzaklardaki olayları bile canlı olarak tüm ayrıntısıyla görüntülü olarak verdikleri için en etkili araçlardır. Radyo, mesajı elektronik yolla yalnızca ses olarak iletirken, televizyon buna görüntüyü de katmıştır. Radyonun kamuya 1920'lerden, televizyonun ise 1945'lerden bu yana yayın yaptığı düşünüldüğünde, diğer kitle iletişim araçları gazete ve sinemadan sonra olmakla birlikte, yine de uzun bir geçmişleri olduğu söylenebilir.¹³

Radyonun temelleri Guglielmo Marconi'nin Bologna yakınlarındaki evinin tavan arasında yaptığı deneylerle atıldı. Marconi 1894'te oda içinde gönderilen radyo sinyalleriyle çalan bir elektrikli zil yapıp sonraki sekiz yıl içinde Atlas okyanusu üstünden 4.800 km'yi aşan radyo mesajları göndermeyi başardı.¹⁵⁹ Kitle iletişimini yaygın hale getiren en etkili iletişim araçlarından radyonun ilk kullanım alanları askeri ve ticari etkinlikler olmuştur. I. Dünya Savaşı yıllarında uçakların yer bağlantısını sağlamak için, radyo telsizlerinin kullanıldığı bilinmektedir. Radyo'nun radyo telsizi olarak kullanımı, batan Titanic transatlantiğinden 735 kişinin kurtulmasını sağlamıştır.¹⁴ Önceleri amatör radyocular eliyle toplumsal iletişim ortamına giren radyo, 1920'li yıllarda yaygın bir iletişim aracı olma potansiyeli gösterince, özel sermaye eliyle yaygınlaştırılmış ve geliştirilmiştir.⁹⁹ Radyo yayıncılığı ile ilgili ilk düzenlemeler, sistemi üreten şirketlerin 1922'de oluşturduğu BBC tarafından gerçekleştirilmiştir.

Radyo'nun ardından elektronik yayın hayatına giren televizyon her yeni kitle iletişim aracının, önceki iletişim araçlarından bir şeyler aldığı gibi televizyonda radyo'nun ses kısmını almış ve görüntüyü eklemiştir.⁴⁰

Televizyon; *tele* (kulak) ve *vizyon* (görüş) sözcüklerinin birleştirilmesi ile oluşturulmuş, ses ve görüntüyü birlikte alıcıya iletebilen

elektronik bir kitle iletişim aracıdır.¹¹¹ Televizyon yayıncılığı, elektronik, iletim teknikleri kullanılarak gerçekleştirilen, göze ve kulağa seslenen, kitleleri bilgilendirme, aydınlatma ve sonuçta etkilemeye yönelik bir iletişim türüdür.¹⁴⁴

Düzenli ilk televizyon yayını İngiltere’de başlamış, Amerika ve Sovyetler Birliği’ndeki yayınlar onu izlemiştir. 2. Dünya Savaşı yılları boyunca önemli bir gelişme göstermeyen televizyon yayıncılığı, asıl gelişim sürecini 1960’lı yıllardan sonra yaşamıştır.¹⁴

1960 sonrasında geliştirilen uydu teknolojisi televizyon yayıncılığında yeni bir dönem başlatmıştır. 1965 yılında uzaya yerleştirilen, Early Bird adlı uydu, uluslararası yayıncılığın ilk adımlarının atılmasını sağlamıştır.¹²⁰ Önceleri uydudan gelen sinyalleri dağıtan bir yer istasyonu aracılığıyla gerçekleştirilen yayın, daha sonra DBS (*Doğrudan Uydu Yayıncılığı*) olarak bilinen, uydudan televizyon alıcısına aracısız yayın aktarımı şeklinde geliştirilmiştir.

Ülkemizde ilk radyo yayınları Telsiz Telefon Türk A.Ş. tarafından İstanbul ve Ankara’da 1927 yılında başlatılmıştır.¹⁶⁰ Radyo’da spor yayıncılığı 1933’de İstanbul’daki Türkiye-İtalya güreş müsabakasının naklen verilmesiyle başlamış, 1934 de Fenerbahçe-Avusturya WAC takımı arasındaki maç telefon aracılığıyla naklen verilmiştir. Radyo spor yayıncılığı 1950’li yıllardan itibaren hızla ilerlemiştir.¹²⁹

Televizyonun yayın hayatına başlaması için uzun yıllar beklenilmesi gerekmiştir. İlk televizyon yayını, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) tarafından 31 Ocak 1968 tarihinde gerçekleştirilmiştir. 1971 Akdeniz Oyunlarıyla televizyonda ilk naklen yayın gerçekleştirilmiş ve bunu takip eden yıllarda ise yurt içi ve yurt dışı spor yayınlarında çok hızlı bir gelişme göstermiştir.¹²⁹

Uzun yıllar TRT tekelinde devam eden televizyon yayıncılığının, uydu teknolojisi ve çanak anten kullanılmasıyla birlikte yeni bir döneme başlaması; TRT tekelinin sona ermesinin de başlangıcı olmuştur. 1990 yılında Magic Box /Star 1 kanalı Almanya'dan uydu aracılığı ile Türkiye'ye yayın yapmaya başlamış, onu diğer özel televizyonların ard arda yayın hayatına girmesi izlemiştir.

2.3.1.3. İnternet ve Tarihsel Gelişimi

İletişim teknolojileri kavramı genellikle, iletişim alanındaki bütün teknolojileri kapsayan bir kavram olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle, iletişim teknolojileri terimi; iletim, telekomünikasyon, iletişim, enformasyon, yayın, yayım ve basım kelimeleri ile ilgili bütün teknolojileri içermektedir.⁹ Bu teknolojilerden biri olan ve 20. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan internetin, günümüzde bir iletişim aracı olarak tüm dünyayı sardığı, hayatımızın hemen her alanına girecek şekilde yaygınlaştığı ve geliştiği yadsınmayacak bir gerçektir. Bunun temel sebebi, bilgiye ulaşma, yayma, kısaca iletişim konusunda sağladığı imkanlar ve getirdiği kolaylıkların, bu yeni teknolojinin habercilik sektörü için de vazgeçilmez bir araç haline gelmesidir.¹⁰

Ayrıca, gerek yazılı basının ve gerekse görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymayan, diğer habercilik sektörlerine göre çok küçük maliyetlerle, hem yazılı basının hem de görsel medyanın fonksiyonlarını da içeren özellikleri sayesinde internet gazeteciliği, kitle iletişimi alanında yeni ve vazgeçilmez bir olgu olarak yerini almıştır. Öyle ki, gerek yazılı, gerekse görsel medya, kendi kulvarlarında işlevlerini yerine getirirken, bu yeni kitle iletişim türüne duyarsız kalamamış ve internet gazeteciliğine de yönelmişlerdir.⁵⁸

Kısaca, gazeteciliğin çeşitli yöntemlerinin kullanılarak insanların internet aracılığıyla bilgilendirilmesi olarak tanımlanabilen internet gazeteciliği⁵⁸ internet ortamında açılan “haber servisi ve sayfaları”, “internet gazeteciliği ya da

haberciliği”, “*sanal gazetecilik*” ya da “*on-line habercilik*” gibi adlarla anılmaktadır. Bu adlarla anılan ve bilgisayar ağı kullanarak hedef kitlesine ulaşan gazetelere genel olarak elektronik ya da dijital gazete denmektedir. Bu gazeteler okuyucuya, içerikten haber sunumuna kadar diğer gazetecilik tanımlamalarından (Radyo, Tv vb.) farklı bir anlam ifade eder.

Birçok alanda hayatımızı etkileyen ve enformasyonun hedef kitleye ulaştırılabileceği yeni bir alan olan internet, geleneksel gazetecilik alanında da önemli gelişmelere ön ayak olmuştur. Ancak internet kendine özgü olanaklarından dolayı sadece mevcut kitle iletişim araçlarından çıkan enformasyonun yayılmasına olanak veren bir araç olmakla kalmamış, aynı zamanda enformasyonun yeniden üretildiği ve yeni biçimlerle sunulduğu bir ortam haline gelmiştir

Gazeteciliğin temel kapasite ve fonksiyonları teknoloji ile gelişmekte ve geçen süre boyunca sadece uydu ve sayısal teknolojilerin değil bilgi çağının getirdiği olanakların, haberlerin geniş bir alanda hızlı bir ivme kazanmasını sağladığı görülmektedir.²¹

Bilgisayarlar diğer kitle iletişim araçlarına göre en fazla gazetecilik alanında kullanılmakta ve yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği olanaklar gazetecilik mesleğinin pratikte uygulanışına çeşitli kolaylıklar sağlamaktadır. Gazetecilik mesleğine kolaylıklar getiren yeni iletişim teknolojileri araçlarının başında gelen internet, yeryüzündeki sınırları ortadan kaldırması sayesinde insanların, bilgi yollarında gezinerek dünyanın bir köşesinden diğer bir köşesine rahatlıkla ulaşabilmesini oldukça kolaylaştırmıştır. 1980’lerin sonlarında ortaya çıkan bu teknolojiler, on yıllık bir süreçte, içinde yaşadığımız her alanı yeniden tanımlama gereğini zorunlu kılmıştır.⁵⁴ Bu alanların başında da yayıncılık ve iletişim gelmektedir.

Bireysel ve toplumsal mirasın kuşaktan kuşağa aktarımında, kamuoyu oluşumunda ve tarihsel bilgilerin ham olarak derlenip, toparlanma yeri

olan geleneksel türdeki gazetelerin yanında, internetin kullanımının yaygınlık kazanmasıyla günümüzde elektronik gazetecilik ya da internet gazeteciliği olarak anılan yeni bir gazetecilik türü ortaya çıktığı söylenebilir.⁵⁴

İnternet gazetelerinin ortaya çıkmasıyla birlikte geleneksel gazetelerin internet üzerindeki yayınlarına ulaşılabilmenin yanı sıra sadece internet üzerinde habercilik yapan haber sitelerine de ulaşılabilir. ⁵⁵

İnternet gazetelerinin tarihçesi incelediğinde; internet haberciliğinin kökeninin, televizyondaki teletext yayınları olduğu söylenmektedir.⁵⁸ İnternet ile ortaya çıkan okuyuculara haber iletme olanaklarına, hem geleneksel yöntemlerle yayın yapan gazeteler hem de haber ajansları hızlı bir biçimde uyum göstermişler, bunların hemen ardından da sadece internette yayın yapan haber siteleri ortaya çıkmıştır.⁷⁶

İnternet gazeteleri ilk olarak ABD’de görülmeye başlanmıştır. 1995’de büyük gazeteler (The Washington Post, New York Times, Daily Mirror, Herald Tribune gibi) baskıya hazır gazete sayfalarını on-line olarak anında aktarmak amacıyla; “Yeni Yüzyıl Yayın Ağı” adıyla bir şirket kurarak haber yayıncılığında sanal dönemi örgütsel olarak başlatmışlardır.⁵⁸

Gazetelerin basılı hallerinin internette yayınlanmasıyla birlikte, geniş bağlantılı bir içerikle şehir rehberleri ve on-line alışveriş olanakları gibi eklentilerle ve güncellenebilen yazı/haber içerikleriyle de desteklenmiştir. Daha sonraki dönemlerde ise, internet yayıncılığının sürekli gelişimine tanıklık edilmiştir. Yine iletişim teknolojilerinden yararlanarak yayınlarını biçimlendiren internet gazeteleri, bugün gelinen noktada farklı biçim ve özgün içerikleriyle kitle iletişim araçları arasında yerini almıştır.⁷⁶

Türkiye’de de internet gazeteciliği dünyadaki gelişim sürecini yakından takip etmiştir. 1995’li yıllarda dünyada başlayan internet gazeteciliği,

Türkiye’de 2 Aralık 1995’de Zaman gazetesinin internette yayın hayatına başlamasıyla gerçekleşmiştir. Türkiye’de internette yayın yapmaya başlayan ilk gazete olan Zaman gazetesi o tarihten itibaren köşe yazıları, güncel, politika, dünya ekonomisi, spor ve medya bölüm başlıkları adı altında yayın yapmıştır. Türk basınında internet’e ilk giren dergiler ise Temmuz 1995’de Aktüel ve Ekim 1995’de Lemana dergisidir.⁵⁸

Ulusal basında Zaman gazetesinden sonra Milliyet gazetesi, 26 Kasım 1996’da internette yayın yapmaya başlamış, Milliyet’i 1 Ocak 1997’de internet yayınına başlayan Hürriyet ve Sabah gazeteleri izlemiştir.⁵⁸ Bu gelişmeler Türk basınında yaşanan değişimin bir göstergesi olarak diğer gazeteleri ve dergileri de kapsamıştır. Bu değişim ve gelişim her geçen gün yerel basını da etkilemiş ve yerel basının birçok gazetesi de internet yayıncılığına başlamıştır.

2.4. Medya ve Spor

Temelde, beslenme, savunma, hayatı sürdürme, oyun, oyalanma, sağlıklı kalma, beden gücünü geliştirme, işten uzaklaşma aracı olan spor, günümüzde politikadan-ekonomiye, turizmden-çevreye, uluslararası barıştandayanışmaya, propagandadan-reklama, boş zamanları değerlendirmedenmeslekleşmenin getirdiği iş bölümüne, kısacası, birey-toplum ve toplumlararası yelpazede çok yönlü ve önemli etkileri olan sosyal bir araç konumuna gelmiştir.

Zamanla spor, bu işlevlerinin de ötesinde bir gösteriye dönüşerek, medyanın ve eğlence endüstrisinin önemli bir dalı olmuştur. Sporun, oyundan eğlence endüstrisinin bir sektörüne dönüşmesinde medyanın rolü, spora ilişkin enformasyonu geniş kitlelere ve hızla yayarak ilgiyi artırma⁴⁶ yönünde olmuştur. Medya, bir yandan sporun seyirlik özelliğini vurgulamış, sporun kitlesel bir eğlence biçimine, bir tüketim malına dönüşmesinde işlev görmüş, diğer yandan da

sporun kendisini pazarlamasının alt yapısını hazırlamıştır. Böylece, spor ve medya endüstrisi arasında sıkı ekonomik bağlar kurulmuştur.¹⁴¹

Bu bağlar, medya ve spor arasında birbirini karşılıklı olarak etkileyen bir ilişkiye yol açmıştır. Özellikle sporun tüm dünyada sosyal bir olgu olarak gelmiş olduğu konuma ulaşması başta olmak üzere, değişik spor dallarının tanıtılıp yaygınlaştırılması ve spor yapma olanağına sahip olmayan bireylerin spora ilgi duyması gibi konularda medyanın önemli etkisi olmuştur.¹¹⁴ Bugün, büyük ve güçlü bir sektör haline gelen medya, sporun kamuoyuna sunulmasında da önemli araçlardan biridir.¹²⁵

Sporun medya için öneminin artmasında, özellikle 1980’lerde yaşanan siyasi ve teknolojik gelişmeler ile dünyadaki liberal eğilimlerin yükselişe geçmesi büyük rol oynamıştır.¹²⁵ Liberal politikalar ve serbest pazarın etkileri her alanda olduğu gibi medya alanında da kendini göstermiş ve dev medya holdingleri ortaya çıkmıştır. Süreç, gazetecilik dışı alanlarda yatırımı olmayan geleneksel medya sahiplerinin sektörden uzaklaşması ve bankacılık, inşaat, turizm, ticaret gibi alanlarda yatırımları olan büyük holdinglerin “yeni medya sahipleri” olarak sektöre girmeleriyle sonuçlanmıştır.¹⁰⁸ Medya holdinglerinin kurulmasına ve gelişmesine olanak sağlayan en önemli etkenlerden biri de deregülasyon (özel sektöre devir) uygulamaları olmuştur. Deregülasyon düzenlemeleri ile devletin geleneksel rolü ve görevlerini azaltarak, kamu kudretinin özel sektöre ve sermayeye devredilmesi, böylece rekabetçi bir sisteme geçilmesi hedeflenmiştir.¹²⁴

Bu rekabetçi ortamda spor, medya için hayati bir önem kazanmıştır. Daha fazla okunmak, izlenmek (tiraj ve reyting) isteyen medya kuruluşları, spora daha fazla yer ayırmaya başlamıştır. Medya araçları uyarıcı etki yaparken, değişik spor dallarının toplumda uygulanabilmesini gerçekleştirmektedir. Herhangi bir branşa ilgi az iken, bu uyarıcı etki zamanla gerek aktif sporculuğu gerekse izleyicilerin ilgisini artırmaktadır.⁴⁶

Medya olmasa sporun ve özellikle de günümüzde en fazla seyircisi olan futbolun popülerliği önemli ölçüde sınırlanacaktır. Medyanın spor olaylarına ilişkin olarak yaydığı enformasyon toplumda spora karşı ilgi üretirken, toplumsal ilgi, izlenme ve satış oranlarını etkilemektedir. Müsabakaların sonuçları, oyuncu, hakem ve teknik direktörlerin hareketlerinin yorumları, izleyicilerin ya da taraftarların eğlenceleri haline gelmektedir.¹⁴¹

Medyanın spora olan katkıları dikkate alındığında varlığının medyaya bağlı olduğu akla gelebilir. Ancak, sporun varlığı değil, sadece ticari bir eğlence biçimi olarak başarısı medyaya bağlıdır. Uzun bu durumu şöyle ifade etmektedir:¹⁴¹

“İnsanlar, gazetelerin spor sayfaları ve televizyon olmadan çok önce de spor yapıyorlardı. Bugün de medya sunumuna gereksinim duymadan çeşitli spor etkinliklerine katılıyorlar. Spor katılımcılar için var olduğunda, oyunların reklamını yapmak, sonuçları duyurmak ve ne olduğunu yorumlamak, bir gereksinim değildir, oyuncular zaten bunları bilirler. Spor, yalnızca ticari eğlenceye dönüştüğünde medyaya bağımlıdır.”

Diğer bir görüşe göre ise, özellikle profesyonel sporların gazetelerin spor sayfalarını ve tv programlarını ele geçirmeye başlaması ve sporun çok çeşitli branşlara ayrılması ile beklenen gelişimi sağlayamayan medyanın sporu değil, sporun medyayı kontrol eder ve yönlendirir duruma geldiği ifade edilmektedir.¹¹⁴

Bunun yanı sıra, gazete, dergi, radyo gibi medya organları içerisinde önemi her geçen gün biraz daha artan televizyonun, diğer bir çok fonksiyonu yanında insanların boş zamanlarını daha çok pasif şekilde sporla değerlendirebilecek, ancak aktif spora da yönlendirebilecek önemli bir teşvik gücüne sahip olduğu görülmektedir.¹⁵ TV'nin sportif faaliyetleri tanıtıcı, benimsetici ve sosyalleştirici yanı bulunmakla beraber, insanların maalesef esir alındığı boş zamanlarının spor yapmayı engellediği gerçeğini de göz ardı edemeyiz.⁴⁷

Gazetelerin dikkatini sporla ilgili organizasyonlara çekebilmek için ise, bir hayli yaratıcı olmak gerekir. Medya profesyonel sporlar dışındaki alanlara ilgi göstermemektedir. Spor hobi olarak ya da sağlıklı yaşam için yapan milyonlarca insan, medyalar tarafından neredeyse yok sayılmaktadır. Bu ise, gerçeğin tümüyle yanlış yansıtılması anlamına gelmektedir. Medyanın habercilik açısından cazip gelen spor dallarına ağırlık vermesi (futbol gibi) gittikçe daha az spor dalının gösterime alınmasına, dolayısıyla, televizyon kurumundan yayın parası alamayan branşların fakirleşmesine neden olmaktadır.⁶³

Ancak, haber kurumları sadece pazar kuralları ile yönetilmezler. Aynı zamanda bilginin bir mal değil, halka ait temel bir hak olduğunun bilinmesi gerekir. Haber kurumu yöneticileri kendilerini haber tüccarları haline getirmemelidirler. Haber kurumu yöneticileri, bilginin sosyal ve toplumsal gerekliliğini göz ardı edemezler. Bu nedenle haber kurumları sadece dinleyici veya izleyici sayısını veya reklam gelir artışı endişesi duyan ekonomik kurumlar değil, aynı zamanda sosyal kurumlardır. Aksi halde, haber kurumları reklam hizmeti veren, insanları birer nesne gibi gören kurumlar haline gelebilirler.¹⁵¹

2.4.1. Türk Medyası ve Tarihsel Gelişimi

Türk basın tarihi Avrupa'dan yaklaşık olarak 200 yıl geç başlamıştır. Bu gecikmenin temelinde, matbaanın Osmanlı Devleti'ne geç girmesi (1727-İbrahim Müteferrika ve Sait Efendi) ve Osmanlı toplumunda okur-yazar sayısının düşük olması başta olmak üzere birçok neden yatmaktadır. Türk basın tarihi konusunu araştıranların önemli bir kısmı bu gecikmenin sebebini bu şekilde açıklamaktadır.

Türkiye'de gazeteler ilk ortaya çıkışlarında resmi, yarı resmi ve çoğunlukla Osmanlı Devleti'nden mali destek alan özel teşebbüs biçimlerinde

örgütlenmişlerdir. Gazeteciliğe giden ilk örgütlü yapı, 15. yüzyılın sonundan itibaren Yahudiler, Ermeniler ve Rumların İstanbul, İzmir, Selanik ve Edirne’de kurdukları matbaalar olmuştur. Fakat kitap basan matbaaların olmasına rağmen gazete basımı ancak 18. yüzyılda (1795) Fransız elçiliğinde kurulan bir matbaada basılan Fransızca *Bulletin de Nouvelles* (Haber Bülteni) olmuştur.⁴⁴

Fransız Devrimi'nin İstanbul'a atadığı olağanüstü Büyükelçi Verninac'ın, elçiliğin organı olarak Fransızca çıkardığı bu gazetenin amacı; henüz yeni gerçekleşmiş olan Fransız Devrimi'ni ve yeniliklerini Osmanlı ülkesindeki Fransızlara ve Türklere anlatmak ve Türklere de Avrupa'yı ilgilendiren çıkar konularını tanıtmaktı.¹⁵⁰

Verninac'tan sonraki Büyükelçi General Aubert Dubayet, *Bulletin de Nouvelles*'in yerine, 1796'da iki yıl kadar yayın yapan *La Gazette Française de Constantinople'u* çıkarttı.⁷⁵ Bunu İzmir ve İstanbul'da kurulan ve Osmanlı Devleti'nden para desteği (aylık) alan yabancıların kurduğu özel gazeteler takip etti. Bu gazeteler yabancı dilde çıkıyor ve Osmanlı Devleti bu gazetelere “devletin çıkarlarına uygun haberler verdiği için” mali destek sağlıyordu.⁴⁴

Türk basın tarihi ise, matbaanın Türkiye'ye girişinden yaklaşık bir asır sonra Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa'nın yarı Arapça, yarı Türkçe olarak yayımlattığı *Vekayi-i Mısriye* (1828) ile başlatılır.⁸⁶

İlk Türkçe gazete ise, gene Alexandre Blacque isimli İzmirli gazete sahibinin Serasker Hüsrev Mehmet Paşaya yazdığı mektupla başlayan süreç sonunda Padişah 2. Mahmut'un emriyle 1831'de çıkmıştır. *Takvimi Vekayi* adı verilen bu gazete habercilik, eğitim ve devlet icraatını bildirme amaçlarıyla çıkartılmaya başlandı.⁴⁴

Takvim-i Vekayi, Türkçe dışında Fransızca, Rumca, Ermenice, Arapça ve Farsça olarak da yayımlanmıştır. Türkçe *Takvim-i Vekayi* 1922'de Osmanlı Devleti ile birlikte tarihe karışmıştır.⁸⁷ *Takvim-i Vekayi*'yi örgütlenme

bakımından özel fakat ekonomik yapısı ve içerik biçimlenmesi bakımından ilk yarı-resmi gazete olan *Ceride-i Havadis* takip etti.³⁹

Ülkemizde ilk özel gazete, 21 Ekim 1860 tarihinde Agah Efendi tarafından çıkarılan “*Tercüman-ı Ahval*”, Türkiye’de gazeteciliğin de başlangıcı olduğu görüşü genel kabul görmüştür. Nitekim, "Gazeteciler Bayramı"nın da “*Tercüman-ı Ahval*”in çıkış günü olarak her yıl kutlanması bu genel görüşü destekler niteliktedir. *Tercüman-ı Ahval*’i, Şinasi’nin Haziran 1862’de yayımlanmaya başladığı ve bir fikir gazetesi olarak değerlendirilen *Tasvir-i Efkar* takip eder.³⁶

Yakın geçmişin, Tanzimat’ın ilanından sonraki çok partili dönem boyunca olan gelişimine baktığımızda; 1918 yılında Yunus Nadi tarafından kurulan Cumhuriyet Gazetesi dışında bugünlere ulaşan ikinci bir yayın organı yoktur.⁸⁵ Oysa, Cumhuriyet tarihinde, çok partili dönem öncesi ve sonrasında cumhuriyetin yerleşmesi, temel hak ve hürriyetlerin gelişmesi, demokratik çağdaş devletin kurulması için çaba göstermiş bir çok basın organı yaşayamamış ve kapanmak zorunda kalmıştır.

Çoğulcu demokratik düzenin fikri payandalığını da yapan bu gazetecilerin Türk Basın Tarihinde önemli bir yeri ve özelliği vardır. Çünkü, 1950’lere kadar Türk Basınında bu organlar *Ahmet Emin YALMAN*’ın *Vatani*, *Hüseyin CAHİT*’in *Tanin*’i olarak adlandırılan bu gazeteler doğrudan doğruya başyazarları ile özdeşleşmişti.³⁴

1950’lerden itibaren haberin önemi görülmeye ve gazetelerde yorum kadar habere de değer verilmeye başlandı. 1950-1960 dönemi köşe yazılarının, yorumların yanı sıra haberin de günlük gazetelerde yerini almaya başladığı dönemdir.

1960’lı yıllar haberciliğin tamamen egemen olduğu yıllar olmuştur. Habercilik beraberinde, gazeteci unsurunu getirmiştir.³⁴ 1968 yılında *Tercüman*

gazetesi renkli ve çok imzalı spor ekini yayınladı. Bu tarihlerde spor basını %90' a varan bir oranda futbola yönelikti.⁸⁰

Altun, 1970'lerden sonraki Türk Basını'nın gelişimini şöyle anlatır;

“1970’lerde tümüyle olmasa bile gazetecilik, büyük ölçüde yerini magazin gazeteciliğine bırakmış, magazin gazeteciliği tiraj, ilan ve güç getirmiştir. Daha sonra gazete satmak için artık magazin de yetmemeye başlayınca bu kez lotarya devreye girmiş ve gazeteler arasında inanılmaz bir yarış başlamıştır. Bir yandan gerek gazetecilik, gerekse yayıncılıkta teknolojiyi önceleyen dolayısıyla mali kaynaklara ihtiyaç duyan bir döneme girilmiş olması, diğer yandan da kitle iletişim araçlarının yürütülen başka ticari ve siyasi faaliyetler için kolaylaştırıcı işlev görmesi nedeniyle medya sektörü, 80’lerin sonuna doğru, geleneksel olarak gazetecilik içinde olmayan kişi ve sermaye gruplarının ilgisini çekmeye başladı. Kitle iletişim araçlarının sahiplerince yürütülen başka ticari faaliyetleri kolaylaştırıcı işlevler görmesine ilişkin örneklerle yine 80’lerin sonunda rastlıyoruz.

Daha sonra 88 yılında Güneş, Tan, Günaydın ve Nokta dergisini satın alarak Türk basınında günlük tirajının yaklaşık yüzde 30’unu kontrol eder hale gelen Asil Nadir’i hepiniz hatırlayacaksınız. Asil Nadir, Türk medyasında tekelleşme konusunda bir miladı temsil ediyor bence. Bu yapılar sadece medya sektöründe faaliyet gösterebilir belki sorun oluşturmayacaklardı ya da göze batmayacaklardı. Ancak gazetecilikle birlikte pek çok işle iştigal ettikleri için yapılanlar bariz biçimde göze batmaya başladı.”⁵

1990'lı yıllarda Türkiye'de büyüme ve genişlemenin en yoğun gerçekleştiği sektörlerden biri medya sektörü oldu. Medya işletmeciliği, özel televizyon ve radyo kuruluşlarının yayına başlamaları ve 1994 yılında da yasallık kazanmaları ile bankacılık ve finans gibi sektörlerden pek çok önemli kişi ve grubun el attığı bir faaliyet alanına dönüştü. 1990 yılına kadar, Türkiye Radyo ve

Televizyon Kurumu (TRT) tarafından yürütülen radyo ve televizyon yayıncılığı, bu tarihten sonra ticari girişimcilerin bu alana el atmalarıyla gerek üretim ilişkileri, gerek üretilen programların form ve nitelikleri bakımından ciddi bir dönüşüm geçirdi. Ardından kısa sürede, onlarca televizyon ve yüzlerce radyo kuruluşunun yayıncılık alanına katılmasıyla bu alanda sıkı bir rekabet ortamı oluştu. Medya sektörü on binlerce çalışanı, yan sektörleri, muhteşem plazaları ve çekim stüdyolarıyla devasa bir sektör olarak, son on yılda kayda değer bir büyüme ve genişleme eğilimi gösterdi.²⁵

Sonuçta gelinen nokta, gazeteleri, televizyon kanalları, radyoları ve diğer ilgili-ilgisiz ticari faaliyetleriyle, basın sektörünün dev medya kartellerine dönüşmesi oldu. 1990'lı yılların başlarında, Türk Basınının, lotaryanın boyunduruğu altında, tiraj çekişmesi içinde olduğunu görürüz. Saygınlık ve güvenilirlik kavramları da çiğnenerek yine insan unsuru geri plana atılmakta, yine gazeteci sorunlar yumağının ortasında bulunmaktadır.²⁸

Tiraj ve rekabetin körüklediği belli tarz, magazinciliği ve lotaryacılığı kurumlaştırınca, bu kısır döngüden sıyrılmakta görev yine zorunlu irade ve bilincin kaynağı olan gazeteciye düşüyor.

2.4.2. Spor Gazeteciliğinin Tarihsel Gelişimi

Gazete, spor alanında ilk önemli kitle iletişim biçimiydi. Yazının bin yıl önce bulunmasına karşın, gazete, Johannes Guttenberg'in (1400-1468) matbaa makinasını geliştirmesini ve bazı teknolojik gelişmeleri beklemek zorundaydı. Ayrıca, toplumsal koşulların da matbaanın etkinliğini ve kullanımını gerçekleştirici bir nitelikte olması gerekiyordu. 1800'den önce, basında yalnızca, tek tük ve yalıtılmış spor haberleri görüldü. İngiltere'deki bir boks maçı, 5 Mayıs 1733 tarihli *Boston Gazette'de* haberi yapılan ilk spor olayı oldu. Bunu 1700 ve 1800'lerde ödüllü boks maçları ile at ve bot yarışlarının periyodik anlatımı izledi.¹⁴⁶

1830'lara kadar var olmayan iki önemli toplumsal koşul, kentleşme ve okuryazarlık ise basılı sayfaların satışının mali açıdan verimli ve sosyal açıdan değerli olabileceği bir noktaya ulaştı. 1800'lerin ortalarında, spor için en önemli bölüm, özel olarak onlara ayrılan haftalık gazetelerde yer aldı. 1835'te *The Sun*, *The Transcript* ve *The Herald* ödüllü boks maçı, at yarışları ile başka birkaç spor gösterisine yer veriyordu. İlk spor yazarı, beyzbolun babası olarak da adlandırılan *Henry Chadwick*, ABD-Kanada kriket maçlarına ilişkin haber yazıyor, ancak New York gazeteleri -*The Times* ve *The Tribune*- spor haberlerine fazla önem vermedikleri için ücret almıyordu. Chadwick, 1862'de *The Herald* tarafından, beyzbol oyunları hakkında düzenli yazılar yazmak üzere ücretle çalıştırılmaya başlandı.¹⁴⁶

1895 yılına gelindiğinde William Randolph Hearst, *The New York Journal*'i satın aldı ve spor haberlerinde rakiplerini geçmek için çaba gösterdi. Onun çabaları, gazetelerin spor sayfalarının bugünkü bilinen şekline gelmesini sağladı. Hearst, aynı zamanda ünlü sporculara spor sütunlarını yazdırma pratiğini de kurumlaştırdı, Teniste Hobart, bisiklette Bald, futbolda Heffelfinger gibi.¹⁴⁶

Dünyada, on dokuzuncu yüzyılın başlarında kurallar uygulanarak yapılmaya başlanan modern spor dallarını ilgi ile izleyen seyircilerin, bu karşılaşmalar için yapılan eleştirileri öğrenmek üzere gazeteleri okumaya başlamasıyla, gazeteler spor konusunda bilgili yazarlar aramaya başladı. Ve gazetelerde spor yazılarının sütunlar halinde yayınlanmaya başlamasıyla spor gazeteciliği gündeme geldi. Bu yüzyılın ortalarından sonra İngiltere'de futbol, Amerika'da boks, Fransa'da güreş profesyonel olarak düzenlenmeye başlanınca seyirci kapasitesi arttı ve ilgi fazlaştı. Bu nedenle de spor gazeteciliği gelişmeye başladı. On dokuzuncu yüzyılın sonlarına doğru Fransa, İngiltere, Amerika, Almanya, Belçika ve İtalya'da yalnız spor yazan dergiler yayınlanmaya başladı. Yirminci yüzyılın başında bütün dünyada haberler telgrafla, fotoğraflar da mektupla gazete ve dergilere iletiliyordu. Yıllar geçtikçe buna telefonlar ve sinema filmleri eklenmeye başlandı. Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra radyolar anında

spor sonuçlarını yapıldıkları yerden bildiriyordu. 1935'den sonra fotoğrafları anında ülkeden ülkeye veren makineler kullanıldı. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra televizyon spor olaylarını daha çabuk dünyanın dört bir yanına duyuruyordu. Hele bilgisayarla uydu antenleri ve faksler sayesinde bütün dünya spor olaylarını görüntüleriyle anında milyonlarca insanın izlemesini sağladı.¹²¹

Böylece, spor, kültürel ve ekonomik bir olgu olarak, hakkında konuşulan bir etkinlik haline geldi. Spor yarışmalarının giderek daha örgütlü, medyada spora verilen yerin de giderek daha düzenli hale gelmesi, spor söyleminin gelişmesine de olanak sağladı. Sporcuları ve takımları yargılama, savunma, eleştirme, yarışma ve maç sonuçlarını tahmin etme gibi uygulamalar, gazete ve dergilerin büyümesiyle, ardından radyo yayınlarının başlamasıyla giderek gelişti. Teknolojik gelişmeler sonucu, basın ve radyo yanında, fotoğraflar, haber filmleri ve filmler de sporun gelişip yayılmasını sağladı. Basının spor sunumu ilk önce spor olaylarının bildirilmesi, daha sonra bireylerin ve takımların şimdiki durumlarının ve geleceklerine ilişkin beklentilerin tartışılması biçiminde oldu. Radyonun çıkışıyla canlı yayın ve yorum, sporun atmosferinin uzaktaki ve dağınık durumdaki izleyicilere ulaştırılmasını sağladı. Televizyon ise spor olaylarının yalnızca, eşzamanlı, ses, görüntü ve hareketini sağlamakla kalmadı, televizyon deneyimi, evden ayrılmadan '*orada bulunma*' duygusuna çok benzemeye başladı. Bu, spor televizyonuna olağanüstü bir çekicilik kazandırırken, sporların televizyon kamerasına göre düzenlendiği yönünde derin bir kuşku kaynağı da oldu.

2.4.3. Türk Medyası'nda Sporun Yeri

Türk basınında spor konusundaki ilk yazıya 1891'de rastlanır. Ahmet İhsan Bey, Türk Edebiyatında önemli bir devre adını veren ünlü dergisi "*Serveti Fünun*"u çıkarırken, bu derginin ilk sayısının sayfaları arasında spora da yer vermiştir. Ali Ferruh Beyin Paris'ten yazdığı "*Eskrim*" konusundaki makalesi, Türk Basınında yer alan ilk spor yazısı olması bakımından büyük önem ve değer taşır.¹¹

Bu tarih aynı zamanda ülkemizde spor konusunda ilk kitabın yazılıp yayınlandığı yıldır. Mekteb-i Sultani (*Galatasaray Lisesi*) *Terbiye-i Bedeniye* öğretmeni, ülkemizde Jimnastik sporunun temel direklerinden biri Faik Üstünidman'ın, 1891 yılında yazıp yayınladığı "*Jimnastik veyahut Riyaziyat-ı Bedenniye*" adlı eseri bu konuda öncülük etmiştir. Faik Üstünidman sporcuların olduğu kadar spor yazarlarının da ustası olarak kabul edilmektedir.

Gazetelerimizde ilk spor yazısı Osmanlı İmparatorluğu'nun en büyük kentlerinden Selanik'te yayınlanan "*Asır Gazetesi*"nin 30 Mart 1895 tarihli 4. sayısının ikinci sayfasında "*Yeni Bir Müsabaka*" başlığı altında, İngiltere'de yapılan bisiklet ve at yarışlarını konu edinen bir yazıydı. Yine aynı gazetenin 16 Aralık 1895 günkü sayısında, Atina'da yapılacak olan Birinci Olimpiyat Oyunları ile ilgili ayrıntılı bir haber çıkmıştır.¹¹

II. Meşrutiyet'in ilanı, sporun önem kazanarak günlük gazetelerde spor haberleri verilmeye başladığı bir dönem olmuştur. Türk Basınında bir futbol maçının ilk defa günlük gazetede yayımlanması ancak 1911'de gerçekleşti. Galatasaray Kulübü'nün ilk üyelerinden Abidin Bey (Daver), *Tasvir-i Efkar Gazetesinde*, *Galatasaray-Tamşvar (Macar)* ve *İstanbul Karması-Tamşvar* karşılaşmalarını yayınlattı. Daha sonra Abidin Bey, 1914'te yayınlanmaya başlayan, spora geniş yer ayıran ve I. Dünya Savaşı boyunca yayını sürdürülen *Donanma Mecmuası'nın* spor bölümünü yönetti.¹¹

Türk basınında ilk spor dergisi ise, 1910 yılında yayınlandı. “*Futbol*” adını taşıyan dergi, 28 Eylül 1910 tarihinde yayın hayatına başladı. Derginin sahibi Üsküdarlı Mehmet Burhanettin Bey, bilinen adıyla ünlü yazar ve spor adamımız Burhan Felek’tir.

Burhan Felek, yayınladığı kitaplar ve yazılarıyla dönemine damgasını vuran en ünlü spor adamlarımızdan biri olmuş, daha sonra Selim Sırrı Bey (TARCAN) bu ekolu devam ettirmiş ve “*Terbiye ve Oyun*” adlı bir dergi yayınlamıştır. Cem’i Bey 1913 yılında daha çok haberlere yer veren “*İdman*” dergisini çıkarmıştır.¹¹

1920’li yıllarda, günlük gazetelerde, İstanbul dışından gelen spor haberleri de yer almaya başlamıştır. Örneğin, Cumhuriyet Gazetesi İzmir Muhabiri Galipzade Mehmet Ali Bey (Oral), 1925 yılındaki İzmir Karması-Fenerbahçe maçını anlatırken daha çok seyircilerden söz etmektedir. *Spor Alemi Dergisi’nde*, Milli Futbol Takımının çalıştırıcısı İskoçyalı Billy Hunter’ın yurt dışındaki maçları eleştirmesi ise spor basınının anlatımında, teknik bakış açısının gelişmesi bakımından ilk önemli aşama olmuştur.¹¹

Cumhuriyetin ilanından sonra spor haberlerinin önemi artmaya başlamış, Akşam, Cumhuriyet gibi gazetelerin birinci sayfalarına dahi girebilmiştir. 1924’te Paris Olimpiyatları’na hazırlanmakta olan Türk Milli Futbol Takımı’nın büyük boy fotoğrafı Cumhuriyet Gazetesi’nin birinci sayfasında yayınlanmıştır. Cumhuriyet Gazetesi’nde Yunus Nadi, 1924’de yazdığı sunuş yazısında, çıkarmaya başladığı gazetenin amaç, şekil ve mesleğine ait esasları ve gazetesindeki özellikleri belirttiği yazısında, “*Gazetenin iktisat ve spor sütunları en yetkili uzmanlarca hazırlanacaktır*” ifadesini kullanmış ve gazetenin dördüncü sayfası ikişer sütun halinde spora ayrılmıştır.⁷⁰

1930’lardan itibaren günlük gazeteler spora daha çok yer ayırmaya başladılar. 1933 yılında *Haber Gazetesi* arka sayfasının tamamını spora ayırarak ilk spor sayfasını yaptı. 1939 yılında yayınlanmaya başlayan “*İkdam Gazetesi*”nin ise dördüncü sayfası spor haberlerine ayrılmıştı.⁷⁰ 1940’tan sonra *Vatan Gazetesi*, arka sayfasını spora ayırmaya başladı. Bu gazeteleri, *Cumhuriyet ile Akşam* spora ayırdıkları sütunları artırarak takip ettiler.

1930’lu yıllarda spor dergilerinin yayınlanmaya başladığı görülmektedir. Suat Hayri Ürgüplü’nün Fransa dönüşü yayınladığı “*Şa Şa Şa*”, “*Şiir*” lakabıyla ünlü futbolcu Refik Osman Top’un çıkardığı “*Gol*”, “*Spor Alemi*” bunlardan bazılarıdır.

1948 yılında Londra’da düzenlenen Yaz Olimpiyat Oyunları’nda Türk Güreşçilerinin büyük başarı elde etmesi gazete yöneticilerinin spora farklı bir yaklaşım göstermelerine neden olmuştur. Olimpiyatların etkisiyle günlük basında spor sayfası geleneği yerleşti. Sayfalarda, daha çarpıcı fotoğraflar ve çekici başlıklar kullanılmaya başlandı.¹¹

Londra Olimpiyatı 2. Dünya Savaşı sonrası barış ortamında düzenlenen ilk oyun olma özelliği taşıması nedeni ile, Türk Sporcularının yanı sıra ilk defa geniş bir gazeteci grubu da Londra’ya gitmişti. O yılların popüler spor branşı olan güreşte, Yaşar Doğu, Gazanfer Bilge, Nasuh Akar, Mehmet Oktav, Celal Atik, Halit Balamir ile alınan 6 altın madalya, *Hürriyet Gazetesi*’nin birinci sayfasından okuyuculara duyurulmuş ve bu Türk Spor Basınında bir ilk olmuştur.

Türk güreşçilerinin Londra Olimpiyat Oyunları’nda gösterdikleri olağanüstü başarılarla Türk Kamuoyunun tüm dikkatlerinin İngiltere’nin başkentine çevrildiği o heyecan dolu günlerde Ali Ersan’ın Londra’dan fotoğraflarla sayfalarını bir albüm gibi donatan *Hürriyet Gazetesi* adeta kapışılmıştı.¹¹

İkinci defa yayınlanmaya başlayan *İkdam*'da spor yazıları hakem Adnan Akın, hakem Adem Güğdir tarafından kaleme alınmıştır.⁷⁰ 1952'de ise “*Türk Spor*” adlı ilk günlük spor gazetesi çıkarılmıştır.¹¹ 1953 Yılında Cem Atabeyoğlu ile Nuri Bosut, ilk *Spor Haberleri Ajansı*'nı kurdular. Günde 8-20 sayfa haber geçen Ajans, 11 gazeteye haber ulaştırıyordu. *Türk Spor Gazetesi*'nin, A Milli Futbol Takımı'nın Dünya Kupası finallerine katılmaya hak kazandığı 18 Mart 1954 tarihli sayısı, rekor kırarak, o tarihlerde en çok satan günlük gazetenin satış rakamını geride bırakmıştır.⁸⁴

1958 yılına gelindiğinde ise *Dünya Gazetesi*, sporu zaman zaman birinci sayfadan verirken, 1963 yılında da *Hürriyet*, spora tam sayfa ayırmaya başladı. Günlük gazetelerin 1960'lı yıllarda spora giderek daha fazla önem vermesi, Türk Basınında spor dergiciliğinin de sonu oldu. Günlük gazeteler spor haberlerini günü gününe verdikleri için haftalık spor dergileri güncelliklerini ve önemlerini yitirdiler. Gazetelerin arka sayfalarının tümüyle spora tahsis edilmesinin mazisi oldukça yenidir. 1955-56'da “*Yeni Sabah*” spora arka sayfayı ayırmıştır.¹³⁵

Televizyonun ülkemize geç girmesinin sporun gelişmesini engellediği, TRT'nin 1968 yılından bu yana futbolun dışındaki sporlara önem vermesiyle birlikte bazı branşlarda atılım yapıldığı dikkat çekmiştir.¹²⁸

Daha sonraki yıllarda günlük gazeteler, spor haberlerine ayırdıkları sayfa sayısını artırma yoluna gitmişlerdir. 1970 ve 80'li yıllarda gazetelerin arka sayfaları spor haberlerine ayrılmış, bir çok spor branşından haberler bu sayfalarda yer bulabilmiştir. Ancak, futbolun popüleritesinin artmasıyla birlikte 1990'lı yıllar gazetelerin sadece 3-4 kulüp haberinin yer aldığı futbol gazetelerine dönüştüğü gözlenmektedir. Son dönemde, futbol ve basketbolda uluslararası turnuvalarda kazanılan başarılarla spor haberlerinin gazetelerin birinci sayfalarına taşındığı göze çarpmaktadır. Ülkede milli takım ve kulüpler bazında uluslararası düzeyde kazanılan başarıların artması sporla ilgili ilgisiz herkesi bu tür haberlerin izleyicisi

haline getirmesiyle birlikte, spor gazeteciliği dışında ekonomi ve siyaset yazan yazarlar da spor yazısı yazma eğilimi göstermektedir.¹²⁸

Bugün yazılı basına baktığımızda çoğu gazetelerin 4-5 sayfa spora yer ayırdığı, her gazetenin çok sayıda spor yazarı ve muhabiri bulundurduğu, hatta yalnızca spora yer veren gazete ve dergilere sıkça rastlanmaktadır.¹¹³ Buna bir de özel radyo ve televizyonlar eklenince, ülkemizde spor yazarı sayısı eskiye oranla çok hızlı bir şekilde yükseliş göstermiştir.

2.4.4. Spor Medyası ve Spor Gazetecisi

Spor basını, konu ve içerik olarak tüm boyut ve yönleri ile sporu işleyen, spor etkinlikleri, organizasyonları, uygulayıcıları ile ilgili haber, olay ve olgulardan ilgili kitlelerini haberdar eden ve bununla ilgili çalışanlarınca hazırlanmış haber, bilgi, yorum, fotoğraf, grafik ve info-grafik gibi görsel malzemeler yayımlayan basın türüdür.⁸² Spor basını, haberin yanı sıra, habere konu olan olay, olgu veya nesne ile ilgili bütünleyici, farklı bakış açıları getiren yorumları da okuyucu kitesine ulaştırmaktadır.

Bu haliyle, iletişim araçlarının etkinleştiği çağımızda spor medyası, sportif olayların sergilenmesi ve değerlendirmesinde büyük hizmetler görmektedir. Özellikle, sporun her yaş grubunca sevilmesi, spor heyecanının yaygınlaştırılması ve sporun kitleler üzerindeki etkinliğinin artırılmasında medyanın önemli katkıları bulunmaktadır.⁸⁰

Spor basınına toplumsal bir kurum olarak gören Kaya, günümüz toplumsal yapı ve yaşamı içinde önemli bir yere sahip olan spor basınına toplumsal işlevlerini şu şekilde sıralamaktadır;

“Konu ve içerikleri toplumsallaştırma, toplumun kabul ettiği tutum ve davranışlarla, normları genç kuşaklara aktarma, toplumsal model yaratıp, kamuoyuna sunma, sınıflar arası geçişte bir araç olma, statü sağlama, manevi tatmin verme, aidiyet duygusu verme, ekonomik, politik ve yönetsel sisteme payanda olma, onları meşrulaştırma, kamuoyu oluşturma, demokratik ve daha barışçıl yollardan tepki verme, bu nedenle de saldırganlık eğilimi, sapkın davranışlar, yabancılaşma ve cinsel gerginliği azaltma, cinsel kimliğin oluşumuna katkı, boş zaman geçirme, eğlendirme ve eğlendirme aracı olma.”⁸²

Spor gazetecisi, bir spor olayıyla ilgili değişik gelişmeleri topluma anlatır, gösterir, izletir, değişik gelişmelerin analizini yapar ve yorumlar. Sürekli değişim içindeki bir spor sürecinde kalıcı olanı yakalar, sunar ve yorumlar. Toplumda spor olgusunun durumu ve gelişimi bakımından spor politikasına uyarılarda bulunur. Değişik spor olaylarının ilginç yanlarını toparlayıp, yeniden düzenler ve spor magazini olarak sunar. Sporun değişik yanları üstüne toplumun aydınlanmasını ve spor bilincinin gelişmesini sağlayacak yazılar ve diziler hazırlayıp sunar.⁴³

Erdemli⁴² de, spor gazetecisini, *“Herhangi bir spor olgusu karşısında tavır alan kişi”* olarak tanımlarken; spor gazetecisinin bu tavrının teknik-taktik, etik, estetik ve ekonomik, değişik bakımlardan ve değişik biçimlerde ortaya çıktığını belirtir. Spor olgusu ve spor olayı kavramlarını kullanan Erdemli’ye göre; *“Spor olayı tüm spor olgularını başlatır. Spor olgusu, spor gazetecisinin ham maddesidir. Spor gazetecisi, spor olgusuna yönelir. Fakat bu ne spor türü olarak ve ne de en genel çizgilerinde spor olayını göz ardı ettiği anlamına gelmez. Spor olgusu spor gazetecisinin önünde, spor olayı ise kafasındadır. Spor gazetecisi, bir spor olgusuna, genel spor olayı bakımından yaklaşabilir. Bu önemli bir tavidir, çünkü öncelikle bir spor anlayışına sahip olmayı gerektirir”*.

Türkiye’de, spor basınına ve spor yazarlığına ilgi artarken, aynı zamanda spor basınına kendi içinden de sık sık eleştirilerin geldiği görülmektedir.

Nezih Demirkent, *"Bir ülkenin spor politikasına sahip çıkılmamışsa, bunda spor yazarının da payı vardır mutlak... Bir okur olarak memnun değilim, spor sayfalarından... Yapısal gelişme olmadı, gerileme oldu spor basınında."*¹³⁹ yorumunu yapmaktadır.

Uluç'a göre; *"Dünyanın her yanında dördüncü kuvvet olarak, görevini yapmayan kurum ve kuruluşların görevlerini yapmaları için uyarıcı, yol gösteren, kamuoyu oluşturan, o kurum ya da kişiler üzerinde kamuoyu baskısını yaratan iletişim organlarıdır. Ama futbolu bir kenara bırakıyorum, uzun yıllardır Türk Basınının bu görevini yaptığını söylemek mümkün değildir."*¹³⁹

Çol ise, spor basınının durumunu farklı bir açıdan şöyle değerlendirmektedir:

*"Spor gazeteciliği şu anki konumuyla yozlaşmaktan öte bir kokuşmuşluk sürecinin içerisinde girmiştir. Artık spor gazeteciliğinin hem kaynak hem de kamuoyu nezdinde güvenilirliği kalmadı, inandırıcılığı kalmadı, saygınlığı giderek azalmaya başladı. Yine spor gazetecilerinin bir bölümü, dürüst, tutarlı, kararlı değiller; kendilerini geliştirmek, değiştirmek, yenilemek adına ortaya koydukları değerler yok. Çoğu sporu bilmiyor, toplumla barışık değil, günü kurtarma peşinde koşuyor, çoğu spor gazetecisinin özgün düşüncesi ya da yaptığı işe dönük felsefesi yok. Önemli bir kesimi okumuyor, araştırmıyor. Fakat her alanda ahkam kesmeyi kendisine bir hak biliyor. Türk Spor Basını, gelin bunu itiraf edelim; Türkiye'de sporun gelişmesine en az devlet kadar engel olmaktadır."*²⁷

Fransız spor yazarı Jacques Merchand'a göre, medya yoksa olay da yoktur. İnsana insanlığa aktarılmamış bir olay bilinmediği için yok sayılacaktır. Bunu yaparken de sponsoru özendirir ve spor olayının yaşamasına katkıda bulunur. Medya bu görevi spor gazetecisi aracılığıyla yapar. Bu bağlamda spor gazetecisi, spor olayını var eden medyayı yaşatır ve bu yolla sponsoru devreye sokma işlevi gibi çok önemli bir işlevi yerine getirir.¹³¹

Fişek ise;⁵⁰ farklı bir bakış açısı getirerek, Türkiye’de sporun gelişmesi için spor basınına hiçbir görev düşmediğini ifade etmektedir.

“Basının hiçbir şeyi geliştirmek gibi bir görevi olduğu inancında değilim. Kim sorumluyorsa o gelişir, geliştiriyorsa basın görüşlerini bildirir, eleştirilerini yapar. Basının tek işlevi vardır, o da yol göstermektir. Hatta ben basının kamuoyu oluşturmak gibi bir misyon üstlenmesi gerektiği inancında da değilim. Basın tarafsızdır, basın eleştirir. Bunu geliştirecek olan kim ise o geliştirir. Türkiye’de sporu geliştirmek devletin işidir.”

2.4.5. Spor Yazarlığı

Spor yazarı kavramı tarihsel gelişimi içinde gazete sayfalarını çağrışırsa da günümüzde etkinlik alanı çok gelişmiştir. Spor yazarları, günlük gazeteler, spor gazeteleri, spor dergilerindeki haber ve yorumlarının yanı sıra radyo-televizyonlarda ve internette faaliyet göstermektedirler. Erdemli, spor yazarının yaptığı işi şu şekilde açıklamaktadır.⁴³

“Bir spor olgusunu veya spor olayıyla ilgili değişik gelişmeleri topluma anlatır, gözletir, izletir, analizini yapar, yorumlar, sürekli değişim içindeki bir spor sürecinde kalıcı olanı yakalar ve sunar.”

Dünya Spor Yazarları Birliği Eski Başkanı Togay Bayatlı ise, spor yazarlığını, *ABD Tipi Spor Yazarlığı, Avrupa Tipi Spor Yazarlığı, Gelişmekte Olan Ülkeler Tipi Spor Yazarlığı ve Türk Tipi Spor Yazarlığı* olmak üzere dört grupta toplamaktadır.¹⁵

ABD’de görev yapan spor yazarlarının derinlemesine uzmanlaşmış olmaları ve eyaletlere göre değişik spor dallarının (basketbol, rugby, beyzbol, buz hokeyi gibi) popüler olması, haber ve konu sıkıntısı yaşanmasını önlemiştir. ABD’nin enformasyon toplumu haline gelmiş olması nedeniyle, bireyler yaşamın

her alanında olduğu gibi spor basınında da veri tabanına dayalı bilgiler içeren yorumlara gereksinim duymaktadır. Dolayısı ile, spor yazarlığında da teknik konular ve istatistiki rakamlar ağırlık kazanmaktadır.

Avrupa Tipi Spor Yazarlığı ise, Kıta Avrupa'sının yaygın spor dalı olan futbol ağırlıklı bir spor yazarlığıdır. Kıta Avrupa'sında spor yazarlığı uzmanlaşma sürecini tamamlamıştır. Uzmanlaşmayı getirecek olan inceleme ve araştırma için gerekli olan zaman, yazılı kaynak ve mali olanaklar, spor yazarlarının kullanımına sunulmaktadır. Ayrıca, uzun ve titiz bir çalışma sonucu ortaya çıkan ürünlere, spor basını sayfalarında yer verilmektedir. Fizik ve zihin gücü harcanarak ortaya konan ürünlerin spor sayfalarında yer alması, spor yazarlarının motive edilmesi bakımından da, spor basınında ve yazarlığında uzmanlaşmanın yerleşmesi ve yayılması bakımından da önemli bir etken niteliği taşımaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde uygulanmakta olan spor yazarlığı, sıralanan spor yazarlıklarından, gerek teknik, gerekse içerik olarak geri durumdadır. Gelişmekte olan ülkelerde spor yazarlarının çoğu önceden spor yapmış olan kişilerden oluşmaktadır. Bununla birlikte, bu tür spor yazarlığında uzmanlaşma bulunmamaktadır. Ülke genelinde de yaşanmakta olan ekonomik, siyasi, bilimsel, sanatsal ve teknolojik yetersizlikler, spor basını ve spor yazarlığına da yansımaktadır.¹⁵

Türkiye'de spor yazarlığı ise tam anlamı ile bir geçiş süreci yaşamaktadır. Spor yazarlığı Türkiye'de sporun içinden gelen kimseler tarafından yapılmıştır.

Türk basınında yazarlığını meslek olarak yapan ilk kişi, *Çelebizade Said Bey* (Said Çelebi) olmuştur. *Çelebizade Said Bey*, 1918 yılında haftalık yayınlanan Spor Alemi dergisini çıkarmaya başladı. Spor Alemi 1929 yılına kadar yayın yaşamını sürdürdü.¹¹

Türk spor basını'nda 1930'lu yılların sonlarından itibaren, özellikle günlük gazeteler, spor olaylarını gerektiği şekilde izleyebilmek ve okuyucularına aktarabilmek amacıyla kadrolarında profesyonel spor yazarları görevlendirmeye başladılar.¹¹ 1948 yılında Hürriyet'in olimpiyatları izlemesi için Londra'ya gönderdiği muhabiri Ali Ersan, gelişmeleri günü gününe bildirdi. Spor yazarları artık haberleri radyodan dinleyip yazmıyor, haber ve fotoğraf için özel olarak muhabir gönderiyorlardı. Daha ayrıntılı ve daha ilgi çekici haber anlayışı ise yeni kadroları ve yeni sayfaları da beraberinde getirdi.¹⁴¹

Türk basınında 1950'lerde spor giderek daha da önemli hale gelmiş, tüm gazeteler spora geniş yer vermeye başlamıştı. Günlük gazeteler, birer ikişer kişiden oluşan spor yazarlarıyla yetinmiyor, günlük spor haberlerine de sayfalarında yer verebilmek için genç spor muhabirlerini kadrolarına alarak, spor yazarlarının sayısını artırıyorlardı.⁶²

1960'lı yıllara gelindiğinde ise, spor sayfalarına gösterilen ilgi, günlük gazeteler arasında, özellikle Milliyet ile Tercüman arasında büyük bir rekabetin doğmasına yol açtı. Spor servisleri arasında ortaya çıkan rekabet, birçok gazetenin 30-40 kişilik spor servisleri kurmalarına kadar vardı.¹¹

1980 sonrası dönem, spor yazarlarının da ünlü futbolcular gibi yüksek ücretlerin yanı sıra yüksek transfer paraları aldığı bir dönem olmuştur. Yine, gazete spor servisleri arasında kitleler halinde geniş çapta transferlerin gerçekleşmesi de bu dönemde görülmeye başlanmıştır.¹¹

1990 yılından sonra futbola ilginin giderek yoğunlaşması spor yazarlığına da ilgiyi artırmıştır. Gazetelerin yalnızca spor yazarları değil, ekonomi ve politika yazarları da köşelerinde futbola yer vermeye başlamışlardır. Birçok politika yazarı, özellikle uluslararası karşılaşmalar söz konusu olduğunda köşesinde futboldan söz etmeyi neredeyse bir gelenek haline getirmiştir. 20 Nisan 2000 tarihinde Galatasaray ile Leeds United kulüpleri arasında oynanan UEFA

Şampiyonası yarı final maçı, bu duruma uygun bir örnek oluşturmaktadır. Maçın ertesi günü yayınlanan Hürriyet, Milliyet ve Sabah'ta, spor dışındaki alanlarda yazan 55 köşe yazarının 32'si (yüzde 58,18'i) Galatasaray-Leeds United karşılaşması hakkında yazmıştır.¹⁰⁰

Medya artık yurtdışında oynanan maçları kalabalık kadrolarla izlemektedir. Örneğin; dünyada 185 televizyon kuruluşunun naklen yayınladığı ve Kopenhag'da oynanan UEFA 2000 final karşılaşmasını, TRT 27 kişilik bir ekiple yayımladı, CNN Türk maçı 15 kişilik bir ekiple, Milliyet 17 kişilik kadroyla izledi.¹⁰⁰

Türk medyasının maçı kalabalık bir kadroyla izlemesi, Danimarka medyasında haber olacak kadar dikkat çekti. Danimarka'nın DR1 ve TR2 televizyonları 16 Mayıs 2000 tarihli akşam bültenlerinde Türk habercilerin görüntülerini ekrana yansıttı. (Sabah, 18 Mayıs 2000)

Burada belirtilmesi gereken bir nokta da medyanın, yurtdışında oynanan maçları kalabalık bir kadroyla izlemesine karşın, karşılaşmanın sportif yönüne ilişkin haberlerin artış göstermemesidir. Yurtdışına giden medya mensupları, daha çok magazinsel yazılar yazmakta, uçakta neler konuşulduğundan, gazeteciler arasında yapılan espriler, kimin ne kadar heyecanlandığı, yapılan tezahüratlar, heyecandan dökülen gözyaşları, gidilen yerde gezilen yerler, yenen yemekler, garsonlarla konuşulanlara kadar önemsiz pek çok ayrıntı haber konusu yapılabilmektedir. Bu durum sporun, bir oyun olmanın ötesinde, turizm ve medya sektörleriyle de bağlantılı olarak üzerinde konuşulabilecek bir olaya dönüşmesinin bir göstergesidir. Bir yandan spor, üzerinde konuşulabilecek bir olaya dönüşürken, öte yandan Postman'ın, *"hızla, doğru bir adlandırmayla önemsiz şeylerin peşinde koşturmak diyebileceğimiz bir enformasyon ortamına doğru yol almaktayız"* saptaması da geçerlik kazanmaktadır.¹¹⁶

Spor yazarı için inandırıcı olabilmek, okuyucunun beklediğini verebilmek, ikna etmek, tavsiye etmek ya da teşvik etmek önemle üzerinde durulacak niteliklerdir. Bunu yaparken kuşkusuz köşe yazarının uzmanlaşmış olması önem taşır. Herhangi bir spor branşında ya da alanda uzmanlaşmış eğitilmiş köşe yazarlarının okura vereceği pozitif mesajlar daha yoğun olacaktır ve yönlendirme daha sağlıklı gerçekleştirilecektir. Çünkü, köşe yazarları gazete yönetimlerinden gördükleri sınırsız tolerans ile düşünce ve yaptırım özgürlüğünü iyi kullanabilmektedir. Buna rağmen köşe yazarının dış kaynaklı ya da içsel oluşan bir takım etkilere maruz kaldığı da bilinmektedir.⁷⁹

2.5. Ahlak ve Etik

Bazı davranışların ve tutumların iyi, bazılarının da kötü oldukları hakkında, binlerce yıl öncesinden gelen birçok inanış vardır. Kısaca “*ahlak*” olarak nitelendirilen bu konulara ilişkin düşünceler, eski Yunan çağından bu yana tartışılmakta ve bu konudaki çeşitli sorulara yanıtlar aranmaktadır.¹⁰⁴

Bir toplumda yerleşmiş değer yargıları olan ahlak ve buna bağlı olarak ortaya çıkan ahlaki kurallara uymayan eylemde bulunmak ise, topluma ve bireye mutlaka zarar verir. Aslında, bir eylemin zararlı olması, bir değer yargısı değil, bir “*gerçek*” yargısıdır. Şu halde ahlaki değer yargılarının temelinde, diğer değer yargılarından farklı olarak bir gerçek yargısı vardır. Bu da, her insan için geçerli olabilecek ahlaki kuralların araştırılması gerektiği sonucunu doğurur.³²

Ahlak, asıl olarak, bir bireyin kendisine ve diğerlerine karşı kişisel görevlerini tanımlayan kişisel bir sorumluluk olduğu için özgürlüklerle doğrudan ilgilidir. Davranışlarından kendi sorumlu olmayan insanların, etik değerlere uymak ya da uymamak konusunda yargılanmaları olanaksızdır.¹³³

Durkheim³⁸, “*Meslek Ahlakı*” adlı eserinde bu konuda şu görüşleri ortaya atmıştır. Hiçbir toplumsal faaliyet biçimi yoktur ki, kendine özgü bir ahlak disiplinine gereksinim göstermesin. Gerçekten, geniş olsun dar olsun, her toplumsal grup, bölümlerden kurulu bir bütündür. Böyle bir grubun tutunabilmesi için her bölümün, sanki yalnızmış, yani kendisi bütün değilmiş gibi değil, aksine bütünün devamını sağlayacak biçimde davranması gerekir.

Ahlak, bireyin yaşam sürecinde, onun hem toplumsal hem kişisel vicdanıyla ilgili bir olguyken; etik ahlak alanında düşünme, felsefe yapma sürecinin bireye kazandırmış olduğu bir etkinliktir. Bu yüzden, etik’in konusu ahlaktır ve onun sorunsalını, ahlakın açıklanması ve buna bağlı olarak ilkelerin saptanması oluşturmaktadır. Bu çerçevede etik, ahlakın belirli bir disiplin altında çözümlemesinin yapılması ve bu çözümleme sonucu elde edilenden çeşitli veriler ışığı altında bir senteze varılarak, ahlaki bir disiplin ya da yaklaşımın sağlanması çabası¹⁰⁹ olarak değerlendirilebilir.

“*Etik*”in bir diğer hedefi de, belli bir mesleğe ilişkin davranış kuralları oluşturmaktır. Bu yapılırken, barışa, özgürlüğe, özel yaşama saygıya, adil davranışa, zarar vermekten kaçınmaya ve kamu yararına ilişkin duyarlılıklar geliştirmektir. Bazı insan faaliyetlerinin, kendi içsel hedefleri vardır ve bu hedefler o faaliyetin, o mesleğin icrasının, doğrudan varlık nedenleridir.¹⁰⁹

Kelime anlamı olarak, “*ahlak bilimi*” olarak tanımlanan etik¹⁶² “birey davranışlarıyla ilgili kullanılan ahlak terimlerini ve ahlaki yargıların konumunu incelemekte ve bireylerin ahlaki tutumlarının ardında yatan yargıları ele almaktadır.”⁵³

Yunanca’dan Latince’ye geçen *ethos* sözcüğünden gelen “*etik*” kavramı, “*bir halkın, bir uygarlık sisteminin düşünce biçiminin kültürdeki yansıması*” anlamına gelmektedir.¹³⁸ Etik, insanların sadece öznel değer yargılarına göre inandığı kurallar bütünü değil, içinde yaşanılan kültür tarafından zaman içinde

oluşturulmuş ve yaygın biçimde benimsenen değer yargılarıdır. Dolayısıyla, etik sorumluluğun bireysel ve toplumsal olmak üzere iki boyutu vardır.

Bireysel boyut kişinin vicdaniyla, toplumsal boyut kültürel ve sosyal yaşam süreçleriyle ilgilidir. Etik, insanlar arasında var olan ahlaki değerlerden, iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış olanlarının niteliklerini ve temellerini araştıran felsefe dalı olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle, etik değerler, bir otorite tarafından değil, insan ilişkilerinin ve insan aklının zaman içinde oluşturduğu deneyimler sonucu ortaya çıkarlar. Dolayısıyla, bir mesleki kurallar bütünü olan meslek ahlakı, dışarıdan dayatmadan ziyade, söz konusu mesleği yapanların zihinsel ve davranışsal olarak bu kuralları benimsemesiyle geçerli olabilir.⁵⁵

Etik kavramı, günlük bir çok söylemde genel olarak ahlak veya ahlakilik kavramları ile eşanlamlı olarak kullanılmaktadır.²⁰ Bilimsel bazı çalışmalarda bile, etik bazen töre kelimesi ile aynı anlamda kullanılmaktadır. Genel olarak, farklı anlamları içeren bu kavramların ortak tarafı, bireylerin birbirlerine karşı davranış kurallarını ve birbirleriyle olan ilişkilerini düzenleyen davranış ilkelerini içermesidir.²

Genel olarak etiğin "*normatif bir bilim*" olduğu söylenir. Çünkü bu bilim dalı, yol gösterici davranış ilkelerinden ve gereksinimlerden meydana gelmiştir. Etik önermeler için ayrıca değer yargıları kavramı da kullanılmaktadır. Bunun nedeni ise, değer yargılarının içinde olmadığı hiçbir problemin kesin sonuca bağlanamamasıdır.⁸³

Literatürde, etik kavramına ilişkin geliştirilen tanımlardan bazıları etiği "*bir bireyin izlemesi gereken ahlaki standart ve kurallar*" şeklinde ele alırken, bazıları da "bireylerin nasıl doğru davranacağını açıklayan ve tanımlayan ilkeler, değerler ve standartlar sistemi" olarak değerlendirmektedir.¹²² Etik kavramı, ahlak bilgisi, ahlak felsefesi ya da insan eylemlerini özel bir problem

alanı olarak araştırarak, bu alanın nitelikleri ile, bu alanı yöneten ilkelerin niteliklerini inceleyen disiplin olarak da tanımlanmaktadır.⁶

Etik, belirli bir eylem ve davranışı değil, sadece insana özgü olan ve özgürlük anlamındaki ahlakiliği gösterir ve talep eder. Bunun yanında, eylemdeki kişinin ahlaki açıdan uygun eylemi nasıl belirleyeceği hakkında da bilgi verir.¹¹⁵

Kuşkusuz etik kavramına ve misyonuna ilişkin olarak yapılan bu değerlendirmeler hemen her meslek kuruluşu ve çalışanı için aynı noktaları işaret etmektedir. Ancak, üstlenmiş olduğu sosyal sorumluluk misyonu ve ulaştığı kitlenin büyüklüğü açısından genel olarak basın-yayın kuruluşlarının ve çalışanlarının bu bağlamda çok daha fazla önem arz eden özel bir konumları olduğunu söylemek mümkündür.

2.6. Medya Etiği

Günümüz dünyasında tüm çağdaş toplumlarda önemli bir olgu olarak ortaya çıkan meslek etiği, özellikle son zamanlarda iletişim mesleği alanında görülen hızlı gelişme ve farklı yaklaşımların etkisiyle önemini bir kat daha artırmıştır. Çünkü, etik genel olarak iletişim, özel olarak da gazetecilik alanında ortaya konan söylem ve davranışların daha önceden belirlenmiş kural ve ilkeler bakımından ahlaklı olmayı vurgulaması açısından da mesleki boyutta yadsınamaz bir öneme sahiptir.

Ahmet İnam,³⁷ mesleki etiğin önemini şu cümlelerle dile getirmektedir.

“Çağımız insanı sorunlarını pragmatik düzeyde çözmeye çalışıyor. Etik kodlar arıyor kendine. Meslek odaları, doktorlar, mühendisler, iş adamları böyle kurallara acil olarak ihtiyaç duyuyorlar. İçine düştükleri durumlarda yaptıklarını yargılayacak kurallar olsun

istiyorlar. Örneğin tıpta, gen mühendisliğinde, organ naklinde, ötenazide, psikiyatride kurallar belirlemek istiyorlar. Bilgisayar alanında, internet kullanımında, enformasyon amacıyla, ne ahlaka uygun ne değil bilmek arzusuyla yanyıyorlar.”

Türkiye’de tıp doktorluğu yapabilmek için diplomanın yanı sıra tabip odalarına; avukatlık yapabilmek için yine diploma ve barolara kayıt olunması gerekmektedir. Üye olunan bu meslek birlikleri belirlenmiş çalışma koşullarına ve etiğe uymayan üyeleri üzerinde, mesleklerin icrasını önlemeye kadar uzanan bir dizi yaptırım uygulayabilmektedirler. Ancak söz konusu medya olduğunda, mesleki ehliyet aranmadığı gibi yaptırımlarla donatılmış meslek örgütlerinin yokluğu göze çarpmaktadır.¹⁴³

Gazetecilikte temel ilke basın ahlakına bağlılıktır. İşte, gazetecilerin aklından çıkarmaması gereken temel kural, bu kısa cümlede ifade edilmektedir. Gazetecilik mesleğini seçmiş herkesin bu kurala tam olarak riayet etmesi ahlaki bir zorunluluktur. Basın ahlak kuralları, bir toplumda yüzyıllar içinde, o toplumu oluşturan ve birer sosyal varlık olan bireylerin ait olduğu kültürel ve sosyal çevrenin şartlarına uygun olarak, birbirleri ile etkileşimleri sonucu oluşan ahlak kurallarına paralel olarak şekillenir.

Gazeteciliğin var oluşundan bu yana, kimileri eleştirmekle yetinmişler, kimileri öneriler getirmişler, kimileri ise yönetmelik, yasa ve yasaklamalara bel bağlamışlardır. Sorumluluk ve ahlakın, gazetecilikte eşanlamlı olduğu belirtilmekte ve tüm ahlaki görevler ve toplumsal sorumluluklar arasında, doğrudan bir bağ bulunduğu dikkat çekilmektedir. Bütün bu olumsuz gelişme ve değerlendirmelere rağmen gazeteciler, mesleklerini uygulama aşamasında uyulması gereken kurallar arayışından vazgeçmemiş, çeşitli girişimlerde bulunmuş ve bazı kurumlar oluşturmuşlardır.¹⁵⁵

Çünkü, medya üzerindeki yasal kısıtlamalar tek başına iyi gazeteciliğin garantisi değildir. Medyada kalitenin yakalanabilmesi, etik ilkelerin varlığına bağlıdır.⁷¹

Bu açıklamaların ardından medya etiğini kısaca, gazetecilerin mesleklerini icra ederken uymak zorunda oldukları kurallar ve ilkeler bütünü⁷² olarak tanımlayabiliriz. Etik kurallar, gerçekte kişinin kendi kendine duyduğu vicdani yükümlülüklerdir.

Temelde amacı, bir mesleği icra edenlere yol göstermek, en doğru, en iyi davranışın ne olduğunu, neyin tercih edilmesi, nelerden sakınılması gerektiğini söylemek⁷³ olan etik ilkeler, gazetecileri baskı altına almak veya oto-sansür uygulamaya zorlamak anlamına gelmemektedir. Belki de, genel kanı bu yanlış anlaşılma üzerine kurulduğu için, çoğu gazeteci özellikle Türkiye gibi baskıcı yasaların bulunduğu ülkelerde Basın Konseyi gibi özdenetim kuruluşlarına karşı çıkmaktadır. Oysa dünyadaki uygulamalar göz önüne alındığında, etik ilkelerin hedefinde medyanın saygınlığını ve güvenilirliğini arttırmak olduğu kolaylıkla görülebilir.⁷²

Gazetecilik mesleği “görevci etik anlayışı” ve “yararcı etik anlayışı” olmak üzere iki farklı etik anlayış çerçevesinde değerlendirilebilir. Emmanuel Kant’ın görüşlerine dayandırılan görevci etik anlayışına göre, bir kişinin eylemlerinin ahlaki olarak nitelenebilmesinin temel koşulu, aynı eylem veya davranışın evrensel bir ilke haline gelebilmesidir. John Stuart Mill’e dayandırılan yararcı etik anlayışına göre ise, önemli olan önceden belirlenmiş ilkeler ve kurallardan ziyade sonuçtur. Başka bir ifadeyle, bir eylemin doğruluğu ya da yanlışlığını belirleyen şey ortaya çıkan sonuçtur. Bu anlayışa göre “*Birçok insan için en büyük mutluluk kaynağı etik davranıştır.*” Gazetecilik mesleği açısından da daha kolay uygulanabilir gözükken bu anlayış, belirli kurallar yığını içinde bunalmadan, her olayı kendi koşulları içinde düşünmeyi ve olası sonuçları göz önünde bulundurarak karar vermeyi önermektedir.⁷²

Medya açısından etik ilkelerin işlevleri gruplara ayrılacak olursa; birinci grupta gazetecilerin okuyucu, toplum, haber kaynakları, devlet, işverenler gibi çeşitli kesimlere karşı sorumluluklarını belirleyen ilkeler; ikinci grupta ise, bu mesleğin kurum içi ve kurum dışı baskılara karşı saygınlığını ve bağımsızlığını korumaya çalışan ilkeler yer alır.⁹¹

Basın-yayın alanında karşımıza çıkan etik sorunlar, her birimizin karşılaştığı, ilişkilerimizde farkında olarak ya da olmadan yüz yüze geldiğimiz sorunlardan türce farklı değildir. Dolayısı ile her etik ilişkide, eylemde bulunan kişinin karşısında ya başka bir kişi, ya bir insan durumu, ya da kendisi bulunur; ama her durumda insan unsuru vardır.⁸⁸ Etik sorunlar denilen sorunlar, “bir kişinin, bir kerelik bile olsa belirli bir durumda, eylemde bulunmak için çözmek zorunda olduğu sorunlardır.”⁸⁹

Doğal olarak, gazetecilerde (medya çalışanları) yaşayan her insan gibi, bir birey olarak işini yaparken sürekli etik ilişkiler içindedir. Haber yaparken, yani çevresinde olan bitenlerden birini ya da birkaçını “haberleştirirken” bu seçimi doğru yapması, seçtiğini doğru aktarması, çarpıtmaması, onun önemine uygun biçimde ne değerini abartarak ne de düşürerek sunmasına ve doğru değerlendirme yapabilmesine bağlıdır. Ezbere yapılan değerlendirmeler, değer biçmeler ve değer atfetmeler, her zaman etik sorunları da beraberinde getirmektedir.⁸⁹

Bu arada, mesleki etik değerlerin belirlenmesi kadar, medya sektöründe çalışanların, bu ilkelere uymalarını sağlayacak şartların da tek tek ortaya konması önem arz etmekte ve bu ilkeler saptanırken, ülkenin toplumsal değer yargılarını da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Gazeteci de bulunduğu ortamın koşullarını bilerek bu yönde hareket etmek zorunda kalacaktır. Çünkü, her insan gibi gazeteci de yetiştiği ve içinde yaşadığı toplumun ürünüdür ve bu olgunun dışında kalamaz.”¹⁰⁹

Medyada kaliteye giden etik rota gazetecilerin ve diğer medya çalışanlarının belli etik ilkelere ve ölçütlere bağlılıklarını gerektirir. Bu bağlılık, en

uygun biçimde "erdemli gazeteci" nosyonu ile ifade edilebilir. Belirli ilkeleri ve ölçütleri birleştiren bir etik "*davranış kodu*"na uygun davranmak zorunlu olmasa da, bu tür bir yaklaşımın bazı üstünlükleri söz konusudur. Özellikle, gazeteciliği ilan edilmiş bir davranış koduna sahip diğer mesleklerle buluşturarak, gazeteciliği basit bir meslek olmaktan çıkarıp profesyonel bir meslek haline getirmenin başlangıcı olmasıdır.

Böylece, bir davranış koduna bağlılık, gazetecileri, ortak amaçları ve çıkarları olan ve kamuya karşı sorumluluklarını kabul eden profesyoneller olarak bir araya getirir. Dolayısıyla, bir davranış koduna bağlılık, etik meselelerde tümüyle bireysel vicdana değil, açıklanmış etik ilkelere ve ölçütlere kolektif kamusal teslimiyeti gösterir. Etik ilkeleri ve ölçütleri yayımlanmış bir davranış kodu içine yerleştirmek, kaliteye ve kaliteyi gerçekleştirmek için gerekli olan davranış ve eylem ölçütlerine bağlılığı hem profesyonellere hem de kamuya ilan etmek anlamına gelir. Her ne kadar, medyada neyin emredildiğini, neyin yasaklandığını ayrıntılarıyla açıklayan bir etik davranış kodlarının olumlu ve olumsuz yönleri olsa da, sonuçta medyada kalitenin gerçekleşmesine katkıda bulunmaktadır.⁷¹

Günümüzde birçok kişinin yazılı ve özellikle de görsel basın organlarını sürekli izlemesi, medyanın kitleler üzerinde etkili olarak, onları kolayca yönlendirebilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu kolaylaştırıcı etki basının amacına uygun olarak gerçekleştirdiği iyi işlerin yanı sıra, kötüye kullanılması sonucu yol açtığı kötü işleri de daha tehlikeli hale getirmektedir. Çünkü, bilerek ya da bilmeden yapılan bir yayın, daha sonra düzeltme olanağının olmasına karşın, hukuksal mekanizmanın işletilerek düzeltmelerin yapılmasında gerekli olan kararlarının gecikmeli çıkması nedeniyle, ya olaydan çok sonra yapılmasına ya da yayıncı kuruluş tarafından çeşitli hileli yollarla etkisinin azaltılmasından dolayı, kişilerin zedelenen haklarına verilen zararı tazmin etmekten çok uzak kalmakta ve genellikle "atılan çamurun lekesi kalmaktadır."⁹⁰

Şahin'in vurguladığı gibi;

“Bazen şiddet, kan ve acı, haberin asal unsurudur, onu vermezseniz haberi vermemiş olursunuz. Bütün mesele işin dozunu iyi ayarlamaktır. Amerikan gazeteleri ve televizyonları büyük felaketi verirken en çok bu ayarı tutturmak için çaba göstermişlerdir. Şu gibi sorular çıkmış karşılıklarına: 110 katlı binalardan atlayanların fotoğraflarını verecek miyiz? Birkaç resim ya da birkaç görüntü vermişler ama örneğin yere çarpma anının ya da patlamış kafanın gösterilmesi asla söz konusu olmamış. Bu ayarı yapmak gazetecinin becerisidir. Röntgenci ya da ‘peep show’ dükkânı işletmekle gazetecilik arasındaki fark buradan geçiyor. ‘Birincisi her şeyi göstermek istiyor, hem de evire çevire, bunu marifet sayıyor ve hatta övünüyor. Biz her şeyi göstererek görevimizi yapıyoruz’. Oysa marifet her şeyi göstermek değil, hiçbir yasa sizi engellemediği halde neyi göstereceğini bilmektir.”¹²⁷

Toplumsal olayları doğru aktarma iddiasındaki medya organlarının, amaçlarının dışında kötü kullanılmaları durumunda, insanları yanlış yönlendirebileceği, gerçek dışı haberlerin üretici ve yayıcısı haline dönüşebilecekleri bir gerçektir. Bunun yanında, medyanın günümüz koşullarında tarafsız, bağımsız, objektif, çoğulcu fikirlerin serbestçe söylenebildiği bir alan olmaktan çıktığı, piyasa şartlarından dolayı gerçeğin birebir yansıtılmasının zorlaştığı bir alan olduğu da söylenebilir.¹³⁰

Kamuoyu yoklamaları da, medya kuruluşlarının en az güvenilen kurumlar arasında yer aldığını göstermektedir. Ve ortaya çıkan bu güven bunalımı, medyadan rahatsızlık duyan hükümetlerin işlerini kolaylaştırarak var olan baskıcı yasaların daha da ağırlaştırılması için girişimde bulunmaya zemin hazırlamaktadır.⁷²

Buna karşın, medya profesyoneli öncelikle kendine daha sonra topluma, medya ise üzerine düşen görevleri nedeniyle içinde bulunduğu topluluğa karşı sorumludur. Medya halkın ahlaki vicdanını rahatsız etmeden tüm grupların ihtiyaçlarını tanımlamalı ve onlara hizmet etmelidir.

Ayrıca, medyanın bir bütün olarak topluma karşı da görevlerini yerine getirmesi için sadece kanunlara uymak yeterli değildir. Kanunlara uyarken aynı zamanda halkın merakını tatmin etmek yerine çıkarlarını korumaya, aile kurumunu ciddi şekilde zedeleyecek haberleri yayınlamamaya; haksızlığa karşı mücadele etmeye, imtiyazlı olmayanların adına konuşmaya, insanlar arasındaki işbirliğini geliştirmeye, korku yaratarak spekülasyonda bulunmamaya, ahlaksızlığı, edepsizliği ya da vahşeti geliştirmemeye, hırs ya da şiddet gibi dürtüleri teşvik etmemeye; savaşı, şiddeti ya da suçu yüceltmemeye¹⁵⁷ dikkat etmelidir.

Sonuç olarak, medya düzeltme yapmanın, yanlış aktarılan bir haber yüzünden verilen hasarı her zaman gideremeyeceğini unutmadan, verileri titizlikle kontrol etmelidir. Başlıklar, alt başlıklar ve onların özetleri haberin içeriğine tekabül etmelidir. Editöre mektuplar derleme yoluyla çarpıtılmamalıdır. Kesintiler işaretlenmelidir. Fotoğraflar yanlış şekilde yorumlanmaması için gerekli önlemler alınmalıdır. Fotoğraflar, ses kasetleri, video kasetleri çarpıtmaya sebep olacak unsurlar bulundurmayacak hale gelene kadar gözden geçirilmeli ve incelenmelidir.¹⁵⁷

2.6.1. Basın Ahlak Kurallarının Gelişim Süreci

Meslek ahlakı konusu ve sorunu ilk çağlardan günümüze kadar hemen hemen her toplumda görülen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya alanında da pek çok ülkede basının kendi kendini denetim yolunda atılan adımlar genellikle, “*basın ahlakı*” çerçevesinde ele alınmıştır.

“*Basın ahlakı*” kavramı ilk kez 20. yüzyılın başlarında çağdaş kitle iletişim araçlarının gelişmeye başladığı batı ülkelerinde gündeme gelmiştir. Basın ahlakını gerçekleştirmenin aracı olarak görülen ve özdenetimi sağlamada bugüne kadar uygulanan yollardan biri meslekle ilgili etik kurallarının belirlenmesi olmuştur. Bu konuda geçerli olacak temel ahlak kodlarının yazıya dökülmesinin meslek örgütlerinin kurulmasıyla başladığı söylenebilir. Yüzyılın başında kurulmaya başlayan bu tür örgüt, sendika ya da dernekler, yayımladıkları bildirilerde temel ahlak kurallarından söz etmişlerdir. Daha sonraları basın-yayın organları sadece kendi kurumlarını bağlayan, kendilerine özgü ahlak kurallarını saptama yoluna gitmişlerdir.⁴

Basının kendi denetleme sistemini oluşturması genel olarak; “*devlet otoritesinin basına müdahalede bulunmasını önlemek ve kamuoyu karşısında saygınlığı olan bir basın yaratma*” düşüncesinden kaynaklanmıştır.¹³⁷ 1916 yılında İsveç’te uygulanmaya başlanan bu sistemin ilk ve en başarılı örneğini, 1953’te kurulan İngiliz Basın Konseyi vermiştir. 1956’da Federal Almanya’da, 1961’de Avusturya’da, 1962’de İsrail’de, 1964’te Güney Kore’de, 1965’te Hindistan’da ve 1968’de Gana’da basın konseyleri kurulmuştur.¹¹⁰ Bütün bu kuruluşların ortak özelliği, basın özgürlüğünün kötüye kullanılmasını önlemek için siyasal iktidarların basına müdahalesine fırsat vermemek amacına hizmet eden ve bizzat basın tarafından istenerek kurulan “*gönüllü kuruluşlar*” olmalarıdır.¹⁵⁶

Bugün çağdaş teknolojinin ve uluslararası gelişmelerin getirdiği değişimde gelişmiş ülkelerin pek çoğunda medya alanını düzenleyen temel kanunlar, 1985-2000 yılları arasındaki 15 yıllık süreçte ortaya çıkmıştır. Bu zaman dilimi gerçekten yayıncılık alanında önceki dönemlerde yapılan uygulamaların ve aksaklıkların teknoloji ve bilgi birikimiyle yeniden yapılandırıldığı ya da yeniden yorumlandığı, yayıncılığın hareket noktasını oluşturan uluslararası düzenlemelerin ortaya çıktığı önemli bir dönemi yansıtmaktadır.¹⁰⁶

2.6.2. Türkiye’de Basın Ahlak Kurallarının Gelişimi

Ülkemizde basına ilişkin etik anlayışın gelişimi çok yeni bir olgudur. Osmanlı döneminde, 1857 yılında Matbaalar Nizamnamesi ile başlayan, 1858 tarihli Ceza Kanunu ve çeşitli uygulamalarla süren sınırlama ve yasaklar, basına “*bünye dışından ahlaki kurallar dayatma*”¹⁵⁶ girişimi olarak nitelendirilebilir. Osmanlı dönemi sonrası Birinci Büyük Millet Meclisi’nin hazırladığı 20 Nisan 1924 tarihli Teşkilat-ı Esasiye Kanunu’nun 77. maddesi, “*Matbuat kanun dairesinde serbesttir ve neşredilmeden evvel teftiş ve muayeneye tabii değildir.*” hükmünü getirerek, basının sansür edilemeyeceğini anayasal güvence altına almıştır. Bu hüküm 1876 tarihli Kanun-i Esasiye’nin 12. maddesinde düzenlenen “*Matbuat kanun dairesinde serbesttir.*” hükmüne sansür yasağını eklemiştir.²⁹

Cumhuriyet kurulduktan sonra, basında ve toplumsal alanda kısıtlamalar getiren ilk yasa, 4 Mart 1925’te kabul edilen Takrir-i Sükun Kanunu olmuştur. Başlangıçta iki yıl için kabul edilen olağanüstü hal kanunu (Takrir-i Sükun), 1929 yılına kadar uygulanmıştır.¹³⁷ Bu kanunla, basında çok uzun sürecek bir sessizlik dönemi başlatılmıştır.¹⁵⁶

14 Şubat 1952’de Uluslararası Basın Enstitüsü’nün ilkeleri Türkiye tarafından da kabul edilirken, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC), Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi adlı bir metin hazırladı.⁴⁵ Bu metin gazetecilik mesleği yapacak olanların uymaya söz verdikleri ilkeleri belirlemektedir.¹⁵⁵

24 Temmuz 1960 tarihi medyada etik ilkeler açısından önemli bir tarihtir. Erinç⁴⁵ bu tarih için şunları söylemektedir;

“Bu tarihte rahmetli Abdi İpekçi’nin önderliğinde “Basın Ahlak Esasları” hazırlandı ve onu uygulamak için “Basın Şeref Divanı” kuruldu. Bu oluşum cezadan çok kamuoyuna yapılan açıklamalardan oluşuyordu. Daha sonra Basın İlan Kurumu Genel Kurulu, 195 sayılı

Yasa'nın 49'uncu maddesinde ceza verilecek durumlar arasında sayılan "Basın Ahlak Esasları"na aykırılık hükmünde verilen Basın Şeref Divanı kararlarının resmi ilan kesilmesinde etkili olmasına karar verdi. İlk karar Yeni Sabah Gazetesine uygulandı. Yeni Sabah Gazetesi de bu nedenle Basın Ahlak Esasları'ndaki imzasını geri çekti. Bunu, resmi ilan kesme cezası alan diğer gazeteler de uygulayınca, Basın Ahlak Esasları uygulanamaz oldu".

1982 Anayasası ile birlikte kitle iletişim araçlarını düzenleyen yasalarda bazı önemli değişiklikler yapılmıştır. Özellikle, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Yasası ve Basın Yasası bakımından getirilen düzenlemelerin ardından yapılan diğer bazı yasa değişiklikleri, basının kendi kendini denetleme konusunu tekrar gündeme getirmiştir. Basın, kendi kendini denetleme yönünden basın meslek ilkeleri koyma, basın konseyi kurma arayışı içine girmiştir.¹³⁴

1986 yılında 28 gazeteciden oluşan bir çalışma grubunca kendi kendini denetleme konusu ele alınmaya başlamıştır. 1987'de "*Basın Konseyi Sözleşmesi*" ve "*Basın Meslek İlkeleri*" adı altında iki belge hazırlanarak, gazetecilerin onayına sunulmuştur. Basın Konseyi, 6 Şubat 1988'de Konsey Sözleşmesini 28 gazete, 22 dergi, 11 haber ajansı, 6 basın ve yayın kuruluşunun imzalamasıyla resmen kurulmuştur. Konseyin çalışmalarında temel ölçüt olarak, 16 maddelik "*Basın Meslek İlkeleri*" alınır.²²

Bu ilkeler evrensel olarak kabul edilen ve literatürde sıklıkla yer alan doğruluk, tarafsızlık, şiddet, özel yaşam, haber kaynaklarının gizliliği, haber yapma yöntemleri, asparagas haber, çıkar ilişkileri, ek fayda gibi bazı etik kodları içermektedir.^{61, 92, 93, 102, 119, 147, 148.}

18 Kasım 1998 tarihinde kabul edilen Türkiye Gazeteciler Cemiyeti *Hak ve Sorumluluklar Bildirgesi*, basın etiği ve bağlantılı olarak özdenetim ile ilgili önemli gelişmelerden biri olmuştur.¹³⁴

13 Ekim 2006 tarihinde spor basınında, Fair-Play'i, etik kurallarını, spor ve basın ahlakını korumak amacıyla TSYD ile Spor Müdürleri arasında yapılan ortak toplantıda spor yazarlığı mesleğinin duayen isimleri arasından bir *Etik Kurulu* oluşturulması ve bu kurulun spor medyasına bir anlamda danışmanlık görevini üstlenmesi yolunda karar alınmıştır. Yönetim Kurulu'nun aldığı karar doğrultusunda; Necmi Tanyolaç, Kahraman Bapçum, Erdoğan Arıpınar, Abdülkadir Yücelman, Togay Bayatlı, Şansal Büyüka ve Ercan Güven'den oluşan yedi kişilik bir "*TSYD Etik Kurulu*" teşkil edildi.

2.6.3. Basın Ahlak Kuralları

Gazetecilik mesleğinin önem kazanması ve gelişmesiyle birlikte bazı sorunlar farklılaşırken, başta kurumsallaşma olmak üzere, tekelleşme, medya sahiplerinin medya dışı işlere girmesi, ekonomik ve siyasi çıkar alanlarına yönelmesi gibi somut olgular, tüm toplumu yakından ilgilendiren tartışmalara yol açmıştır. Medyanın dördüncü güç olmaktan çıkıp, güçlerin medyası haline dönüşmesi veya birinci güç haline gelmesi herkes tarafından açıkça dile getirilen en önemli konulardan biri haline gelmiştir. Medyanın "haber verme" veya haber yayınlama anlayışında aratarak yaşanan değişimler, yalan haber, manipülasyon (yönlendirme) amaçlı haber, özel hayatların gizliliğinin ihlali, kişisel çıkarlar, kamu yararının göz ardı edilmesi gibi bir dizi "*mesleğe özel*" sorunları beraberinde getirmiştir.⁶⁸

Bu sorunların çözümü için medya kuruluşları bir takım etik ilkeler geliştirmişlerdir. Bu etik ilkeler temelde gazetecilik mesleğinin saygınlığını ve onurunu koruma çabalarından doğmuştur.³

Bu kodların bir kısmı basın çalışanları tarafından belirlenip gönüllü olarak benimsenirken, bir kısmı yasalarla veya hükümet kararnameleriyle kabul ettirilmiştir.⁹⁵ Bu yasalar genellikle haberleşme ve haber kaynaklarına ulaşma

özgürlüğünü koruma, nesnellik, doğruluk, gerçeklik ya da olguların çarpıtılmaması; kamu haklarına, ulusal, ırksal, dinsel topluluklarla, ulus ve devlet ilişkili hak ve çıkarlara karşı sorumluluklar; iftira, asılsız suçlamalar ve özel yaşama tecavüze karşı korunma yükümlüğü; bütünlük ve bağımsızlık; yanıt ve düzeltme hakkı; meslek gizliliğine saygı gibi kavramlar yer almaktadır.⁹⁵

Söz konusu kurallar incelendiğinde, bunların gazetecilerin toplumdaki üç kesime karşı sorumluluklarının düşünülerek geliştirildiği görülmektedir.¹⁰³ *Bunlardan birincisi*, gazetecilerin çalıştıkları yayın kuruluşlarının okuyucularıdır. Bu bağlamda, okuyucuları yönlendirilmekten koruyup, kendi günlük kararlarını verirken haberlerdeki bilgilerden yararlanmalarını sağlamak amacıyla haberlerin doğru, geçerli, tarafsız ve nesnel olmasını öngören meslek ilkeleri belirlenmiştir. *İkincisi*, gazetecilerin haber kaynaklarıdır. Gazetecinin kendisine bilgi veren bir kişinin adını açıklamaması, güvenini kötüye kullanmamasını öngören meslek ilkeleri, gazetecilerin haber kaynaklarına karşı sorumluluklarını belirlemektedir. *Üçüncü kesim ise*, gazetecinin araştırdığı hikayeye konu olan kişilerdir. Bu konudaki meslek ilkeleri de, gazetecinin hakkında yazdığı kişi veya kişilerin mahremiyetine girmemesi ve taciz etmemesi yönündedir.

Demokrasilerde, kamuoyunu yönlendirebilen ve toplumu bilgilendirme görevi olan medya, bu görevini yaparken her şeyden önce toplumun güven ve saygısına sahip olmalıdır. Medyanın sahip olduğu gücün demokrasi, hukuk devleti, kişi hak ve hürriyetleri ve toplum yararına kullanılması gerekir. Bu gücün suiistimalinin ve kötü amaçlarla kullanılmasının önüne geçilmelidir. Bu nedenle, basın kendi içinde çeşitli mesleki ilkeler oluşturarak, mensuplarının bu ilkelere uymasını sağlamaya çalışmıştır. Çünkü, özellikle basın özgürlüğünün en önemli güvencesi, mesleki ahlak ve sorumluluk anlayışına sahip gazetecilerdir.³¹

Basın meslek kurallarının başında hiç kuşkusuz, bütün dünyada kabul görmüş bulunan ortak kural olarak “*doğru haber verme*” gelmektedir. Gazeteci,

okuyucuya yanlış bilgi vermekten kaçınmalı, haberin doğruluğunu çeşitli kaynaklardan araştırmalı, bir düzeltme varsa bunu yayımlamaktan kaçınmamalı, meslek gizliliğini korumalı, haberin kaynağını açıklamamalıdır.

Ayrıca, gazeteci iftiradan, hakaretten ve kişilerin özel yaşamlarıyla ilgili bazı özelliklere girmekten, şiddet ve kötülüğe karşı esnek tutum izleyip kamu ahlakını zedelemekten, haber alabilmek için gazetecinin hakkı olmayan dürüst sayılamayacak yollara başvurmaktan kaçınmalıdır. Doğal olarak, bahsi geçen konulara dikkat edilince, meslek kurallarının ardında bazı hakların, haber kaynaklarına ulaşma özgürlüğünün, gazetecinin fikirlerini ve inançlarını, vicdanına ters düşen işleri geri çevirebilme, kamu yaşamını ilgilendiren bütün konuların özgürce araştırılabilme hakkının yattığı açıkça ortaya çıkmaktadır. Daha öz bir deyişle, basın meslek kuralları ile basın ahlakı iç içedir, birbirlerinin ayrılmaz parçaları gibidir. Daima, ikisi açısından hassas bir denge bulunmalı ve korunmalıdır.³¹

Aslında etik ilkeler yaşamın her alanında karşımıza çıkar. Kişilerin aşağılanamayacağını, kınanamayacağı, özel çıkarların ön plana alınamayacağı özel yaşamın kutsallığı, kişilik haklarına saygı gibi ahlaka ilişkin pek çok maddeyi içeren basın ahlak ilkeleri ile basın mensuplarından beklenen davranışlar, halihazırda ahlaklı her insandan beklenen davranışlardır. Bir başka ifadeyle, medya mensupları da özel yaşama saygı gösterecekler, kişisel çıkarlarını mesleklerinin üzerinde tutmayacaklar ve yazdıklarının doğruluğundan emin olacaklardır.¹⁰⁷

Çeşitli mesleki kuruluşlar tarafından geliştirilmiş bulunan gazetecilik meslek (ahlak) ilkeleri, gazetecilere yol gösteren, doğru davranışı teşvik eden, yanlış davranışlardan kaçınmayı öğütleyen ilkelerdir. Bu ilkelere bakıldığında iki önemli amacın ön plana çıktığı görülür. Bunlardan ilki, gazetecilik misyonunu/görevini koruma altına almaktır. Bu misyonu en iyi ifade eden kavram da Süleyman İrvan'a göre⁷² gazetecinin toplumsal sorumluluğudur.

Basın ahlak kod veya ilkelerini dört genel kategori içerisinde değerlendiren Demir³² göre:

1. Her meslekte olduğu gibi, yalnızca basın mesleğinde olanlar ve meslek örgütlerini ilgilendiren kodlardır. Burada meslek ürününün yüceltilmesi, meslek çıkarlarının korunması, fikri haklara saygı (yazı aşırma yasağı) ve ortak zihniyet gösterme zorunluluğu gibi kurallar sıralanabilir,

2. Her türlü kargaşalık girişimlerini reddetme, gerçeğin aranması, haberin yorumdan ayrılması, doğru olmayan haberlerin düzeltilmesi zorunluluğu, manevi, dini duygulara saygılı olma, başkalarının haklarına saygılı olma gibi, halkla ilişkileri düzenleyen kurallar,

3. Kişiyle olan ilişkilerde uygulanan kurallar. Hakaret ve sövmenin, din, ırk, etnik köken, siyasal tercih, cinsiyet vb. nedenlerle ayırım yapılmasının yasaklanması,

4. Devlet ve uluslararası toplumla ilişkileri belirleyen kurallar. Basın özgürlüğünü ve mesleki sırları savunma, insan hakları, barış, uluslararası işbirliği anlayışından yana tavır takınma.

Gazetecilerin mesleklerini yaparken uymaları gereken kurallar; anayasa maddeleri, ceza yasaları, bazı ilgili yasalar, basın yasaları, onur yasaları, ahlak kuralları, etik kodlar, ahlaki standartlar, meslek ilkeleri, meslek kuralları, gazetecilerin haklarına ve yükümlülüklerine ilişkin bildirgeler, mesleki yükümlülükler bildirgesi, gazetecilik kuralları vb. gibi değişik adlar altında toplanmıştır.

Hangi ad altında olursa olsun, meslek ilkelerinin ya da kurallarının başka bir işlevi de, toplumun geri kalan bölümündekilerle ilişkilerinin eşgüdüm içinde yürütülmesine katkıda bulunmaktır. Bu çerçevede, meslek ahlakının hem meslek grubunun davranışlarına, hem de aynı grubun topluma karşı ödevlerine

yönelik ilke ve kurallar içerdiği bir gerçektir.¹³⁷ Meslek üyelerinin genel ve ortak davranış biçimlerini belirleyen kurallar, temelde şu üç işlevi yerine getirir; *hizmet ilkelerini korumak, meslek içi rekabeti düzenlemek, yetersiz ve ilkesiz üyeleri ayıklamak*.¹⁵⁶

Buna rağmen, hiçbir hukuksal çerçeve toplumsal yaşamın herhangi bir alanındaki etik davranışı güvence altına alamaz. Yasalar olsa olsa bazı davranış biçimlerinin teşvik edildiği, bazılarının engellenmeye çalışıldığı bir arena sağlayabilir. Yaptırımlar ve cezalar biçiminde bazı caydırmalar olacaktır, ancak bir toplum nihayetinde üyelerinin ahlak ve sorumluluk duygusuna bağlıdır. Aslında, demokratik bir toplumda olması gereken de budur. Benzer biçimde, hukuksal rotanın ne olumlu ne de olumsuz boyutları medyada kaliteyi güvence altına alabilir. Medya profesyonelleri de ahlak ve sorumluluk duygusuna sahip olmadıkça kalite eksik olacaktır.⁷¹

Ancak, medya bakımından hukuk ve etik arasında önemli bir etkileşim söz konusudur. Meseleyi basit biçimde ortaya koymak gerekirse, çok sayıda hukuksal yasaklama ve kısıtlama gazetecilerin yasalardan nasıl kaçabilecekleri meselesi üzerinde yoğunlaşmalarına ve dolayısıyla dikkatlerini etik meselelerden uzak tutmalarına yol açar. Bu durum medya içeriği üzerinde kalite aleyhine çarpıtıcı ve önemsizleştirici bir etki yaparken, gazetecilere yasal haklar ve özgürlükler tanınması, tam tersine, onları kendi mesleklerinin etik sorunlarına daha fazla dikkat gösterme yükümlülüğü altına sokar.⁷¹

Gazetecilik mesleğine ilişkin etik kurallar, yasal düzenlemelerde yer almayan, ancak gazetecilik mesleği açısından uygun görülmeyen durumlarla ilgili olarak pek çok ilkeyi de içinde barındırmaktadır. Söz konusu ilkeler, mesleki etkinlik açısından önemli olan, uygulamalarla ilgili yükümlülükleri ve kuralları içinde bulundurduğu için meslek üyelerine rehberlik eden ancak hukuki yaptırımı olmayan bir özelliğe sahiptir.¹⁰⁹ Dolayısıyla, gazetecilikte meslek etiği kuralları

basın özgürlüğünün ya da daha kapsayıcı bir deyişle, iletişim özgürlüğünün yetkin bir şekilde sağlanmasında büyük öneme sahiptir.

Basın Ahlak ilkeleri ile ilgili olarak Türkiye Gazetesi Sorumlu Müdürü Behçet Fakioğlu'nun⁴⁹ tespitleri de dikkate değerdir:

'Meslek örgütleri, yayın ilkeleri koymuşlardır. Bu mesleğe başlarken çalışacağım yayın kuruluşu bana bu ilkelere uyacağıma dair sözleşmeyi imzala diyor. Türkiye Gazeteciler Cemiyetine üyeyseniz, Gazeteci Hak ve Sorumlulukları Bildirgesi'ni imzalamak zorundasınız. Basın Konseyi de, eğer bize üyeyseniz, Basın Meslek İlkelerini kabul et diyor. Gazetelerimiz bir köşesine "Bu gazete basın meslek ilkelerine uymaya söz vermiştir" cümlesini yazmışlardır. Bütün kuruluşlar aynı şekilde ilkelerini geliştirmişlerdir. Bu ilkelerin hepsi aşağı yukarı ortaktır. Hepsi evrenseldir. Yani dünyanın başka bir ülkesinde, mesela ABD'de geçerli olan meslek ilkeleri ülkemiz için de geçerlidir, hepsi benzer ilkelere.

Nedir bunlar? Bizim toplumumuzda olan ilkeler nelerdir? Yalan söylememe, kimsenin arkasından kötü söz söylememe, insanları birbirine düşürmeme, bozgunculuk yapmama vs. İşte bunların hepsini medya kuruluşları, medya örgütleri ilkeler haline getirmiş, her gazeteci bunlara uymakla mükelleftir demiş. Demişler ama uyan var mı veya kaç kişi uyuyor? Bütün mesele burada"

Sonuç olarak, kişi sadece kendine karşı değil, başkasına karşı da sorumludur. Ancak bir medya profesyoneli, ilk olarak kendisine karşı sorumludur. Kendi inançlarına ihanet etmemeli, etiğe karşı olan her türlü görevi reddetmemelidir. Medyanın ayrıca işlevini sürdürdüğü topluluğa karşı da görevleri vardır. Halkın ahlaki vicdanını rahatsız etmemelidir. Bütün grupların ihtiyaçlarını tanımlamalı ve onlara hizmet etmelidir.

Medyanın sadece işlevini sürdürdüğü topluluğa değil, bir bütün olarak topluma karşı halkın ahlaki vicdanını rahatsız etmeme, ihtiyaçlarını tanımlama ve hizmet etme gibi görevleri yerine getirirken sadece kanunlara

uyması yeterli değildir. Bunun yanında, halkın merakını tatmin etmek yerine çıkarlarını korumalı, aile kurumuna ciddi şekilde tehlikede bulunabilecek hiç bir şeyi yayınlamamalı; acımasız kanunları övmemeli, haksızlığa karşı mücadele etmeli ve imtiyazlı olmayanların adına konuşmalı, insanlar arasındaki işbirliğini geliştirmeli, korku ile spekülasyonda bulunmamalı, ahlaksızlığı, edepsizliği ya da vahşeti geliştirmemeli, hırs ya da şiddet gibi dürtüleri teşvik etmemeli; savaşı, şiddeti ya da suçu yüceltmemelidir.¹⁵⁷

2.7. Medyanın Özdenetim Modelleri

Bugün hemen hemen bütün ülkelerde, medyanın uyması gereken bazı “etik kodlar” geliştirilmiştir. Bu etik kodların uygulanıp uygulanmadığını veya ihlal edilip edilmediğini tespit eden ve gerekli tedbiri almakla görevli olan iki temel kurum bulunmaktadır. Bunlardan ilki, bu etik kuralların pek çoğunu ortaya koyan ve kabul eden *iletişim (basın) konseyleri*, diğeri ise medya organlarının kendi içlerinde uygulamaya koydukları *ombudsmanlık* uygulamasıdır.⁴¹

2.7.1. Basın Konseyi

Bugün dünyada elli dolayında basın ve medya konseyi ve diğer benzeri kuruluşlar, basında özdenetimi sağlamak için başvuru alan örgütlerin başında gelmektedir.⁹⁵

İlk basın konseyi 1916 yılında İsveç’te kurulmuş, onu 37 yıllık bir gecikmeyle İngiltere izlemiştir. Basın konseylerinin tüm dünyada yaygınlaşmaya başlaması 1960’lı yılların başına rastlar. Ülkemizde Basın Konseyi ancak 6 Şubat 1988 yılında oluşturulmuştur.

Basın konseyleri, kuruluşları ve bileşimleri çeşitlilik gösterse de genel olarak üç ayrı kategoriye ayrılabilirler:

1. Tüm üyeleri hükümetten oluşan konseyler;
2. Gazete yayımcıları, gazete sahipleri ve gazeteciler tarafından ortaklaşa kurulan konseyler;
3. Hem meslek, hem de tüm kamunun değişik oranlarda temsil edildiği konseyler.⁹⁵

Basın konseylerinin amacı, basında çıkan yanlış ve haksız haberler veya yorumlar sonucu onurları, hakları zarar gören kişilerin veya kuruluşların şikayeti üzerine veya konseyin kendiliğinden harekete geçmesiyle incelediği olayları bir karara bağlamak ve sonucu kamuoyuna duyurmaktır.³⁰

Basın konseylerinin işlevleri sadece ahlaki standartların korunması değil, aynı zamanda basın özgürlüğünün de korunmasıdır. Bazı konseylerin (Almanya, İngiltere) basının yapısal gelişimini, özellikle tekelleşme eğilimini izlemek ve kamuya açıklamakla ilgili görevleri de vardır. Bu görev basın özgürlüğünü koruma çabalarının bir bölümü olarak nitelendirilebilir.³¹

Türk Basın Konseyi ise, 6 Şubat 1988'de kurulmuş, ardından Temsilciler Kurulu, üçü okuyucu kesimini temsil eden 9 kişiyi Yüksek Kurul'a seçmiş ve Konseye katılan basın organları temsilcilerini belirlemiştir. Böylelikle, Basın Konseyi Yüksek Kurulu oluşturulmuş ve ilk toplantısını 12 Mart 1988 günü yaparak Başkanlığa Prof. Faruk Erem'i, ikinci başkanlığa gazeteci Oktay Ekşi'yi getirmiştir. Genel Sekreterlik görevi de, tam gün çalışacak bir yenisi bulununcaya kadar Oktay Ekşi'ye verilmiştir.

Bir basın konseyinin değeri ve etkinliği için en önemli kıstas, konseyin manevi ağırlığıdır. Çünkü bir konsey, hükümet, parlamento ve her şeyden önce bizzat basın organlarının saygısını kazandığı zaman, basın ve basın özgürlüğü yararına çalışabilme imkanına sahip olur. Dolayısı ile, bir basın

konseyinin bu seviyeye ulaşabilmesi için seneler süren yorucu ve sabırlı çalışmalara ihtiyacı vardır. Ne bir hükümet ve parlamento ne de bizzat basın, basın konseyine bu manevi otoriteyi kazandırabilir. Bu otorite ancak, basın konseyi üyelerinin sorumluluk sahibi, ölçülü ve sabırlı çalışmalarıyla gelişir. Bunun için basın konseyi üyeleri de bütün çalışmalarında, medyanın birtakım kamusal görevleri üstlendiği ve demokratik bir ülkede medyaya tanınan özel haklara karşı, kendilerinin de birtakım görev ve sorumluluklar taşıdıkları bilinciyle hareket etmek zorundadırlar.³¹

2.7.2. Ombudsman

Ombudsmanlık kurumu, bürokrasinin denetlenmesi ve kişilerin idare karşısında korunmasını amaçlayan bir yöntem olarak ortaya çıkmıştır. Ombudsman, halkı, yönetimin haksız eylemlerine karşı koruyan bir yargıç gibi görev yapmakta, kamu yönetiminin ilgili birimlerinden istediği belgeye ulaşabilmekte ve görevlileri sorgulayabilmektedir. Ombudsman, insan haklarını geliştirmek, idarenin kötü uygulamalarına karşı bireysel şikayetleri çözümlemek ve kamu bürokrasisindeki idari hastalıklara kamuoyunun ilgisini çekebilmek bakımından alternatif bir denetim kurumudur.⁴⁸

Ombudsman, vatandaş koruyucusu anlamına gelen, bir basın organı bünyesinde soruşturma yapmak, karar vermek, açıklamalarda bulunmak ve bazen de hataları düzeltmekle görevli kişidir. Birçok ombudsmanın, gazetecilerin çalışması konusunda görüş belirtmek, bazen de eleştirel fıkralar yayınlamak için kendi gazetelerinde köşeleri vardır. Bazıları, gazetecilerin ve yönetimin dikkatine sunulmak üzere eleştiriler kaleme alırlar. Ancak, bunları okuyucu görmez. Bir ombudsmanı olan ilk basın organı Louisville Courier-Journal'dır (ABD- 1967).³⁰

Bugün dünyada 35'i ABD'de olmak üzere 100'e yakın saygın gazetenin düzenli yazar *Okur Temsilcisi* bulunmaktadır. Basın alanında

ombudsmanlık uygulaması dünyada iki farklı biçimde görülmektedir. Birincisi, İsveç'te uygulanan biçimiyle ombudsman, okuyucuların basınla ilgili şikayetlerini yönelttikleri kişidir ve hükümetle hiçbir bağı yoktur. Bir parlamento üyesi, İsveç Barolar Birliği Başkanı ve İsveç Basın Konseyi temsilcisinden oluşan üç kişilik bir komisyon tarafından seçilen ombudsmanın maaşı Yayıncılar Derneği'ndeki gazeteciler tarafından ödenir. İkincisi, Amerika Birleşik Devletleri'nde uygulandığı biçimiyle, her basın organı eğer istiyorsa, kendi yayın kuruluşunun ombudsmanını kendisi belirler. Bir başka deyişle, isteyen basın organı özdenetim amacıyla bünyesinde sadece kendi yayınlarının içeriğini izleyecek bir ombudsman bulundurur. Bu modelde ombudsman, bir taraftan kurum içi yazılı eleştiriler yayımlayarak gazetecilere mesleki sorumluluklarını hatırlatırken diğer taraftan da gazetede çıkan haber ve yorumlarla ilgili okuyucu şikayetlerini değerlendirir. Bu modelde ombudsman, haberlerin hazırlanma aşamasına müdahale etmez, sadece yayımlanmış haberlere gelen eleştirileri yanıtlayarak, hataların tekrar edilmemesine gayret gösterir.⁴ ABD modelinde ombudsmanın maaşını da bu görevi ona veren yayın kuruluşu üstlenir.

Basında ombudsman uygulaması Türkçe'ye “okur temsilcisi” kavramı olarak yerleşmiş olmakla birlikte halen her iki kavram da birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ombudsmanlık ülkemizde yaygın olarak görülmemesine rağmen, Türk Basınında ilk ombudsmanlık uygulaması 1980'li yılların başında Hürriyet Haber Ajansı'nda Seyfettin Turhan ve Hürriyet Gazetesi'nde Emre Kongar tarafından yapılmıştır. Seyfettin Turhan, Hürriyet Haber Ajansı için çıkardığı Aylık Bülten'de haber yazımındaki yanlışlıklara işaret etmiş ve temel gazetecilik kurallarını hatırlatmıştır. Emre Kongar da yaptığı işi, “*Gazetenin içeriğinin daha kaliteli ve hatasız olmasını sağlamakla ilgili bir iş...*”olarak tanımlamıştır.¹⁰⁹

Okur temsilcisi gazetede köşesinde gazetecilik ilkeleri ve etik konularına yer vermek, okurların haberlerin çeşitli yanlarına yönelttikleri eleştirileri ve gazetenin içeriği ve yayın politikası hakkındaki sorunları yanıtlamak

ve okur temsilcisinin özdenetim işlevinden söz etmek gibi gazete için çok önemli bir görevi yerine getirir. Okur temsilcisi bu işlevleri yerine getirirken bir taraftan gazete ile okur arasında bir iletişim köprüsü oluşturur, diğer taraftan da gazete çalışanlarının haber eleştirilerine, dolayısıyla okuyucuya karşı duyarlı olmalarını ve gazete çalışanlarının mesleklerini en iyi şekilde yerine getirmelerinin ancak gazetecilik ilkelerine ve meslek etiğine bağlı kalmalarıyla mümkün olduğuna dikkat çeker.

Okur temsilcisi, kösesinde etik ilkeler bakımından sorunlu haberleri inceleyip okuyuculara şikayet ettikleri konularda yanıtlar yazarken ve söz konusu haberi yazan muhabirlere veya ilgili servis şeflerine sorunları iletirken en önemli amacı, benzer sorunların bir daha tekrar edilmemesidir. Böylece, gazete içinde bir özdenetim işlevi gören okur temsilcisi, gazetede yer alan haberlerin etik ilkeler bakımından giderek daha sorunsuz bir şekilde yayımlanmasını hedefler.⁷

Ülkemizde gazetecilikte ombudsmanlık uygulamasının başarılı örneklerinden biri, Yavuz Baydar tarafından Milliyet Gazetesi'nde 22 Mart 1999 tarihinden beri sürdürülmektedir. Milliyet Gazetesi Ombudsman'ı Yavuz Baydar'a göre Okur Temsilcisi Kösesi'nin amaçları şunlardır: (Milliyet, 27 Mart 2000):

- 1.Okuru gazetesinin içeriği konusunda söz sahibi yapmak.*
- 2.Eleştiriye ve özeleştiriye tümüyle açık olmak.*
- 3.Milliyet'in iç işleyişini ve içerikle ilgili alınmış kararları nedenleriyle birlikte okura açıklamak.*
- 4.Milliyet ile okur arasında köprü olmak.*
- 5.Etik ve basın ahlakı ile ilgili tartışmaları korkusuzca canlı tutarak gazetecilik standartlarını yükseltmek.*
- 6.Dünyadaki gazete-okur ilişkilerini ve etik tartışmalarını Milliyet okurlarına aktarmak.*

2.8. Medyada Yaşanan Etik Sorunlar

Hepimizi kuşatan, ortaya koyduğu mesajlara kayıtsız kalmanın neredeyse imkansızlaştığı bir ortamda, birer gündem belirleyicisi haline gelen medya kuruluşları ve medya çalışanları, ekonomi, siyaset, kültür gibi alanlarda gündemi kısa sürede değiştirerek istedikleri konuların tartışılmasını sağlar hale gelmişlerdir.⁴² Ancak, hızla gelişen teknolojiye bağlı olarak kitle iletişim araçlarının nitelik ve niceliğinde ortaya çıkan artışlar, bu kuruluşlar arasındaki rekabetin yükselmesine neden olurken, tiraj/seyredilme oranı kaygısı gibi faktörler bilgi verme ve eğitime katkıda bulunma görevlerinin önüne geçmeye başlamıştır.

Zaman zaman gazetelerin haber yazı ve fotoğraflarında, ulaştıkları okuyucu kitlesinin ahlak ve etik kurallarını hiçe sayan ve ülkenin yasalarına uygun olmayan örneklerle karşılaşmaktayız. Ahlaki ve etik dışı davranışlara somut ceza uygulanamaması, ayrıca yasal olmayan yayınlara verilen cezaların da caydırıcı olmaması nedeniyle medyadaki etik dışılık yaygınlaşabilmektedir.¹⁷

Gazeteciler, neyin haber olduğu konusunda seçim yaparken ve söz konusu haberleri sunarken kendi etik değerlerini ve yargılarını kullanırlar. Örneğin, bir haberi sansasyonel sunmak ya da belirli hassasiyetleri göz önünde bulundurarak haberin sunumunda daha fazla duyarlılık göstermek gibi. Bundan dolayı gazetecilerin doğru, dürüst ve onurlu olmak gibi kişisel niteliklerinin olması, icra ettikleri meslekte belirli bir etik standardı tutturabilmelerinin ön koşuludur. Gazetecilikte etik kurallara uymak ve etik davranış biçimlerini benimsemek sadece kişisel boyutta ele alınabilecek bir durum değildir. Bunun yanında, basın kurumunda görev yapan muhabirinden servis şefine, editöründen genel yayın yönetmenine, kurum kültürünün oluşturduğu ortam, gazetenin mülkiyet yapısı, meslek çalışanlarının örgütlenme durumu, toplumsal çevre, ekonomik ve siyasal aktörler ve onlarla girilen ilişkiler, ülkedeki siyasal ortam ve siyasal iktidarın tutumu gibi pek çok unsur gazetecinin etik davranışları üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak etkilidir.²³

Buna rağmen, gazetecilik mesleğinde etik ilkelerin uygulanamamasının faturası genellikle en alt kademedeki muhabirlere çıkartılır. Oysa, gazetecilik mesleğinde basın-devlet ilişkileri, gazeteci-patron ilişkileri ve okuyucu-gazete/gazeteci ilişkileri de gazetecilik etiğinin istenilen düzeyde uygulanamamasının nedenlerini içinde barındırmaktadır.⁸

Medyanın tanımlanmış ve genel kabul gören işlevlerine aykırı uygulamalar sistemin yapı ve işleyişinden değil, çoğunlukla medya çalışanlarının kişisel hataları, ihmalleri, bilgisizlikleri ya da kötü niyetleri olarak algılanır. Bu yüzden, medyada etik davranış üzerine yapılan tartışmalar da genellikle bu düşünüş ve algılanış paralelinde kişisel temelde ele alınır. Kişilerin özel yaşamına müdahale, aşağılama, yanlış ya da eksik bilgilendirme ve benzeri konular medya etiğinin sınırlarını oluşturmaktadır gibi yanlış bir izlenim yaratılır. Kitleye sunulanların seçimi, sunuş biçiminin belirlenmesi gibi daha arka planda yer alan, ancak medya etiğini yukarıda sayılanlardan daha çok ilgilendiren konular, etiğe aykırılıkları belirgin biçimde açığa çıkmadıkça bu kapsam içinde yer almaz ve tartışılmaz. Bunlar medyanın yapı ve işleyişini belirleyen bazı etkenlere dayanırlar. Medya çalışanının etik davranışına yön veren asıl etkenler de bunlardır. Üstelik bu etkenler vitrinde tutulan; daha çok gönüllülük esasına dayanan, uyma teklifleri sunan ahlak/meslek bildirgelerinden daha güçlü ve yönlendiricidirler. Zira yaptırım gücüne sahiptirler.¹⁴³

Bu noktada, Günay'ın⁵⁷ Avrupa basını ile bizim basınımızı karşılaştırırken verdiği çarpıcı örnekler oldukça dikkat çekicidir:

Dünyanın hiçbir yerinde Avrupa'da da dahil, bizdeki kadar etik kurallar ihmal edilmiyor. Bu benim kötümserliğimden değil. Tekelleşme dünyanın her yerinde var. Çünkü medya araçları çok pahalı ve büyük ticari yatırımlar gerektiriyor. Onun için tekelleşme bir yerde zorunluluk haline geliyor, ama neden oralarda daha fazla etik kurallara itibar ediliyor? İki nedenini hemen size söylemek istiyorum. Birincisi, gazeteciler örgütlüler. O kadar örgütlüler ki, bir

gazeteci, arkadaşına patron tarafından herhangi bir yaptırım uygulandığında, onunla birlikte hareket ediyor. İtalyadayım. Berlusconi'ye ait bir televizyonda bir programcı, Berlusconi'nin aleyhinde konuşuyor. Bende çok şaşırdım."Bu nasıl olur?" dedim. "Gazetecinin sendikası var. Berlusconi onu kolay kolay işten atamaz" dediler.

Milliyet Gazetesi'nin usta yazarı Nail Gürel⁵⁹ ise, medyadaki etik dışılığı vurgu yaptıktan sonra, gazeteciliğin nasıl yapılması gerektiğini şu sözlerle anlatıyor:

Gazeteci, insanlığın evrensel değerlerine, farklı görüşlere saygılı olmalıdır. Milliyet, dil, din, cinsiyet, etnik ve inanç ayrımcılığı yapmamalıdır. Nefreti, düşmanlığı, her türlü şiddeti halka gösterecek, özendirecek yayınlardan kaçınmalıdır. Ve yazacağı haberin kaynağını mutlaka bilmelidir. Söylentiyle kulaktan dolma şeyleri haber haline getirmemelidir, yazmamalıdır. Hatta haberleri bir kaynaktan değil çeşitli kaynaklardan doğrularak, emin olduktan sonra, doğruluğuna güvindikten sonra yazmalıdır. Bir haberde başka kurumlar yahut kişilerden söz ediliyor, onlar eleştiriliyor veya suçlanıyor ise, mutlaka o kişinin de görüşü alınıp habere eklenmelidir. Unutmadığım bir anı diyeceğim... Abdi İpekçi'yi hepimiz bilirsiniz. Ben Milliyet Gazetesi'nde çalışırken, gece saat 12'de haber bağlanacak... Abdi Bey telefon eder, 'ne var ne yok' diye sorar. Bir önemli haber vardır o gün ... Filanca kişide haberin içinde itham edilmiştir. Sabahtan beri çalışan gündüz ekibi, itham edilen o kişiyi bulup cevap alamamıştır. Hepinizin de başına gelir, 'toplantıda' derler aradığınız zaman, 'yok' derler, bulup konuşma imkanı yakalayamazsın... Yazarsınız ertesi gün, 'yahu bana da bir kere sormadan yazılır mı kardeşim' derler. Bunları da yaşadık... Öyle işte, akşama kadar bulamamıştır gündüz çalışan arkadaşlarımız. Biz 'Abdi Bey, gazeteyi baskıya vereceğiz, biz bulamadık, gece ekibi de bulamadı, gündüz ekibi de bulamadı' diyoruz. Haber de önemli öbür gazetelerde var, verecekler, büyük bir

haber; üç sütün, dört sütün en azından... ‘Bulamadıysanız koymayın’ derdi... Milliyet koymazdı, öbür gazetelerde üç, dört sütün çıkardı, Milliyet haberi atlardı. Ama işte, Abdi bey, zamanındaki o güven unsuru böyle sağlandı.

Bunun yanı sıra, özel televizyonların kurulmasıyla birlikte ticarileşen yayıncılık anlayışı da beraberinde hukuk ve etik dışı uygulamaları getirdi. Kamu yararı, bilgi ve haber verme birinci öncelik olmaktan çıkarak, reyting ve buna bağlı olarak patron çıkarı birinci öncelik haline geldi. Köşe yazarları, programcılar velhasıl bütün yayıncılar özgürlüklerini kaybettiler. Günümüzde, televizyon ekranlarından ve gazete manşetlerinden güya halk adına, doğruluk adına yapılan medyatik savaşlar yaşanmaktadır.¹⁵²

Bugün televizyon kanallarının haber bültenlerine göz atıldığında, bunların birçoğunun, kişilerin özel yaşamalarına girdiklerini, onların temel haklarından biri olan “*özel yaşamın dokunulmazlığına*” zarar verdikleri görülmektedir. Bunu da, “*kamu yararı*”, “*halkın haber alma hakkı*” adına yapıldığı gibi bir savunma mekanizması kullanılmaktadır.” Halkın bilgilene hakkı” adına insanların yatak odalarına kamera yerleştirebilmekte, en azından bu eylem onaylanmakta, “*kişinin kamuya mal olmuş olması*” gerekçe gösterilerek bir sanatçının kiminle cinsel ilişki kurduğu gibi çok özel ilişkileri sorgulanabilmekte, bu yönde bir bilgiye ulaşıldığında da rahatlıkla açığa vurulabilmektedir.

Bugün gelişmiş birçok ülkeye bakıldığında, özel hayatın gizliliğinin kanunlarla teminat altına alındığı ve etik kodlar ortaya konulurken, özel hayatın gizliliğinin korunması ilkesine öncelik verildiği görülmektedir. Özel hayatın gizliliğini ortadan kaldıracak tek istisna olarak sadece ‘kamu yararı’nın bulunduğu durumlar kabul edilmektedir. Ancak, ‘kamu yararı’ kavramından hareketle getirilen istisnadan dolayı, medya karşısında insanların özel hayatının gizliliği kuralı önemli ölçüde zedelenmektedir. Burada ön plana çıkan soru, kamu yararının ve özel hayatın gizliliğinin sınırı nedir?

Bu bağlamda, gizli kamera, gizli ses kaydı ve hatta insanları uzaktan kameraya kaydederek aralarındaki konuşmaları ortaya çıkarmak için dudak okuma yoluna gitme gibi yöntemlere başvurulması da medya etiği çerçevesinde hoş karşılanamaz. Genelde özel yaşamı ilgilendiren alanlarda karşımıza çıkan gizli kamera, özel televizyonların sansasyonel haber gereksinimini gidermek için sıkça başvurduğu bir haber ve bilgi toplama tekniği olarak kullanılmaktadır.

Medyadaki etik kodların en uç noktası, habercilerin polislerle birlikte operasyonlara katılarak olay konusu olan insanları ‘izleyici’ karşısında aşağılaması ve yargılayabilmesidir. Bu yolla insanların suçlu olup olmadıkları kesinleşmeden, görüntüleri teşhir edilerek suçlu damgası vurulmaktadır. Haber konusu edilen olayların olduğu yerde, kameralar olay öncesinden hazır bulunmakta, olayın konusu edilen insanların özel hayatları ve özel hakları ihlal edilmektedir. Televizyon habercilerinin mağdurları, bu pervasızlık karşısında ‘özel’in ve ‘genel’in daha insani bir tanımlamasının hukuksal yetersizliğiyle haklarını alamamaktadırlar.¹⁶³

Buraya kadar yapılan açıklamaların ışığında, genel olarak medyada görülen etik ihlalleri şu şekilde sıralanabilir: Doğruluk ve dürüstlük kuralının ihlali, kişilik haklarına saldırı, objektiflikten uzak taraflı yayın, haber ve yorum ayrımının çizilmemesi, meslek sırrı ve haber kaynağının gizliliği ilkesine uyulmaması, özel yaşamın ihlali, eleştiri sınırlarının aşılması, cevap ve düzeltme hakkına riayet edilmemesi, kişisel çıkarları kurumsal ve toplumsal çıkarların önüne koyma, tekelleşmenin olumsuz etkileri, şiddet, terörizm ve pornografik yayınlara yer verme.

2.9. Spor Medyası'nda Yaşanan Etik Sorunlar

Türkiye spor basını, medya mensuplarının da en az maçlar kadar haberlere malzeme olduğu, dedikodu, sivri açıklama ve hakaretlerin gündemin üst sıralarına yerleştiği, holiganların saldırganlıkları ve sansasyonel demeçlerin habercilik için en iyi malzemeler haline geldiği, spor haberlerinin başarı-başarısızlık, kazanmak-kaybetmek arasında sığ bir çerçeveye sığdırılarak sunulduğu, sportif başarılar göklere çıkarılırken, aynı takım veya sporcunun başarısızlık durumunda ise sporcular üzerindeki etkisi düşünülmeden eleştirildiği⁶² ilginç bir süreçten geçiyor.

Bunun yanında, ülkemizdeki popülaritesi nedeniyle özellikle futbolcu ve teknik direktörler, televizyon yorumcularıyla sert tartışmalar yaşıyor. Reyting kaygısıyla hareket eden medya mensupları, rakiplerinin önüne geçmek için çok 'sivri dilli' olabiliyorlar. Doğal olarak, basın okuyucu nezdinde itibar kaybına uğruyor. Yaşanan bu erozyonun kaynağı ve teşhisi konusunda ise farklı görüşler ortaya atılıyor. Bunlardan Milliyet Gazetesi spor yazarı Atilla Gökçe, gazete patronları marifetiyle spor gazeteciliğine dahil edilen liyakatsiz isimlerin, mesleği yozlaştırdığı düşüncesiyle kabahati patronlarda bulurken, 'Share' ve 'Reyting' gibi kıstasların tek başına belirleyici haline geldiğini vurguluyor. Gökçe, en büyük üzüntüsü olan etik değerlerin sahipsiz kalmasını şöyle ifade ediyor:

*"Birçok yorumcuyu izlerken tansiyonum yükseliyor. Programı yönetenler de, 'işte çatışma noktası bulduk' diye seviniyor. Aslında üzülmeliyiz; çünkü tükeniyor. Bir dönemlik keyif uğruna koca bir kariyeri heba ediyorlar. Medya kendisine ihanet etti."*¹⁶¹

TSYD Başkanı Esat Yılmaer ise, futbolu ve hakemliği bırakan herkesin yorumculuğa soyunmasından şikâyet ediyor ve 'Medyaya paraşütle inenlerin' gazetecilik mesleğinin saygınlığına gölge düşürdüğünü vurgulayarak¹⁶¹ Gökçe'nin düşüncelerini farklı bir şekilde dile getiriyor.

Günümüz Türk Spor Basınında etik kurallar, dikey ve yatay tekelleşmenin gerekleri; bilinçsiz küreselleşmenin sakıncaları; devletin, hükümetin, egemen güçlerin, baskı odaklarının, yerleşik kültürün, medya kurumları ve gazeteciler üstündeki baskıları; sermayenin çıkarları; editoryal bağımlılık; yayın ilkeleri ve işletme çıkarları denilen zorlamalar; yayının ideolojik çizgisi ile gerçek arasında sık sık ortaya çıkan çelişkiler; patronun arzuları; üstlerin ya da yakın çevrenin ricaları; okur ve izleyicilerden gelen istekler; can güvenliği kaygısından kaynaklanan “el titremeleri”; iş güvenliği ürkekliği; gibi nedenlerle ne yazık ki çoğu kez göz ardı edilmektedir.¹⁵⁶

Bunun yanı sıra, medya kuruluşları da, okuma alışkanlığına sahip, iyi hazırlanmış gazete konusunda titizlik gösteren bir okur kitlesi, ya da iyi programlar peşinde koşan bir izleyici kitlesi oluşturamadığından, “*ortalama birey tipi*” ölçü olarak ele alınmakta ve bu düzeydeki kişilere seslenilmektedir. Bu sesleniş, belirli bir öz ya da nitelik içersin içermesin, talebin karşılanması biçiminde gerçekleşmektedir. Talep de çoğu kez, belirli bir düzeyden yoksun bulunduğundan, söz konusu sesleniş, içeriksiz ve niteliksiz bir biçimde sürmektedir. Dolayısı ile, çok fazla görülme de nitelikli yayınlar, tiraj kaybı ve reyting azalması gibi nedenlerle uzun süreli olmamaktadır.¹⁵⁶

Türk toplumu genellikle spor yapmak yerine, maç izlemeyi hatta ondan daha çok spor üzerine konuşmayı yeğlediği için, Spor Medyası Türk popüler kültüründe çok önemli bir yeri bulunan futbolda fanatizmi üretip, geliştirip, yayarak, fanatizmi bir tiraj ögesi olarak açık bir biçimde kullanmakta ve medyanın bu tutumu genelde pek yadırganmamaktadır.¹⁵⁶

Türkiye’de de sıklıkla futbol ve şiddet medya ile birlikte anılmakta ve medyanın futbolda şiddeti körüklediği düşünülmektedir.¹²³ Hatta, Türk spor kamuoyu gündeminden hiç düşmeyen “futbolda şiddet” konusunun da işlendiği Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde bir araştırma komisyonu kurulmuştur(27.11.2004). Bu komisyon tarafından yayınlanan raporda yer alan

araştırmaya göre Türkiye'nin önemli futbol takımlarının yer aldığı dört kentinde, futbol maçlarında şiddet olaylarına karışan ve polis kayıtlarına geçmiş futbol seyircilerinin yarısından fazlası (%51,7) maçtan önce spor medyasında çıkan haberden etkilendiklerini, %33,3'ü ise kısmen etkilendiklerini belirtmişlerdir.¹³²

Burada kısaca değinilen nedenlerden dolayı oluşan mevcut düzen içinde, spor basını kendi oluşturduğu kurallarının dışına pek çıkamayan, güncel olay ve heyecanların aktarılmasından öte araştırmalara yönelmeyen bir yapıya bürünmüş, spor basınının yöneticileri doyurucu, eğitici ve bilimsel araştırmalar yerine, ünlü bir iki kulüp başkanından söz etmeyi yeğler hale gelmiştir. Dolayısı ile, basının yol gösterici özelliğini öne çıkaran eleştiriler çok yüzeysel kalmakta ve kişisel hesaplaşmalara dayalı fantezilerden öteye geçememektedir.⁸¹

Spor medyasının bataklığa doğru ilerlediği, reyting kaygısının bu kötü gidişatta önemli etkileri olduğuna değinen CNN Türk Spor Müdürü Volkan Çetin bu yanlış istikametten dönmek için çözüm önerilerini şöyle ifade ediyor:

"Spor medyası nereye koşuyor? Spor medyası bataklığa koşuyor. Koskocaman bir bataklığa... Bir süre sonra herkesin buluşacağı... Medya toplumun aynası, ta kendisidir, özüdür... Medya; Fatih Terim'dir, Aziz Yıldırım'dır, Tuncay'dır, Haluk Ulusoy'dur, taraftar Ahmet'tir, doktor Ayşe'dir, politikacı Ali'dir, şoför Murat'tır, işsiz Kemal'dir, öğretmen Neslihan'dır, bu böyle uzar gider. Türk insanı gül bahçesine koşmuyor ki... Medyası koşsun, spor basını koşsun. Dedikodu yazmaktan haberi unuttuk, yalana önce kendimiz inandık, gelişmek için hiçbir çaba sarf etmedik, çabalamıyoruz da. Gözlerimiz iyiyi ve futbolun dışındaki dünyayı seçemez oldu. Sporu siyasete, paraya alet ettik. Ve bunun bir başka acı tarafı da şu; hepimiz yaptıklarımızın doğru olduğuna inanıyoruz. (18 Ekim 2007, Zaman)

Türk Spor Medyasının en çok eleştiri aldığı konulardan birisi de kişileri eleştiri sınırları ötesinde küçük düşüren, aşağılayan ifadelerle haberlerde yer verilmesidir. Basın Konseyi'ne yapılan başvuruların sayı ve niteliklerine bakıldığında bu kolaylıkla görülebilir.¹⁵⁸

Bazı durumlarda spor gazeteciliği birtakım çevrelerde çıkar sağlama aracı olarak da görülebilmektedir. Bu durum kulüp yazarlığı eğilimindeki artış, maaşa bağlanan yazarlar, değerleri milyarları bulan hediyelerin zaman zaman gündeme gelmesinden anlaşılabılır. Yani, spor basını da ticari kaygılarla etik değerlerin göz ardı edilmesinin basında yarattığı genel yozlaşmanın dışında kalamamaktadır.

Örneğin, eski Fenerbahçe Teknik Direktörü Otto Bariç, *"Benden yemek ısmarlamamı isteyen, belki de kadın isteyen gazeteciler var. Gazetecilere para harcamayı sevmiyorum. O zaman da bu tür şeyler yazıyorlar. Tek silahları bu"*¹⁵⁴ ifadesiyle, bu yozlaşmayı açıkça ortaya koymaktadır.

Deniz Gökçe'ye göre de, kulüplerin spor yazarlarına sağladığı olanaklar sayesinde tarafsızlık önemli ölçüde etkilenmektedir:

"Denizli maçına giderken Fenerbahçeli futbolcu yazarlar Ali Şen'in helikopteri ile çiftliğine gittiler. Yediler, içtiler, kuzular çevrildi. Oradan helikopterle Denizli'ye gidildi. Sen bir gün önce Ali Şen'in çiftliğinde kuzu yemişsin. Senin kalemin artık objektif kalabilir mi?" (Zaman, 19 Mayıs 1996)

Bugün artık hepimiz biliyoruz ki, futbol yalnızca toplumsal gerilimi düşürmeyi ve artırmayı sağlayan bir spor dalı olmaktan çıkmıştır. Futbol bazı durumlarda vergi kaçırma ya da haksız kazanç sağlamanın bir vasıtası olarak da kullanılabilir.⁵² Atilla İlhan'da, spor basınının bu konuların üzerine fazla gitmediği gerçeğini ve Türk Futbolunun geldiği yeri şu sözlerle ifade etmektedir:

“Kötü olan, futbol kulüplerinin yönetim şeklinin ve profesyonelliğin; tıpkı işadamlığı gibi, yarı mafioso, yarı üçkağıtçılık, acayip kurallarla işlemesi; spor medyasının da, bunu şiddetle eleştirecek, sporun spor gibi yapılmasını savunacak yerde; en kötü paparazzi yöntemleriyle çalışıp, tam tersine, körüklemesidir. Her futbol mevsimi, birkaç örneğini görüyoruz.”⁶⁶

Türk spor medyasında bir diğer etik problem doğrulukla ilgilidir. Bu durumu Deniz Gökçe, *“Futbol yazarlığı palavraya son derece açık”* ifadesiyle, Hıncal Uluç da *“Türk sporunda gördüğümüz ne kadar yanlış varsa, hata varsa, eksik varsa, bunların bir numaralı sorumlusu Türk spor medyasıdır”* ifadesiyle anlatmaya çalışmıştır. (Zaman, 19 Mayıs 1996)

Spor camiasında, belirli takımların (ağırlıklı olarak Galatasaray, Beşiktaş, Fenerbahçe, Trabzonspor ve ara sıra da bazı kent takımları) taraftarları arasında, özellikle yoğunlaştırılan gerilim satış getirdiğinden, medya yöneticileri tarafından özellikle desteklenmektedir. Bu nedenle, çarpıcı, hatta tahrik edici sloganlar üretilmekte, başlıklar atılmakta, yazılar kaleme alınmakta, verilmemiş demeçler verilmiş, söylenmemiş sözler de söylenmiş gibi kullanılmaktadır. Amaç, bir yandan bireyi habersiz bırakmamak, böylece ilgiyi sürekli kılmak, bir yandan da gerilimi düşürmemektir.¹⁵⁶

Spor medyası, Türk Toplumunu oluşturan bireylerin büyük çoğunluğunun, eğitim ve ekonomik düzeylerinin düşüklüğünü, duygusallığını, heyecanını, seçeneksizliğini ve hatta milliyetçiliğini (*şehit analarını memnun eden gol, Avrupa'ya dersini vermek, ya istiklal ya ölüm maçı*) olabildiğince sömürmektedir. Bu sömürü, çoğu kez şiddet ögesini de bilinçli ya da bilinçsiz biçimde gündeme getirmekte, bireyler, öteki takımların başta yöneticileri, taraftarları ve hatta futbolcularını düşman gibi görmeye başlamaktadır. Bazı aşırı fanatikler de, yaratılan ortamdan etkilenerek, yaşamlarındaki şanssızlıkların, başarısızlıkların ve eksikliklerin faturasını, öteki takımların taraftarlarından çıkarma eğilimine girmektedirler.¹⁵⁶

Bütün dünyada meslek örgütleri tarafından ortaya konulan etik kodlar içerisinde yer alan kurallardan birisi de, paralı habercilik başta olmak üzere, özel ve tüzel kuruluşlardan haber yapma mukabili hediyeler veya seyahat imkânları elde edilmesine izin verilmemesidir.³²

Özel ve tüzel kişilerden gazetecilere gelen hediye, seyahat vb. şeylerin aslında o kişi veya kurumla ilgili olarak medyada olumlu bir haber satın almayı hedeflediği, tarafsız olmaları gereken gazetecilerin bu tür çıkarları kabul etmekle birlikte tarafsızlıklarına da gölge düşürmüş olacakları gibi bir endişe hemen bütün dünyada etik kurullar tarafından paylaşılmaktadır.³²

Batı medyasını uzun süre kemiren paralı habercilik (çek defteri gazeteciliği) ise, haber kaynaklarına konuşmaları ve bilgi vermeleri karşılığı para ödenmesi anlamına gelmektedir. Bunun en büyük sakıncası haberin para ile elde edilen bir meta haline dönüştürülmesidir.³²

Türk spor medyasında da, bazı yazar ve muhabirlerin futbolcu transferlerinden komisyon alması veya kulüplerden çıkar sağlaması gibi benzer durumların yaşandığı Alkış (Radikal, 27 Aralık 1999) tarafından şöyle ifade edilmektedir:

“Maalesef çok oluyor. Bunların yazar olmasına da gerek yok, spor gazetecileri arasında da komisyon işi yapanlar var. Futbolcu transferine aracı oluyorlar onlar da. O ona, bu ona söylüyor, transfer gerçekleştiği zaman da futbolcudan gazeteciye de bazen bir para transferi oluyor. Kulüp başkanından para alınıyor. Hem sadece para mı alıyorlar, araba da alıyorlar. Arabayı başkandan alan var. Çok yoğun bir biçimde oluyor bu. Bir spor yazarı Fenerbahçe’de 600 milyon liralık yemek yemiş, hesap ödememiş. Adam gidiyor, yurtdışındaki kamplarda yiyor içiyor, yirmi kişiye de ısmarlıyor, fatura Fenerbahçe’ye çıkıyor. Çok bilinen isimler yapıyor bunu.”

Kulüp yazarlığının ekonomik temellerini ise Ali Sami Alkış, bir röportajda şöyle açıklamaktadır:

“Fenerbahçe’yi örnek alırsak, bu kulübü yazan yazarların yüzde 95’i futbolcu kökenli. Fenerbahçe’de oynamışlar. Bu yüzde 95’in yüzde 99’u Fenerbahçe’den nemalanmış, sebeplenmiş, mevki, makam, unvan, fırsat sahibi olmuş kişiler. Kimi teknik direktör, kimi menajer, kimi altyapı uzmanı olmuş, kimi de transfer komitesine girmiş. Hiçbir şey olamamışsa, cebine 20 bin dolar para konulmuş Avrupa’da, Afrika’da, Asya’da futbolcu seçimine gönderilmiş. Ortada böyle bir maddi ilişki, alışveriş varsa, iş yozlaşır.” (Radikal, 27 Aralık 1999)

Basın sektöründe yaşanan tekelleşme basın çalışanları için ayrı bir sıkıntı ortaya çıkarmıştır. Bu sıkıntının temel sebebi, herhangi bir sebepten dolayı bağlı bulunduğu kuruluştan ayrılan bir çalışanın bu sektörde, aynı kurumun farklı isimlerle anılan kuruluşları ve birkaç değişik kuruluş dışında pek fazla bir alternatifin kalmamış olmasıdır. Dolayısı ile, çalışanlar basın sektöründe alternatif kuruluşların yetersiz oluşu nedeniyle, etik olarak doğru bulmadıkları durumlar karşısında da sessiz kalmaktadırlar. Bu durum spor medyası için de geçerlidir.

Türk Medyası iletişim dünyasındaki teknolojik gelişmelere paralel olarak kendini yenilemiş ve gelişmiş bir alt yapıya sahip olarak, dünyanın sayılı ülkeleri arasına girmeyi başarmıştır. Teknolojik alt yapı bakımından çok güçlü olan Türk Medyası ahlaki bakımından ise bir o kadar zayıf ve kontrolsüz duruma gelmiştir.¹⁵²

Tüm bu gelişmeler, Türk medyasında değişen değerlerin medya çalışanına da yansması, ticari kaygının dördüncü güç olan medyada da kendini hissettirmesi, reyting kaygısının Basın Meslek İlkelerinin önüne geçmesi, tekelleşmenin önemli boyutlara ulaşması ile medyada etik sorunların ortaya çıkmasını belirginleştiren sorunlar olarak ortaya çıkmıştır.

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Araştırma görüşlerin, deneyimlerin ve duyguların ortaya çıkarılması yönünden güçlü, yazmaya ve doldurmaya dayalı testler ya da anketlerde yaşanan sınırlılığı ve yapaylığı ortadan kaldıran ve iletişimin en yaygın biçimi konuşmayı temel alan, dolayısıyla nitel araştırmalarda kullanılan yaygın veri toplama yöntemlerinden birisi olan *görüşme (mülakat)* yönteminin kullanıldığı *nitel bir çalışmadır*.

Araştırmacıyı *Türk Spor Medyası'nda Etik Değerler; Spor Yazarlarının Görüşleri* adlı çalışmaya yönlendiren en önemli sebep, belli bir dönemi ya da gazeteleri inceleme, literatür tarama ve anket çalışmalarından farklı olarak, spor yazarlarıyla birebir görüşmenin yapıldığı ve konunun derinlemesine ve ilk ağızdan irdelendiği görüşme yönteminin kullanıldığı nitel bir araştırmanın bulunmamasıdır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın *evrenini*, Türkiye'de ulusal gazete, dergi ve televizyonlarda yorum yapan, yazı yazan, köşesi bulunan tüm spor yazarları; *örneklemini* ise, özellikle spor kamuoyunda bilinirlikleri yüksek olanlar başta olmak üzere ulusal bir gazetede köşesi bulunan ve periyodik olarak haftada en az bir kez makale yazan ve görüşme yapılan 50 spor yazarından 42'si oluşturmuştur.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Yöntem

Araştırmada öncelikle alanla ilgili literatür taraması yapılmış ve Türk Spor Medyası ve etik değerler üzerine alanda şu ana kadar sınırlı sayıda yapılan araştırmalarla, yurtdışında hangi etik değerler üzerinde durulduğu incelenerek tespit edilmiştir. Bu incelemeler sonucunda, 1988 yılında Basın Konseyi tarafından deklare edilen “*Basın Meslek İlkeleri*” kapsamında yer alan ilkeler ve literatürde yer alan etik değerlere ilişkin maddelerin yer aldığı görüşme formu içerik geçerliliği (construct validity) konu uzmanı kişilere danışılarak oluşturulmuştur. Ardından, spor yazarlarına yöneltilecek 13 maddelik etik değerler görüşme formu hazırlanmıştır.

Görüşmecilerin belirlenmesinde daha önce bahsedilen özelliklerin yanında, yazarların çalıştıkları kurumlara göre dağılımları çıkarılarak, basın yayın organları arasında dengeli bir dağılım yapılmasına dikkat edilmiştir. Ardından, araştırmaya katılacak kişiler tesadüfi yöntemle seçilerek, telefon aracılığı ile araştırmaya katkı sağlayacaklar belirlenmiştir.

Araştırmada kullanılacak görüşme formunda yer alan maddelerin içeriği telefon, faks veya elektronik posta aracılığı ile spor yazarına bildirilmiş ve önceden randevu alınmak suretiyle Ankara, İzmir ve İstanbul’da birebir görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmış ve ses kayıtları birebir deşifre edildikten sonra yaklaşık 300 sayfalık yazılı doküman haline getirilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Toplanan verinin özgün formuna mümkün olduğu kadar sadık kalarak ve gerektiğinde araştırmaya katılan bireylerin söylediklerinden doğrudan alıntı yaparak betimsel bir yaklaşımla veriler sunulmuş, bazı nedensel ve açıklayıcı sonuçlara ulaşmak amacıyla sistematik analiz yapılmıştır. Mülakatlar tek tek derinlemesine incelenerek ortak bazı temalar ve temalar arası ilişkiler belirlenmiş ve ek olarak, veri analizi sürecine yorumlar da dahil edilmiştir. Nitel araştırmayı nicel verilerle desteklemek amacıyla SPSS 11.0 istatistik paket programı ile yüzde ve frekans dağılımı da yapılmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölümde, görüşme yapılan 42 spor yazarının Türk Spor Medyasında Etik Değerler konusundaki görüşlerinin dağılımına ve ayrıntılarına ait bulgular yer almaktadır.

Tablo 1. Spor Yazarlarının Görüşlerine İlişkin Genel Dağılım

MADDELER	SEÇENEKLER									
	Verilmekte, görülmekte Olumsuz yansımakta,		Verilmemekte, görülmemekte Olumlu yansımakta		Çok nadir verilmekte, rastlanmakta, herhangi bir etkisi olmamaktadır		Cevapsız		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1.Türk Spor medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, "bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler" yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siziz?	40	95,2	1	2,4	-	-	1	2,4	42	100
2.Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir ?	34	81,0	1	2,4	3	7,1	4	9,5	42	100
3.Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?	23	54,8	15	35,7	4	9,5	-	-	42	100
4.Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz ?	3	7,1	35	83,3	2	4,8	2	4,8	42	100
5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?	18	42,9	18	42,9	2	4,8	4	9,5	42	100
6.Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirdiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz ?	32	76,2	5	11,9	4	9,5	1	2,4	42	100
7.Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?	37	88,1	5	11,9	-	-	-	-	42	100
8.Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?	39	92,9	1	2,4	1	2,4	1	2,4	42	100
9.Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz. ?	38	90,5	4	9,5	-	-	-	-	42	100

10.Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?	22	52,4	16	38,1	2	4,8	2	4,8	42	100
11.Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?	34	81	8	19	-	-	-	-	42	100
12.Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?	16	38,1	17	40,5	6	14,3	3	7,1	42	100
13.Dünya'da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz Spor Medyasında da görülmektedir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?	20	47,6	11	26,2	8	19,0	3	7,1	42	100

Tablo 1'e bakıldığında spor yazarları spor medyasında etik değerlerin tespiti amacıyla yöneltilen sorulara genelde bu değerlerin ihlal edildiği yönünde cevap vermişlerdir. Spor medyasında görülen etik dışılıklar ise, yapılan mülakatlar sonucu şu başlıklar altında toplanmıştır...

- Kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, “bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler” yer verilmesi,
- Çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkilerinin haberlere yansımaları,
- Kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılması,
- Haber kaynağının gizliliği ilkesine uyulmaması,
- Uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapılması,
- Şiddeti özendirme ve körükleme,
- Doğruluk ilkesinin ihlali ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulaması,
- Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin ihlali,
- Şişirme ve asparagas haberlere yer verme,

- Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıtılması,
- Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması,
- Sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması ya da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması.

Tablo 2. Spor Yazarlarının Alt Temalara Verdikleri Yanıtlara İlişkin Dağılım

MADDELER	SEÇENEKLER							
	Verilmekte, görülmekte Olumsuz yansımakta,		Verilmemekte, görülmemekte Olumlu yansımakta		Cevapsız		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Gereğinden Fazla Yüklenme İfadesi Taşıyan Haberler	34	81,0	2	4,7	6	14,3	42	100
Aşağılayıcı İfadeler	30	71,4	2	4,8	10	23,8	42	100
İftira Niteliği Taşıyan İfadeler	18	42,9	6	14,2	18	42,9	42	100
Taraftar Baskısının Haberlere Yansıması	32	76,2	-	-	10	23,8	42	100
Arkadaşlık, Dostluk İlişkisi, Hatır Haberi	14	33,3	-	-	28	66,7	42	100
Reklam veren ve Sponsor Etkisi	8	19,0	-	-	34	81,0	42	100
Şiddet- Kulüp Yöneticilerinin Etkisi	24	57,1	-	-	18	42,9	42	100
Başkasının Haberini Kendi Haberi Gibi Kullanma	18	42,9	1	2,3	23	54,8	42	100
Tiraj ve Reyting Kaygısının Haberlere Yansıması	38	90,5	-	-	4	9,5	42	100

Tablo 2’de, konuyla ilgili alt temalara verilen cevapların dağılımına yer verilmiştir. Çalışmamızda, Tablo 1’de yüzde ve frekansı alınan cevaplar, alt temalar ile birlikte değerlendirilerek, içerik çözümlemeleri yapılan mülakatlardan alıntılar yapılarak desteklenmiştir. Aşağıda her başlık ayrı ayrı değerlendirilmiş ve spor yazarları ile yapılan mülakatlardan alıntılar yapılarak konu derinlemesine irdelenmiştir.

Tablo 3. Gereğinden Fazla Yüklenme, Aşağılama ve İftira Niteliği Taşıyan İfadelere Yer Verilmesine İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Verilmekte	40	95,2
Verilmemekte	1	2,4
Cevapsız	1	2,4
Toplam	42	100

Tablo 3’e bakıldığında spor yazarlarının “Türk Spor Medyası’nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, “bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadelere” yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siziz?” ifadesine verilen cevapların dağılımı incelendiğinde % 95,2’sinin (40) bu tür ifadelere yer verildiğini, %2,4’ünün (1) ise yer verilmediğini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 3.a’da ilk sorunun alt temalarına ait tablolara yer verilmiştir.

Tablo 3.a Gereğinden Fazla Yüklenme İfadesi Taşıyan Haberlere İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Verilmekte	34	81,0
Verilmemekte	2	4,8
Cevapsız	6	14,3
Toplam	42	100

Tablo3.a’ya bakıldığında “*gereğinden fazla yüklenme*” ifadesi taşıyan haberlere ilişkin spor yazarlarının %81’inin (34), bu tür ifadelere yer verildiğini, %4,8’inin (2) ise verilmediğini belirttikleri görülmektedir.

Tablo 3.b Aşağılayıcı İfadelerin Verilmesine İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Verilmekte	30	71,4
Verilmemekte	2	4,8
Cevapsız	10	23,8
Toplam	42	100

Tablo 3.b incelendiğinde aşağılayıcı ifadelere yer verilmesi ile ilgili duruma spor yazarlarının %71,4 (30) oranında verildiği, %4,8 (2) oranında ise verilmediği yönünde görüş bildirdikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 3.c. İftira Niteliği Taşıyan İfadelere Yer Verilmesine İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Verilmekte	18	42,9
Verilmemekte	6	14,3
Cevapsız	18	42,9
Toplam	42	100,0

Tablo 3.c'ye bakıldığında ilk sorunun alt temalarından birini oluşturan iftira niteliği taşıyan ifadelerle ilgili olarak spor yazarlarının %42,9'unun (18) verildiği, 14,3'ünün (6) ise verilmediği yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Spor yazarlarının sorulara verdikleri cevapları daha ayrıntılı bir şekilde ortaya koymak ve konuyu derinlemesine irdelleyebilmek için aşağıdaki alıntılara yer verilmiştir.

Türk Sporuna yılları vermiş Türkiye Gazetesi'nin usta yazarı **Öcal Uluç**; *"Evet, verilmektedir. Sadece etik ilkeler bakımından değil, meslek ilkeleri açısından da kabul edilemez. Ama sıkça görülmekte, ne yazık ki cezasız da kalmaktadır."* şeklinde konuya net bir cevap vermiştir.

Akşam Gazetesi Köşe Yazarı **Doğan Sarıbeyoğlu**, kişisel ilişkilerin bu konudaki önemine vurgu yaparak; *"Türkiye'de spor yazarlarının etik değerleri en çok bozduğu konu bu. Spor yazarları, kişisel ilişkilerde eğer bir bozulma olursa intikamını karşı tarafın zayıf anını gözleyip o anda olmadık, beklenmedik dozda yüksek tehdit ve hakaretler yapıyorlar."*

Türkiye Spor Yazarları Derneği Başkanı ve Hürriyet Gazetesi Spor Haberleri Müdürü **Esat Yılmaer** ise; spor medyasında görülen aşağılama ve iftira niteliği taşıyan haberlerin kaynağını spor yorumcuları olarak görerek görüşmede şu tespitlerde bulunmuştur. *"Spor yorumcularının genelde mesleki eğitimleri, donanımları yoktur. Ya futbolu, ya hakemliği bırakır bırakmaz ya da idarecilikten gelerek gazetelerde köşe, ekranlarda yer bulmuşlardır. Dolayısıyla, etik dışı eleştirilere, yani hepimizin tepki gösterdiği kesimde genellikle bunların arasından çıkmaktadır."*

Star Gazetesi Köşe Yazarı **Güven Taner**'in söyledikleri de Yılmaer'i destekler niteliktedir. *"Evet, bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilmektedir. İftira niteliği taşıyan ifadeler yer verilmektedir. Bu öncelikle mesleğin iyice kavranmamış olmasından, sonra bireysel sorumsuzluktan ve bunun yanı sıra işinin gerektirdiği etik anlayışı taşımamaktan, mesleğinin gereksindiği kültürü edinememiş olmaktan, ilgi çekerek daha iyi kazanç elde etmeyi ummaktan, toplumsal değerlerin korunması gerektiği gibi bir kaygı duymamaktan kaynaklanıyor. Bu durum toplum için de spor medyası için de sorun yaratıyor. Bir de şu var. Toplumda bu tür hatalar, gösterilen ilgi ile bir anlamda ödüllendiriyor. Bu ödüllendirme, hataları besliyor! Şu da gerçek ki, hatalar, doğrular arasında erimekte..."*

Yeni Şafak Gazetesi Köşe Yazarı **Erhan Köknar**; “Kişiyi aşağılama, toplum önünde küçük düşürme, beceriksiz hatta zekasından şüphe edilecek kişi gibi gösterme bilgisi ve belgesi ispatlanmadığı halde, “Bir konuşursam, bir yazarsam, iddia edildi, ileri sürüldü, öğrenildi... gibi ifadelerle biten bir takım iftira, karalama suçlama içeriğindeki haberler yorumlar da yer almaktadır.” diyerek konuya açıklık getirmektedir.

Akşam Gazetesi Spor Yazarı **Gülengül Altınsay**, bu tür yazıların çıkmasını doğal karşıladığını şöyle ifade etmiştir: “Futbolla ilgilenen kişiler yöneticisi, taraftarı çok değişik kesimlerden gelmekle birlikte çoğunluğu alt sosyo-ekonomik kesimden. Ayrıca takımlarıyla öylesine özdeşleşiyorlar ki her türlü tepkiyi mubah sayabiliyorlar. Tepkileri de kendilerine uygun oluyor haliyle.”

Zaman Gazetesi Spor Yazarı **Zeki Çol**’un tespitleri de dikkate değer; “Türkiye’de medyanın yaşadığı en önemli sorunlardan bir tanesi sorgulama ile yargılama arasındaki farkı doğru algılayamamak. Maalesef sorgulama yapmayı bir tarafa bırakıp direk yargılama yapmaya gidiyor. Bunun gerisinde de başka bir gerekçe var. Sorgulama yapabilmeniz için bir şeyleri iyi bilmeniz gerekiyor. Konuya hakim olmak, doğru soru sorabilmek ya da kaynağa ulaşabilmek lazım. Bu yetersizlikler nedeniyle bazı arkadaşlarımız kestirmeden yararlanmaya gidiyor. Ve ortaya hiç birimizin onaylamadığı ya da kamuoyunun sıkça eleştirdiği olumsuz bir tablo çıkıyor.”

Spor Yazarları ile yapılan görüşmelerden dikkate değer olanlardan bazıları aşağıda verilmiştir;

Cihan Haber Ajansı Spor Editörü ve Zaman Gazetesi Spor yazarı **H.İbrahim EKİZ**; “Bu söylemlerin, belden aşağı vurmaların, hedef saptırmaların etikliği konusuna gelince, bu camiada etik davranışların esamesi pek okunmadığı için, davranışların etik mi değil mi tartışmasını yapmak, ya da bu konuda fikir belirtmek çok zor.”

Duayen Spor Yazarı **Kahraman Bapçum**; “Evet. Spor medyamızda yetkili ve sorumlu kişileri eleştirirken yalnız etik açısından değil mantık açısından da aşırılığa kaçıldığı doğrudur.”

Hürriyet Gazetesi Spor Yazarı **Atilla Türker**; Türkiye’deki sporda, siyasette, her kesimde olan bu erozyon veya yıpratıcı politika, burada da biraz fazla uç boyutlarda oluyor. Maalesef eleştiri, iftira boyutlarına ulaşmaktadır. Bu da her geçen gün ne yazık ki artmaktadır. Bugün teknik adamı veya hakemi aşağılayıcı ifadeler kullanmak çok kolay. Kolay kolay dava da açmıyorlar ya da cesaret edemiyorlar.

Hürriyet Gazetesi Spor Yazarı **Meriç Enercan**; “Bizim bulunduğumuz pencereden olaya baktığımız zaman, gerçekten benim bile bu tarafta zaman zaman çok abartılı eleştirilerle, gereğinden fazla itilip kakıldığına inandığım birçok eleştiri okuduğum ve televizyonlarda izlediğim oluyor.”

Milliyet Gazetesi Spor Müdürü ve Köşe Yazarı **Cemal Ersen**, “Bunun temelinde yatan neden, özellikle bunu dile getirenler, bu tarz konulara giren spor yazarları veya futbol yorumcuları, daha çok futboldan gelmiş ve gazetecilik eğitimi almamış. Kendilerine futbolculuk dönemlerindeki unvanlarını devam ettirmek adına köşeler verilmiş, o köşeleri diledikleri gibi kullanan, bağlı bulundukları kurumları da çıkar ilişkileri için kullanabilen insanlar. Bunlar belli noktalarda kulüp ile olan ilişkileri sekteye uğradığı vakit o kulübün teknik direktöründen, futbolcusuna, hatta yöneticisine sahip oldukları o köşe aracılığıyla maalesef aşağılayan, iftira boyutundaki ifadeler kullanabilmekteler.”

Milliyet Spor Yazarı **Yusuf Kobal**; “Evet, verilmektedir. Elbette ahlaki bir yaklaşım değil. Spor basını, özellikle de spor müdürleri, yönetici, sporcu ve teknik adamlar üzerinde otorite sağlayabilmek için bu kozu sürekli bulunduruyor ve gerektiğinde çekinmeden kullanabiliyorlar. Haber, özel söyleşi

akışını kendi gazetesine çekmek isteyen yönetici gazetecilerin sık başvurduğu bir durum olduğunu gözlemliyorum.”

Fanatik Gazetesi “*Fanetik Sayfası*” yazarı **Cem Can**; spor medyasındaki bu duruma farklı bir perspektiften bakıyor. “*Sorduğunuz soruya “evet”, yanıtını verebiliriz. Ancak, aynı taraflara dönük olarak gereğinden fazla yüceltme, abartılı şekilde övgü içeren ifadelerle rastlanması da etik dışılığı tartışmaya değer bir boyut taşımaktadır.”*

Milliyet Gazetesi Köşe Yazarı **Mehmet Demirkol** ise; haber ve yorum farkını ortaya koyarak sorunu ikiye ayırıyor; “*Bir, haberlerde yer alan, bir de en az haberler kadar artık değer verilen yorum ya da köşe yazılarında var olan ifadeler. Yorum ve köşe yazılarında genelde Türkiye’de bir taraftar temsilciliği tadında yazılar yazıldığı ya da cümleler kurulduğu için zaman zaman sporun maksadını aşan ifadeler yer alıyor. Haberlerin daha derli toplu olduğunu düşünüyorum. Ama tabi ki köşe yazısı ve yorumlarda bazen sınırlar aşıyor.”*

Radikal Gazetesi’nden **Cengiz Alpman** ise, okuyucuların bu tür etik dışı yayınlara tepki göstermesi ve daha duyarlı olması gerektiğini belirtiyor. “*Gazeteciliğin meslek ilkelerinde insanı aşağılamak, iftira atmak kesinlikle yasaktır. Kaldı ki, ileri sürülen bu karalamalar yasal biçimde kanıtlanmadığı sürece dedikodudan öteye gitmemektedir. Bu yüzden yazan hakkında, ilgili kişiler yayın yoluyla hakaret davası açma hakkına sahiptir.”*

Vefatından kısa bir süre önce görüştüğümüz, *spor medyamızın değerli ismi* **Kazım Kanat** ise; konuyu farklı bir yönden ele alarak, asıl sorunun yönetici ve teknik direktörlerde olduğunu vurguluyor. “*Kesinlikle hayır. Mesleğin bir noktasına gelen kişilerin bir unvanı var. Duayen yazarlar. Onların dışında hiç kimse yönetici, futbolcu ve antrenöre eleştiri sınırlarını zorlayarak yazamazlar. Ama buna karşılık tam tersi, özellikle yöneticiler ve teknik adamlar ki başarılı*

oldukları zaman aşağılarlar. Spor yazarını küçük görürler hatta spor yazarına hakaret ederler. Türkiye’de ters bir olay var.”

Tablo 4. Çeşitli Baskı Grupları ve Bunlar Arasındaki Çıkar İlişkilerinin Haberlere Nasıl Yansıdığına İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Olumsuz Yansımaktadır	34	81,0
Olumlu Yansımaktadır	1	2,4
Herhangi Bir Etkisi Olmamaktadır	3	7,1
Cevapsız	4	9,5
Toplam	42	100

Tablo 4’e bakıldığında spor yazarlarının spor medyasında çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımakta ve bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir? İfadesine verilen cevapların dağılımı incelendiğinde %81’inin (34) olumsuz yansıdığı, %2,4’ünün (1) olumlu yansıdığı, %7,1’inin ise herhangi bir etkisi olmadığı yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Tablo 4.a Taraftar Baskısının Haberlere Yansıması ile İlgili Dağılım

Seçenekler	f	%
Olumsuz Yansımaktadır	32	76,2
Cevapsız	10	23,8
Toplam	42	100

Tablo 4.a’da spor yazarlarının %73,8’inin (31) taraftar baskısının haberlere olumsuz yansıdığını vurguladıkları görülmektedir.

Tablo 4.b Arkadaşlık, Dostluk İlişkisi, Hatır Haberi İle İlgili Dağılım

Seçenekler	f	%
Haberlere Yansımaktadır	14	33,3
Cevapsız	28	66,7
Toplam	42	100,0

Tablo 4.b.'ye bakıldığında arkadaşlık, Dostluk İlişkisi, Hatır Haberi ile İlgili Dağılımda spor yazarlarının %33,3'lük (14) oranla bu tür haberlerin spor medyasında yer aldığını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 4.c Reklam Veren ve Sponsor Etkisi İle İlgili Dağılım

Seçenekler	f	%
Haberlere Yansımaktadır	8	19,0
Cevapsız	34	81,0
Toplam	42	100

Tablo 4.c. incelendiğinde spor yazarlarının %19'luk (8) kesiminin reklam ve sponsor etkisinin haberlere yansıdığı yönünde görüş bildirdiği görülmektedir.

Spor yazarlarının sorumuza verdikleri cevaplar tablolardaki verilerin altında yatan nedenleri ortaya koyması bakımından oldukça önemli görülüyor.

Hürriyet Gazetesi Spor Yazarı **Özgür Şahiner**; Kulüp ve taraftar baskısını şöyle dile getiriyor. *“Özellikle 3 büyük kulüp bu baskıyı en yoğun biçimde hissettirmektedir. Taraftar sayılarının çok fazla olması, o kulübü temsil edenleri daha farklı konuşma yapmaya itebilir. Örneğin bir büyük kulübün eski başkanı, ‘Arkamızda 25 milyon taraftar var. Bugün parti kursak seçimi kazanırız’*

diyebiliyorsa, gazetelere ve gazetecilere 'haber yaparken' bazı konulara dikkat edin mesajı vermektedir.”

Yeni Şafak Gazetesi Köşe Yazarı **Erhan Köknar**'ın ifadeleri konuyu gayet iyi açıklamaktadır. “*Samimi bir itiraf “Bu durum direk olarak yansımaktadır. Nasıl mı, gazetenin üst düzey yöneticilerinin ve gazete sahiplerinin ve onların yakınlarının kulüplerle yakın ilişkisi, kulüp yöneticileriyle yakın dostluk, ahbablık ve arkadaşlık ilişkisi varsa adı geçen kulüp ile ilgili haberler zaman zaman bazı ayrıntıları göz ardı edilerek veya eksik olarak, bazen de hiç kullanılmayarak değerlendiriliyor. Bu durum, istisna aşamasında olsa da rahatsızlık verici bir durumdur. Yine spor medyasında görevli kişiler, yöneticiler, editörler, muhabirler ve yazarlar sempati duydukları, arkadaş oldukları ve haber kaynağı olarak kullandıkları, kulüp yöneticileri, sporcular ve çalışanlarla ilgili konularda zaman zaman haber tasarrufunda bulunabilir. Sponsorların yine medya ile olan ilişkileri reklam ve kampanya anlaşmaları yapmaları ve yapmamaları haberlerin giriş tarzını, büyüklüğünü içeriğini zaman zaman etkilemektedir.”*

Usta yazar **Öcal Uluç**'un ifadesi konuya net bir şekilde açıklık getirmektedir: “*Bunlar” haberlere, hem “mesleki” yönden, hem de “halkın haber alma özgürlüğü” bakımından son derece olumsuz ve yanlı yansımaktadır. Bu tip haberler ve “bunlara dayanılarak” yapılan yorumlar, spor medyasını “güven” ve “itibar” unsurlarının “büyük ölçüde zedelenmesi” ve hatta “yok olması” sonucuna doğru götürmektedir.”*

Akşam Gazetesi Spor Yazarı **Gülengül Altınsay** düşüncesini; “*Çok etkili. Dokunulmazlığı olan alanlar bunlar. Güçlüye dokunulmaması kuralı spor medyasında da aynen var. Özgürlüğünüz ancak size ait olmayan sponsora, iyi ilişkileriniz olmayan (mesela size değil bir başka gazeteye yakın olan) kulüplere v.s. karşı var.”* şeklinde ifade etmektedir.

Fanatik Gazetesi Yazarı **Cem Can**; “Genel olarak bir lobi baskısından söz edilemese bile gazeteciler üzerinde aşırı bir oto-kontrol ve oto-sansür baskısının olduğu söylenebilir. Bu baskılar sosyal anlamda yüksek manevi değerler, (milli takım, dine ilişkin haber veya yorumlar, cinsellik, vs...) güçlü sponsorların uygulamaları gibi konularda (hiçbir somut baskı bulunmasa bile) gazetecilerin söz hakkını kullanmakta “dikkatli” davrandıkları bir ölçüde söylenebilir...”

Yeni Şafak Spor Yazarı **Haldun Domaç**, taraftar baskısının etkisini şu sözlerle anlatıyor: “Özellikle spor gazetelerinin alıcıları taraftarlardır. Genellikle taraftarların hoşlanmayacağı şeyleri yazmamak gibi bir olayla karşı karşıyayız. Taraftarın hoşuna gidecek mesajları ya da haberleri vermek gibi bir kaygı taşıyorlar. O nedenle de bir tarafa doğru pozitif ayrımcılık yapıldığını söyleyebilirim.”

Milliyet Gazetesi Köşe Yazarı **Mehmet Demirkol**; “Türkiye’de esas ciddi sorun, kulüplerin taraftarlarının cemaatleşmeye gitmesi. Yani, Fenerbahçe, Galatasaray ya da Beşiktaş aleyhine bir şey yazdığınız anda, bu cemaatin ciddi tepkisini topluyorsunuz. Bu eleştirilerin ne olduğu, ne kadar haklı olduğu, ne kadar kulübün yararına olduğu önemli değil. Aynı dini bir cemaat gibi sizi dışlayan, aşağılayan birtakım tepkiler geliyor. Bu tabi ki kulüplerle, taraftarlarla mesafeyi gereğinden fazla yakınlaştıran gazetecileri etkiliyor. Spor yorumcularını, spor köşe yazarlarını etkiliyor.”

Görüşme formundaki 2. soruya verilen dikkat çekici cevaplardan bazıları şöyle;

Sabah Gazetesi Spor Yazarı **Ömer Üründül**; “Mutlaka her zaman arada çıkar ilişkilerine rastlandığı durumlar olmuştur. Bunlar spor medyasını olumsuz etkilemektedir. Ama bu kadar geniş bir medya grubu içinde gerek görsel, gerek yazılı bütün bunları engellemek de olanaklı değildir.”

Bugün Gazetesi Yazarı ve TSYD Eski Başkanı **Onur Belge**; “Ne yazık ki, ahbap çavuş ilişkileri gerçeklerin önüne geçiyor. İnanması zor ama bu gruplar içinde en etik davrananın şimdiye dek sponsorlar olduğunu düşünüyorum. Elbette ki, para veriyorlar ve karşılığını bekleyecekler. Bazen daha öteye geçildiğinde gerçek haberleri, ısmarlama haberler eziyor, hatta büyütülmesi istenen haberler ezilmesin diye asıl haberi görmeme gibi çarpık bir yapı var. Örneğin, Macaristan maçı sonrası Emre Belozoğlu’nun kolu gibi hukukta “aleni hayasızca hareket” olarak karşılığı bulunan bir suçu talimatla sayfalarında görmeyen, ekranlarında yer vermeyen televizyonlar vardı. Elbette ki, bu talimatları kanıtlayamazsınız.”

Hürriyet Gazetesi Spor Yazarı **Meriç Enercan**; “Özellikle eş, ahbap, dost ilişkileri çok belirleyici oluyor bunda. Yani, illa bir şeylerde belirleyici olan maddi birtakım çıkarların, alışverişlerin olması değil, onun dışındaki unsurların ve özellikle Türkiye’de çok geçerli olan ve adına ligin son dönemlerinde, son haftalarda çok sıkça rastlanan hatır şikesi denen olaylarda da etkili olan insani ilişkiler belirleyici oluyor. Yani, insanların hatırlarıyla şike yapabildikleri bir ülkede elbette gazetecilerin de belirli ölçülerde hatırlarla bazı şeyleri görmemezlikten geldiği ya da bazı şeyleri yapıp yazdıklarını söylemek çok büyük bir itiraf olmaz.”

Kahraman Bapçum; “Spor dünyamızın medya dışındaki bireylerinin medyayı kullanmak için ağır baskılar yaptıkları gerçektir. Bu baskılar karşısında medya mensuplarının da faydalanmak veya reaksiyon göstermek yollarından birini seçmeleri de kendi kişiliklerine bağlı olarak normaldir. Her iki davranışın da örnekleri vardır.”

Milliyet Gazetesi Spor Yazarı **Yusuf Kobal**; “Kesinlikle olması gerekenden fazla çıkar ilişkisi var. Hatır haberleri her transfer döneminde bol bol yaşanır. Güçlü kulüp yönetimleri, gazete spor yöneticilerini, onlara verebilecekleri özel haber kozu ile sürekli kullanmakta ve aleyhte haber

çıkarmaması için son dönemde önemli ölçüde baskı kurmaktadırlar. Bu baskıyı da kurarken başvurdukları en önemli koz yine, futbolcularla özel röportaj izni vermek, ya da o gazeteye, gazeteciye özel haber sızdırmak oluyor.”

Zaman Gazetesi Spor Yazarı **H.İbrahim Ekiz**; “Taraftar baskısı, yönetici baskısı ve haber alma sıkıntısı ile tiraja yansıma korkusu haber ve yoruma yansıyor. Ağırlıklı ağabeyler, sevilen yöneticiler, yönetici-gazeteci ilişkilerinden doğan bilineni yazamama sıkıntısı gazetecilik açısından olumsuzluklar. Yayıncı kuruluş ve diğerleri olarak olaya bakarsak, yayıncı kuruluş, şampiyonluk yarışı ve düşme potasındakilerin mücadelelerinin son haftaya kadar heyecanlı sürmesini istiyor. Şampiyonluk yarışı haftalar öncesinden belirlense dekoder satışları, izlenme oranı düşecek. Bunu önlemek için takımlar arasındaki puan farkının açılmaması için ayarlamalar yapıp, ekrana getirilen pozisyonlar, hakem hatalarının irdelenmesine bile yansıyor.”

Zaman Gazetesi Spor Yazarı **Zeki Çol**; “Kulüplerin ya da kulüp yöneticilerinin bu anlamda bir yönlendirmeleri olduğu kesinlikle doğru. Medya içerisinde de bu yönlendirmelere uyanlar, ayak uyduranlar hatta bu yönlendirmelere teşvik edenler var. Taraftar zaten büyük bir baskı unsuru. Arkadaş dediğimiz ilişkiler etkili. Burada da bazen ölçülerin kaçtığı oluyor.”

Star Gazetesi Köşe Yazarı **Ali Sami Alkış**; “Bugün yöneticiler basını istedikleri gibi kullanmaktadır. Olmayan haberleri kendileri vermektedir. Olan haberleri yalanlamaktadır. Bunun da önüne bir türlü geçemiyorlar.”

Star Gazetesi Köşe Yazarı **Güven Taner** ise; konuya farklı bir açıdan bakarak, “Çok etkili değildir. Çoğu kez masum, sonucu etkilemeyen hatalara neden olur. Spor medyası genel anlamda bu etkiyi yaşamaz.” demektedir.

Tablo 5. Sporcu, Antrenör ve Kulüp Yöneticilerinin Özel Yaşamları ile İlgili Haberlerin Yayın Konusu Yapılmasına İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Yapılmaktadır	23	54,8
Yapılmamaktadır	15	35,7
Çok Nadir Yapılmaktadır	4	9,5
Toplam	42	100

Tablo 5. incelendiğinde Basın Ahlak Kuralları içinde önemli yer tutan özel yaşam ile ilgili haberlerin yayın konusu yapılmasıyla ilgili soruya spor yazarlarının % 54,8 ‘inin (23) yapıldığı yönünde görüş bildirdiği, %35,7’sinin (15) ise yapılmadığını belirttikleri görülmektedir.

Spor yazarlarının aşağıda verilen görüşleriyle desteklenmektedir:

Öcal Uluç; *“Elbette yapılmaktadır. Sadece etik açıdan değil, meslek ilkeleri açısından da bu yayınları onaylamam mümkün değildir. “Etik değerler açısından kamuoyunu rahatsız edecek” ya da “adli mercilere kadar uzanan” olayların, elbette “bu genel ilkedен” ayrı tutulması gerekir; “bu gibi olaylar” özel yaşamla da ilgili olsalar” haberdır” ve dünyanın her tarafında gazeteler ve gazeteciler “bu tip olayları” haber yaparlar.”*

Radikal Gazetesi Spor Yazarı **Cengiz Alpman;** *“Türkiye’de spor adamlarının değil hiç kimsenin özel yaşamına saygı yok. Hele magazinciler, kelle avcısından beter. Ortak savunuyu da ünlülerin topluma mal olduklarıdır... Yani adam ünlüyse, kamu malı mı oluyor. Bunun ahlak, etik neresinde...”*

Milliyet Gazetesi’nden **Ercan Güven** görüşünü şöhretin bir bedeli olduğunu vurgulayarak, *“Etik açıdan pek hoş görünmese de söz konusu şahısların spordan aldıklarının karşılığı olarak değerlendiriyorum ben. Sadece para*

kazanmıyor sporcu, antrenörler. Örneğin, Nobel'e aday olabilecek bir fizik profesörümüzden çok daha ünlüler. Yöneticiler de öyle. Bir telefonla siyasetten, bürokrasiden istediklerini koparabiliyorlar. Sayfa sayfa röportajları çıkıyor. Divan toplantıları on kanalda naklen yayınlanıyor. Mademki, bu kadar ünlüler; insanların özel yaşamlarını merak etmesinden, medyanın da bunu izlemesinden doğal ne olabilir günümüz koşullarında. Tüm dünyada olduğu gibi şöhretin bedeline katlanmaları gerekiyor.” şeklinde dile getirmektedir.

Akşam Gazetesi Yazarı **Alaattin Metin**; “Futbolcunun özel hayatına girilebilir. Futbolcu bir gece kalkıp bir mekana gitmişse, orada eğlenmişse haber yapılabilir, fotoğrafları yayınlanabilir; ama futbolcunun çok çok özel hayatına girilmemeli. Çünkü özel hayatlar, kişiye aittir. Oraya girmek biraz sınırı zorlamak oluyor. Bizim de duracağımız yerler olması lazım.”

Türkiye Gazetesi Spor Yazarı **Kemal Belgin**; “Bir takımın önemli bir sporcusuysanız ve sosyal yaşantınızdaki çarpıklıklarla aldığınız 2 milyonu hak edemeyecek pozisyondaysanız o zaman sizin aşağılamadan, hakaret edilmeden bu durumunuz gündeme getirilmeli ki, doğru yola çekip performansınızın yükselmesinde basın olarak yardımcı olalım.”

Meriç Enercan; “Bazen gazeteciler kendisini bir jandarma olarak görmeye başlıyor. Aslında biz jandarma falan değiliz. Biz ‘sen ne yapıyorsun kardeşim’ deme hakkına sahip değiliz.”

Gülengül Altınsay ise, özel yaşam ile ilgili haberlerin görmezlikten gelindiği iddiasında. “Futbol çok yoğun bir şekilde erkek egemenliğinde olduğu için erkeklerin erkekleri kollaması da çok yoğun. Ahlaki olarak eleştirilecek, erkek egemenliğini özgürlükleriyle sarsacak kadın sayısı yok denecek kadar az. Bu yüzden hiç bir skandal açığa çıkmaz. Ne kız muhabirlere asılan kulüp yöneticileri, ne karılarını sürekli aldatan -özellikle de yurt dışı seyahatlerde- ünlü yöneticiler,

gazeteciler açığa çıkar. Herkes her şeyi bilir, şakası yapılır, hatta havası atılır ama kimse kimseyi eleştirmez.

Cem Can da, özel yaşamın yeterince haber yapılmadığı görüşünü şöyle ifade ediyor: *“Tersine, bu kişilerin spor dışındaki dünyaları özellikle çok az haber konusu edilmektedir. Futbolun futboldan fazla bir şey olduğu iddia edilse bile futbolcu-yönetici- teknik direktör spor medyasında gerçek kişilikleriyle değil, paketlenmiş prototipler olarak sunulmaktadır.”*

Mehmet Demirkol’a göre, spor medyasını bu konuda etik sınırlar içinde hareket etmektedir: *“Ben tüm gazete sayfaları, ekonomisi, siyasisi, magazini arasında spor medyasının bu konuda en temiz olduğunu düşünüyorum. Bir dönem özel yaşamlarına çok giriliyordu sporcuların bu Televole’nin ilk çıktığı dönem. Ama şu anda bir şarkıcının özel hayatına girildiğinden daha fazla değil, onda biri kadar sporcuların özel yaşamlarına girilmiyor bana kalırsa.”*

Tablo 6. Haber Kaynağının Gizliliği İlkesine İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Uyulmamaktadır	3	7,1
Uyulmaktadır	35	83,3
Bazen Uyulmaktadır	2	4,8
Cevapsız	2	4,8
Toplam	42	100

Tablo 6’ya bakıldığında spor yazarlarının etik kurallar içinde en bağlı kaldıkları ilkenin haber kaynağının gizliliği ile ilgili olduğu görülmektedir. % 83,3 (35) oranında bu ilkeye uyulduğu tespit edilmiştir. %7,1 i (3) ise bu ilkeye uyulmadığı görüşünde.

Spor yazarlarının konuya ilişkin dikkat çekici bazı görüşleri aşağıda verilmiştir:

Özgür Şahiner; Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye, tam anlamıyla uyulmadığı görüşünde. Bunun sebeplerini de şu şekilde açıklıyor. *“Birincisi, basit bir haberi veren yönetici, sporcu bunu kendine gelebilecek zararlardan korumak için kolayca yalanlamaktadır. İkincisi, bazen yöneticiler rakip takımı ya da kendi yönetimi içindeki kişileri veya muhalefette bulunan kişilere mesajlar vermek için gazeteciden kendisini haber içinde gizli tutmasını ister. Bana göre üçüncü ve en önemlisi ise spor sayfalarının artmasıyla, yine spor gazetelerinin çoğalmasıyla daha çok spor haberine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yüzden de birçok dedikodu, iddia haber kaynağından veriliyormuş gibi gösterilir. Haberi alan kişiler olmayan haber kaynaklarının gizlendiğini sanırlar...”*

Öcal Uluç da, bu ilkeye uyulmadığı görüşünü *“Ancak ‘garip ve acı’ bir durum vardır ve ‘o durumda’, yani, ‘gerçek olmayan, masa başında uydurulan ya da kulaklara fısıldanmış ama gerekli kontroller yapılmadığı halde haberleştirilen’ olaylarda bu ilkenin arkasına saklanılmaktadır; ‘haberi yazan ve sayfaya koyanlar, kolaylıkla ‘kaynak açıklanmaz’ ilkesinin arkasına saklanmakta, ‘güvenilir kaynaklardan aldığımız bilgiye’ göre denilerek, ‘asparagas haber’ gerçekmiş gibi sunulmaktadır.”* şeklinde ifade etmektedir.

Hürriyet Gazetesi’nden Usta Spor Yazarı **Togay Bayatlı** konunun diğer bir yönünü ön plana çıkarıyor. *“Bizde medya bir haber aldığı zaman öyle ya da böyle mutlaka yayınlar. Hatta çok kişinin de bu sizin bahsettiğiniz kurallardan haberi olduğunu tahmin etmiyorum. O yüzden Türkiye’de haber geldi mi, sayfaya konur.”*

Güven Taner ise, kuralın genel olarak işlediğine inananlardan. *“Günümüzde bazı istisnalara rastlıyoruz ama kural işliyor. Mesleğin temel taşlarından biri olduğu için işlemelidir de.”*

Onur Belge; *“Spor medyasında haber kaynağının açıklanmaması ilkesine sanıldığından çok fazla dikkat edilmektedir. Aksi takdirde sporcu derhal takımdan, yönetici yönetimden dışlanır ve haber kaynağınız kurur. Tüm spor yazarları bunu bilerek hareket ederler. Bunun dışındaki durumlarda yapılan açıklamalar ‘haber kaynağını harcama’ eylemine yöneliktir. ”*

Meriç Enercan; *“Bu aslında Türk medyasının dünyada en iyi yaptığı işlerden birisidir. Haber kaynaklarının satılmaması deriz biz buna daha anlaşılır şekilde. Ben çok mecbur kalınmadığı sürece 30 yıllık meslek yaşamımda bunun istisnai durumunu spor medyası değil, tüm medyada ya bir kere ya da iki kere olduğunu bilirim.”*

Ali Sami Alkış, *“Bu madde Türk basınında erozyona uğramamış, çarpıtılmamış, dejenere edilmemiş tek maddedir. ”*

Murat Ağca, kulüp muhabirliğinin bu ilkeye bağlılığı kuvvetlendirdiğini belirtirken düşüncelerini şöyle aktarmaktadır. *“Dört büyük kulübümüzün kendine ait muhabirleri, foto muhabirleri ve yazarları var. Dolayısıyla bu arkadaşlarımız için de haber kaynaklarına ulaşmak ve devamlılık sağlamak çok önemli. İşte bu noktada da haber kaynaklarını açıklamamak, gizli tutmak özellikle spor medyasında çalışan arkadaşlarımız için birinci öncelikli konudur. Takdir edersiniz ki bu arkadaşlarımızın önemli bir kısmı kulüplerine ilişkin haberlerin çoğunu bu kulübün içindeki idarecilerden, sporculardan veya antrenörlerden almaktadır.”*

Tayfun Bayındır; *“Spor medyasında sağlam kaynak dediğimiz; sizi yanıltmayan, doğru haber alabileceğiniz, istediğiniz biçimde haber alacağınız kaynak sayısı az. Bu nedenle, spor medyasının bence işini kurallara ve gazetecinin etik değerlerine uygun yaptığını düşünüyorum. Haber kaynağının gizliliği konusuna da çok ciddi biçimde uyulmaktadır. “*

Hürriyet Gazetesi Spor Yazarı **Atilla Türker**; “Çok net söyleyeyim. Günün birinde yeri gelip de şu haber kaynağını açıklayacaksın iş yeri ile ilgili durumun sallantıya girer derlerse yaklaşık yarım saniye içerisinde işi bırakırım. Çünkü haber kaynağı sana güvenerek o haberi söylemiş. Nihayetinde bir gün kalkıp da ya arkadaş ben bu haberi Ahmet’ten veya Mehmet’ten aldım dersin bir kere kendine saygısı kalmaz insanın. Haber kaynağı namustur ve mezara kadar gitmesi gerekir.”

Konuya farklı açıdan bakanlardan Milliyet Gazetesi Spor Yazarı **Uğur Meleke**; “Haber kaynağının spor medyasında sanki daha fazla açıklanması lazım yani burada açıklanması değil açıklanmaması problem gibi gözüküyor. Kamu yararı gerekiyor mu onu tartamıyorum çok fazla ama spor medyasında madem esas problemlerimizden birisi haberlerin doğruluğunu teyit edememek. Haberlerin doğruluğu konusunda hep şüpheliyiz. Hatta bir gazetecinin genel yayın yönetmeni bu tarz haberciliğin çok da kötü olmadığı kanaatini bile taşıyabiliyorsa, bence burada kamu yararı daha fazla söz konusu, haber kaynağı belirtilmeli.”

Bilgin Gökberk ise; haber kaynaklarının artık eski önemini kaybettiğini ifade ediyor. “Şimdi zaten yönetici kendisi arayıp söylüyor. Biz şu oyuncuyu almak istiyoruz diyor ve haber kaynağının da bilinmesini istiyor. Çünkü, o kendisinin isminin ortaya çıkmasını istiyor. Bu şekilde bir polemiğin de içine girmek istiyor. Bunu söyledi şunu dedi dersiniz onun hoşuna bile gidiyor. İsmi ortaya atılmış oluyor.”

Tablo 7. Uygun Olmayan Yöntem ve Tutumlarla Haber ve Araştırma Yapma Uygulamasına İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Rastlanmaktadır	18	42,9
Rastlanmamaktadır	18	42,9
Nadiren Rastlanmaktadır	2	4,8
Cevapsız	4	9,5
Toplam	42	100

Tablo 7’deki “Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır?” ifadesine verilen cevapların dağılımı incelendiğinde, araştırmaya katılan spor yazarlarının %42,9’unun (18) bu tür uygulamalara rastlandığı, %42,9’unun (18) bu tür uygulamalara rastlanmadığı yönünde görüş bildirdiği görülmektedir.

Cumhuriyet Gazetesi Spor Yazarı **Adnan Dinçer**; spor medyasında yaşananları ayrıntılarıyla ortaya koyuyor. *“Hiç alakası olmayan muhabbet, sohbet anında konuşulan ya da sorulan çok doğal soruların masum cevaplarını haber yapanları gördük. Başkalarını sizin adınıza konuşturup, onları empoze ederek yönlendirenlerin haberlerinin, iftiralarını yaşadık. Ayrıca, bugün gelinen noktada gazeteciliğin getirdiği imkanları çok kötü değerlendirerek öne çıkaran, sizinle konuşurken telefonunu açık tutan ve sonra da onu belge olarak inkar edemeyeceğiniz şekilde karşınıza çıkaran, oysa o konuşmanın iki insanın özel muhabbetinin dışında bir beyanat gibi sizin karşınıza çıkaran kötü haberlerle karşılaşabilirsiniz.”*

Özgür Şahiner medyanın uyguladığı bir başka uygunsuz yöntemi şöyle anlatıyor; *“Son dönemde özellikle magazin ve spor medyasında kişileri birbirine düşürme, ortalığı karıştırma gibi farklı bir haber tekniği geliştirildi.*

Kışkırtıcı sorularla gündem oluşturma ve bunu devam ettirme anlayışı hüküm sürmeye başladı. Spor dünyasında özellikle, teknik adam ve futbolcuların kendi ağızlarından çıkmayan sözlerin gazetelere taşındığını ifade eden şikayetleri var.”

Erhan Köknar ise; *“Her meslekte olduğu gibi spor medyasında da maalesef bu durumlarla karşılaşılabilir. Gizli kamera, fotoğraf çekimleri ve ses kayıtları da nadir de olsa yapılmaktadır. İlk akla gelen TELEPOL programında yayınlanan bazı haberlerin gizli çekim, ses kaydı ile hazırlanması.”* şeklinde konuşuyor.

Milliyet Gazetesi Spor Yazarı **Murat Ağca**; ses kaydı ve gizli kamera konusunda farklı bir yaklaşım sergiliyor. *“Bunların pek de usulüne uygun olmayan yöntem olarak düşünmüyorum. Çünkü karşıdaki haber kaynağı bizim gazeteci olduğumuzu biliyor ve ona göre hareket ediyorsa gazetecilik kuralları çerçevesinde yaptığı konuşmanın bir gazeteci muhatap alınarak yapıldığını bilmelidir. Ona göre konuşmasını yapmalıdır. Dolayısıyla bir gazeteci eğer kendi kimliğini saklamadan bir kişiyle konuşuyorsa gizli kamera kullanması ya da ses kaydı yapmasının bence gayri ahlaki bir yönü yoktur.”*

Halil İbrahim Ekiz; *“Tabii ki rastlanmakta. Fakat ikili ilişkilerle alınan haberler dışında, tehdit ve korkutma ile alınan haberlerde yok değil. Samimiyete dayanılarak alınan demeçlerin, off the record söylemlerin haber kaynağı gücünü kaybedince ortaya çıkarılması da bunlardan biri.”*

Yenicağ Gazetesi Yazarı **Yusuf Yalkın**; *“Bunu genelde yurtdışı seyahatlerde görüyoruz. Adam antrenmanına bile giremiyor. Orada sistem var. Akredite olacaksınız, yapacağın toplantının, futbolcuyla görüşmenin zamanı bellidir. Adam otobüsten iniyor, antrenman sahasına gidecek. Yanına yaklaşıyor bizim değerli basıncılar. Onların cin gibi dedikleri yanına yaklaşıp bile adamla öpüşüyor pozisyonunda gösterecek foto muhabirleri de iki kare çekiyor. Sonra onun altına siz istediğiniz şeyi yazın. Ne adamın haberi var? Ne sizin yabancı*

diliniz var? Ne de sizin soru sorma yeteneğiniz var? Kimse bilemez. Nereden bilsin? Bir bakıyor kocaman fotoğraf var. ‘Bravo adam Milan’ın kampına girmiş. Görüşmeyi yapmış, herkesi atlatmış’ diyorsunuz. Oysa kampa falan giren yok. Otobüsün önünde bekleyen bir gariban var sadece. Şimdi siz gazeteciliği bu kadar alta çekerseniz, bu kadar zorlarsanız, gerçekten gazeteciliğin toplumda nokta kadar inandırıcılığı kalmıyor.”

Ercan Güven; *“Uygun olmayan tutumlarla haber ve araştırma yapmak, kişisel bir tercih olduğu için; toplumumuzda uygunsuz işler yapanların oranı neyse spor medyasında da o kadardır. Yani hayli fazla. Ben tehditle Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü’nden en güzel haberleri alan basın mensubu bilirim zamanında. Bir insanın yanına yanaşıp “O senin için şöyle dedi” diye coşturmak, onun söyledikleriyle diğerine koşmak sıradan olaylardır. Bu iğrenç sistemin mucidi televizyoncularımızdır.”*

Alaattin Metin’in bu konuda verdiği örnek gerçekten dikkat çekici. *“Ali Koç Fenerbahçe yönetimine geldiği ilk gün medyayla tanışmak istedi. Çünkü Ali Koç, spor medyasını tanııyordu. Bunun üzerine Fenerbahçe’li spor yazarlarıyla oturup bir sohbet toplantısı yaptı. Toplantının belli bir bölümü basına açıktı. Ondan sonra kameraları kapatıp, birbirleriyle konuşmaya başladılar. Ama oradaki birkaç arkadaşımız konuşmayı gizli kameraya çekmişler. Tabi sonradan ben Ali Koç ile görüştüğümde çok üzüldüğünü söyledi. Çünkü hiç yaşamadığı, görmediği bir olaydı.”*

Sabah Gazetesi Yazarı **Güray Soysal** verdiği örnekle durumu gözler önüne seriyor. *“Bir hakem arkadaşımız hatalı bir maç yönetti. Hatalı maç yönetince, bir gazeteci grubu o hakem arkadaşın geleceği yeri tespit etmiş. Bunu bir yerde açıklamamış. ‘Ben hatalıyım. Orada pozisyonu görmedim. Ama hatalıyım’ deme durumu yok. Fakat yanında gizli kamerası olan arkadaşım. O sohbet ortamında konuşurken bunu gizli kamera ile görüntülemiş. Ondan sonra ertesi gün, bunu yayınlıyor. O haber çıktığı zaman o hakem arkadaşımızın işi de*

bitiyor. Ve bir daha da gündeme gelmiyor. Öbür arkadaş da çektiği görüntülerden dolayı, koltuklarının altına üç tane karpuz sığdırma çirkinliğiyle önümüze çıkıyor.”

Atilla Türker, kamu yararı varsa gizli kameranın kullanılabileceğini belirtiyor. *“Önemli olan amacın doğru olmasıdır veya gerçek anlamda gazetecilik yapılmak istenmesidir. Mesela adam hakikaten rüşvet alıyordur ve sen bunu başka türlü kanıtlayamazsın. Kamu yararı vardır. Belki Türkiye’deki insanların mutluluğu, ahlakı için neresinden bakarsan bak çok büyük bir yararı olacak. O zaman yapıldığı takdirde gerçek anlamda gazetecilik yapmak amacıyla olduğu için; ama öbür türlü dertleşmek amacıyla iyi niyetle birinin yanına gidiyorsun ve boynuna gizli kamerayı takıyorsun. İkisi de gizli kamera ama ikisi arasında dünya kadar fark var. İnsanların mutlaka birbirine güvenmesi lazım.”*

Devrim Sağıroğlu spor medyasında uygun olmayan yöntemlerle haber yapma uygulamasına çok az rastlandığını düşünenlerden. *“O genellikle magazin gazeteciliğinde, televolelerde, uçan kuşlarda, bu tip programlarda ya da televizyonların magazin programlarında yapılmaktadır.”*

Ömer Üründül; *“Bugüne kadar duyduğum ya da tanık olduğum olaylarda böyle gizli kameralı uygulamalara rastlamadım. Ancak ses bandı çok fazla kullanılan uygun olmayan bir yöntemdir. Bunun çok örneklerine ve şikayetlerine rastladım.”*

Sabah Gazetesi Spor Yazarı **Murat Demiryas**; *“Bu tip yöntem ve tutumlarla spor medyasında haber ya da araştırma yapıldığını düşünmüyorum.*

Zaman Gazetesi Spor Yazarı **Atıf Keçeci**; *“Uygun olmayan haber ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına spor medyası’nda örnek bulamazsınız.”*

Zeki Çol ise, konunun başka bir yönünü bizlere aktarıyor. “Çok düşük bir olay, neden. Zaten spor medyası araştırma yapmak gibi bir tavır içerisinde değil. Spor medyasının araştırma en son yaptığı işlerden bir tanesi maalesef. Spor medyasının çok kritik toplumu sarsabilecek boyuttaki haber sıklıkla yaşanan bir olay da değil.”

Tablo 8. Şiddeti Özendirme ve Körüklemeye İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Etkilidir	32	76,2
Etkili değildir	5	11,9
Çok az etkilidir	4	9,5
Cevapsız	1	2,4
Toplam	42	100

Tablo 8’de “Şiddeti özendirme ve körükleme” ifadesine verilen cevapların dağılımına göre, spor yazarlarının %76,2’sinin (32), spor medyasının şiddeti özendirme ve körüklemede etkisi olduğu yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir. Yazarların %11,9’unun ise medyanın bu konuda etkisi olmadığını ifade ettikleri tespit edilmiştir.

Tayfun Bayındır; Bu konuda çok dertli olduğunu ifade ederek şunları söylüyor: “Türkiye’deki sportif şiddetin artmasında spor medyasının katkısı büyüktür. Bunu yadsıyamayız. Bu durum spor gazetelerinin yayın hayatına geçmesiyle başlamıştır. Taraftar biçimindeki yazarlık, renkaşlık, kulüplerin elde ettiği başarı ile orantılı yazılar, kulüplerin elde ettiği yenilgilerle yazılan yazılar, taraftarı yönlendirici ve etkileyici yazılar, sporda şiddetin artmasında medyanın ciddi biçimde rol almasına neden olmuştur. Türk spor medyasında o kadar çok medya dışı insan görev yapmaktadır ki, bu nedenle sportif etiği düşünebilecek kapasitede insan sayısı azdır. Spor yazarlığı ve yorumculuğu, futbol yorumculuğu yapan insanları üst üste koyduğunuz zaman çok farklı alanlardan gelen, ama

sadece bir kulübü desteklediği ve bir kulübün önemli ismi olduğu için, ya da bir kulüpte bir süre futbolcu, teknik adam olarak görev yaptığı için bir anda kendini spor yazarı kisvesi altında gören insanların varlığından dolayı bunlar gerçekleşmiştir diye söylüyorum. Ama hepsini kastetmiyorum. Bu tür gruplardan gelip de spor medyası içinde önemli yerler edinmiş spor yazarlığına ciddi katkıda bulunmuş insanlar da var. Fakat çoğunlukla Türk spor medyasında şiddeti körükleyebilecek uygulamalar yapan insanlardan oluşmaktadır.”

Öcal Uluç, spordaki şiddette medyanın etkisini şöyle dile getiriyor. *“Bu konudaki görüşüm nettir ve maalesef spor medyamız bu konuda son derece çifte standartlı ve hatalı bir yoldadır. Özellikle TV ekranlarında hafta sonlarında yapılan “sözde” spor ve futbol programları “şiddetin kaynaklarından biri” olarak önümüze çıkmakta, ekrandaki “çoğu kulüpçü ve taraftar yorumcular”, hatta birbirlerine hakaretler yağdırırlarken”, taraftarı “nasıl şiddete tahrik ve teşvik ettiklerini” hiç ama hiç düşünmemektedirler; hem de her hafta “daha ağır” tabirler, kelimeler, cümleler ve sözcüklerle. Bu çirkin ve tehlikeli reyting yarışına, RTÜK’ün mutlaka “Dur” demesi gerek ama nerde o RTÜK?..”*

Güven Taner, medyanın bu konudaki yanlış tutumunu şu sözlerle anlatıyor. *“Evet bu yapılmakta. Özellikle TV yorumculuğu öne çıktıktan bu yana. Kimileri öfke içeren üslupları, kimileri öfke taşıyan kişilikleri, kimileri şiddet üreten ifadelerle konuşmaya daha çok para verildiği için bunu yapmakta... Ve sayıları çok az da olsa etkileri fazla. Zira bunu yaptıkları için ilgi çektiklerinden, ulusal kanalların en önemlilerinde çalıştırılmaktalar. Çözüm o kanal yöneticilerinin, toplumsal çıkarı, kanalın çıkarının önüne koyarak, o adamların kazançlarını ayarlamalarıdır. Onları uyarmalarıdır.”*

Kemal Belgin de, medyanın şiddetin büyümesinde etkili olduğunu ifade ediyor. *“Bugün söylediğim gibi köşe yazarları, muhabirler ve yöneticilerin bir kısmı amigo gibi, fanatik kulüp taraftarı gibi davranıyorlar. Onların hazırladıkları gazetelerde veya bulundukları televizyonlarda yayınlanan haberler,*

yorumlar tabi şiddetin dozunu artıracaktır. Bugün cebindeki son parasıyla maça gelen insanları, yürekten taraftarları bile geçmiş durumdalar. Onlar bile artık yapmıyor bunların yaptığını. “Bizim takım kötü oynadı. Bu maçı hak etmedik” diyen taraftarlar varken, bu amigolara göre hiçbir şekilde kendi takımları mağlup olmuyor. Mümkün değildir eğer mağlup oluyorsa yan güçler neden oluyor gibi sporda hiç yeri olmayan, tamamen dedikodu üretim merkezlerinin ürünü olan şeyler. Hiçbir belge, yazılı bir şey yok sürekli insanlara iftira atmaktan başka bir şey yapmıyorsunuz. Basındaki amigoları da alıp gazetelerine aktarıyorlar ondan sonra tribünlere gelen adamlar da terör estiriyorlar.”

Ömer Üründül; *“Benim de çok üzerinde durduğum bir konudur. Gerçekten spor medyası maalesef şiddeti özendirmektedir. Bunun da bir numaralı nedeni medyada kulüpçülük olmasıdır. Dünyanın hiçbir yerinde olmayan üç büyük taraftarı Türkiye’de vardır. Çünkü bütün Türkiye’de bu üç kulübün taraftarları vardır. Bu yüzden medyada orada olduğundan bu rekabet doğmakta, bu rekabetten dolayı herkes gerek yazılarında gerekse eleştirilerinde kendi tuttuğu takım yönünde eleştiriler yaptığı ve objektif davranmadığı için bu durum meydana gelmektedir.”*

Gülengül Altınsay, tiraj kaygısının medyayı yanlış sürüklediğini belirtiyor. *“Tiraj her şeyden üstündür. Bugün önemlidir, yarın değil. Bu yüzden halkın en geri kesimlerinin anlayışları körüklenir. Fanatik taraftarın duyguları okşanır.”*

Ercan Güven ise, sorumuza kesinlikle evet diye cevap veriyor ve şöyle devam ediyor. *“Ve yapanlarla yapmayanlar iç içedir. Hatta hem yapıp hem şiddetten dert yanan kişiler, gazeteler, kanallar bile vardır. Herkes bilir ki, olumsuz haberlerin reytingi, tirajı daha fazladır. Spor medyasında rekabet en yüksek seviyede yaşanmaktadır. Bu yüzden bilinçli veya bilinçsiz şiddeti ararlar basın mensupları. Bazıları daha da ileri gidip şiddet ortamının yaratılmasını kolaylaştırırlar, katkı yaparlar. İnanılmaz bir iki yüzlülük vardır bu konuda. En*

sakin ortamı karıştırmak için elinden geleni yapan bir yazar, olaylardan sonra şiddeti en büyük haykırıyla telin edebilir. İşin açıkçası, okuyucu-izleyici de pirim verir bu kişilere. Daha çok okunurlar, daha çok izlenirler.”

Milliyet Gazetesi Spor Yazarı **Cemal Ersen**, bazı televizyon programlarındaki yayınlardan şikayetçi olduğunun altını çiziyor. *“Reyting uğruna, ilgi çekmek, programı izlenir kılmak adına, ne yazık ki bu tür şiddeti özendirici, hatta körükleyici yayınlar var. Yazılı medyada da kalemi sığ diyebileceğim spor yazarlarının dışında bazı gazetelerin yine bu tiraj uğruna, haber başlıklarında, spotlarında gazetecilik etiğiyle bağdaşmayan yöntemler uyguladıklarını biliyoruz. Yakın geçmişe kadar hayvan isimleriyle adlandırılan başlıklar atıldığını da biliyoruz. Burada yapılması gereken şiddeti özendiricilik kapsamında yöneticilerin şiddeti körükleyen açıklamalarına biz yer vermezsek, burada zaten frene basmış oluruz. Bir kulüp yöneticisinin kalkıp da hakeme ya da futbolcuya hırsız demesi, aşağılaması eğer gazete kupürlerinde veya televizyonlarda yer bulmazsa, bu anlamda medya da görevini yerine getirmeye başlamıştır diyebiliriz.”*

Radikal Gazetesi Yazarı **İbrahim Altınsay**’ın yorumu ise şöyle; *“Bir toplum kendiyle ödeşemiyorsa düşman yaratarak onlara saldırır. Futbol medyası da zaman zaman bunu yapıyor. Gerilimi kışkırtıyor. Ama çoğu zaman basın başlatan değil, körükleyen oluyor. Bakınız: Türkiye-İsviçre Milli Maçı...”*

Alaattin Metin, Türkiye’deki şiddetin pek önlenmek istenmediğini belirtiyor. *“Bizim medya olarak hatalarımız var. Milli maçlar ya da Avrupa maçları olduğu vakit kan davasına, çatışmaya dönüştürmeye çalışıyoruz. Yöneticiler, işadamları reklamları yapılsın, haberi büyüsün diye medyanın hoşuna gidecek lafları söylüyorlar.”*

Yusuf Kobal, *“Başta kulüp yöneticileri ve onlara çanak tutmak zorunda kalan spor medyası, bence de şiddeti bilinçsiz bir biçimde*

körüklemektedir. Spor sayfaları, eğitim düzeyi nispeten daha düşük olan kesimi farkında olmadan tahrik etmektedir.” görüşünde.

Özgür Şahiner; şiddetin yalnızca medyadan kaynaklanmadığını şu sözleriyle belirtiyor. *“Maça giderken “Ölmeye geldik” diye bağırان, “Vur kır parçala bu maçı kazan’ diye takımını destekleyen, rakibi düşman gibi gören bir taraftar profili var ülkemizde. Stada döner bıçaklarıyla kesici ve delici aletleriyle gelmek nasıl bir ruh halidir. Toplumsal yapımız kırıp dökmeye müsait. Tribüne gelen insanların sosyo-ekonomik durumunu, toplumsal yapısını da değerlendirmek gerekiyor. Öncelikle bunlar tartışılmalı. Spor medyası bu konuda eleştiriye hak ediyor olabilir. Bazı yazarlar, köşelerinde ya da ekrana çıktıklarında, ortamı gerecek, şiddeti körükleyecek açıklamalar yapıyor. Ancak sahip oldukları konum itibari ile temsil ettikleri kulüpler adına konuşan yöneticilerin hiç mi suçu yok.”*

Murat Demiryas, Medyanın şiddeti özendirdiği, körüklediği fikrine katılmayanlardan. *“Bu konuda çok eleştiri yapılıyor yıllardır. Şiddet özendiriliyor, körükleniyor, medya yapıyor diye... Ama bence medyanın rolünün yıllar ilerledikçe daha az olduğunu görüyorum. Yani örneğin Trabzonspor-Sivasspor maçı oynandı ve seyirci maçın bitimine 30 saniye kala sahaya girdi ve rakip takım futbolcularını tartakladı, dövdü. Daha sezonun ilk haftası ve herhangi bir aleyhte yayın yapılmamış ama yine de şiddet olabiliyor.”*

Ali Sami Alkış, sporda şiddetin hangi boyuta geldiğini ve gazetecilerin zor durumda kaldığını şu sözlerle dile getiriyor. *“Cesareti olan yazar noktasına gelindi. Yazıldığı zaman da başınıza kesin bir şey geleceği konusunda da yüzde yüz garanti verebilirim. Çünkü bu konuda çok dayak yemiş çok feci hırpalanmış arkadaşlarımız var. Ama bir gazetecinin başına geleni diğer gazeteler yazmadığı için sanki küçük olaymış gibi çok lokal kaldılar. Osman Çınar arkadaşımızın yüzü patlatıldı, Osman Tamburacı arkadaşımız dövüldü. Keza ben dövüldüm. Feci şekilde dövüldük hem de.”*

Özgür Korkmaz ise, “Bu tabi ki sadece Türkiye’de değil İngiltere’de de yapılıyor. Ama İngiltere’de bunu yapanlar tabloid gazete dediğimiz The Sun, Daily Telegraph gibi çok ciddiye alınmayan gazeteler. Ama bizim burada çok ana akım medya en büyük gazetelerimiz çıkıp da iki İngiliz taraftarı öldürüldüğü zaman sahada da yeri öptürdük dışarıda da yeri öptürdük diyebiliyor, böyle bir şeyin açıklanabilir bir tarafı yok. Yada her Fenerbahçe-Galatasaray maçından önce Galatasaray taraftarları 1500 kişi gelecekler Kadıköy’e çıkacaklar, Fenerliler onları bekliyor olacak gibi. Biliyoruz ki Türkiye’deki taraftar kitlesi provokasyona ya da gaza gelmeye çok açık tipler. Bir küçük gazete haberi bile çok büyük infial yaratmaya yetiyor. Dolayısıyla, Türk spor medyasının çok daha dikkatli olması lazım. Ama var olan bir şeyi de görmezden gelemeyiz. Eğer bir maç öncesi şehrin sokaklarında taşlar havada uçuşuyorsa, polis biber gazı, göz yaşartıcı bomba kullanıyorsa, elbette ertesi gün gazeteler bunu çok düzgün bir şekilde vermek zorundalar. O zaman gelen eleştirinin bir kısmı da şöyle oluyor. Medya buna yer verdiği için bu da özendirici bir şey olarak görülüyor. Orada çıkan olayların televizyonlarda, gazetelerde verilmesi, bu özendirici bir şey değil. Bu olmuş bir şeye ayna tutulmasıdır. Bunu yansıtmak zorundayız gazeteciler olarak. Bunu görmezden gelemeyiz ama bu tip bir şeyin ateşleyicisi olmamak zorundayız. Yani yangına körükle gitmemeliyiz ama yangının haberini yapmak zorundayız bu bizim işimiz.” şeklinde görüş bildirmektedir.

Vatan Gazetesi Spor Yazarı **Lütfi Özel**, medyanın şiddetten neden şikayetçi olmadığını vurguluyor. “Kavga, şiddet olduğunda kepazelik, rezillik diyor ama medya bundan hiç şikayetçi değil. Tam tersi bunu yansıtmak sayfayı ya da görüntüyü doldurma anlamında çok işine yarıyor.”

Kazım Kanat, sporla şiddetin iç içe olduğunu ve sporun içinde şiddetin bulunduğunu ifade ediyor. “Spor bir arena. At yarışlarından sonra arenalardan gelen bir gelenektir. Spor şiddetin ta kendisidir. Özendirmeye gerek yoktur. ‘Yani vur, kır, parçala bu maçı kazan. Ölümüne oynuyoruz. Son damlamıza

kadar mücadelemize devam edeceğiz.’ Yani şiddet zaten sporun içinde var. Boksta da var. Basketbolun içinde de. Şiddet yoksa, gerilim yoksa zaten orada spor yoktur. Ama insanları birbirine düşürmek şeklinde değil. Daha zirveye. Dünya rekorları nasıl kırılıyor. Baskılarla kırılıyor, şiddetle kırılıyor. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nin o dönemdeki sporcu eğitimine bakın. Hepsi şiddet üzerine, baskı üzerine dayalıdır.”

Usta yazar **Kahraman Bapçum** ise, basının gereksiz yere suçlandığı görüşünde. “Yarım yüzyılı çoktan geçmiş spor yazarlığı hayatımda, spor medyasının şiddeti özendirdiği, körüklediği yönünde bir örnek anımsamıyorum. Aksine spor dünyamızda görülen şiddet konusunda yapılan haberler karşısında, faillerin basını sorumlu tuttuğunu çok gördüm.”

Tablo 8.a Şiddet - Kulüp Yöneticilerinin Etkisine İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Etkilidir	24	57,1
Cevapsız	18	42,9
Toplam	42	100

Tablo 8.a incelediğinde spor yazarlarının %57,1’inin (24) şiddeti özendirme ve körüklemede kulüp yöneticilerinin etkili olduğunu vurguladıkları görülmektedir.

Erhan Köknar, sporda şiddetin artmasında asıl etkenin kulüp yöneticileri olduğunu ifade ediyor. “Spor medyası direk olarak şiddeti özendiren haber ve yorumlar yapmaz. Bunlar genellikle taraftarların veya izleyicilerin algısına göre değişir. Medya yöneticilerin sert demeçlerini haber yaparak bu duruma bilmeden hizmet etmektedir. Bazı spor gazetelerinin tiraj kaygısıyla şiddet çağrıştıran, öfkeye yol açan, saldırgan başlık ve haberleri kullandığı da bir gerçektir. Yanlıştır tabi ki ama bu durumun önüne geçilmesi çok zordur. Şiddet

medyadan çok kulüp yöneticilerinin demeç ve uygulamalarıyla doğru orantılı olarak artmakta ve azalmaktadır.”

Meriç Enercan; *Türkiye’de şiddeti özendirenler sıralaması yapılsa, spor medyası elbette o listenin içerisine girer. Ama neresinde yer alır. Onu çok iyi tartışmak lazım. Türkiye’de kulüp başkanlarının, yöneticilerinin ve teknik adamların verdiği demeçlere bakıyorsunuz. Bunlara sadece aracılık eden medyadır.*

Onur Belge de şiddeti yöneticilerin özendirdiği görüşünde; *“Spor medyası bizatihi şiddeti özendirmez. Özendirenler tek kelimeyle yöneticilerdir. Yaptığı açıklamaya yer verdiği için spor medyasının bir numaralı aracılık rolü olduğunu söylemek gerekir. Örneğin İsviçre ile oynadığımız ve kaybettiğimiz ilk maçtan sonra burada çıkan olayların bir numaralı sorumlusu Fatih Terim’dir. Milli Takım teknik direktörü orada olan ilk maçtan sonra yaptığı basın toplantısında ikinci maç için ülkeyi ve takımı motive etmek istedi. Ancak yaptığı açıklamalar motivasyon yerine kışkırtma haline geldi. Sonrasının futbolumuz için nasıl bir felaket olduğunu biliyoruz.”*

Haldun Domaç; *“Zaman zaman gazetelere konulan fotoğrafların ve demeçlerin herhangi bir süzgeçten geçirilmeden, tamamen iyi bir haber yakaladık kaygısıyla yapılan bazı haberlerin ya da manşetlerin, bugün biraz daha az kullanıldığını düşünüyorum. Fakat yine de bu sorumsuz yayıncılığın devam ettiğini düşünüyorum. Salt faturayı spor basınına kesmek de çok ciddi bir yanlış olur. Burada fatura kesilecek en önemli iki unsur yöneticiler ve Futbol Federasyonudur. Yöneticilerin açıklama yaparken hiçbir sorumluluk taşımadan yapmaları, söyledikleri sözlerin ne tür bir sonuç doğuracağını düşünmeden yapmaları, keza aynı şekilde Futbol Federasyonunun da caydırıcı cezalar verme ve güvenlik oluşturma konusunda yaptığı uygulamaların yanlışlığı ülkede biraz şiddeti körüklüyor. Kaldı ki statlarımızda yaşanan şiddetin sorumluluğu da buradan geliyor.”*

Cem Can ise, konuya başka bir açıdan bakıyor. “*Şiddet konusunda ileri sürdüğüm özgün bir de görüş var: “Kötü yönetim şiddettir” Yönetimler şiddetin ortaya çıkışındaki rollerini gözlerden kaçırmak için sahte gerekçeleri desteklemektedirler. Durumu değerlendirdiğimizde futbol şiddetinden en büyük zararları taraftar ve medya görmektedir. Buna karşın şiddetin önlenmesi için en ağır tedbirler ısrarla bu iki odağa yönelmektedir...*”

Tablo 9. Doğruluğundan Emin Olmadan Yapılan Haberlere ve Başkasının Haberini Kendi Haberi Gibi Yayınlama Uygulamasına İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Rastlanmaktadır	37	88,1
Rastlanmamaktadır	5	11,9
Toplam	42	100

Tablo 9’da yer alan “Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır?” ifadesine verilen cevaplar incelendiğinde, spor yazarlarının %88,1’inin (37) rastlanmakta, %11,9’unun (5) ise rastlanmamakta şeklinde görüş bildirdiği tespit edilmiştir.

Murat Ağca, gazetecilikte dünya ölçeğinde bu tip yanlış davranışlara rastlamanın mümkün olduğunu vurguluyor. “*Türkiye’deki sıklığı açısından düşündüğümüzde spor medyasında bu sıklığın diğer medya dallarına oranla daha fazla olduğunu görüyoruz. Bunun da çeşitli sebepleri var tabi. Bu sebeplerden yine en başta geleni, ilke ve kurallara vakıf olmamak, onları özümsemek ve eğitimden geçiyor. Dolayısıyla bunların hepsini birer zincir gibi birbirlerine bağlayabilirsiniz. İntihal dediğimiz olaya da maalesef rastlıyoruz. Başkasının*

haberini kendi haberiymiş gibi yayınlama konusunda bir takım sıkıntılar yaşadığı doğrudur.”

Özgür Korkmaz, spor medyasındaki en büyük problemin doğruluk ilkesine riayet edilmemesi olduğunu ifade ediyor. *“Var olan haberlerin, olmuş olayların sunumunu yeterli görmeyen bir üst editoryal kadro var. Ve haber yaratma baskısı muhabirlerin üstünde de, editoryal kadronun üstünde de var. Dolayısıyla haber çıkartmanın bir sonraki adımı da haber uydurmak. Artık o noktaya doğru insanlar zorlanıyorlar. Çünkü o kadar büyük bir baskı var ki üzerlerinde bir hafta, iki hafta, üç hafta, dördüncü hafta artık en küçük bir duyumdan, abi çok güzel bir haber yakaladım hemen sürmanşetten girelim denilebiliyor. Asıl büyük problem bu, çünkü yetinemiyoruz.”*

Cemal Ersen, yalan haberle, haberin bazı unsurlarını atlayarak yanlış yapılan haberin birbirine karışmaması gerektiğini vurguluyor. *“Doğruluk ilkesi, en çok ihtiyaç duyduğumuz zaman kıyısından köşesinden yontulmaya çalışılan ilkelerden bir tanesi maalesef. Gazeteler ve televizyonlar zamanla yarışıyorlar. Süratle haberi oluşturmak zorundalar. Bu yüzden zaman zaman bir takım atlamalar, bir takım yanlışlar yapılabilir. Yapıldığına da tanık oluyoruz.”*

Usta yazar **Öcal Uluç**, bu konuda tam bir dejenerasyon yaşandığını belirtiyor. *“Spor medyamızda “asparagas” haberlerden geçilmemektedir. Halbuki “haber gazeteciliğinin olmazsa olmazı, anahtar kelimesi ‘doğru’dur. ”Haber “doğru” değilse zaten “haber” değildir. Ne yazık ki, bu ilkeye uyulmamakta ve hatta “uyulmama yarışı” yapılmaktadır. Dahası, “doğru haber” bir yana “palavra haberler” bile alınmakta, çalınmakta, kullanılmakta ve “ilk biz verdik” diye övünülmektedir de. İşte son olarak “TSYD Genel Başkanı” arkadaşımızın müdürü olduğu büyük gazete, “Emre’nin çirkin hareketini resimleyen” foto muhabiri başka bir gazeteye mensup olduğu halde, o gazeteciden alınan resmi, “başka gazeteler kaynak göstererek yayınladıkları” hâlde, “Sadece benim*

gazetem görüntüledi” diyerek verebilmiştir. Tek kelime ile “olmaz”, olmamalıdır. Bu konuda meslek ilkeleri de, etik değerler de pas pas edilmektedir!..”

Özgür Şahiner’in aktardıkları ise şöyle. *“Son dönemde spor haberleri, demeç haberciliğine döndüğü için ‘doğruluğun sorgulanacağı’ haber sayısı sınırlı olmaya başladı. Kulüpler ile ilgili çıkan bazı haberlere kulüplerin resmi internet sitelerinden anında açıklama gelmesi, bizi haberlerin doğru olmadığı sonucuna götürüyor. Ancak bazı durumlarda gizli bir haberin basına sızmış olması taraflardan biri veya ikisini zor durumda bırakıyorsa, haber doğru bile olsa yalanlama yoluna gidiliyor. Bir başkasının haberini, kendi haberi olarak kullanmanın ise açıklanır tarafı yok. Düpedüz emek hırsızlığı ve son derece aşağılık bir davranış biçimi. Spor medyasında kaynak gösterilmeden bir başkasının haberini kullanma sık rastlanan bir durumdur. Ancak daha vahimi, bazı haberlerin çalındığı şeklindedir ki, bu gerçekten dünya üzerinde sadece bize özgü bir habercilik anlayışıdır.”*

Meriç Enercan’ın verdiği örnek konuyu anlatmak açısından oldukça dikkat çekici. *“Dikkat edin, özellikle yurt dışı kamplarında, yurt dışı turnuvalarında Dünya Şampiyonalarında, Avrupa Şampiyonalarında Ronaldinho ile bir gazeteci yan yana fotoğraf çektirip, altına ‘Türkiye’yi çok seviyorum. Fenerbahçe’de oynayacağım’ diye haber verdi. Bence yalan olan o. İnsanlarla konuşabiliyorsanız, bir şey sorup cevabını alabiliyorsanız, oradan çıkan sonuç yalan değildir. Ama hiç konuşmadan Zidane’ın yanına gidip ‘Heyy Zidane deyip’ sana baktığında, ‘Ne haber’ gibi bir soru sorup baktığında iki kare daha çektirip, bunun altına yalan yanlış uyduruluyor. O gazeteci kesinlikle Fransızca’yı bilmiyor, Ronaldinho ile konuştuğunu iddia eden de Portekizce’yi bilmiyordur. Biz hep güleriz o tür haberlere ‘Nece konuşmuşlar’ diye. Çünkü anlaşma şansları hiç yok. Ama destanlar çıkar altında, ‘Fenerbahçe’ye geliyor’ diye...”*

Atilla Türker, medyada kesinlikle doğrulukla ilgili bir sıkıntı olduğu ve bunun da tirajlardan ve reytinglerden belli olduğunu belirtiyor. *“Öyle bir hale*

geldi ki en doğru haberi yazdığına bile “hele bir başka yerlerden de okuyalım” zihniyeti oldu. Basının güvenilirliği yerlerde sürünüyor.”

Kemal Belgin, “Son 15 senedir yalan haber yarışı var. Özellikle transfer döneminde bu doruk noktaya ulaşmaktadır. Geçen sene Ukraynalı futbolcu Şevçenko Milan’dan Chelsea’ye 80 milyon Euro bonservis bedeli ile gitti. Kendisine de senede 9,5 milyon Euro veriyorlar. Gittiği ilk günlerde oynayamadı. Ve benim spor medyamda bir spor gazetesi tam sayfa eşi mankindir ya da fotomodeldir neyse bu kadının fotoğrafını koyarak bu kadının ağzından “koş koş Fener’e gidelim” diye tam sayfa manşet attılar. Yılda 9,5 milyon Euro alan ve bonservisine 80 milyon Euro verilmiş bir adamın karısı diyor ki koş koş Fener’e gidelim. Barselona’ya ya da Real Madrid’e gidelim, İtalya’ya dönelim demiyor. Böyle bir komedi olabilir mi? Yalan haberle dünyada tiraj alan tek gazeteler Türkiye’dedir.”

Ali Sami Alkış, bu konudaki sıkıntıyı şu şekilde dile getiriyor. “Haberin kokusu olsun, kendisi değil, yanmış yemeğin kokusu gelse bunlar haber olur. Doğru olması hiç önemli değil, haberin çıkmış olması önemli. Haber kaynağı kulüp yöneticisi, kurul üyesi ise onun yanlış ya da doğru olmadığına adam bakmaz bulduğu zaman alır kullanır. Yalan olduğunu kendisi de bilse dahi onu ne yazık ki kullanır.”

Zeki Çol, konuya espri ile giriyor. “Spor medyası bir defa spor sonuçlarını kesinlikle doğru yazıyor. Yani o tartışılmaz ancak bir dolu haber hele masa başından üretilen bir dolu haber maalesef kaynakla hiç görüşülmeden kaynağın fikrine başvurulmadan birileri tarafından okutuluyor, biçimlendiriliyor.”

Lütfi Özel’in verdiği örnek dikkat çekici. “Cüneyt Koryürek, bizim üstat dediğimiz ağabeylerimizden birisi. Bir haber yazdım zamanında. O haberle ilgili olarak şöyle yazdı, kendi köşesinde. Bu bilgiyi bakan vermiş olamaz. ‘Bunu

yazan uydurmuştur.’ Bu haberi okuyunca Ona çok sert bir mesaj attım. Dedim ki, ‘Bana bu haberi yazan yalan yazmıştır, diyerek dolaylı olarak hakaret edeceğinize önce bakani, sonra da beni arayıp sorsaydınız. İşin nasıl olduğunu öğrenip, ona göre bir yazı kaleme alırdınız. Mesajı alır almaz, bakani arıyor. Bakan da, ‘Evet, söyledim Lütfi’ye deyince’ gazetesinde yayınlamıyor. Bana faks çekiyor, özür dilerim diye. Onun böyle tepki göstermesinin nedenlerinden biri de, onun belleğinde kalan ‘spor basınında çıkan haberlerin çoğu yalandır’ kavramı ve düşüncesi. Yani o kadar kötü bir durum.”

Onur Belge, spor medyasında neyin doğru, neyin yanlış olduğunun çok göreceli bir kavram olduğunu belirtiyor. *“Spor servislerinde, Türkiye’nin genel felsefesi haline gelen gücünün haklı olması gibi bir durum fazlasıyla hakimdir. Spor servisleri yönetimleri ile iyi geçinenler ve patronaj tarafından korunanlara haberler verilir ve onların haberleri büyütülür. Rakiplerinin ise haberleri yok sayılır, çoğu kez görülmez, hatta zaman zaman, birkaç gün sonra yine “desteklenenler” tarafından verilmiş şekilde yayınlanır.”*

Cem Can ise, konuya farklı bir açıdan yaklaşmış. *“Kimi zaman aniden ortaya çıkan bir gelişmenin birkaç kaynaktan onaylatılmadan haberleştirildiğine rastlanabilmektedir. Bu noktada editörler gazetecinin kaynağının güvenilirliğini, haberin önemini değerlendirerek risk alarak yayım kararı verebilmektedir. Diğer yandan devletin resmi yönetimlerinin, federasyonların veya kulüplerin rahatsız oldukları haberleri otomatik olarak yalanlamaları da haberin yanlışlığının göstergesi olmamakta, yalanlanan haberin doğruluğu zaman içinde görülmektedir. Ancak yalanlanan haberi doğru çıkan gazete veya gazetecinin o kulüp veya federasyonun sitesinde haberinin doğru olduğunu belirtme hakkı bulunmamaktadır...”*

Esat Yılmaer, Bu konuda spor medyasının diğer alanlara oranla daha iyi durumda olduğunu belirtiyor. *“Elbette yanlış duyumdan, yanlış istihbarattan, yanlış enformasyondan kaynaklanan birtakım haberler olabilir ama*

bu sadece spor için geçerli değil her tarafta olabilir. Sporun içinde dedikodu mekanizması biraz daha fazla, çünkü insanlar sporun üzerine yorum yaparlar, konuşurlar. Bazen orada duyulan bir laf haberselleştirilebilir ve kullanılabilir.”

Tablo 9.a Başkasının Haberini Kendi Haberi Gibi Kullanmaya İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Rastlanmaktadır	18	42,9
Rastlanmamaktadır	1	2,4
Cevapsız	23	54,8
Toplam	42	100

Tablo 9.a'ya bakıldığında “Başkasının haberini kendi haberi gibi kullanmaya” ilişkin dağılım incelendiğinde ise, %42,9’unun (18) bu tür haberlere rastlandığı, % 2,4’ünün (1) ise rastlanmadığı yönünde görüş bildirdiği görülmektedir.

Tayfun Bayındır, bu duruma çok fazla rastlandığını ifade etmektedir. *“Özellikle ajans haberlerini (ama bu sadece spor medyasında değil medyanın bütün bölümleri için geçerli) sahiplenip gazeteci tabiriyle haber içinde hafif taklalar attırıp, o haber üzerine kendi imzasını koyup yayına verme uygulaması çok fazladır. Ne yazık ki bu editörler, sayfa sekreterleri ve hatta müdürler tarafından bilinmesine rağmen son derece doğal karşılanmaktadır.”*

Halil İbrahim Ekiz, başkasının haberini kendi haberi gibi kullanma uygulamasının artık sıradanlaştığını ifade ediyor ve şöyle devam ediyor. *“Bu sadece spor basınının değil, Türk Basınının bir hastalığı. Kendi görüşünü yansıtmıyorsa niyet okumayla karşısındakinin ne söylediğinden çok ne söylemesi gerektiğini haber mantığı ile iddia edildi, öğrenildi, ileri sürüldü, yuvarlak*

cümleleriyle kamuoyuna ulaştırabiliyor. Ajansların haberlerine imza koyan yığınla gazeteci var ülkemizde.”

Tablo 10. Kulüp Veya Organizasyonlara Üye Olmak, Yalnızca Bazı Kulüplerin Yazarlığını ve Yorumculuğunu Yapmak, Kişisel İnanç, Tutum ve Değerleri İşe Yansıtmak ve Objektiflik İlkesinin Uygulanmasına İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Zorlaştırmaktadır	39	92,9
Zorlaştırmamaktadır	1	2,4
Herhangi Bir Etkisi Olmamaktadır	1	2,4
Cevapsız	1	2,4
Toplam	42	100

“Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?” ifadesine verilen cevaplar incelendiğinde, araştırmaya katılan spor yazarlarının %92,9’unun (39) zorlaştırmakta cevabını verdiği, % 2,4’ünün (1) ise zorlaştırmamakta yanıtını verdiği tespit edilmiştir.

Spor yazarlarının aşağıda verdiğimiz görüşleri, yukarıdaki tabloyu bize daha anlamlı hale getiriyor. Konuyu çeşitli boyutlarıyla görebiliyoruz.

Adnan Dinçer; kulüp muhabirliklerinin kaldırılması gerektiğini belirtiyor. “*Tabi ki bir kulübe organizasyona üye oluyorsanız, her gün aynı kişilerle muhatapsanız, aynı kişilerin kötü ve iyi günlerini paylaşıyorsanız, ya da aynı kişilerin hatalarına ortak olmak gibi bir duygusal bağınız varsa, ya da siz de*

o işin yandaşı ve taraftarıysanız duygusal olarak, tarafsız olma şansınızı yitiriyorsunuz. Yani bu bir nevi taraftarlık oluyor.”

Öcal Uluç ise, şunları söylüyor. *“Olay “kulüp” yazarlığını da geçmiş “kulüpçü” yazarlık ortama hakim olmuş ve meslek tam bir erozyona uğramış, uğratılmıştır. Hatta “iş meslek kuruluşumuza kadar dayanmış” ve yıllarca “TSYD Kupası yapılacak” diye üç büyük kulüp başkan ve yöneticilerinin “ulu orta ve haksız, çirkin suçlamalarını” bile “sineye çeker” duruma düşmüşüzdür.”*

Ercan Güven, kulüp ve organizasyonlara üye olmaktan öte köle olanların varlığından söz ediyor ve ekliyor. *“Haberlerin büyük bir çoğunluğu kişisel inanç, tutum ve değerler süzgecinden geçirilerek yapılır. Yorumların hemen hemen tamamı. Objektiflik mi?.. O da ne? “Bizim takım” diye söze başlayan birinin objektifliğinden nasıl bahsedebiliriz? Zaten kim onlardan objektif olmalarını talep ediyor. Halk mı? Asla. Halk sadece duymak istediklerini okuyor.”*

Özgür Korkmaz, kulüp yazarlığı ya da kulüp muhabirliğinin kötü bir uygulama olmadığını belirtiyor ve ardından sakıncalarına değiniyor. *“Bir insan Fenerbahçe’yi, Galatasaray’ı, ya da Bursaspor’u çok iyi biliyorsa, elbette ki o insan o kulüp üzerine yazacaktır, o kulübü takip edecektir. Buradaki sakınca, kulüple çok içli dışlı olmak. Deplasman maçlarına katile ile kulübün uçağı ile gidiliyor, geliniyor onların kesesinden bütün masraflar yapılıyor ve bu aslında gazeteci olarak sizin özgürlüğünüzü de kısıtlayan bir şey. Yöneticilerle, teknik kadro ve oyuncularla içli dışlı olduğunuz için spekülasyona çok açık bir hale geliyorsunuz. Bir noktada kullanılmaya başlanıyor bu insanlar. Biri telefon edip kendi reklamını, kulübün reklamını yapabiliyor. Diğer kulüpleri kötüleyebiliyor. Sizde bunu yapıyorsunuz, çünkü size de çok ters gelmiyor artık. Tamamen oraya kendinizi angaje etmişsiniz zaten.”*

Ali Sami Alkış, bir spor yazarının bir kulübe üye olmasını etik değerler açısından vahim bulduğunu belirtmektedir. *“Spor yazarlığı yapan*

arkadaşlarımızın önemli bir bölümü kendilerini ait hissettikleri kulüpte, yönetim kuruluna girmek, yönetim kurulu başkanı olmak, transfer komitesine girmek, alt yapısına girmek gibi beklentileri vardır. Hem bu beklentiler içerisinde olacaksınız hem de o konuda gazetecilik yapacaksınız. İkisi aynı noktada bağdaşmaz ve buluşmaz. Buluşmaması lazım. Ama Türkiye'nin bu konuda ciddi sıkıntıları ne yazık ki vardır. Uzun yıllardır devam ediyor ve çözümü konusunda da en ufak bir umut yoktur.”

Esat Yılmaer, mesleği kullanan, kulüp temsilcisi gibi çalışan yorumcuların, spor medyasına çok büyük zarar verdiklerini ifade etmektedir. *“Ben bunlara amigo yazarlar diyorum. Onların tek hedefleri vardır. Kendi temsil ettikleri kulüp veya gurubun başarılı olması. Bunun içinde maalesef en geçerli kullanılacak araç medyadır.”*

Cemal Ersen, *“Siz gazeteciyseniz, herhangi bir kulübün özellikle genel kurul üyesi, delegesi olmamalısınız. Bana göre bu ahlaki bir yaklaşım değil. ‘Ben Fenerbahçe üyesiyim ama ben tarafsızım’ derseniz bana pek inandırıcı gelmez. Bu işi yapmak çok zor. Çok sağlam bir altyapıya, yılların deneyimine gereksinim var. Kulüp delegesi olan arkadaşlarımız, ağabeylerimiz var, yazarlar arasında. Bunların arasında çok azı yazılarına bunu yansıtmakta. 10 kişiden 2’si kadar.”*

Zeki Çol, kulüp üyesi olmanın bir tercih meselesi olduğunu ve saygı duyulması gerektiğinin altını çiziyor. *“Kulüp üyesi olmasına karşın işini son derece iyi yapan, sırası geldiğinde üyesi olduğu kulübü eleştiren bir dolu arkadaşımız var. Ama kulüp üyesi olmadan kulüp sözcülüğü yapanlar da var. Ya da bir kulüple muhabirliğini veya yazarlığını özleştirip o kulübü koruma, o kulübü yüceltme adına yada o kulübe farklı misyonlar yükleme adına kendisini bir anlamda feda etmiş insanlar da var. Bazen amacını o kadar çok aşıyor ki haber ya da yorumlar. Bundan yönetici bile rahatsız oluyor. Bırakın okuyucuyu.”*

Yusuf Yalkın da, kulüp yazarlığını yanlış bulanlardan. *“Kulüp yazarı diye getirdiğin adam eski bir futbolcu. Oradan para kazanmış. Midesinden bağlı. Bir insan midesinden bağlıysa o oranın ferdi olur. Olumsuz bir şey yazması beklenemez. Bu kulüplere de büyük zarar verdi. Türk spor basınının yozlaşmasının da temel nedeni oldu. Bu eski bir yönetici olabilir, eski bir futbolcu olabilir, eski bir hakem olabilir hiç fark etmez. Bunların bağlı oldukları, bağımlı oldukları yerler var. Biz bunlara öylesine sayfalarımızı açtık ki, zavallı, yıllarını vermiş, terini dökmüş, emek vermiş, tırnaklarıyla kazımış bir noktaya gelmiş insanı aşağıya çektik. Bu gelen tepeden paraşütle atadığımız adamı yerine yerleştirdik ve altına da spor yazarı yazdık.”*

Haldun Domaç, spor yazarlığının yavaş yavaş futbol yazarlığına, futbol yazarlığının da yavaş yavaş kulüp yazarlığına dönüşmeye başladığını vurguluyor. *“Bu, ülkenin gidişatı açısından çok kötü. Çünkü futbol ön plana çıkıyor. Bizim mesleğe başladığımız ilk yıllarda en az iki artı spor dalını takip edebilecek kadar kuralları, işleyişi ve yöneticileriyle ilgili bilgi sahibi olmamız gerekiyordu. Bugün iyice nokta atışı yapmaya başladık. Bırakın genel sporu önce futbola oradan da kulübe doğru gitmeye başladık. Bunu da Türk spor basını açısından olumsuz bir gelişme olarak değerlendiriyorum.”*

Onur Belge, *“Kabul etmek gerekir ki, artık global bir spor dünyasında yaşıyoruz. İşin içine çok para ve çok fazla haber girdi. O nedenle kulüp yazarlığı ve yorumculuğunu artık bir “uzmanlık alanı” olarak görmek gerekir. Bu elbette ki, kulüplerin savunuculuğunu yapmak anlamında olmamalıdır. Bunun ayrımını bizim “gerçek spor gazetecileri” dediğimiz kimseler iyi biliyorlar. Ne yazık ki, kulüp kaynaklı ve onlar tarafından medyaya yerleştirilen bazı “spor medyası elemanları” tüm etik değerleri alt üst ediyor, faturanın da spor medyasına çıkmasına neden oluyor.”*

Gülengül Altınsay’ın konuyla ilgili farklı bir bakış açısı var. *“Aidiyetler sınırlayıcı. Bırakın futbolcu, yönetici spor yazarlarını gazeteci kökenli*

olanlar bile bir kulübün aidiyetinde olmak zorunda gibi bir anlayış var. Bu nedenle de örneğin ben Fenerbahçe yorumu yapsam inanılmaz tepki alabiliyor. Çok olumlu şeyler yazsam da fark etmiyor. “Sen kendi takımını yorumla” tepkisi en hafifi. Ne kadar objektif olmaya çalışsanız da durum pek fazla değişmiyor. Hatta bu durumda daha da yalnızlığa itilebiliyorsunuz. Ya da en sevilen yazarlar grubuna giremiyorsunuz. Bazı yazarlar avantaj sağlayabilmek için kulüp avukatlığına soyunabiliyor. O kulüp pek fazla umurlarında olmasa bile. Yani ortam aidiyetleri körüklüyor.”

Yusuf Kobal, bugün kulübe üyeliğin neredeyse zorunlu hale getirildiğini söylüyor. Ve ekliyor. “Fenerbahçe Başkanı Aziz Yıldırım’ın görev sürecinin başında bir çok gazeteciye kulüp üyeliği ikramı kabul görmüştür. Oysa yansızlık bu üyelikle biter.”

Kazım Kanat ise, soruya başka bir açıdan cevap veriyor. “Ben Beşiktaşlıyım. Beşiktaş aleyhine de olsa doğruları yazdım. Bunu gururla söylüyorum. Mütevazılık yapmıyorum. Beni Beşiktaş’tan atmak istiyorlar. Neden? Beşiktaş’ın savunma avukatlığını yapmadığım için. Birçok kişi, Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş başkanlarının genel yayın müdürlerine baskılarıyla işe alınıyor. Köşe yazarı yaptırılıyor. Televizyonlara çıkartılıyor. ‘Kardeşim’ diyor. ‘Ben Fenerbahçe’nin başkanıyım. Benim yazarım bu. Bunu televizyona çıkaracaksın. Çıkarmazsan başkasını istemem’ diyor. Mesela köşe yazılarına, ‘Bu yazacak’ diyor. Bu kadar çirkin boyutta olduğu için artık, bu bir araştırma konusu olmalı.”

Nezir Önal ise, üye olmanın herhangi bir sakıncası olmadığı görüşünde. “Ben Gençlerbirliği’nde 30 yıldır kongre üyesiyim. İlhan Cavcav’ı en fazla eleştirenlerden biriyim. Ama aidatımı da öderim. Bu konuda da titizimdir. Herkesin sempati duyduğu kulüpler vardır. Yaptığımız eleştiriler kişisel olmadığı, yapıcı olduğu için alınganlık da yaşanmıyor.”

Atilla Türker, herkesin bir kulübe, bir tarafa mutlaka sempati duyabileceği ve bundan da doğal bir şey olamayacağını vurguluyor. *“Zaten bu işi seven saygı duyanlar bu mesleği yapabilir, sahiplenebilir. Bazı kulüplerin yazarlığını yapıp az da olsa son derece objektif davrananlar var. Ama önemli bir bölümü çeşitli nedenlerden dolayı bugün açık açık borazancılığını yapmaktadır.”*

Tablo 11. Asparagas Haber Konusundaki Durumuna İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Verilmektedir	38	90,5
Verilmemektedir	4	9,5
Toplam	42	100

Tablo 11’deki “spor medyası’nın asparagas haber verme” durumuna ilişkin dağılım incelendiğinde, araştırmaya katılan spor yazarlarının %90,5’inin (38) asparagas haber verildiği, %9,5’inin (4) ise verilmediği yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Usta Gazeteci **Öcal Uluç**’un tespitleri spor medyasındaki durumu ve tabloda çıkan sonuçları gözler önüne seriyor. *“Kimse kızmasın, küsmesin; iş o hale geldi ki, spor medyasında okuduğum hiçbir habere “kendi kaynaklarıma doğrulatmadan” inanmamın mümkün olmadığı bir ortama sürüklendik. En çok satan gazetenin genel yayın müdürünün, hem de TSYD Eğitim Semineri’nde “Gazeteci hayal de satmalı” diyerek asparagas habere yeşil ışık yaktığı bir ortamdayız ve ne yazık ki “kim daha büyük gürültü koparacak asparagas haber yapacak” yarışı var ortalıkta, meslek en büyük yaralarını böyle alıyor, bu yüzden ne güvenilirliğimiz, ne de itibarımız kaldı.”*

Özgür Şahiner ise, Türk Spor Medyası’ndaki asparagas haberlerin nedenlerini şöyle ortaya koyuyor ve devam ediyor. *“Son dönemde masa başı*

haberciliği aldı başını gidiyor. Gerçekten haber değeri taşıyan çok az haber var. Bir çok haberde gereğinden fazla büyüklükte ve olmayacak yerlerde kullanılıyor. Gazetelerde ‘Bizde olan haber başkasında olmasın’ mantığının yerini, ‘Herkeste olan haber bizde de olsun’ anlayışına bıraktı. Yani bir gazeteye baktığınızda, diğerlerinde de aynı haberleri görme ihtimaliniz yüksek. Bu biraz da medyanın 3 büyük kulübe öncelik vermesi, onların da haberler konusunda bazı kısıtlamalar getirmesiyle de ilgili. Tek kaynaktan yayılan haberler kullanılıyor. Asparagas haberler özellikle transfer döneminde zirve yapıyor. Spor gazeteleri hemen hemen her gün Dünyanın ve Türkiye’nin yıldız isimlerini bir takıma transfer ediyor. Bunlar biraz da okuyucunun gazeteye olan ilgisini sıcak tutmak için yapılan haberler. Eğitim seviyesi düşük ve olayları sorgulama yeteneği sınırlı olan okuyucular, bu tür haberlerle kendilerini avutabiliyor. Ancak burada, medyada gündeme gelmeye çalışan yöneticileri de es geçmemek lazım. Gazetecilikte temel mantık haber atlatma üzerine kuruludur. Bazı durumlarda gazeteci, haber kaynağına tam güvenmese bile kafasının köşesinde, ‘acaba’ sorusu yer alır. Verilen bilgiye inanmasa bile “Diğer gazetelerde nasıl olsa yer alacak ben de yazayım” şeklinde bir mekanizma geliştirebilir.”

Atilla Türker, “Üç büyüklere endekslendikten sonra her gazete özellikle de spor gazeteleri asgari her takıma iki sayfa yer ayırıyor. Neresinden bakarsanız bakın iki sayfada en az 15 habere yer verilir. Bu, büyük gazeteler için de geçerli. Muhabirler, yazarlar antrenmanlara bile giremiyorlar, yöneticilerle, sporcularla ve teknik adamlarla konuşmıyorlar. 15 haber ne kadar da sağlıklı olur dersiniz, kendilerine doğru ve düzgün haber servisi sunulmadığı için maalesef yanlış duyumlar doğrultusunda çeşitli haberler yapılabiliyor. Çok çarpık bir sistem var. Hakan Yaşar, yıllar önce bir haber yapmıştı. Bu haberde 90 transferin 87’si yanlış çıktı. Nasıl 90’da 87’si yalan çıkıyor? Gazeteciye şirin görünmek isteyen teknik adamlar ve yöneticiler var. Onlar üfürüyor gazeteci yazıyor. Gazeteci bazı futbolcuların transferlerle gelmesini gönülden arzu ettiği için herhalde öyle yazıyor. Eskiden 90 haberden üçü doğruydu şimdi 180 haberden ikisi doğru. Size yaşanmış bir olay anlatayım: Bir spor müdürü, eskiden önemli bir

gazetede Fenerbahçe ile ilgili haberler yapacak ve yabancı dil bilen muhabirine “Almanya’da bu sezon sözleşmesi biten tüm yabancıların listesini bana getir” diyor. Muhabir getiriyor ve hemen arkasından haberler yazılıyor. Son zamanlarda bu olayın o kadar cılkı çıktı ki artık sözleşmesi biten diye de aramıyorlar, hangi isim akıllarına gelirse onun üzerinden yazıyorlar.”

Ali Sami Alkış, spor gazeteleri ve spor sayfalarının fazlalığından şikayet ediyor. *“Türkiye’de 24 sayfalık üç tane spor gazetesi, her gazetenin 10 sayfası, bunları toplarsanız 300 sayfa falan eder. Her gün 300 sayfayı dolduracak haberi nereden bulacaksınız. Yani bir Le-Kip gazetesi var Fransa’da ama 50’in üzerinde federasyonun haberini yapıyor. Üstelik de sadece üç kulüpten bahsetmiyor. Onlar onu dolduruyor. Ama Türkiye’de voleyboldaki bir başarının tam sayfa olduğunu, birinci sayfaya taşındığını gördünüz mü? Görmediniz. Bence üç büyükler için 300 tane sayfa aşırı derecede büyüktür ve bunun doldurulması doğru haberlerle mümkün değildir. Doğru haber bulup da bu kadar sayfayı dolduracak böyle bir medya dünyada yok. Önünüzde bu kadar mesafe açmışsınız, sayfalar açmışsınız bunu doldurmak için yalan haber, asparagas haber şarttır. Eğer bulamıyorsanız o görevi sürdürmeniz mümkün değildir. Ve yönetimler de asparagas habere tepki göstermezler. Hatta asparagas haber nedeniyle mahkemeye verilmek, ciddi gazeteleri eleştirmek bile bu çocuk başarılı oluyor, her yerde sesini duyuruyor anlamında takdir edildiği dönemlerde olmuştur.”*

Kazım Kanat, nasıl asparagas haber yapmak zorunda bırakıldığını şu sözlerle anlatıyor. *“Hürriyet gazetesinin spor müdürlüğünde bu mesleğin duayenlerinden Doğan Koloğlu vardı. Her gün, her gazete transfer asparagasları yapıyor. Transfer asparagasıyla gazeteye tiraj aldırıyorlar. Doğan Koloğlu, ‘Eğer bugün de haber getirmezsен, işine son veririm’ dedi. Ben gittim. Beşiktaş Başkanı Süleyman Seba’ya, ‘yarınki gazetede bir haber yazacağım. Yoksa işimden olacağım. Sen evet doğrudur. Bu konuda bu futbolcuyla görüşmelerimiz sürüyor’ de dedim... İspanya’yı aradım. Real Madrid’in çok ünlü bir santraforu vardı, Santilyana. O sene Real Madrid Santilyana’nın son dakikada attığı golle yine*

Avrupa şampiyonu olmuştu.. Herkes Santilyana'yı konuşuyor. Madrid muhabiri Lütü Tokathioğlu'na dedim ki, 'Sen Santilyana ile konuş.' Bir de Beşiktaş forması yolladım ona. O açıklamayı yaptığı zaman 'Evet, Beşiktaş kulübü bana teklif yaptı, düşünüyorum desin. 'Çünkü işten kovulacağım Lütü' dedim. Ertesi gün Hürriyet tam sayfa 'Beşiktaş Santilyana'yı transfer ediyor.' Vay habere bak. Ertesi gün Süleyman Seba bir basın toplantısı yaptı. Yapmak zorunda kaldı. 'Evet' dedi. 'Bu konuda görüşmelerim sürüyor.' İki gün sonra bütün gazeteciler Santilyana'ya gittiler. Benim gönderdiğim Beşiktaş formasıyla çıktı. 'Evet. Türkiye'nin en büyük kulübü Beşiktaş, bana transfer teklif etti. Düşünüyorum.' Ondan sonra Real Madrid Başkanı basın toplantısı yaptı. 'Santilyana bizim sembolümüzdür, satılmaz. Ama her tarafta da başta Turgay Şeren olmak üzere birçok futbol otoritesi yazı yazdılar. Şöyle: 'Santilyana Beşiktaş'ın oyun sistemine uymaz. Lütfen onu transfer etmeyin. Şunu transfer edin' gibi. Yani ben de asparagus haber yazdım ama mecbur bıraktılar."

Cengiz Alpman, "Asparagus konusunda 'ufak atın da biraz da kuşlar yesin' demenin ötesinde başka temenni bulamıyorum. Özellikle transfer dönemlerinde akıllara seza asparagus tarlalarından geçilmiyor ortalıkta."

Ercan Güven, "Asparagus haberlerde bazen kullanılan olur medya, bazen ufuk açan, akla getiren. Bazen de komik olur. Dikkat edin en ketum kulüpler en çok asparagasa muhataptır. Aslında neyin asparagus olduğuna da zaman karar verir. Resmi yalanlamalardan sonra doğru çıkan asparaguslar da vardır. Futbolun içindeki herkes kendi çapında yalancı yani."

Cem Can ise, konuya farklı bir pencereden bakıyor. "Transfer haberlerindeki çeşitlilik çoğu kez asparagus haberin bir işareti olarak görülse bile, bu yanıltıcı bir görünümdür...Belli bir transfer politikası olmayan, herkesin kendisini transferden sorumlu saydığı kulüpler transfer döneminde kimsenin kimseden haberinin olmadığı şekilde transfer çalışmaları yaptıkları için, gazetelere çok çeşitli kaynaktan bilginin akmasına yol açmaktadır...Doğru

çıkmayan transfer haberlerinin altında gazetecilerin hayal gücü değil, birkaç kaynaktan doğrulatılan ancak politikasız-stratejisiz yönetimlerin kararsızlığı bulunmaktadır.”

Esat Yılmaer de, spor yazarlarının gereksiz yere suçlandığı görüşünde; *“Hiçbir gazeteci, hiçbir spor yazarı ortada bir görüşme bir temas yokken haber uydurmaz. Mutlaka bir yerden duyum gelmiştir. Ve bunun kaynakları, ya yönetici, ya sporcu kanadından gelmiştir, ya da arada futbolcuyu pazarlamak isteyen menajerler diye bir grup vardır. Zaman zaman bu menajerler kendi oyuncusunu pazarlamak için sizi yanıltabilirler. Yalan olduğu bilinen haberler bu noktada çıkar ama mutlaka onun da bir gerçek payı vardır. Çünkü birisinden bir bilgi gelmiştir. Basın bir sene boyunca Roberto Carlos Fenerbahçe’ye geliyor diye yazdığı vakit, Fenerbahçe kulübü her defasında yalanladı. Hatta imzayı attıkları gün bile yalanladılar, önceden anlaşmaları gereği. 15 gün sonra adam geldi Fenerbahçe’de oynuyor. Roberto Carlos haberlerinin çıktığı tarihe bakın bunun pazarlığı bir sene boyunca sürdü Fenerbahçe’de. Nasıl olduğunu kendileri de açıkladılar. Demek ki basın bir yerde doğru yolda.”*

Bilgin Gökberk ise, okuyucu yada dinleyicinin asparagas haberi sevdiğini belirtiyor. *“Türkiye’deki okuyucunun asparagas haberi sevdiğini ben biliyorum. Önce alıcısı olacak ki yapacaksınız. Asparagas haber bir kere yaparsınız kimse almazsa bir daha yapmazsınız ama bizde bayılıyor okuyucu, dinleyici. Ama bunların hepsinin sebebi ben size söyleyeyim okuyucudur, dinleyicidir. Çünkü ne kadar şikayet ettikleri konu varsa o konularda müşteri çok oluyor. Bence asparagas haber yapılıyordur. Yapılması da lazımdır. Türkiye’de spor medyasına yön veren büyük gazetelerde bu sayı çok azdır, hatta yoktur.”*

Tablo 12. Kuruluşun Yayın Politikaları ve Üst Yöneticilerin Etkilerinin Haber ve Yorumlara Yansımalarına İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Yansımaktadır	22	52,4
Yansımamaktadır	16	38,1
Etkili değildir	2	4,8
Cevapsız	2	4,8
Toplam	42	100

Tablo 12 incelendiğinde “Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?” ifadesine spor yazarlarının %52,4’ünün (22) yansımakta, %38,1’inin (16) ise yansımamakta görüşünü ifade ettiği görülmektedir. %4,8 (2) ise etkili olmadığı yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Spor yazarlarından bazılarının bu konudaki görüşleri ise şöyle:

Öcal Uluç, “*Kulüp başkan ve yöneticilerinin “şikâyeti üzerine” ekmek paralarını kaybeden, istifaya zorlanan birçok meslektaş tanıyorum. Böyle bir ortamda “etik değerlerin ve daha da önemlisi meslek ilkelerinin uygulanmasının ne derece mümkün olabileceği ortadadır.”* diye konuyu özetliyor.

Nezir Önal, yayın politikasının haberleri etkilediğini belirterek, “*Etkilemiyor dersek yalan olur. Üst yöneticilerin de etkisi oluyor. Herkes kendi yorumundan sorumlu olduğu için yorumlara fazla da etki yaptıklarını zannetmiyorum. Ama haberleri kullanıp kullanmama üst düzey yöneticilerin, yayın politikasını belirleyenlerin elinde olduğu için kullanmıyorlar veya küçük kullanıyorlar. Mesela atıyorum, ‘basketbol federasyonu başkanını sevmiyorum.*

Onunla ilgili haberleri geçmeyin' demiyorlar da az yer veriyorlar. Veya kullanmıyorlar.“ diye görüş bildiriyor.

Cengiz Alpman, bu durumun yalnızca spor medyasına özgü bir uygulama olmadığını belirtiyor. *“Grubun yayın politikası, politik, ekonomik ve hatta hatta magazinél görüşleri olduğu kadar spor sayfalarına da damgasını basar. Basacaktır da... Spor başlı başına ekonomik bir kaynaktır zira.”*

Halil İbrahim Ekiz, *“Gazete ve televizyonların başındaki patronlar gazeteci olmadığı için çıkar ilişkileri neyi gerektiriyorsa o yapıyor. En ciddi gazete Hürriyet, en ciddi yazar Emin Çölaşan. Hürriyet'ten kovulduktan sonra yazdığı kitapta Aydın Doğan'ın çıkar ilişkileri, Ertuğrul Özkök'ün işini bozacağı tahmin edilen yorumların nasıl tırpanlandığını kendisi anlattı. Spor servisleri de bundan farklı değil.”*

Gülengöl Altınsay, Toplumumuzda çok sayıda dokunulmaz alan olduğunu belirtiyor ve devam ediyor. *“Bunlara bir de gazetenin bağılı olduğu kurumları, yakın olduğu görüşleri ekleyin. Bunları düşünmek zorundasınız. Yazılı olmayan yasaklar bunlar. Yazdığınız gazete dinciyse farklı, demokratsa farklı, milliyetçiyse farklı kurallar vardır. Her ne kadar bu alan siyasi alan değil, spor deseniz de aklınızın bir ucunda bunlar olmalı. Maçların öncesinde niye Mili Marş okunur, futbolcu neden oruç tutar, Milli Takımı mutlaka desteklemek zorunda mıyım gibi soruları net bir şekilde sormaz, tartışamazsınız. Akşam Gazetesinde Digitürk aleyhine yazı yazılamayacağını herkes bilir.”*

Onur Belge, kuruluşun yayın politikalarına dikkat edilmesi görüşünde. *“Hepimiz bir kuruluş için çalışıyoruz. O nedenle genel yayın politikasının dışına çıkmak da kabul etmek gerekir ki, pek etik olmaz. Elbette bunun ayrıcalıkları var. Ama örneğin iki hakem yorumcusundan birinin penaltı dediğine diğeri değil diyorsa değerlendirmeyi bu yazıyı okuyanlara bırakmak gerekir. Kişisel hale getirilmedikçe patronaj çok özel durumlar dışında yorumlara*

baskı yapmaz. Ama yüz milyonlarca dolar ödeyip naklen yayın hakkını alanlar, büyük transferler yapanlar, bu durumlarının zarar görmemesi için örtülü baskı uygularlar ki, günümüz profesyonelliğinde bunu çok görmemek gerekir.”

Ercan Güven, *“Her zaman etkileme talebi vardır. Bazıları direnir, bazıları teslim olur. Bazıları çok karışmaya çalışır, bazıları ilgisiz kalır. Açık söyleyeyim bana bir kere bile karışmadı ne üst yönetim ne müdürlerim. Sadece bir iki kere kovuldum.”*

Özgür Şahiner, *“Yazılı basında, özellikle spor müdürleri ve yakınındaki çalışma arkadaşlarının gönül verdiği takıma göre sayfaların düzenlendiği, haberlerin önceliğine ve büyüklüğüne bu “takım sevgisi’nin yön verdiği söylenmektedir.”*

Kazım Kanat, konuyu somutlayan çok yerinde bir örnek veriyor. *“Fenerbahçe Oğuz ile Aykut’un sözleşmesini uzatmayarak, kovma kararı almıştı. O zaman Sabah gazetesindeydim. Zafer Mutlu bu haberi koydurmadı. Ne olur? ‘Fener karışır. Olur mu böyle şey? Oğuz, Aykut gider mi’ diye. Yılın haberi idi. Üç gün sonra Hürriyet birinci sayfadan verdi. ‘Fenerbahçe’nin iki sembol oyuncusunu Ali Şen kovdu’ diye. Zafer Mutlu çok sıkı bir Fenerliydi. Amigo bir Fenerliydi. Sabah genel yayın müdürüne haberini koydurtmadı bunun. Şimdi bu soruyu lütfen Zafer Mutlu’ya sorun. O kadar incindim ki, çok üzüldüm. ‘Kısa kısımlara koyun’ dedim oradan bile çıkarttılar.”*

Erhan Köknar, *“Nadir de olsa bu durum görülmektedir. Üst yöneticilere telefonla gelen ricalar, yayıncı kuruluşun sahip olduğu medya organlarında Federasyon ve takımlar için yanlış haberler yapılmaktadır.”*

Özgür Korkmaz, *“Patronun etkisi sadece spor için değil bütün gazete için geçerli. Dolayısıyla elbetti ki bu tip bir etkiden bahsedilir, zaten öyle bir noktaya geliyor ki bir grup gazetesinde çalışıyorsunuz, sizin uyguladığınız oto*

sansür gelecek baskının önüne geçiyor. Çünkü siz bir noktadan sonra artık otomatik olarak yukarıyı rahatsız edecek konulara girmiyorsunuz. Dolayısıyla bir noktadan sonra patronların, genel yayın yönetmenlerinin, gazete sahiplerinin direk müdahalesi bile gerekmiyor.”

Esat Yılmaer, spor servisi yöneticisi olarak içinde hakaret yoksa köşe yazarlarının yazılarına hiçbir şekilde müdahale etmediğinin altını çiziyor. *“Onun dışında elbette ki benim üst yönetimimden genel yayın müdürlerinden, gazetenin yazı işlerinden fikir alış-verişlerimiz, sabah toplantılarımızda tartışmalarımız olur ama hiçbir şekilde onlarda spor sayfasının başlığının ne olacağına, hangi açıdan işi göreceğimize hiçbir zaman müdahale etmemişlerdir. Son derece özgürüzdür. Spor servisleri yayın kuruluşları içinde ayrı birer cumhuriyet gibi değerlendirilirler zaten. Spor gazeteciliği bir yandan da bir uzmanlık alanıdır.”*

Sanlı Sarıalioğlu, spor medyasında kesinlikle böyle bir durumun olmadığını düşünenlerden. *“Üst düzey yöneticilerin herhangi bir baskı unsuru olduklarını düşünmüyorum. Şimdiye kadar, ‘şunu yaz’ yahut da ‘şunu yazma’, ‘şu konuyu ele al’ yahut da ‘şu konuya hiç girme’ şeklinde bir öneriyle 1975’ten bu yana gazetecilik yapıyorum hiç karşılaşmadım. Diğer yorumcu arkadaşların karşılaştıklarını da sanmıyorum. Ama bu yazar düzeyinde böyle, muhabir düzeyi nasıl bunu bilmiyorum.”*

Güven Taner, *“Kırk yılı aşan meslek yaşamımda bana yansımış tek bir yönetici baskısı olmadı. Onun için tam kestiremiyorum. Bu yarı yarıya gazetecinin kendisine olan baskıya karşı duruşu, durabilişi ile ilintili.”*

Togay Bayatlı, *“Üst düzey yöneticilerin bu tip haberlerde etkileri olduğuna kesinlikle inanmıyorum. Çünkü onların işleri o kadar çok ki bununla uğraşacak vakitleri yok. Hiçbir zaman bir kulübe ayıracak vakitleri yok.”*

Kahraman Bapçum, “*Bu olay daha çok politika yazarları için söz konusudur. Spor medyasında üzerinde durulacak kadar önemli değildir.*”

Tablo 13. Futbol, İstanbul Takımları ve Belirli Sporcu, Antrenör, Kulüp veya Kulüp Yöneticilerine Yönelik Haber Yapılması, Haberlerde Taraflara Adaletli Davranılmamasına İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Olumsuz Etkilemektedir	34	81,0
Etkili Değildir	8	19,0
Toplam	42	100

Tablo 13’e bakıldığında “Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?” ifadesine spor yazarlarının %81’inin (34) olumsuz etkilediği, %19’unun (8) herhangi bir etkisi olmadığı yönünde görüş bildirdiği görülmektedir.

Tablo 13.a Tiraj ve Reyting Kaygısının Haberlere Yansımalarına İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Yansımaktadır	38	90,5
Cevapsız	4	9,5
Toplam	42	100

Tablo 11.a incelendiğinde, spor yazarlarının neredeyse tamamının % 90,5’inin (38) tiraj ve reyting kaygısının haberlerde ve yorumlarda belirleyici olduğu konusunda görüş birliğinde oldukları görülmektedir.

Kazım Kanat'ın konuyla ilgili tespitleri oldukça dikkat çekici. *“Şimdi reytingin ve tirajın etik ilkesi yoktur. Reyting ki bu mesleğin aleti. Gazete satacaksın, televizyonu izleteceksin. Onun için tabi ki İstanbul, İstanbul, İstanbul... İstanbul 15 milyonluk bir kent. Türk futbolu İstanbul ve Marmara'nın etrafına toplandı. Mecburen İstanbul'u vereceksin, tiraj yapacaksın. Türkiye futbolu, Türkiye ligi, Türkiye'nin ligi olduğu zaman, o zaman işte bu yayıncılık daha geniş olur. Mesela Türkiye kupası var. En son 10 takım kalınca, üç büyükler içine atılıyor. Oysa Avrupa'da herkes eşit. Real Madrid ikinci, üçüncü lig takımlarıyla eşleşiyor. Bundan üç, dört yıl önce Paris Saint Germain ile bir köy takımı finale çıktı. Başbakan geldi seyretmeye. Ama Türkiye'de büyükler korunuyor. Türkiye'de ne adalet var, ne etik var. Hiçbir şey yok.”*

Öcal Uluç, *“Elbette son derece “olumsuz” yansımaktadır. Daha da kötüsü, “onca spor sayfası”, hemen hemen çoğunluğuyla “üç büyüklerin futboluna tahsis edildiği için”, yöneticileriyle, başkanlarıyla, teknik direktörleriyle, futbolcularıyla bilemediniz en fazla 150 kişilik bir “sayfa ve ekran aktörü” ile karşı karşıyayız ve yılın 365 günü sayfalar, ekranlar “bu 150 aktörle yazılıyor, açılıyor, kapanıyor. Elbette “bunca zamanda, bunca sayfayı ve bunca ekranı doldurmak, okutmak ve baktırmak için “haber” kalmıyor; “yaz yaz hep aynı kişiler”; ne yapmalı; işte bu noktada “haber imali” başlıyor; yani asparagas. İşte mesleğe yapılan en büyük kötülük burada; “3 büyükler ve 3 büyüklerin futbolu” kısıtlaması.”*

Güray Soysal'ın şu sözleri de konuyu gayet iyi özetliyor. *“Kimse kimseyi kandırmasın. Bizim yaptığımız futbol gazeteciliği. Futbol gazeteciliği bile değil, Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş gazeteciliği.”*

Meriç Enercan, *“Basketbol, voleybol, hentbol, atletizm, cimnastik, yüzme, su topu aklınıza gelebilecek zannedersen 58 branş var. Biz sadece futbola bakarak, sadece futbol yorumlarını yaparak, bu insanlara tamamen haksızlık yapıyoruz.”*

Erhan Köknar, haberlerin sayfalarda yer alışı veya kapladıkları alana göre etik tartışması yapılamayacağını ifade ediyor. *“Sonuçta haberlerin hitap ettiği kitlenin büyüklüğü daha önemlidir. Rekabet adı geçen İstanbul kulüplerinde daha fazladır. Onlara gönül veren kitleler de yine daha çoğunluktadır. Herkes bu dört büyük takımdan birini sonra da kendi memleketi veya sempati duyduğu takımı tutar. Haberlerin de bu takımlardan fazla olması doğaldır. Ancak diğer takımların haberlerinin de küçük de olsa düzenli olarak sayfalarda ya da ekranlarda yer almasının önemi büyüktür. Büyük takımların diğer takımlarla yaptıkları maçlarda genelde büyük takımın tarafından sonuçlara bakılır ama bazen acımasızca eleştirilen takım yine büyük takımlar olur. Bu bir alışkanlıktır, ancak yanlışta olsa daha çok ilgi uyandırır... Geniş kitleleri ilgilendirdiği için bu durum sürekli göz önünde bulundurulur... Etik midir değil midir tartışılır tabi ama burada daha çok piyasa koşulları göz önünde bulundurulur. Tiraj kaygısı, reklam geliri, satış gibi...”*

Zeki Çol, konuyu masaya doğru yatırmak gerektiğini ve futbolun öncelikli olarak verilmesinin doğal olduğunu belirtiyor ve şu dikkat çekici tespitleri yapıyor. *“Futbol bütün dünyada en fazla ilgi duyulan spor dalıdır. Her 22 kişiden bir tanesi kesinlikle futbol oynuyor. Yani dünya nüfusunda 265 milyon kişi futbol oynuyor. Buna teknik adam ve hakemleri de eklediğiniz zaman sayı 270 milyonu buluyor. Böylesine devasa bir futbol nüfusu var. Öte yandan futbol ekonomisi diğer bütün spor ekonomilerinin üzerinde. Milyarlarca dolara ulaşan bir rakam. Böylesine ekonomisinin ve katılımının güçlü olduğu spora medyanın da toplumun da kayıtsız kalması mümkün değildir. Bir başka örnek vereyim: Türkiye’de toplam sporcu sayısı 350 bin civarında bunun 190 bini futbol oynuyor. Yani 56 daldaki sporcu sayısı futbol kadar değil. Futbolun ekonomik anlamda Türkiye’de ürettiği değerle diğer branşların ürettiği değer arasında misli misli fark var. Doğaldır futbol daha fazla yazılacak, daha fazla tartışılacak, daha fazla konuşulacak. Tüm bunların ışığında gelmek istediğim şu, futbol bir dolu artılarından dolayı öncelik alacak ama medya diğer dallara karşı da sessiz kalmayacak. Türkiye için bir Avrupa ya da Dünya Şampiyonu çıkarmak her hafta*

rastlanan bir başarı değil. En azından onların hakkını yememek gerekir. 90'lı yıllarda bir sporcu şampiyon olduğu zaman gazetelerin manşetlerinde yer alırdı. Çünkü bizim bazı şeylere de özendirmemiz gerekiyor.”

Doğan Sarıbeyoğlu, futbol (spor) medyasının Türkiye’de birçok spor dalının zayıflamasına, yok olup gitmesine neden olduğunu vurguluyor. *“Eskiden tam sayfa verilen güreş turnuvaları ve dünya şampiyonalarından bugün haberdar bile olunmuyor. Halk da bunları takip edemiyor. Tesadüfen öğreniyoruz ki dünya serbest güreş şampiyonası varmış ve bir altın madalya almışız. Halbuki eskiden haftalar öncesinden başlardı. Müsabakalar geniş kapsamlı olarak verilirdi. Başarılı olanlar ve başarısız olanlar hakkında yorumlar yapılırdı. Şimdi güreşçi niye güreş yapsın. Dünya şampiyonu olsa şöyle bir iki gün bahsediliyor o kadar. Buna benzer başka sporlar da var. Futbolun popüleritesinin artışıyla onlar güç kaybetmişlerdir. Voleybol, atletizm hiç gelişmemiştir.”*

Ali Sami Alkış, sporda yanlış politika izlendiğini ifade ediyor. *“Şimdi tabi ki Türkiye’deki önemli sıkıntılardan bir tanesi, spordaki yayın politikalarının futbola yönelik olması. Ondan da vazgeçtim, futbol bile değil, üç büyüklere yönelik olması. Tamamen ticari kaygılarla bakılmasıdır. Fenerbahçe taraftarının çok olduğu, arkasından Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzon’un geldiği açıktır. Bir gerçektir. Göz ardı edemiyoruz. Ama benzer nitelikler Fransa’da da, İngiltere’de de vardır ama basın ilkelerini orada korumaktadır.”*

Özgür Korkmaz, Türkiye için özellikle spor medyasından ziyade bir futbol medyasından bahsedilmesi gerektiği vurgusunu yapıyor ve ekliyor. *“Asıl zaten en büyük problemde bu. Turkish Daily News olarak burada çok farklı bir noktada duruyoruz. Bizim yapmaya çalıştığımız sayfalar kesinlikle futbol sayfası değil. Biz spor sayfası yapıyoruz. Mesela bugünkü gazete için konuşayım, bizim bugünkü manşetimizde Erciyesspor. Çünkü bana kalırsa Erciyesspor’un Atletico Madrid ile oynuyor olması, Galatasaray’ın FC Sion ile oynuyor olmasından beş kat daha büyük bir haber. Bizim tiraj kaygımız yok. Dolayısıyla biz çok rahatız.*

Bugünkü rakamları inceleyelim. Fener'in İnter'i yenmesi Fanatik ve Fotomaç'ın satışlarını 25-30 bin artırmıştır. Dolayısıyla o baskı aynı zamanda bunu getiriyor. Ama tekrar söylüyorum talep mi arz yaratıyor bu konuda yoksa arz sadece futbol olduğu için talep o yönde mi geliyor bu konuda halen şüphelerim var."

Kemal Belgin, *"Eski Tercüman gazetesinde ben 21 sene çalıştım çok defa güreş, boks, atletizm, basketbol ve voleybol Türkiye'de gazetelerde tam sayfa yer almış spor branşlarıdır. Reşit Karabacak'ın Avrupa Şampiyonu oluşunu tam sayfa ve Reşit'in posterini arka sayfaya vererek yaptık. O gün Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş haberleri hep iç sayfalara gitti. İlk hentbol ligi başlarken ana sayfamızı tam sayfa olarak hentbol ligine ayırdık, Türkiye'de yeni bir heyecan başlıyor diye. O zaman spor gazeteciliği vardı şimdi üç büyükler gazeteciliği var. Başka bir gazetecilik yok."*

Cengiz Alpman, *"Bu etikten ziyade ekonomiktir. İşin ucu tamamen tiraja, reytinge dayandığından mesele de tamamen duygusaldır. Ahlak, para karşısında fazlaca kırılmandır."*

İbrahim Altınsay, *"Medya popüler bir alandır. 'Popula' böyle istiyor ki yapıyorlar. Niye Anadolu takımlarının istikrarlı taraftar kitlesi yok. Taraftarı olmayınca okuru da olmuyor."*

Murat Ağca, spor medyasında branşlara eşit bir dağılımın mümkün olmadığını belirtiyor. *"Spor endüstrisi içinde tüm paraların futbolun çevresinde dönmesi, holding sahibi olan medya patronlarının işin içine girmesiyle onlarında tabiri caizse ağzının suyunu akıtmasıyla bu yöne doğru kanallize oluyor. Sadece Türkiye'de değil dünyanın genelinde de spor dediğinizde en kolay anlaşılabilen, en kolay oynanabilen futbol olduğu için, ülkemizde de bir Akdenizlilik ateşi ile futbola çok büyük bir ilgi olduğundan tabi ki futbolun ön planda olmasını yadsımamak gerekir. Aman futbol olmasın da birinci spor kayak olsun dememiz mümkün değil. Ama biz istiyoruz ki medyada bu tip yayınlar olacaksa en azından*

kantarın topuzunu kaçırmadan bir denge unsuru gözeterek diğer spor branşlarına da yer verilsin.”

Adnan Dinçer, “Bir kere üç büyükler, Türk futbolunun lokomotif. Bunu hiçbir zaman inkar edemezseniz. İtalya, Almanya, İspanya ve İngiltere’ye baktığınız zaman bu doğrultuda önemli kulüpler görebilirsiniz. Ama ne olursa olsun, bizdeki kadar futbola egemen olan büyük kulüp yoktur. Onların egemenliğini yıkmak çok kolay değildir. Bu toplumsal bir sahiplenmedir. Türkiye’nin neresine giderseniz gidin, nerede hocalık yaparsanız yapın, takımınızı en iyi yere de getirseniz de üç büyükleri tutan taraftarlar görürsünüz. Böylesine güçlü üç büyükler. Dolayısıyla kolay yol güçlülünün yanında olmaktır. Medyanın da onları desteklemek gibi bir zorunluluğu var. Çünkü reyting var. Çünkü satış var. Yani bunu yapmak zorunluluğu, Türkiye’de bu egemenliğin süreceği anlamına gelir.”

Onur Belge’nin değerlendirmeleri de konuya farklı bir açıdan ışık tutuyor. “Gerçek haberler futbol dışında da değerini ve seyircisini bulur. Süreyya Ayhan’ın başarılarının ardından Atatürk Olimpiyat Stadı’nda 40 bin kişi önünde koştuğu unutulmamalıdır. Eğer adaletten bahsediyorsak elbette ki, çok satan, çok harcayan çok yer almalıdır. Ama bu diğerlerinin görülmemesi anlamında değildir. Adaletli olmak eşit olmak değil, herkese hakkını vermektir kanısındayım.”

Cem Can’ın değerlendirmesi ise şöyle. “Medya genel olarak kasten adaletsiz davranmaz, medya harekete yönelir. Ortaya çıkan eşitsiz durum bir ölçüde kulüplerin dinamizmine, bir mesajı aktarmadaki kararlılığına, söyleyecek sözünün bulunmasına göre belirlenir. Küçüklüğü benimsemiş, durumunu sindirmiş, şikayet etmekten başka şey bilmeyen, hele ki ortalıkta gazetecilerin dolanmasını istemeyen kulüp ve federasyonların da kapladıkları yer doğal olarak azalacaktır. Gazete ve gazeteciler de diğer alanlardaki gibi emeğinin karşılığını en çok aldığı alana daha çok odaklanacaktır.”

Tablo 14. Sporla İlgili Kurum, Kuruluş Ve Kişilerden Çeşitli Ek Faydalar Sağlamasına İlişkin Dağılım

Seçenekler	f	%
Görülmektedir	16	38,1
Görülmemektedir	17	40,5
Sorun Yaratacak Boyutta Değildir	6	14,3
Cevapsız	3	7,1
Toplam	42	100

“Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası’nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?” sorusuna spor yazarlarının %38,1’i (16) “görülmemektedir”, %40,5’i (17) “görülmemektedir”, %14,3’ü (6) de “sorun yaratacak boyutta değildir” şeklinde cevap vermişlerdir.

Ercan Güven, ek fayda sağlanması ile ilgili sorumuza şu şekilde cevap veriyor. *“İğrençtir. Ne yazık ki gittikçe yaygınlaşmakta ve normal karşılanmaya başlamıştır. Çok ünlü bir yazar “Avanta yemek yediğin yerleri yazıyorsun” eleştirisine, “Sen de davet et seni de yazayım” diye yanıt verdikten sonra... Ne yazık ki, her türlü ahlaki ilkeyi yıkanlar “Tabuları yıktıklarını” iddia eden medya şöhretleri oluyor.”*

Ömer Üründül, *“Bunlar da maalesef çok sayıda vardır. Tabi bugün önemli bir mali problem yaşadığı için insanlar, bilhassa çalışan muhabirler, kulüplerle ilişkilerde olanlar mecburen bu tip şeylere itibar etmektedirler. Tabii ki üzücü bir şey ama bunları da engellemek mümkün değil. Bunlar da doğal olarak olumsuz görüntüler.”*

Devrim Sağıroğlu, “Çeşitli kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması var maalesef. Yok desek yanlış olur.”

Kazım Kanat’ın yorumu da dikkate değer. “Olmaz olur mu ya! Spor yazarı, köşe yazarı mal beyanında bulunuyor. Esas muhabirler, bu kulüp muhabirleri, kulüple bağlantılı olanlar mal beyanında bulunsun. Ben arabayı daha üç-dört sene önce yeni alabildim. Kooperatiften ev sahibi olabildim. Muhabirlere bak. Üç, dört sene sonra arabası da var. Evi de var. Cebinde parası da var. Ne yapıyorsunuz kardeşim, neler yapıyorsunuz? Yani muhabirler çok da temiz değil. Maalesef temiz değil.”

Ali Sami Alkış da bu tür ilişkileri şu sözleriyle ortaya koyuyor. “Bazı kulüp başkanlarıyla fiziksel ilişki kuran, ticari ilişki kuran insanlar da oldu. Yöneticiler, başkanlar gazetecilerin etkili isimlerini, yazarları kendi safında tutabilmek için çeşitli yardımlarda da bulunmuşlardır. Rent a Car şirketinin kurulması için arabaların temin edilmesinde, bilemiyorum başkasının ailesindeki hastasının tedavisini yurtdışında sağlamak amacıyla onlara maddi destek sağlanması konusunda benzer yaklaşımlar olmuştur.”

Murat Ağca, “Türkiye’de maalesef dünya spor branşlarının medya tarafından yeterince ilgi ile karşılanamaması sponsorlar ve kulüpleri çileden çıkardığı için kimi dönemlerde, özellikle basketbolda rastlanan önemli yayın kuruluşlarından gazetecilerin yol ve otel masraflarının karşılanması gibi durumlarla karşı karşıya kaldık. Bu örnekler halen günümüz Türkiye’sindeki spor medyasında devam etmektedir. Kimi basketbol kulüpleri, kimi voleybol kulüpleri kimi zamanda diğer federasyonlarının bazı önem verdikleri aktiviteler sırasında medya mensuplarına davet adı altında çağırıp, işte onların yol ve konaklama masraflarını karşılayıp bunun karşılığında da kendi sporlarına ilgi göstermelerini beklemek gibi bir uygulama maalesef var.”

Meriç Enercan, “Karşılıklı menfaat duygusundan yola çıkarak bu tür uygulamalar yapılıyor ama ben bunun bile çok ciddi bir şekilde gözden geçirilmesinden yanayım. Çünkü onun uzantıları başka talepleri, had aşmalarını yani insanların haddini aşmasını gerektiren bir takım talepleri beraberinde getirebilir.”

Cemal Ersen, “Ek fayda maddi çıkar olabilir. Manevi çıkar ilişkisi olabilir. Türk spor medyasının en çok kanayan yarasıdır. Bunu bir federasyon üyesiyle iyi ilişkiler içerisinde girip, haberini yayınlayıp, yurtdışı seyahatine gitmekten tutun, altına araba çekilmesi veya ev sahibi yaptırılması çoğunlukta değil, örnekleri çok az ama konuşulduğu vakit spor medyasının tamamına yansiyacak ve bulaştıkları o çamuru temiz insanlara sıçratacak kadar çirkin bir iş. Bunlar daha çok yönetici tarzı insanlar değil, muhabir düzeyindeki hatta yaşları genç bazı arkadaşlar bu işlere alet oluyorlar.”

Mehmet Demirkol, ek fayda sağlanması durumundan ne anlaşılması gerektiğinin net ortaya konulmasını istiyor. Ve ekliyor. “Seyahate çıkmak gibi, otel masrafını karşılamak gibi şeyler zaman zaman oluyor. Onun dışında hediye almak bu da doğru değil. Yapılıyor, çok sık yapılan bir şey. Bazı medya kuruluşları bunu tamamen yasakladı. Onun dışında seyahatlere götürmeler çok sık oluyor. Ben bir kez böyle bir seyahate çıktım. Bir haber yapmak içindi. Ronaldo ile beni buluşturacaktı bir şirket. Burada bir haber değeri olduğu için bu seyahati kabul ettim ama onun dışında zannediyorum kabul etmedim. Çünkü evet etik olmayan bir katkıdır bu katılıyorum. Bunun yapılmaması lazım ama Türkiye’de çok sık yapılan bir şey.

Alaatin Metin, “Eğer bir insanın yapısında bedava seyahate gitmek, avanta para ya da hediye almak varsa, sadece spor medyasında değil her iş kolunda vardır. Önemli olan ne kadar kişi bunu yapıyor. Spor medyasında bu kadar kuralları çiğneyen, bu çizgide çok fazla insan olduğunu sanmıyorum. Çünkü seyahatlere giderken gazeteler gönderiyor. Bu arada davetler oluyor. Efes ya da Ülker çok yapıyor ve onlar da gazetelere yazılar yazıyor: “Şu seyahate gidiyoruz,

uygun görürseniz bir muhabir ve bir foto muhabir göndermelerini isterler” onu da gazetelerin, servislerin müdürleri tayin eder. Gazeteler, genellikle firmaların istediği ismi göndermezler. Ama onun dışında alınan bir şey varsa ona da bir şey diyemezsin. Önemli olan insanın kendi vicdanına karşı sorumlu olmasıdır. Yapanlar da meslekte uzun süre barınamaz. Çünkü bu hareketler kendini belli eder.”

Özgür Şahiner, haber yapma ile kullanılma arasında ince bir çizgi olduğunu ifade ediyor. *“Eğer gerçek anlamda haberci iseniz, gazeteciliği amaç olarak yapıyorsanız, sadece kurumunuzun sağladığı imkanları kullanır ve onunla yetinirsiniz. Ama gazeteciliği araç olarak görür, kendi çıkarınız için bunu kullanırsanız o zaman, tüm değerlerinizi yitirmiş olursunuz. Haber kaynağı ile haber dışında ticari bir ilişkiye girmek, habercinin saygınlığını bir kalemde silip atması anlamına gelir. Bu sorunun cevabını net verebilmek en azından benim için mümkün değil. Ama ortada dolaşan bir yığın dedikodu var. Var dersem kesin olarak delil göstermem lazım. Ama yok da diyemem. Bu da şike ve teşvik primi gibi bir şey. Türk futbolunda her dönem var olduğu söylenir ama bir türlü ispatı sağlanamaz. Sigara dumanı gibi gözle görülür ama avucunuza alamazsınız.”*

Erhan Köknar, “Sözü edilen tanıtım kampanyalarındaki küçük hediyeler ve seyahatler ise bana göre bunlar normal ve zararsızdır. Türk Spor medyasında da zaman zaman sponsorlar ve federasyonlar tarafından bu organizasyonlar yapılmaktadır. Yurt içi ve dışında gerçekleşen etkinlik ve müsabakalara gazeteciler de masrafları karşılanarak götürülmektedir. Ancak yöneticilerden sağlanan menfaatler zaman zaman dedikodu şeklinde konuşulmaktadır. Bu durumu kimse hoş karşılamaz adı geçen kişiler medya kuruluşundan derhal uzaklaştırılır.”

Güven Taner, “Bu konuda etik ihlal çizgisinde karşımıza çıkmış bir durum anımsamıyorum. İki kesimde birden çalışanlar var. Bu ekonomik zorunluluktan kaynaklanıyor. Genel bakışla durumun bir ‘etik ihlal’ sayılması yerinde.”

Gülengül Altınsay, “Dedikodular hep var. Bu tarz ilişkiler gizli tutuluyor çünkü. Mesela bir muhabir ya da yazar yorumlarında değişiklik mi yaptı, hemen şu suçlamayla karşılaşabiliyor: ‘Arpası kesilmiş’.”

Murat Demiryas, “Spor medyası için bu tip şeylerin çok zararlı olduğunu düşünmüyorum. Çünkü sporla ilgili çeşitli kurum ve kuruluşlar kimi zaman haberlerinin girebilmesi için spor yazarlarını ve spor muhabirlerini etkinliklerine ücretsiz davet edebiliyorlar. Bu şekilde haberleri de çıkıyor. Bu sayede medyada yer bulamayan sporların örneğin atletizm, kayak, golf gibi sporların haberlerinin çıkmasını sağlıyor. Özellikle bu tip medyada çok fazla yer almayan haberlerin yer bulabilmesi açısından yararlı. Sonuçta sporla kurum ve kuruluşla ilgili kişileri ilgilendiren bir şey diye düşünüyorum. Futbolla ilgili olanları da genelde yararlı buluyorum. Yani ben bu konuda çok olumsuz bir şey düşünmüyorum.”

Yusuf Kobal, “İstisnai durumlar var ama bence Türk spor basını bu anlamda ahlaklı davranıyor. Yani çalışanların ahbap çavuş ilişkisi dışında, özellikle de maddi anlamda kimseden çıkar karşılığı yanlı davrandığına inanmıyorum. Ama kanıtlanmamış bir kaç söylem de yok değil.”

Cem Can, “Bu durum henüz yaygın bir bunalım sebebi olmamakla birlikte, kimi zaman bazı söylentilerin ortaya çıkması ile bir sorun potansiyeli taşımaktadır.”

Sanlı Sarıalioğlu, “Gazetecilerin içinde başkasından herhangi bir çıkarı söz konusu olan insanların olduğunu hiç düşünmüyorum. Düşünmek bile istemiyorum. Bu soruya yanıt verme gereğini bile hissetmiyorum. Ama her meslek grubunda olduğu gibi gazeteciler arasında da iyisi vardır, kötüsü vardır. Nasıl ki avukatlarda, doktorlarda, mühendislerde, her meslek grubunda çeşit çeşit insanlar varsa. Basın camiasında da o tür insanlarla her zaman karşılaşılabilir.”

Hayri Beşer, “*Türk spor medyasında aleni görünen bir şey yok. Benim en azından bu anlamda size anlatabileceğim, paylaşabileceğim kötü örnekler yok. Umarım da olmaz.*”

Zeki Çol, “*Türk spor medyasında şuan itibariyle en az 2 bin kişi çalışıyor. Profesyonel, yarı profesyonel ya da amatör olarak. Oran yüzde 1 bile değil. Yani Türk spor medyasının böyle bir sorunu yok.*”

Tablo 15. Spor Medyası Çalışanlarının Spor Kulüplerinin Bazı İşlerini Yapararak Ek Fayda Sağlaması Durumuna İlişkin Dağılım (Moonlighting)

Seçenekler	f	%
Görülmektedir	20	47,6
Görülmemektedir	11	26,2
Sorun Yaratacak Boyutta Değildir	8	19,0
Cevapsız	3	7,1
Toplam	42	100

Tablo 15’de “Dünya’da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz spor medyasında da görülmekte midir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?” sorusuna spor yazarlarının %47,6’sı (20) zaman zaman “görülmemektedir”, %26,2’si (11) “görülmemektedir”, %19,’u da (8) “sorun yaratacak boyutta değildir” şeklinde cevap verdikleri görülmektedir.

Ali Sami Alkış’ın, konuyla ilgili tespitleri şöyle. “*Türkiye’de bunun çok örneği var. Hatta daha vahimi, Türkiye Spor Yazarları Derneği’nin İstanbul Şubesinin Başkanı olan bir arkadaşımızın geçmişte, Ali Şen’in seçimi kazanması için sürekli Fenerbahçe Stadı’nın önünde bir minibüste kongre çalışması yaptığı, bildiri dağıttığı çok aşıkardır. Hem gazetecilik yapıp, hem de kulüplerin çeşitli işlerini fiilen takip eden arkadaşlarımız vardır. Bu tür ilişkilerin de çok tehlikeli*

boyutlara ulaştığını söylemeliyim. Spor yazarlığı yapan arkadaşlarımızın önemli bir bölümü kendilerini ait hissettikleri kulüple, yönetim kuruluna girmek, yönetim kurulu başkanı olmak, transfer komitesine girmek alt yapısına girmek gibi beklentileri vardır. Hem bu beklentiler içerisinde olacaksınız hem de o konuda gazetecilik yapacaksınız. İkisi aynı noktada bağdaşmaz ve buluşmaz. Ama Türkiye'nin bu konuda ciddi sıkıntıları ne yazık ki vardır. Uzun yıllardır devam ediyor ve çözümü konusunda da en ufak bir umut yoktur.”

Öcal Uluç, “Maalesef bu konuda Türk spor medyası için de yaygın iddialar var. Bazıları kanıtlanmış, dahası “ses seda çıkarılmamış” iddialar var. Federasyonlarda görevli, hatta “profesyonel görevli”, yeni çıkan “kulüp TV’lerinde görevli”, hatta “profesyonel görevli” spor yazarları, yorumcular var; olacak şey mi; ama bizde oluyor ve kimse de itiraz etmiyor. İstanbul’da “durum böyle ise”, kim bilir “Anadolu’da neler oluyor”; kimse biliyor mu ya da “bilmek istiyor mu?”. “Gazeteci” iseniz “gazetecisiniz”; aksi gazeteci olmayıp, ticaret yaptığınızı ve bunda da gazetecilik mesleğini kullandığınızı gösterir.”

Nezir Önal, “Yapılıyor maalesef hem de çokça yapılıyor. Etik olmadığı çok aşikar. Çalışmanın karşılığını alamayanlar tarafından daha çok yapılıyor veya çok az da açgözlü olduğu için yapan var. Bazıları da mecbur olduğu için yapıyor.”

Atıf Keçeci, bu duruma şiddetle karşı çıkıyor. Bunu yapanlara karşı eleştiri getirdim ve bugün maalesef bu şekilde hala çalışan iki üç arkadaşım bana kırgın, küskün hiç önemli değil. Mideden bağlı dediğimiz olay yaratılıyor. Kayserililerin bir lafı vardır, “Yiyen ağız utanır” diye. Bu da buna benziyor. Maalesef var. İmkansızlıktan yapıyorlar. Ama yine de tek bir yeri tercih etmelerinin doğru olduğunu söylüyorum. Bundan sonra da söyleyeceğim.”

Esat Yılmaer, zaman zaman bu durumun görüldüğünü belirtiyor. “Çünkü Türkiye’deki gazetecilik ismi çok güzel, popülaritesi çok fazla ama

ekonomik olarak çalışanların kazandıkları paralar çok düşük düzeydedir. Dolayısıyla insanlar ailelerini geçindirmek, çocuğunu daha iyi şartlarda okutmak için ek işler çoğu zaman yapıyor. Bunların da en iyi bildikleri iş medya yayıncılığı. Eğer kulüp bir dergi çıkartıyorsa, internet sitesi yapıyorsa elbette ki oralarda çalışıyorlar.”

Kemal Belgin, bu durumun son derece yanlış bir iş olduğunu belirtiyor. “Siz kulübün dergisini çıkartıyorsanız gidin o kulübün bünyesinde çalışın. Ama A gazetesinin spor sayfasında çalışıp üç kulübün istatistiklerini tutup çalışmak olmaz bu. Ne yazacaksınız yarın bir şey yakaladığınız zaman. Yazabilir misiniz? Yazamazsınız. Çünkü oradan bir çıkarınız var bir vazife yapıyorsunuz. Karşılığında da bir para veriyorlar size. O zaman A gazetesindeki spor yazarlığını bırakırsınız. Dersiniz ki kulübe ben geleyim burada çalışayım. Tamam, ona diyeceğim bir şey yok.”

Gülengül Altınsay, “Özellikle kulüplerin dergileri, özel TV kanalları ek gelir için uygun yerler. Ama öyle bir işi kabul ederseniz o kulübün aleyhinde hiçbir şey yazamazsınız. Gazete patronları için fazla problem olmuyor bu durumlar. Çünkü onlar da böylece o kulübe yakınlık sağlıyorlar, herkesten önce haber alabiliyorlar.”

Onur Belge, spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu profesyonel bir alış-veriş olarak kalıyorsa sorun yaratmayacağı görüşünde. “Ama iş çıkar için çarpıtma, haksız rekabet yaratıyorsa en büyük yanlış olur. Ne yazık ki, ülkemizde bu durum giderek daha içinden çıkılmayacak bir yumak haline geliyor. Zamanla taşlar doğru yere oturur düşüncesindeyim.”

Meriç Enercan, konunun tartışmalı olduğunu belirtiyor. “Benim bildiğim moonlighting Ankara’da yok. Ama İstanbul’da zaman zaman ben bir şeyler duyuyordum. Bazı gazeteci arkadaşlarımızın Beşiktaş’ın, Galatasaray’ın

dergilerini hazırlamakta yazıyla, fotoğrafla katkıda bulunduklarını bunun karşılığında bir maddi destek aldıkları yolunda bir takım laflar dolaşıyordu ortalıkta. Tabii bunlar kanıtlanamadığı için iddia olarak geçecek şeyler.”

Alaattin Metin, bu durumun Türkiye’de görüldüğünü zannetmediğini belirtiyor. *“Çünkü gazeteci, gazetesıyla 212 sayılı kanuna göre sözleşme yaparken orada maddeler vardır. Gazeteci, başka bir yayın kuruluşunda çalışamaz, başka bir yere haber veremez. Resim veremez ya da konuşamaz. Ben televizyona çıkacağım vakit bile gazetemden izin alıyorum izinle çıkıyorum. O kuralın dışına çıkamazlar. Çıkarlarsa tazminatını alamaz ve işten kovulma nedeni olur. Bunu da yapan olmuyor.”*

Sanlı Sarıalioğlu, *“Böyle bir uygulamanın ülkemizde olduğunu sanmıyorum. Böyle bir uygulamanın doğru olacağını da düşünmüyorum. Yani ‘ben sana bunu yapıyorum. Sen de bana bunu yap’ gibilerinden karşılıklı bir istek zinciri oluşabilir. Ve doğru olmaz diye düşünüyorum. Yani kulüpler ve spor medyası bağımsız olmalı. Birbiriyle ilgisi olmamalı. Şu ana kadar da böyle bir uygulama var mı, bilmiyorum ama olduğunu da sanmıyorum.”*

Doğan Sarıbeyoğlu, *“Ben bir tek kişi hatırlamıyorum ki, kulübün ek bir işini yaparak para kazansın. Ama gazetesinin dışında mesleği ile ilgili bir finansör bulup dergi çıkaranlar var. O hangi kulübün olursa olsun para kulüpten gelmez. Sponsorundan gelir, finansöründen gelir. Zaten kulüpler de dergi çıkarmaya para verecek konumda da değiller. Medya mensuplarının kulübü kullanabileceği bir ortam yok bence.”*

Tablo 16. SPOR YAZARLARININ ETİK İLKELER İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİNE İLİŞKİN GENEL DAĞILIM TABLOSU

SORULAR	1-Adnan Dinçer	2-Alaattin Metin	3-Ali Erdoğan	4-Ali Sami Alkış	5-Atilla Türker	6-Atıf Keçeci	7-Bilgin Gökberk	8-Cem Can	9-Cemal Ersen
1.Türk Spor medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, "bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler" yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siziz?	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir ?	1	-	1	1	1	0	-	2	1
3.Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?	1	1	1	2	1	0	1	0	1
4.Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz ?	0	2	0	0	1	0	0	0	0
5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?	1	1	0	1	1	0	-	0	2
6.Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirdiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz ?	1	1	1	1	1	1	1	0	2
7.Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?	1	1	1	1	1	1	1	2	1
8.Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?	1	1	1	1	1	0	1	1	1
9.Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz. ?	1	1	1	1	1	1	1	0	1
10.Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?	1	0	1	1	1	0	0	0	0
11.Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?	1	0	1	1	1	1	1	0	1
12.Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?	2	0	0	0	1	0	0	0	1
13.Dünya'da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz Spor Medyasında da görülmektedir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?	0	0	2	1	0	1	1	0	2

1: GÖRÜLMEKTE-VERİLMEKTE- OLUMSUZ

0: GÖRÜLMEMEKTE-VERİLMEMEKTE-OLUMLU

2: ZAMAN ZAMAN-ÇOK AZ GÖRÜLMEKTE-ÇOK AZ VERİLMEKTE

SORULAR	10-Cengiz Alpman	11-Devrim Sağıroğlu	12-Doğan Sarıbeyoğlu	13-Ercan Güven	14-Erhan Köknar	15-Esat Yılmaer	16-Gülengül Altınsay	17-Güray Soysal	18-Güven Taner
1.Türk Spor medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, "bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler" yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siziz?	-	1	1	1	1	1	1	1	1
2.Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir ?	2	1	1	1	1	1	1	1	0
3.Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?	1	1	1	1	2	1	0	1	1
4.Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz ?	-	0	0	0	2	0	0	0	0
5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?	-	2	0	1	1	0	0	1	2
6.Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirdiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz ?	-	1	1	1	2	2	1	1	1
7.Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?	1	1	1	1	1	2	1	1	1
8.Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?	1	1	1	1	1	1	1	1	2
9.Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz. ?	1	1	1	1	1	1	2	1	1
10.Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?	1	1	0	1	2	0	1	1	0
11.Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?	0	1	1	1	0	1	1	1	0
12.Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?	0	1	0	1	2	2	0	1	0
13.Dünya'da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz Spor Medyasında da görülmektedir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?	2	1	0	-	2	1	1	0	2

1: GÖRÜLMEKTE-VERİLMEKTE- OLUMSUZ

0: GÖRÜLMEKTE-VERİLMEME-OLUMLU

2: ZAMAN ZAMAN-ÇOK AZ GÖRÜLMEKTE-ÇOK AZ VERİLMEKTE

SORULAR	19-Haldun Domaç	20-Halil İbrahim Ekiz	21-Hayri Beşer	22- Kahraman Bapçum	23-Kazım Kanat	24-Kemal Belgin	25-Lütfi Özel	26-Mehmet Demirkol	27-Meriç Enercan
1.Türk Spor medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, "bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler" yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siziz?	1	1	1	1	0	1	1	1	1
2.Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir ?	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3.Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?	0	0	0	0	0	1	0	0	0
4.Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz ?	0	-	0	0	0	0	0	0	0
5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?	0	1	0	1	1	0	0	1	1
6.Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirdiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz ?	1	1	1	0	1	1	1	1	1
7.Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?	2	1	1	0	1	1	1	1	1
8.Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtma, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?	1	1	1	-	1	1	1	1	1
9.Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz. ?	1	1	1	0	1	1	1	1	1
10.Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?	0	1	2	0	1	-	1	1	0
11.Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?	1	1	1	0	1	1	1	1	1
12.Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?	1	-	0	2	1	1	1	1	1
13.Dünya'da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz Spor Medyasında da görülmektedir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?	1	-	1	2	1	1	0	1	1

1: GÖRÜLMEKTE-VERİLMEKTE- OLUMSUZ

0: GÖRÜLMEKTE-VERİLMEMEKTEN-OLUMLU

2: ZAMAN ZAMAN-ÇOK AZ GÖRÜLMEKTE-ÇOK AZ VERİLMEKTE

SORULAR	28-Murat Ağca	29-Murat Demiryas	30-Nezir Önal	31-Onur Belge	32-Öcal Uluç	33-Ömer Üründül	34-Özgür Korkmaz	35-Özgür Şahiner	36-Sanlı Sarılioğlu
1.Türk Spor medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, "bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler" yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siziniz?	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir ?	1	2	1	1	1	1	1	1	1
3.Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?	1	0	0	1	1	1	1	1	1
4.Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz ?	0	0	0	0	1	0	0	0	0
5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?	0	0	0	-	-	1	1	1	1
6.Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirdiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz ?	1	0	1	0	1	1	0	1	1
7.Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?	1	1	1	2	1	1	1	1	1
8.Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtma, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9.Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz. ?	1	1	1	2	1	1	1	1	1
10.Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?	1	0	1	1	1	1	0	1	0
11.Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?	1	1	1	0	1	1	1	1	1
12.Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?	1	0	1	1	2	1	0	2	0
13.Dünya'da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz Spor Medyasında da görülmektedir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?	1	1	1	1	1	2	-	2	0

1: GÖRÜLMEKTE-VERİLMEKTE- OLUMSUZ

0: GÖRÜLMEMEKTE-VERİLMEMEKTE-OLUMLU

2: ZAMAN ZAMAN-ÇOK AZ GÖRÜLMEKTE-ÇOK AZ VERİLMEKTE

SORULAR	37-Tayfun Bayındır	38-Togay Bayatlı	39-Uğur Meleke	40-Yusuf Kobal	41-Yusuf Yalkın	42-Zeki Çol
1.Türk Spor medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, "bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadelerle" yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siziz?	1	1	1	1	0	1
2.Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir ?	1	0	1	1	1	1
3.Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?	2	0	0	2	1	1
4.Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz ?	0	0	0	0	1	0
5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?	0	1	0	0	1	0
6.Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirildiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz ?	1	1	2	1	1	1
7.Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?	1	1	1	1	1	1
8.Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?	1	1	1	1	1	1
9.Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz. ?	1	1	1	1	1	1
10.Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?	0	0	1	1	1	-
11.Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?	1	1	1	0	1	1
12.Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?	-	0	1	0	-	0
13.Dünya'da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz Spor Medyasında da görülmektedir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?	1	0	1	0	1	0

1: GÖRÜLMEKTE-VERİLMEKTE- OLUMSUZ

0: GÖRÜLMEMEKTE-VERİLMEMEKTE-OLUMLU

2: ZAMAN ZAMAN-ÇOK AZ GÖRÜLMEKTE-ÇOK AZ VERİLMEKTE

Tablo 17. ALT TEMALARIN DAĞILIMINA İLİŞKİN GENEL TABLO

Adnan Dinçer	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	-	1	-	-	1	-	0	0	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	1	1	1	1	1	1	1	2	-	0	1
Alaattin Metin	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	-	-	-	-	-	-	1	1	2	1	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	1	1	1	0	1	1	1	2	-	0	1
Ali Erdoğan	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	-	-	-	-	-	1	-	0	0	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	-	1	1

Ali Sami Alkuş	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet-yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	-	1	2	-	0	1	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	1	1	1	1	1	1	1	0	-	1	1
Atilla Türker	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet-yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	-	-	1	1	1	1	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1
Atıf Keçeci	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet-yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	-	1	1	-	0	-	0	0	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	0	-	0	1	0	-	1	1	0	-	1	1
Bilgin Gökberk	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet-yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	-	1	-	1	0	0	1	1	0	-	1	1

Cem Can	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	-	1	-	0	-	0	0	1	0	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	-	1	0	0	0	-	0	0	-	0	-
Cemal Ersen	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	0	1	1	0	1	1	0	2	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	-	1	-
Cengiz Alpman	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	-	-	-	-	-	-	1	-	0	-	-	-	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	-	1	1	-	1	1	1	0	-	0	-
Devrim Sağıroğlu	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	-	1	-	1	1	0	2	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1

Doğan Sarıbeyoğlu	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	-	-	0	-	0	0	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	1	1	1	1	1	1	1	0	-	0	1
Ercan Güven	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	-	-	1	-	-	1	1	0	1	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	1	1	1	1	-	1	1	1	-	-	1
Erhan Köknar	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	1	1	2	-	2	1	1	2	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	1	1	2	2	-	1	1	2	-	2	1
Esat Yılmaer	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	-	-	1	-	-	1	-	0	2	1	1	2
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpcü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	0	1	1	1	1	0	-	1	1	2	-	1	1

Gülengül Altınsay	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	-	1	1	-	0	-	0	0	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	-	1	1	1	1	1	-	0	0	1	-
Güray Soysal	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	-	1	1	1	1	-	0	1	1	1	2
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	-	1	1	1	1	0	1	1	0	-	0	1
Güven Taner	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	2	-	-	1	-	0	0	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	0	1	-	1	0	-	1	1	0	-	2	1
Haldun Domaç	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	-	1	-	-	0	-	0	0	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	0	1	1	-	1	0	0	1	1	1	-	1	1

Halil İbrahim Ekiz	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	-	-	-	1	-	1	0	-	-	1	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-
Hayri Beşer	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	2	1	-	0	0	-	0	0	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	1	1	1	2	0	-	1	0	-	1	-
Kahraman Bapçum	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	0	1	-	-	1	-	0	0	1	0	2
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	0	0	-	2	0	0	1	1	2	-	2	-
Kazım Kanat	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	0	0	0	1	-	-	0	-	0	1	-	1	0
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	0	1	1	1	1	1	-	1	1	1	-	1	1

Kemal Belgin	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	-	-	-	1	1	0	1	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	1	-	1	-	-	-	1	1	1	1	-
Lütfi Özel	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	-	-	0	-	0	0	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	-	0	1
Mehmet Demirkol	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	-	-	1	-	-	0	-	0	1	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	1	1	1	1	-	1	1	2	-	1	1
Meriç Enercan	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	0	1	1	1	0	-	0	1	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	-

Murat Ağca	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet-yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	1	1	1	-	0	0	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	1
Murat Demiryas	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet-yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	-	1	-	2	-	0	0	-	0	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	-	1	1	1	1	0	0	1	1	0	-	1	1
Nezir Önal	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet-yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	-	-	0	1	0	0	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	-	1	1	0	1	0	1	1	1	1	-	1	1
Onur Belge	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet-yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	-	-	1	-	1	1	-	0	-	1	2	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	-	1	1	-	2	1	1	1	1	0	-	1	-

Öcal Uluç	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	-	-	-	1	-	0	-	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	1	1	1	1	1	1	-	-	1	2	1	1	-
Ömer Üründül	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	-	1	-	-	1	-	0	1	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-	2	1
Özgür Korkmaz	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	-	1	1	-	1	-	0	1	-	2	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	-	-	1
Özgür Şahiner	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek iş- Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1

Sanlı Sarıalioğlu	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	-	-	1	1	0	1	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	-	1	1	1	1	0	-	1	1	0	-	1	0
Tayfun Bayındır	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	-	-	2	-	0	0	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	1	1	1	1	1	0	0	1	1	-	-	1	1
Togay Bayatlı	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	0	0	-	-	1	-	1	1	-	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	-	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1
Uğur Meleke	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- Kulüp yöneticilerinin etkisi	Şiddet medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	-	1	-	-	0	-	0	0	1	2	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Tarafar baskısı
	-	1	1	1	1	1	0	1	1	1	-	1	1

Yusuf Kobal	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	1	-	2	-	0	0	1	1	1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	-	1	1	1	1	1	-	1	0	0	-	0	-
Yusuf Yalkın	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	0	0	0	1	-	-	1	1	1	1	1	1	-
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	0	0	-	1	1	1	1	1	-	-	1	1
Zeki Çol	Gereğinden fazla yüklenme veya yüceltme	Aşağılayıcı ifadeler	İftira niteliği taşıyan ifadeler	Çıkar ilişkisi	Arkadaşlık dostluk ilişkisi	Sponsor ve reklam veren etkisi	Özel yaşam haberleri	Güvenirliliğin zedelenmesi	Haber kaynağının gizliliği	Uygun olmayan yöntemler	Şiddet- yöneticilerinin etkisi	Kulüp medyanın etkisi	Doğruluğundan emin olunmayan haberler
	1	1	1	1	1	-	2	-	0	0	-		1
	Başkasının haberini Kendi haberi gibi kullanmak	Kulüp üyeliği Kulüp yazarlığı	Amigo yazarlık, yorumculuk, Kulüpçü yazarlık	Objektif olmayan haber	Asparagas haber	Üst düzey yönetici etkisi	Kuruluşun yayın politikası, patronaj etkisi	Tiraj ve reyting kaygısı	Futbol, 3 büyük kulüp ve İstanbul merkezli haberler	Ek fayda (Konaklama, hediye, seyahatler v.s.)	Gazeteyi çıkar için kullanma	Ek Kulüplerin işlerini yapmak	Taraftar baskısı
	1	1	1	1	1	-	-	1	1	0	-	0	1

1: GÖRÜLMEKTE-VERİLMEKTE- OLUMSUZ

0: GÖRÜLMEMEKTE-VERİLMEMEKTE-OLUMLU

2: ZAMAN ZAMAN-ÇOK AZ GÖRÜLMEKTE-ÇOK AZ VERİLMEKTE

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu bölümde, *Türk Spor Medyası'nda Etik Değerler* konulu çalışmada görüşlerine başvurulmuş spor yazarlarından elde edilen bulgular tartışılmıştır.

Araştırma sonuçları, Türk Spor Medyasında, habere konu olan sporcu, hakem, yöneticiler hakkında küçük düşürücü ifadelerle yer verildiği, çıkar ilişkilerinin haberlere-yorumlara yansıdığı, özel hayatın sınırlarının zorlandığını göstermektedir. Uygun olmayan tutum ve uygulamalarla haber yapıldığı, özellikle transfer dönemlerinde asparagas haberlere oldukça fazla yer verildiği, duyumlarla haber yapıldığı, haberin doğruluğunun teyit edilmediği, başkasının haberini kendi haberi gibi kullanma uygulamasının yaygın olarak yaşandığı, kulüplerle ilişkilerin mesleki sınırın dışına taştığı, tarafsız habercilikten uzaklaşarak objektifliğin göz ardı edildiği görülmüştür. Ayrıca spor medyasında kulüplerin amigoluğunu yapan, kulüplerle organik bağları olan yazarların bulunduğu, haberlerin belli kulüplerin bakış açısıyla verildiği, sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden ek fayda sağlanması durumunun haberciliği sorgulanır hale getirdiği, İstanbul takımları ve özellikle üç büyüklerle ilgili haberlerin gazetelerin spor sayfalarını tamamen ele geçirdiği, diğer kulüp ve branşlara büyük adaletsizlik yapıldığı tespit edilmiştir(Tablo 1).

Araştırmaya katılan spor yazarlarının % 95,2'sinin, Türk Spor Medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadelerle yer verildiği yönünde görüş belirttikleri görülmektedir(Tablo 3). Bu görüşler göz önünde bulundurularak, Türk Spor Medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere karşı, gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadelerle genel olarak yer verildiği söylenebilir.

Spor yazarlarının büyük bir bölümü (%81), çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkilerinin haberlere olumsuz yansıdığı görüşündedir. Bu sorunun alt temaları incelendiğinde de taraftar baskısı (%73,8; Tablo 4.a), arkadaşlık, dostluk ilişkisi (%33,3; Tablo 4.b) ve reklam veren ve sponsor etkisinin (%19; Tablo 4.c) haberlere olumsuz yansıdığı dile getirilmiştir.

Araştırmada, Türk Spor Medyası'nda özel yaşam sınırlarını zorlayan haberlere yer verildiği (%54,8), ancak bunun magazin medyası kadar abartılı boyutlarda olmadığını ortaya koymaktadır (Tablo 5). Mevcut bulgular Uzun'un tespitleriyle uyumda. Ancak, Uzun sorunun daha da sıkıntılı boyutlarda olduğunu ortaya koymaktadır. *“Türkiye’deki duruma bakıldığında, kişilerin özel yaşamının ihlal edilmesi ve incitici yayın yapılması, spor basınında çok sık görülmekte, hakem, oyuncu, teknik direktörler ve sporla ilgili kamu görevlileriyle ilgili ifadeler eleştiri sınırlarının ötesine geçmektedir. Türkiye’de basının en denetimsiz kesiminin spor gazeteleri ve yazarları olduğu söylenebilir.”*¹⁴¹

Araştırma bulguları dikkate alındığında spor yazarlarının etik kurallar içinde en bağlı kaldıkları ilkenin haber kaynağının *gizliliği ilkesi* olduğu söylenebilir (% 83,3). Bu etik ilkeye daha fazla uyulmasının altında yatan temel sebebin, etik ilkelere uyma çabasıdır. Ziyade, haber kaynaklarını kaybetme korkusunun bir ürünü olduğu düşüncesini akla getirmektedir.

Spor yazarlarının uygun olmayan yöntemlerle haber-araştırma yapma uygulaması konusunda ikiye ayrıldıkları (%42,9 - %42,9) ve aralarında bir görüş birliği olmadığı ifade edilebilir. Mülakatlara verilen cevaplar bu durumu destekler niteliktedir (Tablo 7).

Kamuoyunda medyanın yayınlarında şiddeti özendirici ve körükleyici ifadeler yer verdiği düşüncesi hemen hemen her platformda dile getirilmekte ve tartışılmaktadır. Araştırma medyanın yayınlarında şiddeti

özendirici ve körükleyici ifadelere yer verdiğini (%76,2) göstermektedir. Uzun'un *"Medyanın, duygulara seslenen ve kışkırtıcı bir söylem kullanması, kazanılan maçların sonrasındaki kutlamalara da yansımaktadır. Toplumdaki şiddet eğilimlerinin körüklenmesiyle, maç sonrası yapılan kutlamalarda ölüm olaylarının meydana gelmesi, sıradanlık kazanmıştır."*¹⁴⁰ şeklindeki ifadesi de bu yaygın kanaati destekler niteliktedir.

Değişik tarihlerde ve gazetelerde yer alan haber başlıkları da bu durumu göz önüne sermektedir.

"Hagi Kılıcı Çekti" (Yeni Şafak, 22/11/2004), *"Meydan Muharebesi; Konya-Beşiktaş Taraftarları Birbirine Girdi"* (Sabah, 8/11/2004), *"Kayserispor Maçından Sonra Düello"* (Milliyet), *"Uşak'ta Kan Aktı"* (Star, 05/09/2005), *"Oftaş Mardin'i Bombaladı"* (Star, 09/10/2006), *"Kanlı Pankart Hesaplaşması"* (Vatan, 03/09/2007), *"Futbolcular Barut Fıçısı"* (Hürriyet, 01/11/2004)

Araştırmada medyanın şiddeti özendirme ve bunun etik ilkelere yansımaları ortaya koymak üzere yapılan mülakatlarda bir alt tema oluşmuş ve spor yazarları, sporda şiddetin artmasında medya kadar, kulüp yöneticilerinin de büyük etkisi olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Bulgular sonucu spor yazarlarının (%57,1), medyanın şiddeti bizzat özendirip, körüklemediği, yöneticilerin sorumsuz ve taraftarı galeyana getirici açıklamalarının ortamı gerdiği, medyanın da olanı yansıttığı görüşünü dile getirmişlerdir (Tablo 8.a).

Hayatın her alanında olduğu gibi çalışma hayatının önemli bir etik değeri olan "doğruluk" spor medyasının tartışmalı alanlarından biridir. Zaten, spor yazarlarının, %88,1'i spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlandığını ifade etmişlerdir. Bu sonuca dayanarak, spor medyasında doğruluk

ilkesine uyulmadığı söylenebilir (Tablo 9). Bunun yanında, başkasının haberini kendi haberiymiş gibi kullanma uygulamasının da spor medyasında azımsanmayacak oranda (%42,9) olduğunu araştırma bulguları göstermektedir (Tablo 9.a).

İlhan'ın yapmış olduğu çalışmada spor muhabirlerinin %51,2'sinin meslektaşlarının şartlar ne olursa olsun gerçekleri yazdıklarına inanmadıkları, %46,2'si ise kısmen cevabı vererek zaman zaman bu tür haberlerin yapıldığını destekler görüş bildirdikleri ortaya konulmuştu.⁶⁶ Her iki çalışmada da spor medyası'nda gerçekleri yazma konusunda sıkıntı olduğu görülmektedir.

Bu durum, medya takipçilerinin belki de duymak istedikleri şeylerin kendilerine ulaştırılmasının arkasında doğruluğunu pek sorgulama gereği hissetmedikleri şeklinde açıklanabilirken, bizzat haberin kaynağı olan muhabirlerin yazılanların veya söylenenlerin doğruluğuna oldukça düşük bir oranda katılmaları spor medyasının güvenilirliğinin sorgulanmasını gerektirecek kadar manidardır.²⁶

Spor yazarları, kulüp veya organizasyonlara üye olmanın, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmanın, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmanın, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırdığı yönünde görüş bildirmişlerdir (%92,9). Bu sonuç İlhan'ın⁶⁶ spor muhabirleri üzerinde yaptığı araştırmada elde edilen yazarların kulüp yazarı olmasını mesleki etik açıdan uygun bulmadığı (%87,4) yönündeki sonuç ve Cerrahoğlu'nun²⁴ araştırmasındaki spor gazetecilerinin haberlerinde objektif davranmadıklarına (%85,8) ilişkin sonuçlarla paralellik göstermektedir. Bu sonuçlar, spor medyasının haber ve yorumlarında objektif davranmadığı yönündeki genel kanıyı tüm açıklığı ile ortaya koymaktadır.

Araştırma sonuçları spor yazarlarının %90,5'inin, spor medyası'nda asparagas haberlerin verildiği yönünde görüş bildirdiklerini göstermektedir. Bulgular sonucu, Türk Spor Medyası'nda asparagas haberlere sıklıkla rastlandığını söylemek mümkündür(Tablo 11).

Medya çalışanları üzerindeki her gün belli bir zaman kesiti içinde mutlaka haber üretme yönündeki baskı, onların bazen asparagasa yönelmesine, bazen de hilelere başvurmasına neden olmaktadır. Gazetelerin haberi daha etkili kılmak için kullandıkları fotoğraflar, asparagas haberlerin bir kanıtı gibi sunulabilmektedir.¹⁴¹ Bunun bir örneği Uzun tarafından aşağıdaki örnekle açıklanmaktadır:

“İlhan: Forvette yanıma Nihat'ı isterim”. Ve İlhan'la Nihat'ın yan yana fotoğrafı. Kamp boyunca milliler sadece bir gün medyaya özel poz verdi. Ve o gün için de İlhan ile Nihat yan yana hiç gelmedi. Fakat İlhan, Yıldırım ile beraber bir fotoğraf çektirmişti. Gazeteye dikkatli bakınca Yıldırım'ın bedenine Nihat'ın kafasının montajlandığını gördük”.

Bu örnek İlhan'ın spor muhabirleri üzerinde yaptığı araştırmada, spor muhabirlerinin % 89,6'sının ve eldeki araştırmada spor yazarlarının %90,5'inin, spor medyası'nda asparagas haberlerin verildiği yönünde görüşü ile benzerlik göstermektedir.⁶⁶ Bu bulgular, Türk spor medyasında asparagas haberlerle ilgili etik değerin sıklıkla ihlal edildiğini göstermektedir.

Spor yazarlarının mülakatlara verdikleri cevaplar incelendiğinde, %52,4'ünün kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığı, %38,1'inin ise yansımadığı yönünde görüş bildirdikleri

görülmektedir. Bu bulgu sonucu, kuruluşun yayın politikaları ve üst düzey yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara diğer maddelerdeki kadar yüksek oranda olmasa da yansıdığından söz edilebilir(Tablo 12).

Spor muhabirlerinin mesleki sorunları üzerine daha önce yapılan bir araştırmada da spor muhabirlerinin 53,1'inin, görev yaptıkları yayın organının politikaları doğrultusunda haber yapıldığına inandıkları tespit edilmişti. Her iki çalışmanın sonuçlarının paralellik göstermesi, spor medyasında bu konuda bir sıkıntının yaşandığını göstermektedir.⁶⁶ Aynı araştırmada Ülkemizde spor muhabirlerinin dışarıdan veya bağlı bulunduğu kurumun üst yöneticileri tarafından müdahaleyle karşı karşıya kaldığı yönünde % 88,2 gibi yüksek bir oranda görüş bildirdikleri görülmüştür. İki araştırma arasında %35 puanlık fark görülmektedir. Bu farkın nedeni olarak, mesleğinin zirvesinde olan spor yazarlarının köşelerinde görüşlerini daha özgürce ifade edebilmelerine rağmen, spor muhabirlerinin, özgürlük alanlarının daha kısıtlı olması gösterilebilir.

Araştırma bulguları spor yazarlarının %81'inin de belirttikleri gibi yalnızca futbol, özellikle de İstanbul takımları ile belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılmasının etik değerlere olumsuz yansıdığını göstermektedir(Tablo 13). Tablo 13.a incelendiğinde, spor yazarlarının neredeyse tamamının (% 90,5) tiraj ve reyting kaygısının haberlerde ve yorumlarda belirleyici olduğu konusunda görüş birliğinde oldukları görülmektedir. Spor yazarları, ekonomik nedenlerle futbol ve İstanbul takımlarının ağırlıklı olarak haber yapılmasının doğal olduğunu ve piyasa koşullarının bu durumu oluşturduğunu ifade etmektedirler(Tablo 13.a).

Araştırma sonuçlarına göre, Türk spor medyasında sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlanması uygulamasının %40'ın altında görüldüğü söylenebilir. Spor yazarlarının çoğunluğu ek fayda sağlanması durumunun spor medyasında sorun yaratacak boyutta olmadığını vurgulamaktadırlar(Tablo14).

Uzun'un, spor basını üzerine yaptığı çalışmasında, “*spor gazeteciliğinin bazı çevrelerde çıkar sağlama aracı olarak görülebildiği, kulüp yazarlığı eğilimindeki artış yanında, maaşa bağlanan yazarlar, değerleri milyarları bulan hediyelerin zaman zaman gündeme geldiği, spor basınının da tecimsel kaygılarla etik değerlerin gözardı edilmesinin basında yarattığı genel yozlaşmanın dışında kalamadığı*” ifade edilmektedir.¹⁴⁰ Uzun'un araştırmadaki tespitleri, %40'lık değeri destekler niteliktedir.

Araştırma bulguları, Ülkemiz spor medyasında çalışanlarının %47,6'sının sorun yaratacak boyutlarda olmasa da bazı ek işler (moonlighting) yaparak ek fayda sağladıklarını göstermektedir. Spor yazarları, özellikle spor muhabirlerinin ekonomik nedenlerle ek iş yapmak zorunda kaldıklarını da ifade etmektedirler. İlhan'ın daha önce spor muhabirleri üzerinde yaptığı çalışmada, spor muhabirlerinin % 96,5'i ücretlerin yetersiz olduğunu belirtmişlerdi.⁶⁶ Bu veri de, spor yazarlarının, bazıları ekonomik sıkıntılar nedeniyle ek iş yapmak zorunda kalıyorlar görüşünü desteklemektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, Türk Spor Medyasında etik ilkeler doğrultusunda haber ve yorum üretilmemesinin sebeplerini de; spor sayfalarının çok fazla olması ve her gün bu sayfaların doldurulma gerekliliği, reyting ve tiraj kaygısının medyayı popüler olana yöneltmesi, fanatizm ve şiddetin ilgi çekmek ve satışı artırmak için kullanılması, çalışanların işini kaybetme korkusu ve örgütsüzlüğü (sendika), bu işin eğitimini almış, gazeteciliği bilen kişilerin yerine alana sonradan girenlerin ön planda olması, ücretlerin düşüklüğü, medya ile ilgili özdenetim kurumlarının yeterince etkin olmaması (Basın Konseyi, Gazeteciler Cemiyeti, Türkiye Spor Yazarları Derneği gibi), etik dışı davrananlara karşı yeterince yaptırım uygulanmaması, şeklinde ifade edebiliriz.(Tablo16).

Spor yazarları ile yapılan mülakatlar ve mevcut durum göz önünde bulundurularak, aşağıdaki çözüm önerilerini ortaya koymak mümkündür.

Spor Medyası'nda etik ilkelere uymayan spor yazar ve muhabirlerinin uyarılması ve yaptırım görmesi önerilmektedir. Spor Medyası'nın kendi içindeki sorunlu yazarları temizleyebilmesi mesleğin geleceği açısından önemli görülmektedir.

Spor Medyası'nda çalışanların, bu işin eğitimini almış, etik değerlerden haberdar ve bu değerleri benimseyerek sektöre girmeleri önerilmektedir. Spor Medyası'nın her önüne gelenin rahatça çalışabileceği, herhangi bir belge ve liyakatin aranmadığı bir alan olmaktan kurtarılması gerektiği söylenebilir. Lisan bilen, kendini yetiştirmiş, yaptığı iş ile kendini ifade edebilen, bağımlılığı olmayan, kaliteli gazetecilerin çalışması, ilkeli gazetecilik için önemli görülmektedir.

Gerek yerel gerekse de ulusal düzeyde, etik sorunların çözümünde yol göstermek açısından daha ayrıntılı ve yoruma yer bırakmayacak ilkeler geliştirmek gerekmektedir. Etik ilkeler, bilindiği ve benimsendiği ölçüde gazetecilerin toplumsal sorumluluk duygusu içinde hareket etmelerini güvence altına alırlar. Bu ilkelerin varlıkları bile ahlaki bir baskı yaratır. Etik ilkeler basit ve somut hükümlerden oluşmalıdırlar.

Medya sektöründeki yöneticilerin yalnızca bu alanda faaliyet göstermeleri ve gazetecilikten gelmiş, medyayı iyi bilen kişilerden seçilmeleri. Medya patronlarının, bu alanı ürünlerinin reklamını yaptıkları yan bir faaliyet alanı olarak görmelerinin önüne geçmek için düzenlemeler yapılması, etik değerlerin uygulanabilmesi için önemli görülmektedir.

Medya'da çok sesliğin en büyük engeli olan tekelleşmenin ve kötü etkilerinin önüne geçilmesi için siyasi otorite tarafından önlemler alınması

önerilmektedir. Haberlerin birçok kaynaktan verildiği, patronun çıkarları doğrultusunda olmayan bir yayıncılığın oluşturulması ve güvence altına alınması, etik ilkelerin uygulanmasını kolaylaştırabilir.

Medya patronlarının klasik ucuz iş gücü politikasından kaynaklanan, mesleki eğitimini tamamlamamış kişileri çalıştırmalarının önüne geçilmesi önemli görülmektedir

Spor Medyası'nda yazarlık ile yorumculuk farkının ortaya konulması, yorumcuların da görüşlerini aktarırken daha sorumlu davranmaları önerilmektedir.

Spor Medyası'nın, üç büyük spor kulübü ve futbolun kısılcısından kurtulabilmesi, tüm branşlara yer verebilmesi önemli görülmektedir. Spor endüstrisi ve futbol dışındaki diğer branşlar ne kadar gelişirse, spor medyası da, konu bulmakta sıkıntı çekmeyecek ve rahatlayacak gibi görülmektedir.

Spor Medyası'nda yalnızca ünlü olduğu için, spor bilgisi olmayan kişilere köşe verilmesi uygulamasından vazgeçilmesi, bu işe yıllarını vermiş ilkeli gazetecilerin geri planda kalmalarına neden olabilmektedir. Spor Medyası'nın her kesiminde, profesyonellerin görev alması önemli bir adım olabilir.

Spor yazarlarının ve spor muhabirlerinin, kulüplere belli mesafede durması, aradaki sınırı koruması, gazetelerin yayın politikalarını bu yönde geliştirmeleri önemli bir gelişme olabilir. Spor kulüpleri ve yöneticilerinin de, basın mensuplarına karşı eşit mesafede olması, bilgilendirme toplantılarını herkese açık yapması, bilgi akışını kesmemesi önemli görülmektedir.

Spor Medyası'nda kişisel çıkar ya da kin ve nefret duygularını sütunlara taşınmaması için kurum içinde oto-kontrol sisteminin işletilmesi önemli görülmektedir.

Spor Medyası'nda, gazetecilerin bağlı bulunduğu meslek kuruluşlarının, mesleki eğitim çalışmalarına ağırlık vermesi teşvik edilmelidir.

Spor Medyası'nın futbol medyası olmaktan kurtulması ve diğer branşlara yönelik uzmanlık alanlarının geliştirilmesi teşvik edilmelidir.

Spor medyası çalışanlarının dünya spor basınıni sürekli takip etmesi, yeniliklere açık olması, sürekli kendini yenilemesi, etik ilkelerin yerleşmesi için önemli görülmektedir.

Türkiye Spor Yazarları Derneği, Basın Konseyi, Gazeteciler Cemiyeti ve Etik Kurul'un, Avrupa'daki örnekleri gibi etkin çalıştırılması ve yaptırım uygulayabilir duruma getirilmesi, basının kendi kendini denetlemesinin yolunu açabilir.

Spor medyası çalışanlarının kadrolu ve sendikaya (örgütlü) bağlı olarak çalışmaları, kurum içinden ve dışından gelecek baskılara daha rahat göğüs germeleri ve etik ilkeleri uygulayabilmeleri açısından son derece önemli görülmektedir.

Spor Medyası çalışanlarının kulüp veya organizasyonlara üye olması, kulüplerle gazeteci-haber kaynağı ilişkisinin de ötesinde bir yakınlık kurmasının önüne, yayın kuruluşu tarafından geçilmesi önemli görülmektedir.

Spor Medyası çalışanlarının objektiflik ilkesine bağlı kalarak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtılmamaları, spor servisi yöneticilerinin de bunları sıkı bir şekilde denetlemesi önerilmektedir.

Spor Medyasının, futbol dışındaki branşların varlığından haberdar olması, haberlerde taraflara adaletli davranması yönünde üst yönetimce teşvik edilmesi ilkeli yayıncılığın yerleşmesini sağlayabilir.

Spor Medyası çalışanlarının ücretlerinin daha iyi duruma getirilmesi, sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek fayda beklentisi içinde olmalarını ve ek iş yapmalarını önleyebilir.

Spor Medyası'nda RTÜK uygulamasında olduğu gibi, basın ahlak ilkelerine aykırı yayın yaptığı tespit edilen muhabir ve köşe yazarına ve hatta gazeteye süreli yayın yasağı verilebilir. Kulüp yöneticileri ve teknik direktörler de ilkeli davranmadıkları zaman medyada belli bir süre yer almazlarsa, onlar da kendilerini düzeltmek durumunda olabilirler.

Spor Medyası'nda uzmanlaşma önemli olmalı ve bulunduğu kurumda yükselmenin kriterleri olmalı. Bunun yanı sıra işten çıkartılmanın da belli şartları olmalı.

Spor Medyası'nın zaman zaman kamuoyu yoklamaları ile kendisine bir göz atması, eleştirmesi, yanlış ve doğrularını ortaya koyması önerilebilir.

6.ÖZET

Bu çalışmanın amacı, daha fazla izlenme, daha çok okunma kaygısıyla Türk Spor Medyası'nda, kişilik haklarına saldıran, fanatizmi ve şiddeti körükleyen, hakarete varan, araştırmaya dayanmayan, özel hayatı ve haber kaynaklarını deşifre eden, asparagas öğeler içeren, taraftar ağzıyla yazılan, etik değerlerin dışına taşan haber ve yorumların nasıl algılandığını ve spor kamuoyu üzerindeki önemli etkileri olan spor yazarlarının görüşlerinden yola çıkarak, Türk Spor Medyası'nın hangi etik değerlere dikkat ederek daha güvenilir ve saygın bir yapıya kavuşabileceği konusunda önerilerde bulunmaktır

Türk Spor Medyası'nda Etik Değerler; Spor Yazarlarının Görüşleri adlı çalışma, belli bir dönemi ya da gazeteleri inceleme, literatür tarama ve anket çalışmalarından farklı olarak, spor yazarlarıyla birebir görüşmenin yapıldığı, konunun derinlemesine ve ilk ağızdan irdelendiği görüşme yönteminin kullanıldığı nitel bir araştırma özelliği taşımaktadır.

Bu çalışmada, Ankara, İstanbul ve İzmir'de görev yapan, kamuoyunda bilinirlikleri yüksek olanlar başta olmak üzere, ulusal bir gazetede köşesi bulunan ve periyodik olarak makale yazan (haftada en az bir kez) spor yazarları örnekleme dahil edilmiş ve Türk Spor Medyası'nın etik değerleri uygulama noktasındaki mevcut durumu ve çözüme yönelik öneriler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

7. SUMMARY

The purpose of this study is to make suggestions about how the sports writers perceive the news and interpretations in the Turkish Sports Media recently, assaulting personal rights, provoking fanaticism and violence, insulting, not based on research, disclosing private life and news sources, containing false items, written in views of supporters, out of ethical values, in a wish of being watched more and being read more and based on the views of the sports writers who have significant effects on the sports public opinion, how the Turkish Sports Media could have a more reliable and respectful structure by considering such ethical values.

The study entitled “Ethical Values in the Turkish Sports Media; Views of the Sports Writers”, is different from the studies of analyzing a specific period or a newspaper, resource scanning and survey studies, and it carries the characteristics of a qualitative research where an interview is made directly with sports writers, where the subject is examined deeply and thoroughly by the use of the first person interview method.

In this study, sports writers who work in Ankara, Istanbul and Izmir who are especially highly known in public, who own a column in a national newspaper and who write an article periodically (at least once a week) are included in the sampling and the current condition of the Turkish Sports Media in applying the ethical values and solution-intended suggestions have been tried to put forward.

8.KAYNAKLAR

- 1.AĞRALI, S., **Babıali'nin Hatıra Defteri**, 3. Bölüm, s.15.
- 2.AKARSU, B., **“Töre, Ahlak, Etik”**, Cumhuriyet. 26/07/1997.
- 3.ALEMDAR, K., **Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar**, İstanbul,1999, s. 253.
- 4.ALEMDAR, Z., **Oyunun Kuralı, Basında Özdenetim**, Ankara Bilgi Yayınevi,1990, s. 25, 28,29.
- 5.ALTUN, A., **Ekonomik Ve Siyasi Boyutlarıyla Medya Sektörü**, 14.Yerel Medya Eğitim Semineri, Karabük/Safranbolu, 27- 28 Haziran 2007 s. 58-63.
- 6.ARSLAN, M., **İş ve Meslek Ahlakı**, Nobel Yayınları, Ankara, 2001 s.1.
- 7.ATABEK N., **Gazete Haberlerinde Etik Standartların Yükseltilmesinde Okur Temsilcisinin Rolü**, Küresel İletişim Dergisi, Sayı 2, Güz 2006.
8. ATABEK, G., Ş., **Türk Romanında Gazetecilerin Etik Anlayışı**, Küresel İletişim Dergisi Sayı 2, Güz 2006.
- 9.ATABEK, Ü., **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İSTANBUL, 2003, s.61
- 10.ATABEK, Ü., **İletişim ve Teknoloji**, Ankara 2001, s.31.
- 11.ATABEYOĞLU, C., **Türkiye'de Spor Yazarlığının 100. Yılı (1891-1991)**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, 1991, s.6, 8, 9,15,16,39,52,57.

- 12.AZİZ, A., **“Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu Semineri”**, Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyunu Etkileme Gücü, İstanbul, 1994, s.25-33.
- 13.AZİZ, A., **Radyo’da Program Yapımı**, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları, 6, Ankara 1985, s.1.
- 14.AZİZ, A., **Radyo ve Televizyona Giriş**, Ankara Üniversitesi SBF Yayınları No; 460, Ankara 1981, s.28,29.
- 15.BAYATLI, T., **Dış Ülkelerde Spor Basını**, Genç Gazeteciler Eğitim Semineri, İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Yayını, İstanbul, 1986, s.153,154.
- 16.BIÇAKÇI, İ., **İletişim ve Halkla İlişkiler**, MediaCat Yayınları, Ankara, 1998, s.20, 46.
- 17.BODUR, F., **Haber Yazısı ve Haber Fotoğrafı Örnekleriyle “Yazılı Basında Etik” Sorgulaması**, Küresel İletişim Dergisi Sayı 2, Güz 2006.
- 18.BOHOORE, G., **Gazetecilik Mesleği**”, Çev. SÜRAL Nurhan, ILO Yayınları, Ankara, 1986, s.8.
- 19.BÜLBÜL, R., **Genel Gazetecilik Bilgileri**, Nobel Yayın, Ankara 2000, s.2.
- 20.BÜLBÜL, R., **İletişim ve Etik**, İletişim Kitapları, Konya, 2000, s.2.
- 21.CAMPELL, J., **İletişimin Elektronik Mecralara Taşınması** İmge Kitaevi Yayınları, 2004 s.42.
- 22.ÇAKIR, H., **Gazeteciliğe Giriş**, Tablet Yayınları, Konya, 2007, s. 25,26,189.

- 23.ÇAPLI, B., **Medya ve Etik**, İmge. Ankara, 2002, s. 82,83.
- 24.CERRAHOĞLU, N., “**Türkiye’de Spor Gazeteciliği İmajı**”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Bahar-Kış 2004/19, s.21-42.
- 25.ÇELENK, S., **Medyada Kaynak Bölüşümü ve Rating Savaşları**
www.ilef.ankara.edu.tr/id/
- 26.ÇİMEN, Z., İLHAN, E., **Spor Muhabirlerinin Türk Spor Medyasında Bazı Etik Değerler Konusundaki Görüşleri**, Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, Cilt 9, Sayı 2, s. 1-10, 2007.
- 27.ÇOL, Z., **Cumhuriyet’in 75. Yılında Spor Medyası Semineri**, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları , Belek-Antalya, 1998, s.54-56.
- 28.CUMHURİYET GAZETESİ, **Olayların Ardındaki Gerçek**, 7 Mart 1991.
- 29.DEMİR, V., **Basın Tarihimizde Kanunla Kurulan Bir Mecburi Meslek Kuruluşu: Türk Basın Birliği**, Marmara İletişim, Ekim 1994, s.231,247.
- 30.DEMİR, V., **Türkiye’de Medya ve Özdenetimi**, İletişim Yayınları, İstanbul 1998, s. 28,29,30,31.
- 31.DEMİR, V., **Medyada Otokontrol**, X. Yerel Medya Eğitim Semineri, Kayseri, 20-21 Şubat 2004, s. 124-162.
- 32.DEMİR, V., **Medya Ahlâkı/Etiği**, XI. Yerel Medya Eğitim Semineri, Adıyaman, 26 - 27 Mayıs 2005, s.77-86.
- 33.DEMİRKENT, N., **Gazeteci Kimdir**, Salı Yazıları, Dünya Gazetesi, 13.10.92.

- 34.DEMİRKENT, N., **Basın Özgürlüğü ve Basının Sorumluluğu**, TGS Basın Paneli, İstanbul, 1983, s.10.
- 35.DESMOND, R. W., **The Information Process**, University of Iowa Press, 1978.
- 36.DOĞAN, M., **İletişim veya Dehşet Çağı**, Timaş Yay., İstanbul 1993, s. 56.
- 37.Doğu Batı Düşünce Dergisi, **Halsiz Kalmış Bir Ahlakın Cehenneminde...** Yıl 1, Sayı: 4. 1998, s. 65
- 38.DURKHEİM, E., **Meslek Ahlakı**, Çev. Mehmet Karasan, MEB Basımevi, İstanbul, 1986, s. 22.
- 39.EBUZZİYA, Z. **"Ceride-i Havadis"**, Türkiye Diyanet Vakfı **İslam Ansiklopedisi**, C:VII, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul 1993, s. 406,407.
- 40.ECO, Umberto **"Kitle İletişim Araçlarının Art(ırıl)ması" Enformasyon Devrimi Efsanesi**, Çev: Yusuf Kaplan, Rey Yayınları, 1991, s.108.
- 41.ERCİYES, C., **Medya Etiği ve Klasik Etik Kodları**, Türkiye ve Siyaset Dergisi, Mayıs-Haziran, 2001.
- 42.ERDEMLİ, A., **İnsan, Spor ve Olimpizm-Spor Felsefesi Yazıları**, Türkiye Spor Yazarları Derneği, İstanbul, 1996, s.31.
- 43.ERDEMLİ A., **Günümüzde Spor Gazeteciliğinin Kimliği**, Futbol, Medya ve Olimpizm Semineri, Göynük-Antalya, 23-24 Aralık 1997, s.39-40.
- 44.ERDOĞAN, İ., **İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş**, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 1997, s.242-243-255.

- 45.ERİNÇ O., “**Medya Etiği, Türkiye Ve Dünyadan Örnekler**” 14.Yerel Medya Eğitim Semineri Karabük/Safranbolu 27- 28 Haziran 2007 s.113-116.
- 46.ERKAL, M.,GÜVEN, Ö., AYAN, D., **Sosyolojik Açıdan Spor**, Der Yayınları, İstanbul, 1998, s.140.
- 47.ERKAL, M., **Sosyolojik Açıdan Spor**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1982, s.73,74.
- 48.ERYILMAZ, B., **Bürokrasi ve Siyaset**, Alfa Yayıncılık, İstanbul, 2002, s. 198.
- 49.FAKİOĞLU, B., **Medya ve Etik**, 13.Yerel Medya Semineri 30 Kasım-1 Aralık Konya s.119.
- 50.FİŞEK, K., **Spor Basını ve Basında Spor**, Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, No:7, İstanbul, 1985, s.113.
- 51.GAİLLARD, P., **Gazetecilik**, Çev. ŞAKİROĞLU M., S., İletişim Yayınları, s.20.
- 52.GALEANO, E., **Gölgede ve Güneşte Futbol**, Can Yayınları, İstanbul, 1997, s.234.
- 53.GENÇ, A., **Türk Televizyon Haberciliğinde Etik Sorunlar**, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 7 , 1998, s. 359.
- 54.GEZGİN, S., **İnternet Çağında Gazetecilik**, Metis Yayınları 2002, S.29, 30.
- 55.GİRGİN, A., **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik’i**, İstanbul, İnkılap, 2000, s.144.
- 56.GÖKÇEN, G., **Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği**, Der Yayınları, İstanbul, 1997.s.43.

- 57.GÜNAY G., **14. Yerel Medya Eğitim Semineri**, Karabük/Safranbolu, 27- 28 Haziran 2007, s.117.
- 58.GÜRCAN, H., İ., **Sanal Gazetecilik**, Anadolu Üniversitesi Basımevi, 1999, s.18,32,45,48,145.
- 59.GÜRELİ, N., **IX. Yerel Medya Eğitim Semineri**, Tunceli, 9-10 Mayıs 2002, s.19-24.
- 60.GÜZ, N., **Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları**, Nobel Yayın Dağıtım, 2005, s.15.
- 61.HERRSCHER, R., (2002); **A Universal Code of Journalism Ethics: Problems, Limitations, and Proposals**, *Journal of Mass Media Ethics*, 17(4), 277–289.
- 62.HİÇYILMAZ, E.,**Türkiye’de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğinin Tarihi**, Spor Basını ve Basında Spor, Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları, No:7, Seminer Tutanakları 1985, s.14.
- 63.HOFFNER, S., **Spor Medya ve Toplum**, Çev: Günay Develi, Spor Ahlakı ve Spor Felsefesine Yeni Yaklaşımlar Sempozyumu, İstanbul, 1991. s.184-185.
- 64.IŞIK, M., **Kitle İletişim Teorilerine Giriş**, Konya: Eğitim Kitabevi, Mart, 2005, s.17.
- 65.İLAL, E., **İletişim, Yıgınsal İletişim Araçları ve Toplum**, Der Yayınları, İstanbul, 1997, s.9-24.
- 66.İLHAN, A., **"Black Stocking"**, Cumhuriyet, 22 Ocak 1999.
- 67.İLHAN, E., **“Türkiye’deki Spor Muhabirlerinin Mesleki Sorunları”** Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2004, s. 69,70,72.

- 68.İLKİZ, F., GÜNAYDIN B., **Kişilik Hakları-Medya’da Etik ve Yargı Kararları**, Küresel İletişim Dergisi Sayı 2, Güz 2006.
- 69.İNÜĞÜR, N., **Basın Yayın Tarihi**, İstanbul, 1993, s.19, 114,134.
- 70.İNÜĞÜR, N., **Türk Basın Tarihi**, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, Yayın No:37, İstanbul, 1992, s.155-157.
- 71.İRVAN, S.(Der) **Medya- Kültür- Siyaset**, Alp Yayınevi, Ankara, 2002 s. 421, 430, 431.
- 72.İRVAN, S., **Medya, Etik ve Hukuk**, “Medya ve Etik,” Der., Sevda Alankuş, İstanbul: 2003, s. 51,52,53.
- 73.İRVAN, S., **Çocukları Konu Alan Haberlerde Etik Sorunlar**, 1999, s. 125.
- 74.JEFFERSON, THOMAS, **The Papers of Thomas Jefferson**, Vol 31:1 February 1799 to 31 May 1800 – Barbara B. Oberg, editör- Princeton, N.J.; Woodstock; Princeton University Pres 2004, s.7-9.
- 75.KABACALI, A., **Başlangıçtan Günümüze Türkiye’de Basın Sansürü**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No: 29, İstanbul 1990, s. 13.
- 76.KARADUMAN, M., **Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya**, 2005, s.145.
- 77.KARAKÜÇÜK, S., YENEL F., **Türk Sporunun Gelişmesi ve Topluma Yaygınlaştırılması Bakımından Basının Etkinliği**, Gazi Ün. BESBD Dergisi, Cilt-2, Sayı-2, Ankara Nisan, 1997, s.57.

78.KARAKÜÇÜK, S., YENEL, F., YAMAN, M., **Sporun Topluma Yaygınlaştırılması Bakımından Televizyon Spor Programlarının Etkinliği**, Gazi Üniv. BESBD Dergisi, Cilt I, Sayı 3, Ankara, Temmuz 1996, s.51.

79.KARAKÜÇÜK, S., YENEL, F., **Spor Köşe Yazarlarının Okuyucuya Yansıttığı Görüşlerin Bir Analizi**, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, S. 1, C. 4, Ankara, Temmuz-1999, s.55-62.

80.KARASÜLEYMANOĞLU, A.; **Yeni Boyutlarıyla Spor**, Temmuz 1995, s.90.

81.KARASÜLEYMANOĞLU, A., **Basın Açısından Spor, Yeni Boyutlarıyla Spor**, Engin Yayınları, Ankara, 1986. s. 75,193.

82.KAYA, A.Y., **Spor Basınının Kamusal Boyut ve İşlevleri**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2000, s.231,233, 247,249.

83.KAYAALP, İ., **İletişim ve Dil**, Türkiye Diyanet Vakfı Yayın ve Matbaacılık ve Ticaret İşletmesi, Yayın no: 270, İlmi eserler serisi; 54, Ankara 1998, s. 124.

84.KIVANÇ, H., **Kupaların Kupası Dünya Kupası**, 1930'dan 2002'ye, İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2002, s.78.

85.KOCABAŞOĞLU, U., **1919-38 Dönemi Basınına Toplu Bir Bakış**, SBF İletişim Fakültesi Yıllığı VI, 1981, s.99.

86.KOLOĞLU, O., **İlk Gazete İlk Polemik Vekayi-i Mısriye'nin Öyküsü ve Takvim-i Vekayi İle Tartışması**, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları No: 5, Ankara 1989, s. 63.

87.KOLOĞLU, O., **Osmanlı Basını: İçeriği ve Rejimi**, Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi, I, İletişim Yayınları, İstanbul, s.71.

88.KUÇURADI, IOANNA, **Etik**, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara, 1996, s. 12,172.

89.KUÇURADI, IOANNA, **Miscelanea on “Ethics an Contemporary Journalism”** Evrenselliğe Yolculuk, Hacettepe Üniversitesinin Emel Doğramacıya Armağanı, Ankara,1998 s.13.

90.KUMYAKAN, S., **Basın Özgürlüğü ve Yol Açtığı Etik Sorunlar**, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1998, s.1,2.

91.LAİTİLA, J. C., **Journalistic Codes of Ethics, Controversies in Media Ethics**, Der., A. David Gordon ve John Michael Kittross. New York: Logman. 1995, s. 531.

92.LAMBETHİ EDMUND B., CHRISTIANS, CUFFORD C., FLEMING, KENNETH, AND LEE, SEOW TING (2004); **Media Ethics Teaching in Century 21: Progress, Problems, and Challenges**, *Journalism & Mass Communication Educator*, Autumn, pp.239-258.

93.LO, V., CHAN, J. M. & PAN, Z. (2005); **Ethical Attitudes and Perceived Practice: A Comparative Study of Journalists in China, Hong Kong and Taiwan**, *Asian Journal of Communication*, Vol. 15, No. 2, July pp. 154-172.

94.LUNNDBY, K. ve RONNING, H., **Medya, Kültür, İletişim, Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması**, Medya, Kültür, Siyaset., Der. Süleyman İRVAN, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1997, s.13.

95.MACBRİDE, **Bir Çok Ses Tek Dünya. İletişim ve Toplum-Bugün ve Yarın**, Unesco Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi, 1993 s. 18,21,270, 274, 275.

96.MCQUAİL, D., WINDAHL, S., **İletişim Modelleri**, (Çev. Mehmet Küçük Kurt), İmaj Yayınları 1993, s.115.

- 97.MCQUAİL, D., WINDAHL, S., **Kitle İletişim Modelleri**, İmge Kitabevi İstanbul,1997, s.70.
- 98.MCLUHAN, M., **The Global Village**, New York: Oxford University, 1989.
- 99.MELVİN, L.De Fleur, EVERETTE E. Dennis, **Understanding Mass Communication**, 2nd Ed. Houghton Mifflin Corp. Boston 1985, s.66-67.
- 100.MİLLİYET GAZETESİ, 16 Mayıs-19 Mayıs 2000.
- 101.MUTLU, E., **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınevi, Ankara 1995, s. 133.
- 102.NİCHOLS, W., MOYNAHAN, P., HALL, A., TAYLOR, J. (2002); **Media Relations in Sport, Fitness Information Technology**, Inc., Mass Communication.p.238.
- 103.NİGEL G.E. HARRİS, **Gazeteciler için Davranış Kodları**, Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar içinde, Belsey ve Chadwick (der), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998, s.91.
- 104.NUTTALL, J., **Ahlak Üzerine Tartışmalar**, Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul: 1997, s.23.
- 105.ÖNGÖREN, G., **Uluslararası İletişim**, Der Yay., İstanbul, 1995, s. 251-252.
- 106.ÖKSÜZ, S., **Küreselleşmede Nasıl Bir Medya Düzeni**, Star Ajans Matbaacılık, Ankara 2003, s. 10.
- 107.ÖKTEM, N., **Gazetecinin Gücü ve Sorumluluğu**, İLAD, 1992, s.3.

- 108.ÖZERKAN Ş., KABAŞ B., **Türkiye’de Medyanın Yapısal Sorunları ve Gazeteciliğin Konumu, Medya Eleştirileri**, Nesrin Tan AKBULUT (drl), Beta Basım, İstanbul, 2005, s. 200.
- 109.ÖZGEN, M., **Gazetecinin Etik Kimliği**, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul: 1998, s. 19, 22, 51,66, 202, 203.
- 110.ÖZGEN, M.İ., **İnsanlık ve Sosyolojik Boyutlarıyla Basın Meslek Ahlakı ve Yasalar**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1994, s. 81.
- 111.ÖZÖN, N., **Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü**, TDK Yay. No: 462 Ankara, 1981, s.95
- 112.ÖZSEVER, A., **Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci**, İmge Kitabevi, Ankara 2004, s. 29.
- 113.ÖZSOY, S., **Spor Gazeteciliğin Mesleki Nitelikleri ve Bugünkü Yapısı**, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2003, s.12,13.
- 114.ÖZTÜRK, F., **Toplumsal Boyutlarıyla Spor**, Bağırhan Yayınevi, Ankara,1998, s.100,101,408.
- 115.PİEPER, ANNEMARİE, **Etiğe Giriş**, (Çev., Veysel Atayman-Gönül Sezer) Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999, s.99.
- 116.POSTMAN, N., **Televizyon: Öldüren Eğlence**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1994, s.125.
- 117.RADİKAL GAZETESİ, 1 Aralık 1997, **Futbolun Ciro su 44 Katrilyon.**

118.RAMONET, I., **Medyanın Zorbalığı**. (Çev: Aykut Derman), Om Yayıncılık. İstanbul, 2000, s.153.

119.READER, BILL (2006); **Distinctions That Matter: Ethical Differences At Large and Small Newspaper, Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.83, No.4, pp. 851-864.

120.RİGEL, Nurdoğan, **Elektronik Rönesans**, Der Yayınları, İstanbul, 1991, s.45.

121.SAN, H., **Spor ve Basın, Spor Ahlakı ve Felsefesine Yeni Yaklaşımlar Sempozyumu**, İstanbul, 1991, s.187.

122.SCHLEGELMİCH, B., **Marketing Ethics, UK: International Thomson Business Pres** 1998, s.6.

123.Sporvizyon, **Şiddet ve Ayrımcılığın Gölgesinde Fair-Play!**, Zaman Gazetesi Eki, Yıl: 3 Sayı: 152, SAYFA 3, 27 Eylül (2006)

124.SOYER, Ş., **Regülasyon ve Deregülasyon Politikası** www.alomaliye.com/sule-soyer-regulasyon.htm (Erişim : 16.10.2007)

125.SÖYLEMEZ, A., **Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği**, Haberal Eğitim Vakfı Yayınları, Ankara, 1998, s.55.

126.SÖZEN, E., **Medyatik Hafıza**, Timaş Yayınları, İstanbul, 1997, s.85-96.

127.ŞAHİN, H. **Bize Ders Oldu**, <http://www.radikal.com.tr>. (20. 4. 2004).

128.ŞANIVAR, R., **Spor Medyasındaki Yazar ve Yapımcı Profillinin Gelişimi, Kökenleri ve Formasyon Değişimi**, Uluslararası Spor ve Medya Sempozyumu Bildiri Özetleri, Manisa, 2000, s.31.

- 129.TALAY, A., **Sportif Dallar ve Spor Yazarları**, TRT Yayın No: 169
Ankara, 1986, s.38,39.
- 130.TALU, U., “**Ne Yalan Söyleyeyim ki...**” Cogito, Güz 1998, s.172,178.
- 131.TANER, G., **Spor Gazetecisi Kimdir? Görevi Nedir? Sorumlulukları Nelerdir?** Türkiye Spor Yazarları Derneği Spor Gazeteciliği Enstitüsü 2. Ay Çalışmaları Ders Notları, Ocak, 1996.
- 132.TBMM Türk Sporunda Şiddet, Şike, Rüşvet ve Haksız Rekabet İddialarının Araştırma Komisyonu. 2005; s.55.
- 133.TILIÇ, D., “**Milliyetçilik ve Yeni Sahiplik Yapısı Kıskaçında Türk Medyası: Bazı Ahlaki Sorunlar**”, Birikim, Ocak 1999, s.33-43.
- 134.TOKGÖZ O., **Temel Gazetecilik**, İmge Kitabevi, Ankara, 2000, s. 55, 83, 84, 88, 158, 162.
- 135.TOKER, Y., “**Ben Spor Yazarı İken...**” Toker Yayınları, No:34, 1999, s.42.
- 136.TURAM, E., **Medyanın Siyasi Hayata Etkileri**, İrfan Yayınevi, İstanbul, 1994, s.37, 45, 54, 71, 73.
- 137.**Türkiye’nin 70 Yılı (1923-1993)**, Hürgüç Gazetecilik, İstanbul, 1994, s.23.
- 138.TÜRKOĞLU, N., **Kitle İletişimi ve Kültür**, İstanbul, 2003, s.222.
- 139.ULUÇ, H., **Sarı Kırmızılı Kaşkol**, Bilgi Yayınevi, İstanbul, 1. Basım, 1987, s.11,24.
- 140.USLUATA, A., **İletişim**, Cep Üniversitesi, İletişim Yayınları, s.5,6,9.

141.UZUN, R., **Türkiye'de Spor Basını (1980-2000)**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Tezi, Ankara, 2001, s.1,42,43,221,242.

142.UZUN, R., **Spor Basınının Etik Anlayışı** Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Bahar-Kış 2004/19, s.1-20.

143.ÜNLÜER, A., O., **Medyada Etik Söylem ve Medya Etiğini Biçimleyen Temel Belirleyiciler Üzerine Bir Değerlendirme**, Küresel İletişim Dergisi Sayı 2 Güz 2006.

144.ÜNLÜER, A., O., **Televizyon Yayıncılığının İletişim Ortamı, Düzen ve politikaları ile Türkiye'deki Uygulamanın Gelişim Boyutları**, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir 1995, s.68.

145.VURAL, A., M., **Medya Profesyonellerinin Eyleminin Meşruiyeti ve Ahlakiliği Boyutlarında Değerlendirilmesi**, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası İletişim Sempozyumu,11-13 Nisan, Eskişehir, 2001, s.70.

146.W. M. Leonard II, **A Sociological Perspective Of Sport, Third Edition**, Macmillan Publishing Company, New York, 1988, s.414.

147.WARD, STEPHEN J. A. (2005); **Journalism Ethics from the Public's Point of View**, *Journalism Studies*, Volume 6, Number 3, pp. 315-330.

148.WHITEHOUSE, VIRGINIA AND MC PHERSON, JAMES B. (2002); **Media Ethics Textbook Case Studies Need New Actors and New Issues**, *Journal of Mass Media Ethics*, 17(3), 226–234.

149.WILLIAM L.RIVERS, WILBUR SCHRAMM VE CLIFFORD G.CHRISTIANS, **Responsibilities in Mass Communication**, New York: Harper&Row Publishers, 1980, p.18.

150.YERLİKAYA, İ., **XIX. Yüzyıl Osmanlı Siyasi Hayatında Basiret Gazetesi**, YÜ. Yay., Van 1994, s.10.

151.Yeni Türkiye Dergisi, **Avrupa Konseyi Parlamenterler Asamblesi Basın Meslek İlkeleri**, sayı: 11, 1996, s. 315.

152.YILDIZ, Ş., **Dil, Kültür, İletişim ve Medya**, Sinemis, Ankara 2005, s. 106, 108, 110,112,116,130.

153.YOLCU, N., **Almanya'da Basın**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul 1997, sayı:5, s. 95,108.

154.YÜCELMAN, A., Cumhuriyet, 11 Mart 1998.

155.www.atillagirgin.net **Türk Basını'nda Aktöre (Etik), (Ahlak)**, Erişim 17.3. 2008.

156.www.atillagirgin.net- **Spor Medyası ve Basın Ahlak Kuralları** Erişim 17.3. 2008.

157.www.byegm.gov.tr/YAYINLARIMIZ/kitaplar/medyaetigi Prof.Claude - Jean Bertrand) Erişim 17.05. 2007.

158.www.bianet.org /Medya ve Etik Erişim 17.08. 2006.

159.www.genbilim.com- Erişim 12 Ocak 2009.

160.www.ratem.org/ radyo_tarihce.htm - Erişim 11 Ocak 2009.

161.<http://www.tumgazeteler.com/> **Türk Basını Nereye Koşuyor**, Erişim 14.10 2008.

162.www.tdk.gov.tr Erişim 17.10. 2007.

163.www.ilef.ankara.edu.tr/id/ Bir Kitle İletişimsizlik Aracı Olarak Televizyon
Erişim 27.7.2007.

9. EKLER

EK -1 GÖRÜŞME FORMU

Değerli Spor Yazarı;

Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı olarak “Türk Spor Medyası’nda Etik Değerler; Spor Yazarlarının Görüşleri” konulu bir araştırma yürütmekteyiz. Görüşme yönteminin kullanılacağı ve spor yazarlarının içinde bulunduğu alandaki etik değerlerle ilgili görüşlerinin alınacağı araştırma sonucunda, spor medyasının içinde bulunduğu durum ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Görüşme formu ile tüm spor yazarlarına aynı soruların sorulacağı araştırmaya katkılarınız ve vereceğiniz içten cevaplar, araştırmanın sağlıklı yürütülebilmesi açısından önem taşımaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilecek bilgiler sadece ve sadece bu araştırma için kullanılacaktır.

Değerli katkılarınız ve zaman ayırdığınız için teşekkürü borç biliriz.

Yrd.Doç.Dr.Zafer ÇİMEN

Gazi Üniversitesi Öğretim Üyesi

Uzm. Erol İLHAN (0312 202 26 00)

Araştırmacı (0505 319 77 77)

1. Türk Spor medyası’nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, “bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler” yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siziz?

2. Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir?

3. Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?

4. Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelere biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz?

5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?

6. Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirildiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz?

7. Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?

8. Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?

9. Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

10. Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?

11. Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?

12- Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?

13- Dünya'da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz spor medyasında da görülmekte midir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?

EK -2 GÖRÜŞME YAPILAN SPOR YAZARLARI

<i>Adnan Dinçer,</i>	Cumhuriyet Gazetesi (23 Haziran 2007)
<i>Alaattin Metin,</i>	Akşam Gazetesi (28 Haziran 2007)
<i>Ali Erdoğan,</i>	Sabah Gazetesi (12 Mayıs 2007)
<i>Ali Sami Alkış,</i>	Star Gazetesi (10 Temmuz 2007)
<i>Atilla Türker,</i>	Hürriyet Gazetesi (10 Mayıs 2007)
<i>Atıf Keçeci,</i>	Zaman Gazetesi (10 Ekim 2007)
<i>Bilgin Gökberk,</i>	Milliyet Gazetesi (19 Haziran 2007)
<i>Cem Can,</i>	Fanatik Gazetesi (22 Ekim 2007)
<i>Cemal Ersen,</i>	Milliyet Gazetesi (9 Mayıs 2007)
<i>Cengiz Alpman,</i>	Radikal Gazetesi (06 Ekim 2007)
<i>Devrim Sağıroğlu,</i>	TSYD Eğitimden Sorumlu Asbaşkanı, Hürriyet Gazetesi Eski Spor Yazarı (2 Mayıs 2007)
<i>Doğan Sarıbeyoğlu,</i>	Akşam Gazetesi (27 Haziran 2007)
<i>Ercan Güven,</i>	Milliyet Gazetesi (02 Kasım 2007)
<i>Erhan Köknar,</i>	Yeni Şafak Gazetesi (4 Haziran 2007)
<i>Esat Yılmaer,</i>	Hürriyet Gazetesi (30 Haziran 2007)
<i>Gülengül Altınsay,</i>	Akşam Gazetesi (5 Kasım 2007)
<i>Güray Soysal,</i>	Sabah Gazetesi (9 Mayıs 2007)
<i>Güven Taner,</i>	Star Gazetesi (27 Eylül 2007)
<i>Haldun Domaç,</i>	Yeni Şafak Gazetesi (23 Haziran 2007)
<i>Halil İbrahim Ekiz,</i>	Zaman Gazetesi (19 Ocak 2008)
<i>Hayri Beşer,</i>	Zaman Gazetesi (20 Haziran 2007)
<i>Kahraman Bapçum,</i>	Meslekte 50 yılı geride bırakmış duayen spor yazarı. (7 Kasım 2007)
<i>Kazım Kanat,</i>	Sabah Gazetesi (Vefat Etti) (20 Temmuz 2008)
<i>Kemal Belgin,</i>	Türkiye Gazetesi (18 Haziran 2007)
<i>Lütfi Özel,</i>	Vatan Gazetesi (8 Mayıs 2007)
<i>Mehmet Demirkol,</i>	Milliyet Gazetesi (21 Haziran 2007)
<i>Meriç Enercan,</i>	Hürriyet Gazetesi (10 Mayıs 2007)
<i>Murat Ağca,</i>	Milliyet Gazetesi (15 Aralık 2007)
<i>Murat Demiryas,</i>	Sabah Gazetesi (1 Temmuz 2007)
<i>Nezir Önal,</i>	Akşam Gazetesi (6 Mayıs 2007)

<i>Onur Belge,</i>	Bugün Gazetesi (19 Haziran 2007)
<i>Öcal Uluç,</i>	Türkiye Gazetesi (3 Temmuz 2007)
<i>Ömer Üründül,</i>	Sabah Gazetesi (21 Haziran 2007)
<i>Özgür Korkmaz,</i>	Turkish Daily News (11 Kasım 2008)
<i>Özgür Şahiner,</i>	Hürriyet Gazetesi (15 Mayıs 2008)
<i>Sanlı Sarıalioğlu,</i>	Yeni Şafak Gazetesi (19 Haziran 2007)
<i>Tayfun Bayındır,</i>	Vatan Gazetesi (25 Haziran 2007)
<i>Togay Bayatlı,</i>	Hürriyet Gazetesi (19 Temmuz 2008)
<i>Uğur Meleke,</i>	Milliyet Gazetesi (18 Haziran 2007)
<i>Yusuf Kobal,</i>	Milliyet Gazetesi (20 Ekim 2007)
<i>Yusuf Yalkın,</i>	Yeniçağ Gazetesi (7 Mayıs 2007)
<i>Zeki Çol,</i>	Zaman Gazetesi (30 Kasım 2007)

EK -3 MÜLAKAT ÖRNEKLERİ

Hürriyet Gazetesi Spor Haberleri Müdürü ve TSYD (Türkiye Spor Yazarları Derneği) Başkanı Esat Yılmaer;

1. Türk Spor medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, "bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler" yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siniz?

Tabi ki her şey bir süreç meselesi. Maalesef bizde de zaman zaman spor yazarlarının eleştiri ölçütü boyutu aşıyor, kaçıyor. Bunun ana nedeninin kaynaklandığı nokta maalesef spor gazetecilerinden değil de genelde spor yorumcularının daha çok bu yola sapması. Öncelikle spor gazetecisi ve spor yorumcusu arasındaki farkı belirgin bir şekilde ortaya koymamız lazım. Spor gazetecisi mesleki eğitimini almış meslek içinde yetişmiş ve bu mesleği yapan kişidir. Oysa günümüzde spor yorumcusu olarak ortaya çıkan ve zaman zaman etik tartışmalarına yol açan yorumcuların çoğu bir günde köşe sahibi veya ekranda yer sahibi olmuş kişilerdir. Bunların genelde mesleki eğitimleri, donanımları yoktur. Yani gazetecilik eğitimi almamış, gazetecilikle ilgili herhangi bir şey yapmamışlardır. Ya futbolu bırakır bırakmaz başlamışlardır, ya hakemliği bırakır bırakmaz başlamışlardır ya da idarecilikten gelmişler gazetelerde köşe, televizyonlarda, ekranlarda yer bulmuşlardır. Dolayısıyla etik dışı eleştirilere yani hepimizin tepki gösterdiği kesimde genellikle bunların arasından çıkmaktadır. Ve maalesef bu bir genelleme içine sokulup spor yazarları zaman zaman etik dışı davranışlarda bulunuyorlar. Oysa eğitimini almış, Türkiye Spor Yazarları Derneği üyesi olan hemen hemen hiçbir spor yazarının çok enderdir zaman zaman olabilir ama genel anlamda böyle bir davranış içine girmediği görüyoruz. Bu yüzden biz Türkiye Spor Yazarları Derneği olarak bu tür arkadaşlarımızı ne derneğimize üye alıyoruz ne de onların basın tribünlerinde bizim görev alanlarımızda yer almalarına, girmelerine izin veriyoruz. Ama reyting ve tiraj unsuru çok önemli olduğu için gazeteler bunların isimlerinden yararlanıyorlar. Televizyonlarda reyting yapıyorlar. Zaman zaman çok düzensiz haddini aşan bir takım yazılar da çıkıyor. Bunun içinde biz bir yöntem bulduk Spor Yazarları Derneği olarak. İlk defa Türkiye Spor Yazarları Derneği Etik Kurulu oluşturuldu. Etik Kurulumuz mesleğin çok saygın isimlerinden oluşuyor. Şu anda kimler var onları da sayayım. Kahraman Bapçum, Necmi

Tanyolaç, Togay Bayatlı, Abdülkadir Yücelman, Şansal Büyüka, Ercan Güven gibi duayen isimler. Aşağılandığını, hakarete uğradığını düşünen herhangi bir kişi çok rahatlıkla Türkiye Spor Yazarları Derneği'nin yönetim kuruluna, biz de onu etik kuruluna havale ederek bu arkadaşlara neler yapabileceğimizi tartışıyoruz. Yapabileceğimiz şey uluslararası maçlara, turnuvalara akreditasyon vermemek, dünya kupalarına akreditasyon vermemek gibi bizim elimizde olan bir yaptırım uyguluyoruz. Çünkü çok önemli bir şey. Eleştiri elbette olacak ama eleştiri sınırları içinde olacak. Kimse kimseye hakaret etme aşağılama gibi bir hakkı yok. Ama maalesef forma tutkusu, kulüp amigoluğuna soyunma duygusu, kimi zaman ölçünün kaçmasına yol açıyor. Ama dediğim gibi bunlar yüzde 99,9 çoğunlukla meslek içindeki kişiler değil daha sonradan mesleğe dahil olmuş kişilerdendir.

2. Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir?

Sporun içinde çok önemli bir olgu var. Sporun içinde taraftarlık olgusu var. Dolayısıyla sporun içinde bulunan herkes buna dahil, tarafsızdır diyebileceğim bir şey yok. Çünkü sporun içinde oldukça gönlünüz illaki bir kulübe kayar. Yani sokakta bir mahalle maçı seyrederken üç dakika sonra bakarsınız gönlünüz bir tarafı daha çok tutmaya başlar. Yani maç seyrederken, spor yarışması seyrederken bir tarafa gönlünüz kayar. Bu taraftarlık olgusu var. Dolayısıyla kimi yerlerde doğrular bu taraftarlık nedeniyle herkese göre farklı olur. Dolayısıyla spor gazeteciliği yaparken bütün bu dengelere çok dikkat etmek gerekir. Çünkü herkes kendi tarafının haklı olduğunu düşünür, kendi penceresinden bakar. Ve herkesin de öyle bakmasını arzu eder. Ama gazetecilik için bu genel geçer bir kural değil. Gazetecilik yapıyorsanız, taraftarda olsanız gazeteciliğin birinci koşulu zaten objektif olmak ve taraftar olmamaktır. Ama günümüzde sporun artık anlam değiştirdiğini de görüyoruz. Spor eskisi gibi çok amatör duygularla, takım sevgisiyle yapılan bir şey olmaktan çıktı. Ciddi bir endüstri halinde ve çok ciddi paraların döndüğü bir endüstri haline geldi. Fenerbahçe stadında oynan bir tek maçın örnek olarak Fenerbahçe stadını verdim diğer statlarda aşağı-yukarı aynı. 90 dakikalık süresi içinde dönen para aşağı-yukarı 15-16 milyon dolar civarında. Böyle büyük paranın döndüğü bir yerde tabi ki baskı grupları olacak, tabi ki kendilerine çıkar sağlamak isteyen gruplar olur. Onlarda zaman zaman en etkili şekilde medyayı kullanmak isteyecekler. Medyayı kullanmanın birkaç yolu var. Ya bir takım adamları medyanın içine sokup

onların görüşlerini dile getirecekler ya medyadaki birtakım kişileri kendi yanlarına çekecekler. Burada kulüp taraftarlığı ön plana çıkıyor. Onları kullanmaya çalışacaklar ama burada eğitimi almış, mesleki eğitimi almış gazetecilerin bu tuzaklara düşmediğini görüyoruz. Şimdi bana televizyon ekranlarına çıkmış mesleği gazeteci kökenli olan gazeteci arkadaşımızın başının böyle derde girdiğini söyleyemez. Ama tabi ki sonunda genel geçer kavramlar. Herkes spor yazarı olarak adlandırılıyor. O yüzden biz dernek olarak spor yazarı ve spor yorumcusu farkını vurgulamaya çalışıyoruz ki bu işten sıyrılalım. Bu grupların taraftarlık olgusunu zaman zaman etkilediğini görüyoruz. Buradaki en büyük tuzak da maalesef belli şeylerden manipule edilen belli haberler oluyor. Çok iyi araştırılmadığı, çok iyi süzülmediği vakit zaman zaman aceleden bazı olaylardan çok iyi süzülüyor bir takım yanlış enformasyonlarda ortaya çıkıyor. Onun için şu örneği veriyorum, burada da genellikle işi sulandıranlar ve işi manipule edenler kulüp yöneticileri. Yani bütün bu olayda onlardan kaynaklanıyor. İleride onu da anlatabilirim. Şimdi çok açık bu. Bunun örneklerini de vereyim. Şimdi sporda şiddeti önlemek diye bir yasa var. Bu yasada olay çıkartanların statlara sokulmaması, tutuklanması gibi yaptırımları var. Kolluk güçleri bunları yapıyorlar. Alıyorlar olaylara karışan kişileri karakola götürüyorlar ama kulüp yöneticisi onlarla bir çıkar ilişkisi içinde olduğu için hemen gidiyor kendi nüfusunu, gücünü kullanarak onları karakoldan çıkartıyor. Stada girmesi yasak olan adamların statlar içinde cirit attığını hep beraber görüyoruz. Basın bunları defalarca yazdı ve belgeledi. Sonra bizde bir de alışkanlık var. İşte ortalığı basın gerdi, basın bu olaylara neden oldu. Çanak tuttu gibi şeyler var. Siz demeçleri vermezseniz siz konuşmaları yapmazsanız basın bunları kendi kendine mi uydurup yazıyor. Türk sporunun içine baktığımız vakit futbolcu ciddi anlamda eğitim alıyor. Hem sportif eğitim alıyor hem de nasıl davranacağını eğitimi, antrenörü ve uzmanları tarafından veriliyor. Teknik adamlar aynı eğitimden geçiyorlar. Hakemler aynı eğitimden geçiyorlar. Biz Türkiye Spor Yazarları Derneği olarak zaten işin mesleki eğitim almış kişiler tarafından yapılması gerektiğini duyuruyoruz. Ve onun dışında da her yıl geçen yıldan başlatarak Anadolu seminerleri bu yılda devam ediyoruz. Bir de her yıl iki defa genel seminer yapıyoruz. Ama maalesef bizim meslektaşlarımız buraya geliyorlar ama bu dediğim yorumcular bu eğitimlere katılmıyorlar. Bu grupların hepsi eğitim alırlarken eğitim almayan iki grup var Türkiye’de. Birisi kulüp yöneticileri bir diğeri taraftar dediklerimiz. Ve bütün sorunda buradan kaynaklanıyor.

3. Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?

Yapılmaktadır. Bu sadece Türkiye için değil dünyanın her yerinde de böyledir. Yani halkın ilgisini çeken bir sporcu, bir kulüp yöneticisi kamuya mal olmuş kişilerdir. Dolayısıyla bu tür kişilerin bulundukları konumlar olarak özel yaşamlarında da örnek ve önder olması gereken kişilerdir. Tabi ki bunların özel yaşamları da medya için merak konusudur, kamuoyu için merak konusudur. Dünyanın her yerinde bu kişilerle ilgili özel yaşamlarıyla ilgili haberler yapılabiliyor. Burada dengeleri çok iyi korumak lazım. Yani özel yaşamda bir yanlış varsa belgeliyorsunuz. Bunu tabi ki yayınlarsınız. olmayacak şeyleri yazmak, aileye girmek olmayacak şeylerdir yani. Bunun ölçüsüne çok dikkat etmek gerekir diye düşünüyorum. Magazindeki kadar vıcık vıcık bir şey yok. Zaman zaman sadece o da çok enderdir. Yani bir olay olmuştur bir şey olmuştur sporcunun belirgin bir performans düşüklüğü süre gelmiştir onun peşinde araştırılırsa bir belki çarpık ilişki yakalanmıştır. Bu saydığım olayda on yılda beş taneyi geçmez. Özellikle yöneticilerin özel hayatları hiçbir zaman spor basınında, magazinde olduğu gibi konu edilmemiştir. Spor bu konuda biraz daha fair. Sporun ruhundan geldiği gibi davranmaktadır spor gazetecileri. Zaman zaman da nedenlerden dolayı olur ama bu ölçülü yapıldığı vakit çok doğaldır.

4. Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz ?

Ona uyuluyor genellikle çünkü spor haberciliğinin normal habercilikten biraz daha farkı vardır. Spor haberciği spor gazeteciliği için perde arkasında neyin olup bittiğini araştırma ve bulmaktır özelliği. Çünkü bir spor karşılaşmasını düşününün, stadyumdaki binlerce kişi, televizyonlardaki milyonlarca kişinin önünde oynanmaktadır. İyi bir gazeteci herkesin gördüğünü değil görmediğini yaptığı vakit okurları veya izleyicileri için cazip olur. Bu durumda işin perde arkasında ne olup bittiğini araştırmak için bir araştırma, soruşturma yapılabilir. Bu işi içinde haber kaynakları kullanılır. Bunun içinde futbolcular vardır, menajerler vardır, kulüp yöneticileri vardır. Yani o işle ilgili

malzemecisinden tutun herkesten bilgi alınır. dolayısıyla bazen bu haberlerin kimler tarafından duyurulduğunun ciddi sorunlarda kulüplerin yönetimleri içinde sorunlar çıkardığı için genellikle spor medyasının kaynağın gizliliği ilkesine çok iyi uyduğunu görürüz. Çoğu kez de haber kaynakları açıklanmaz. Ben aynı zamanda Dünya Spor Yazarları Genel Sekreteri de olduğum için diyebiliyorum. Türk spor medyasının yurtdışındaki sporda çok ileri gitmiş ülkedeki arkadaşlarından hiçbir alanda geriliği yok. Çok alanda çok daha ileridedir onu da söyleyebilirim.

5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır? Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?

Çok ender bazı arkadaşlarımız yapıyor ama spor medyasında bu iş diğer haber televizyonlarında, programlarında veya magazin programlarında yapıldığı gibi çok fazla yapılmıyor. Birkaç tane arkadaşımız var. Spor öyle bir şey ki herkesin gözü önünde ortada oynan bir şey. Burada bu yöntemi belki kulüp yöneticileri ile muhabbet ederken veya bir transfer pazarlığı görüşmesinde olabilir. O da işin ilginç tarafıdır. Hakikaten spor servislerinde spor sayfalarında veya spor haberlerinde en fazla merak edilen konu da transfer dönemindeki haber. Çünkü taraftarlar o kulüpte neler olduğunu bir umutla kim gelecek kim gidecek bunlar. En çok sıkıntı çektiğiniz yeri gelmişken onu da söyleyeyim. En çok eleştirildiğimiz nokta da transfer döneminde çok fazla asparagas haber yazıldığı yönünde. Oysa ben size samimiyetle şunu söyleyeyim. Bu haberlerin hiç biri uydurulmuş, rüya ile düşünülmüş ve yakıştırılmış haberler değildir. Transfer dediğiniz şeyde önce bir kulüp birkaç tane hedef belirler futbolcu onlardan görüşmeye başlar. O görüşmelerden sonra ya olur ya olmaz. Ama bir kulübün yönetimin bir futbolcuya talip olması ve onunla görüşmeye başlaması bile spor basını için haberdur. Bunu şu futbolcu şu kulüpte diye değil de şu futbolcu şu kulüple ilgileniyor diye yaptığınız vakit bu haberdur. Şimdi bu ilgileniyor diye yaptığınız aşamada kulüp yöneticileri pek bir şeye ses çıkartmazlar. Ama ne zaman ki o transfer gerçekleşmez, taraftarın beklentilerine karşılık veremezler, istedikleri futbolcuyu alamazlar o zaman da çok kolay bir yola giderek basın zaten yalan yazıyor derler. Dolayısıyla bu çıkan transfer haberlerinin çünkü transfer döneminde bir kulüp bir futbolcuyu transfer ederken on futbolcuyla görüşüyor. Ama sonuçta bir tanesi alıyor. Dolayısıyla bunların hepsi haberdur ama gerçekleşmediği vakit kulüp yöneticileri kendilerini başarısız taraftarlar karşısında addedecekleri için yok öyle bir şey, basın yalan

yazıyor gibi şeyler. Hiçbir gazeteci, hiçbir spor yazarı ortada bir görüşme bir temas yokken bir şeyi uydurup yani ben durup dururken Fenerbahçe kulübü bilmem kimin peşinde diye nasıl uydurur. Mutlaka bir yerden bir duyum gelmiştir. Ve bunun kaynakları ya yönetici tarafından gelmiştir ya sporcu kanadından gelmiştir ya da arada futbolcuyu pazarlamak isteyen menajerler diye bir gurup vardır. Zaman zaman bu menajerler kendi malını pazarlamak için sizi yanıltar bilirler spor yazarını. Yalan olduğu bilinen haberler bu noktada çıkar ama mutlaka onun da bir gerçek payı vardır çünkü birisinden bir enformasyon, bilgi gelmiştir. Yani hiç kimse ben deli miyim, bir spor yazarı deli mi geceleyin yatsın düşünsünde bilmem ne takımına şu futbolcuyu yakıştırırsın da ertesi gün yazsın. Böyle bir şey mümkün değil. Bu transfer döneminde en belirgin örneği basın haberini aldı bir sene boyunca Roberto Carlos Fenerbahçe'ye geliyor diye yazdığı vakit Fenerbahçe kulübü her defasında yalanladı. Hatta imzayı attıkları gün bile yalanladılar önceden anlaşmaları gereği. 15 gün sonra adam geldi burada Fenerbahçe'de oynuyor. Roberto Carlos haberlerinin çıktığı tarihe bakın bunun pazarlığı bir sene boyunca sürdü Fenerbahçe'de. Nasıl olduğunu kendileri de açıkladılar. Demek ki basın bir yerde doğru yolda.

6. Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirildiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz?

Elbette bizde de suç yok diyemem bu konuda. Zaman zaman ortalığı geren, tribünleri şiddete yönelten, yöneltebilecek demeçler veriliyor. Bazı başlıklarla biz de gaza gelip veya çünkü mesela bizim başlıklarda şöyle bir sıkıntımız var. Maç bittikten özellikle gece oynanıyor maçlar maç bittikten 15-20 dakika içinde sayfayı bitirip gazeteyi hazırlayıp o şeyi göndermemiz lazım. Zaman zaman o gerilim ve maçın atmosferi içinde belki bizde fazla düşünmeden kantarın topuzunu biraz kaçırmıyoruz. Veya birisinin söylediği bir laf gazetecilik açısından hoşumuza gidip o lafı içinden alıp manşete çekebiliyoruz. Bunun taraftarı, o cahil dediğimiz, eleştirdiğimiz, kolay tahrik olabilen fanatik grubu çok tahrik edebileceğini düşünmeden o lafı çıkartıp manşete taşıyabiliyoruz. Ben bunu yapmamaya dikkat edebiliyorum, ettiğimi sanıyorum ama benden bile zaman zaman kaçırıyordur. Çünkü o gazetecilik dürtüsü. Bir haber almanın ilginç, değişik bir lafı bulup manşete çıkarmada bazen ölçüyü kaçırmıyoruz. Ama burada da genelde ortamı geren ve tribünleri yetkisi altına almak isteyen yine o yönetici

grubudur. Onların verdiği laflardır. Onlar lafı söylüyorlar. Ondan sonra basın şeye çıkıyor burada sonra suçlu o lafı niye basın yazdı. Kardeşim basın bunu yapar ama sen sorumlu yönetici olarak bu lafı söyleme. Sen bu lafı söylemezsen basın bunu uydurup yazacak mı? Neredeyse İsviçre maçından sonra çıkan hadiselerin tamamı basına fatura edilmeye çalışıldı. O ortamı basın mı yarattı. İsviçre maçı biter bitmez oradaki oynanan maçtan sonra futbolcuya yapılan aşılarda, işte biz bunlara İstanbul'da göstereceğiz diye dönüş uçağında başlayan gerilim, adamları karşılamadaki organizasyon bunların hepsini basın mı yaptı. Bunların hepsi yapıldı ondan sonra da o bardak patladı o gerilim istenmeyen olaylara yol açtı. Ondan sonra dediler basın bunları niye gösteriyor. Basın sahada bir olay olmuşsa bir şey olmuşsa habercilik gereği bunu gösterecek. Dünyanın her yerinde bir kavga çıkarsa, bir şey çıkarsa gazeteler de televizyonlar da bunu gösterir. Kusura bakmayın orada sporcu kontrollü olacak. Spor medyasında eksiye göre bir düzelme var. Biz de farkına vardık olayların ne olduğunu. Hem de şuna bakın. Benim başladığım dönemlerden söz edeyim. 32-33. yılın meslekte. Benim başladığım dönemlerde spor servislerinde çalışanlar bir nevi işin haylaz çocuklarıydı. Gazetecilikte bir şey yapamayacak bu da gitsin spor servisinde çalışsın denen insanlardan oluşuyordu. Benim başladığım dönemlerde koskoca camia içinde lisan bilen adam sayısı üç kişiyi beş kişiyi geçmezdi. Dolayısıyla ben birkaç tane lisan konuştuğum için bütün olimpiyatlara, yurtdışı şeyler derken giderdim. İnsanlarda niye bu gidiyor derdi. Günümüzde baktığınız vakit ben servisimle gurur duyuyorum. Hepsi üniversiteden gazetecilik eğitimini almış sonra uzunca süre bu servisin içinde çalışmış burada meslek içi eğitimini de tamamlamış, lisan bilen adamlar. Spor servislerinde çalışan insanların kalitesinin artması da bu iyiye gidişte çok önemli rol oynuyor bence.

7. Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?

Doğrudur. Zaman zaman her yerde olduğu gibi bizde de bu şey yaşanıyor. Bu konuda da spor medyasının diğer yerlere oranla daha iyi durumda olduğunu daha az olduğunu söyleyebilirim. Elbette yanlış duyumda, yanlış istihbarattan, yanlış enformasyon pompalamasından kaynaklanan birtakım haberler olabilir ama bu sadece spor için geçerli değil her tarafta olabilir. Sporun içinde dedikodu mekanizması biraz daha fazla çünkü insanlar sporun üzerine yorum yaparlar konuşurlar. Bazen orada

duyulan bir laf haberselleştirilebilip ve kullanılabilir. Bunları tartışmak lazım. Bizde şu an baktığınız vakit gelişmekte olan bir toplumuz. Sporun önemini yeni yeni kavrayan bir toplumuz. Sporun insanlara ve ülkelere neler getirdiğini yeni yeni farkına varan bir toplumuz. Dolayısıyla biz de bir geçiş süreci yaşıyoruz. Bu süreç içinde ülke değişimini yaparken spor gazeteciliği de değişimini yapıyor. Zaman zaman bu değişimin getirdiği sıkıntılardan kaynaklanan bir şeyler olabilir ama bunlarda giderek azalmamakta ve yerine oturmaktadır. Ben bu değişim sürecinde bizde üzerimize düşen hataları görüyoruz. Yaptığımız hataları görüyoruz biz de dersimizi alıyoruz. Elbetti ki olacaktır. Her geçen gün daha iyiye gittiğimizi görmek çok sevindirici bence.

8. Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtma, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?

En büyük sorunumuz bu noktada. Demin söylediğim noktaya geleceğim. Bizim mesleğimizi kullanan kulüp temsilcileri olarak yorumcular bu noktada bize en büyük zararı vermektedirler. Çünkü onların görevleri işi kritize etmek, eleştirmek değil onlar tamamen ki bunlar bir gruptur vardır belli bir temsil ettikleri grubun veya takımın fikirlerini medyaya yansıtmak üzere bu işe soyunmuşlardır. Ben zaten bunlara amigo yazarlar diyorum. Maalesef amigo yazarlar spor yazarlarının en büyük düşmanı ve tehlikesidir. Çünkü gazeteciliğin birinci unsuru olan, temel unsuru olan objektif değerleri hiçe saymaktadırlar. Çünkü onların tek hedefleri vardır. Kendi temsil ettikleri kulüp veya gurubun başarılı olması. Bunun içinde maalesef en geçerli kullanılacak araç medyadır. Medya herkese inanılmaz yakındır. Elbette ki fikirlerini söyleyebilir. Elbette ki fikrini savunabilir ama bunu belli kurullar ve değer içinde yapmalı. İş Machiavelist boyutlara vardığı vakit tehlike orada başlıyordur ki maalesef hep meslek dışı unsurlardan kaynaklanan bu durum spor yazarlarının imajını ve görüntüsünü de lekelemektedir. Oysa ben size şunu da söyleyeyim büyük bir açık yüreklilikle bu tür arkadaşlarımızın çoğu doğru dürüst yazı yazmayı bile bilmezler. O arkadaşlarımızın yaptıkları gazetelerde okuduğunuz yazıların çoğu gencecik bu işin eğitimini almış arkadaşlar tarafından neredeyse yeni baştan yazılır. Sonra editörler ve redaktörler tarafından birer defa okunduktan sonra aman şunun yazısında bir şey olmasın diye şefler ve müdürler tarafından bakıldıktan sonra en hatasız biçimde çıkarlar. Ama Allah'tan şunu da söylüyorum televizyon çıktı mertlik bozuldu. Şimdi siz gazetelerde ya güzel de yazıyor o

adam dediğiniz bir takım adamların televizyona çıkıp nasıl iki kelimeyi bir araya getiremediğini gördükten sonra onların yazılarının nasıl yazıldığını okuyucular çok iyi anlamaya başladı. Bu açıdan da bence önemli bir gelişme. Çünkü onların da o isimlerini kullanma balonu da bir süre sonra patlamaktadır ve geldikleri gibi gitmektedirler. Çok devamlı olanların sayısı da çok az.

9. Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz.?

Aslında bu sorunun da yanıtını verdiniz. Geçebiliriz soruyu.

10. Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?

Şu bir gerçektir. Ben spor servisi yöneticisi müdürü olarak yazarların yani köşe yazısı olan yazarların yazılarına hiçbir şekilde müdahale etmem ancak işin içinde hakaret yoksa. Bir fikir ileri sürülmüşse, bir görüşü savunuyorsa çok rahatlıkla onun yazısının en ufak satırına, virgülüne dokunmam. Ancak işin içinde bir hakaret unsuru varsa kendisini uyararak şurada bir hakaret unsuru var yarın bir gün burada başımız derde girebilir. Sen tazminat ödersin ben tazminat öderim gel şunun şu noktasına dikkat et diyerek onu uyararak onun değiştirilmesini sağlarım. Bu da benim burada bulunuş nedenim. Onun dışında da haberlerimizin sayfamızın politikasının belirlemesi şuna buna elbette ki benim üst yönetimimden genel yayın müdürlerinden gazetenin yazı işlerinden fikir alış-verişlerimiz, sabah toplantılarımızda tartışmalarımız olur ama hiçbir şekilde onlarda spor sayfasının başlığının ne olacağına, hangi açıdan işi göreceğimize hiçbir zaman müdahale etmemişlerdir. Son derece özgürdür. Benim muhabirimde getirdiği haberin elbette çok sansasyonel bir haber değilse içinde bir şüphe duyarsan oluşumundan elbette benim kaynaklarım var. O checkleri yaparım ama onun dışında genel de böyle bir uygulamamız yok. Spor servisleri hep gazetelerde, televizyonlarda onu söylerler. Spor servisleri yayın kuruluşları içinde ayrı birer cumhuriyet gibi değerlendirirler zaten. Çünkü spor gazeteciliğinin önemli bir farkıdır diğer gazetecilikten uzman gazetecilik alanına

girmesidir bütün spor yazarları uzman gazetecilerdir. Baktıkları kulüp için, baktıkları branş için hepsi uzmanlaşmıştır. Spor gazeteciliği bir yandan da bir uzmanlık alanıdır.

11. Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?

Şimdi buna yürekten katılıyorum bu eleştiriye. Maalesef bizde spor diyince akla öncelikle futbol hatta futboldan da önce Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş gelmekte. Bunun ana nedeni çok açıkça söylemek gerekirse bunun ana nedeni ticarettir. Televizyonlardaki reyting, gazetelerdeki tiraj kaygısıdır. Çünkü bu üç kulüp Türkiye'nin en popüler ve taraftarı en bol kulüplerdir. Yani bir gün sayfanızdan Fenerbahçe ile ilgili, bazen o kulüpte hiçbir şey olmayabilir, haber koymadığımız vakit buranın telefonları kilitlenir. Aynı şekilde Beşiktaş ve Galatasaray için. Çünkü kitleler bu kulüplerle Türkiye'de çok ilgililerdir. Adeta yaşamlarının bir parçası haline getirmişlerdir. O kulüpler içinden mutlaka haber almak isteyeceklerdir. Bir de aralarında inanılmaz bir rekabet vardır. Dolayısıyla benim haberim daha fazla girdi, senin haberin daha fazla girdi gibi bizi inanılmaz bir baskı altına alırlar. Sadece onlar değil patronlarımızda bizi bu konuda Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş haberlerinin daha fazla girmesi konusunda baskı altına alıyor. Çünkü onlar içinde sonuç satıştır. Bir ticarettir. Fenerbahçe'nin çok önemli bir maçı kazanıp, kazandığı gün diyelim ki Avrupa kupası maçını kazandığı gün satışlara işin yüzde 15'lerle 20'lere hatta 25'lere varan boyutlarda yansımaları patronlarında bu yöne yönelmesini neden olur. Dolayısıyla böyle bir ticari mal satma olayı vardır. Artı günümüzde futbol artık giderek popüler hale gelmiştir. Futbol içinde dönen paralar çok büyümüştür. Yani futbolun geçtiğimiz yıl dünya üzerindeki son rapora göre cirosu 390 milyar dolar. Yani dünyanın hiçbir işinde böyle bir şey yok. Dolayısıyla herkes bu işin içinden bir pay kapmak isteyecektir. Ekonomiktir-ticaridir. Benim gönlüm tabii ki diğer sporlara yer vermekte. Hürriyet yapmaya çalışıyor ama sadece basketbol değil. Burada da bir geçiş yaşıyoruz. Bizim ülke olarak çok başarılı sporcularımız çok ender çıkıyor. Olimpiyatlarda bir güreşçi, bir halterci veya basketbol takımımız. Veya bir atletimiz çıkıp bir şeyler yaptığı vakit belirli süreler ona odaklanıyoruz. Galiba Türk sporunun da temel sorunu bu. Biz ne kadar çok başarılı sporcu, başarılı bireysel sporcu çıkartabilirsek spor dallarının gelişme ve yer alma şansı daha fazla olacak. Çünkü biz

başarıyı seven bir toplumdayız. Başarının arkasından yürümeyi seven bir toplumuz. Ama o insanları başarıya götürmeyi, başarıya giden yolda onları desteklemeyi pek bilmiyoruz. Ancak onlar başarılı olduğu zaman onları fark edebiliyoruz. Bu hepimizin yanlışı bizim de yanlışıdır. Oysa onların giden yolda hikayeleri var. O hikayeler ancak başarılı olduktan sonra farkına varılıp yazılıyor ya da ekranlara geliyor. Oysa tam tersi olması lazım. Bizim onları özendirmemiz lazım. Ne yapıyor insanlar bu kadar popüler olan, paranın çok olduğu futbola yöneliyorlar. Dolayısıyla bu bizimde eksikliğimiz ama bu süreçten bütün dünya geçti. Şimdi bir Lekip, Gazetta Della Sport'un otuz yıl önceki halini alın onlar bugün bizim bulunduğumuz noktada. Dolayısıyla bugün onlar bisikleti de yazıyorlar. İnşallah bir gün gelecek ki zaman zaman bu değişimleri görüyoruz basketbol bir şey yapıyor öne geçiyor. Olimpiyat dönemi sayfalar diğer sporlarla biraz daha renkleniyor. İnşallah bu süreç de geçecek ama burada çok açık yüreklilikle söyleyeyim spor basının da bir eksikliğin olduğunu üzülerek söylüyorum. Burada rol modelleri bulmak önemlidir. Başarılı sporcu çıkartabilmek, onun getirdiği ivme ile o sporu yaymak önemlidir. Çünkü bir başarı olduğu vakit biz görmemezlik edemeyiz. Şöyle düşünün bir Süreyya çıktı gazeteler, televizyonlar atletizme yöneldi. Naim ile Halil geldi halter kıpırdadı. Güreşin yine bir şansı var ata sporu diye tarihten Hamza ve Şeref'in devamında bir şeyler oldu. Ama ne yazık ki biz halen dünya çapında birkaç tane atlete sahip değiliz. Dünya çapında teniz oyuncularımız yok. Popüler kültürün içinde futbolcularımız yok. Yurtdışına gidip oynayan futbolcularımız var. Ne olursa olsun bizim içimizdeki futbol rekabeti, kulüpler arasındaki rekabet o işi canlı tutuyor. Bu bence önemli bir eksikliğimiz. Zaman zaman ben de bundan sıkıntı çekiyorum.

12- Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?

Zaman zaman ben Türk spor medyasında bu tür davranışların pek olmadığını düşünüyorum. Yani tabi ki meslektaşlarımı kastediyorum. Meslektaşlarım derken bu işin eğitimi almış benimle birlikte çalışanlar. Dışarıdan kulüp temsilcilerini bu işe katmıyorum. Zaman zaman bu tür dedikodular dünyanın her yerinde olduğu gibi bizde de çıkıyor. Bunlara pek inanmak istemiyorum. Bir kere bir gazetecinin bir kulüp yöneticisi ile parasal ya da manevi bir şey kurmasının çok yanlış olacağını

düşünenlerdenim. Ama bu kadar büyük paraların döndüğü yerde zaman zaman her toplumun içindeki çürük elmalar bizde de olabilir. Önemli olan bunları fark edip ayıklayabilmektir. Biliyorsunuz dünyanın en fair oyunları olan olimpiyatlarda bile olimpiyat organizasyonu almak için uluslararası olimpiyat komitesinin içinde neler döndüğü gazetelere yansıdı. Futbolun en tepesindeki olaylarda bu işi yöneten patronların ne davranışlar içinde olduğunu bugün Blatter hakkında binlerce suçlama var. dolayısıyla bu kadar büyük paranın, ekonominin çabuk gelişip büyüdüğü yerde mutlaka birtakım bir şeyler olacaktır. Olmasa bile bir takım iddialar ortaya atılacaktır. Önemli olan bunlardan ülke sporunun ve ülke gazeteciliğinin en az zarar görmesi ve bu tür çürük elmaların çabuk bulunup ayıklanmasıdır. Türkiye’de bu iyiye gidiyor. Hakikaten bizim spor basını çok ciddi soruşturuyor, araştırıyor ve bütün her şeyi ortaya koyuyor. Hiçbir şey gizli kalmıyor spor dünyasında.

13- Dünya’da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz spor medyasında da görülmekte midir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Zaman zaman bunlar görülüyor çünkü Türkiye’deki gazetecilik dediğiniz vakit gazetecilik ismi çok güzel, popülaritesi çok fazla ama ekonomik olarak çok düşük düzeydedir gazetecilik mesleğinde çalışanların kazandıkları paralar. Dolayısıyla insanlar ailelerini geçindirmek, çocuğunu daha iyi şartlarda okutmak için ek işler çoğu zaman yapıyor. Bunlarında en iyi bildikleri iş medya yayıncılığı. Eğer kulüp bir dergi çıkartıyorsa, internet sitesi yapıyorsa elbette ki oralarda çalışıyorlar. Çok doğru olarak kabul edilemez ama günümüzde başka bir değişim var şimdi. Kulüpler televizyon kuruyorlar. Tüm kulüplerin televizyonları var. Kulüplerin neredeyse hepsinin dergisi var. Kulüpler belki bir adım sonra belki kendi gazetelerini çıkartacaklar. Dünyada bunun örnekleri var. Yunanistan’da her kulübün birer tane gazetesi var. Buralarda da gazeteciler çalışıyor. Ha Hürriyet’te çalışmışsın para almışsın ha Fenerbahçe kulübünün kurduğu televizyonda çalışmışsın. Bu da ülkenin ve mesleğin içinde bulunduğu ekonomik zorluklardan kaynaklanıyor. Bence en büyük sorun sadece spor yazarlığı için değil Türkiye’deki gazeteciler için; patron baskısıyla sendikasızlaştırılmış, sendikasız bir toplum haline geldik. Güvence sıfır. Bugün bu işin savaşını veren meslek kuruluşu olarak Türkiye Spor Yazarları Derneği’ni görüyorum. Çünkü biz gazetelere ve televizyonlara

diyoruz ki: kardeşim sen çalıştığın meslektaşımı 212 sayılı yasaya tabi olarak çalıştırmazsan ben onların maçlara giriş akreditasyonlarını vermiyorum. 212 sayılı yasayı istiyorum kart vermek için. Bu yasa ile çalıştırırsan maçlara, spor salonlarına giremeyen bir spor muhabiri olamayacağı için gazeteler ve televizyonlar ciddi anlamda spor servislerinde çalıştıklarını 212 yapıyorlar benim servisimde bir tane bile 212 dışında adam yok. Ben bir yerde Spor Yazarları Derneği olarak bu şansımı kullanarak sendikal hareket yapıyorum. Ama istihbaratta çalışan bir arkadaşımın böyle bir şansı yok. Böyle bir yaptırımı yok çünkü. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin böyle bir yaptırımı yok. Sendika zaten yok. Keşke herkeste böyle bir imkan olsa. Şimdi galiba bizim çizdiğimiz bu yoldan Parlamento Muhabirleri Derneği geliyor. Onlarda parlamentoda görev yapabilmesi için 212 şartı arıyor o akreditasyonu verebilmek için. Bizden gördüler konuştuk. Keşke her branş bunu yapsa. O zaman hiç olmazsa insanların sosyal güvenceleri olur. O işle bu işi karıştırmaması gerekiyor ama insanoğluyuz. Oradan da ekmek kazanıyorum buradan da dediği vakit birtakım yanlışlıklar oluyor. Bu sadece bizim ülke için geçerli değil. Bunun aynısını en ileri gitmiş olan İsveç'te de görürsünüz. İngiltere'de de görürsünüz, İtalya'da da görürsünüz, Fransa'da da görürsünüz. Bence gazetecilik mesleği bu tür sorunların yaşandığı bir yer.

Star Gazetesi Spor Yazarı Ali Sami Alkış;

1. Türk Spor medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, "bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler" yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siniz?

Ne yazık ki doğru demek zorundayım. Gerçekten de insanları kişileri, kurumları zora sokan hakaret eden, aşağılayan ifadeler hatta moda olmaya başlayan bir tarza girmişti çok yoğun dönemler geçirdi ama şu sıralar yavaş yavaş sanki bu modelden vazgeçmeye doğru bir eğilim göstermeye başladı. Bu yüzden medyada benzer programların çok sıkça prime-time'da yayınlanmaya başlanması ve bıkkınlık yaratması daha da ötesi tepki görmesinin de uzantısıyla bu programlar artık gece yarılarından sonraya sarkmaya başladı. Bu nedenle etkisi eskiden olduğu yoğun ve çaplı değil. Bu da

önemli bir gelişme olarak görülebilir Zannediyorum birkaç yıl içerisinde 95'ten bu yana yaşanan sürecin insanlara, topluma, ülkeye zarar veren eğilimlerin gelişmeleri etkileri giderek zayıflayacak diye düşünüyorum ama tamamen kalkmayacağından da eminim. Ama o yoğunluktan kurtulmak bir kazançtır diye düşünüyorum. Yazılı medyada da şöyle bir şey oldu. Sanki spor müdürleri kendi aralarında karar vermişler, toplanmışlar demişler ki sanki halbuki böyle bir toplantı olmadı da sanki böyle bir toplantı olmuş da karara varılmış gibi spor yazarlarına aynı takımı yazdırma geleneği başladı. Yani mesela ben kişisel olarak her takımı yazardım. Dört büyüklerden her hafta hangisini yazacağım belli olmazdı karışık yazardım. Mesela Can Bartu'yu varsayalım Fenerbahçeliliği belgelenmiş, kesinleşmiş birisi olmasına rağmen Fenerbahçe'yi yazmış olmasına rağmen diğer bütün kulüplerin de maçlarını yazar pozisyondaydı. Fakat yaklaşık 15 yıldan bu yana belki biraz daha aşmıştır müdürler, gazeteler herkes aynı kulübü yazsın diye yani zaman içinde o konunun uzmanı olurlar diye bir düşünceleri oluştu. Üstelik de bu ortak karar alınarak değil böyle bir etkileşim oldu aynı anda etkileşim bütün gazetelerde hakim oldu bu sistem. Ve herkes belli bir kulübü yazmaya başladı. Ancak uzman olması beklenenler uzman olacak yerde amigo olunca iş sarpa sardı. Problem orada çünkü. Aynı kulübü, aynı takımı yazmaya başladığı andan itibaren arkasında ister istemez o kulübün taraftarının da desteğini aldığını gördü. Ve yine o destek onu o kulübün çıkarlarını takip etmeye ve ona bu türlü bir misyon yüklemeye başladı. Tehlike burada söz konusu. Bir pozisyonu seyrederken, bir maçı seyrederken hakemin verdiği karar yazdığı ya da tuttuğu takımın aleyhindeyse doğru olsun ya da yanlış olsun fark etmiyor illa da eleştirecek bir tavır içerisine giriyorlar ki yine o takımın okuyucuları da yazarı zorlamaya başladı bir ölçüde. Onlarda o sınıfı, grubu arkalarına almak hoşlarına gitti. Onların sözcüsü olmak belki de gururlarını okşamış olmalı ve misyon yüklendiler yazdıkları takımın çıkarlarını da korumak temel hedef haline geldi. İşte zaten Bab-ı Ali'nin de çürümesi bu noktadan sonra başladı. Ne yazık ki bunun önü bir kez alınamadı. Bu konudaki yoğunluk halen devam ediyor. Azalması yönünde de ufak bir gelişme de yon ne yazıkki.

2. Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir?

Güzel bir soru ve tehlikeli bir soru. Çünkü olumsuz etkilendiği zamanlardan bir tanesi ki ben 80'li yıllarda, 80'li yıllarda çalışan spor yazarlarına

sorarsanız onlarda onaylarlar. Mesela ilk defa puan cetvelinin üstüne reklam alındı. ya o kadar olay olmuştu ki bu mesleğin üzerine çok ağır bir darbe olarak algılandı. Aşırı derece tepki vermiştik. Ama bugün görüyorsunuz ki tam sayfayı kaplayan çerçeve atmış adam büyük ölçüde içindeki boşluğa tam sayfa çalışılıyor. Haberlerin arasına reklam motifleri yerleştiriliyor. O noktadan bu noktaya geldik. Eskiden sadece puan cetvelinin üstüne alınmış son derece masum bir reklam bile servis içerisinde, camia içerisinde büyük tepkilere yol açarken bugün tamamen bu tescil edildi. Akla hayale gelmeyecek şekilde reklam motifleri haberlerin içerisinde sayfaların sağına soluna, köşesine neredeyse tamamına yakın yerleşti. ne o puan cetvelinin üstüne reklam alınması doğrudu ne de bu Efes Pilsen'i çerçeve yapıp içindeki boşluğa Hürriyet gibi, Milliyet gibi klas gazetelerinin haber çalışması o da bir uç nokta. İkisinin arasını Bab-ı Ali bulamadığı için de iç savaşım veriyor. Yani hangisinin doğru olduğu konusunda bugün henüz bir konsensüs sağlanamadı ama ticari düşünceler, kazanç kaygısı hakim olmaya başladı. Artık sermayenin gücü, dediği olur bir dönem yaşıyoruz. Yani reklamsa her ne talep edilirse olur. Eskiden birinci sayfaya adam kesseniz girmezdi şimdi manşet üstü reklamdan da yaşıyor. Bu süreçten bir türlü kurtulamadık aslında bu çok da vahim bir durum değil. Çünkü yurtdışında birçok gazetenin bunu haber almadıklarını görüyoruz ama yine özellikle bulvar basını dediğimiz kısmın altına üstüne, sağına soluna tam teppeye de reklam aldıklarını görüyoruz. Türkiye'de uygulanan sistemin çok da dışarıda uygulanmaz olmadığını görüyoruz. Fakat sanki bizim yapımız da uyum sağlayamadı. Yani bizim meslek geleneklerini ve kurallarını ne zaman uygulayacağını ne zaman uygulamayacağını bilemez bir kargaşa içinde. Halbuki oturmuş bir geleneği olsaydı mesela silahlı kuvvetleri ele alalım bir yüzbaşı, bir teğmen, bir üsteğmen işte askeri şuraya girip sınır ötesinde yapılacak bir hareket için amfibik hareket planı sunabilir mi? Binbaşı olacak, yarbay olacak albay olacak o da yetmeyecek kurmay olacak ondan sonra şurada fikrini söyleyebilir, projeleri uygulanabilir. Onun dışında ağzınızla kuş tutsanız bir binbaşının bir projesinin sunulması söz konusu değil. İşte Türk basınında silahlı kuvvetlerimizdeki gibi hiçbir zaman değişmeyen kuralları oluşmadan, şartları oluşmadan bazı şeylerin yapılamayacağı kurgusunu oturtamadık. Bu da çeşitli kargaşaya yol açtı. Yani bırakınız yüzbaşidan, binbaşidan on başının bile Türk basını için söylüyorum onbaşı rütbesindeki general rütbesine varan hükümlere vardırıdığını projeler uygulattığını da gördük ne yazık ki. Kuralları ve geleneği oluşmadığı için her dönem mutlaka şikayet edeceği, kurallarını uygulatamadığı, alt üst olduğu süreçleri çok sık yaşar oldu. Eskiden spor müdürleri, gazetelerin spor müdürleri gerçekten çok şekçin, çok otoriter, çok sözü

geçen hatırlı bu işi iyi yapacağı konusundaki tartışmayı kesinlikle kökünden halletmiş ve üç büyükler üzerinde değil bütün kulüpler üzerinde ağırlığı olan müdürlerdi. 80'li yıllara kadar böyle geldi. Çok güçlü bir Namık Sevik imparatoru. Necmi Tanyolaç daha buna benzer birçok müdürlerimiz vardı o dönemlerde. Çok ağırlıklıydı bunlar. Üç büyük kulüp yan yana geldiği zaman elpençe divan durulur diye bir tabir vardır ya spor müdürlerinin yanında öyleydi. Şimde müdürleri takmıyorlar bile. Doğrudan patronla ilişkileri var. Müdürlere artık telefon edip direktif veriyorlar. İstedikleri haberi kullandırıyorlar ya da kullandırmıyorlar. Bu sürece de ne yazık ki geldik. Bunun önünde alınamıyor. Bunun nedeni de çok seçkin, kendini kabul ettirmiş, bütün toplumun ve medyanın kalitesine onay verdiği, genel kabul gördüğü insanlardan oluşmuyor. Onunda kalitesi çok düştü. Zorluklar karşısında, baskılar karşısında direnemeyen insanlar oluşmaya başlayınca çok talepkar politikalar uygulanmaya başladı. Onunda zararı çok oldu açıkçası. Bugün yöneticiler basını istedikleri gibi kullanmaktadır. Olmayan haberleri kendileri vermektedir. Olan haberleri yalanlamaktadır. Bunun da önüne bir türlü geçemiyorlar. Mesela en çarpıcı örneklerden bir tanesi Daum bir kupa maçını izlemek üzere İstanbul'a gelmişti bir Alman kanalında yayınlanacaktı. Onun yorumcusu olarak geldim buraya dedi. Ama basın Beşiktaş'a gelebileceği konusunda haberler çıkıyordu. Bunu kesinlikle yalanladı naklen yayında. Bu akşam olmuştu neredeyse ama sabah dokuz buçukta imzasını attı. Yani haber kaynağının kendisi de yalancı olunca artık basının da yapacağı bir şey yok. Sadece bunu basın mensuplarına ve basın politikalarına yüklemekte yanlış. Yöneticilerde alamayacakları hatta almayı düşünmedikleri futbolcuları alıyor gibi göstererek kendi kamuoylarında heyecan uyandırmak konusunda basını çok kullandıkları da görülmüştür. Yöneticilerde bunu yapınca gazetecilerde yöneticilere uyuyor ve onlarda oturdukları yerden haber vermeye başladılar. Yani olmayacak haberleri vermeye başladılar. İşin tuhafı mesela Fenerbahçeli bir taraftar hiç alınmayacağını bilse bile o tür haberlerin Fenerbahçe'ye geleceği haberlerinden mutlu olduğunu açıkladı. Mutlu olduğu belgelendi adeta çünkü röportajlar yapıldı. Bu tür haberlerden rahatsızlık olmadıkları hem Galatasaray hem Beşiktaş bu tür haberlerden kesinlikle hoşlandığı, yalan haberlerden hoşlandığı gerçeği ortaya çıktı. Bu da bu tür politikaların sürdürülmesinde tetikçi rolü oynadı. Ve kaos giderek karmaşık bir hal aldı.

3. Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?

Aslında teknik direktörün özel yaşamı ile ilgili olarak basında bir alışkanlık olduğunu düşünmüyorum. Yani bunlar olmamış değildir vardır ama teknik direktörün yaşamı konusunda çok fazla irdelenmemiştir ama futbolcular bu konuda oldukça hedef noktasıdır. Burada da bazı yanlışlarımız olmadı değil. Çok fazla didiklemeye başladık. Bir futbolcunun izin gününde çok popüler olmuş mesela Laila'ya gitmesi Reyna'ya gitmesi çok bir şey değil ama bunlar sanki yoldan, raydan çıkmış gibi oralara giderek olumsuz bir görüntü vermişler gibi basında çok dejenere edildiler. Açıkçası zor durumda kaldılar. Halbuki oralara gitmek bir kayıp değildi aksine ben hepsine gittim, içlerinde bulundum son derece nezih eğlence yerleri ama televizyonlarda bu yerlerle ilgili olarak haberler verilirken görüntülerde aşırı derecede striptiz yapan kızların görüntüsü, köpük banyoları görüntüsü verildiği zaman buralarında benzer nitelikli yerler olduğu konusunda buralara gidemeyen toplum içerisinde olumsuz imajlar oluştu. Dolayısıyla Laila'ya, Sorti'ye benzer yerlere gidenlerin karakterlerinde, özel yaşamlarında sapmalar başladığı konusunda haksız bir görüntü de oluşuyor. Bir fikir de oluşuyor. Bunun böyle olmasında bizim yazılı basın değil ama görsel basının çok olumsuz katkıları oldu. Bide çok sık verdiler. Hatta buraları işletenlerde bu konulardan çok şikayetçiler. Bir kızında hatta davalık oldu. Birçok gazete bu konuda, televizyon bu konuda mahkemeye verildi. Ama toplum içinde oluşan, yerleşen ve kabuk tutan bu düşünceyi kolay kolay atmak pek kolay değil. Bu konularda her Cuma akşamı, Perşembe akşamı giden futbolcu yalnız olsun, eşiyle de gelse, sevgiliyle de gelse bir gün görüntü alındığı zaman toplum bunu kabullenmiyor ve müthiş tepki gösteriyor. Halbuki olan biten bir şey yok orada. Bir sıkıntı yok. Görmüşsünüzdür, duymuşsunuzdur oranın son derece kaliteli bir yer olduğu çok net bir şekilde ortada ama basın bunu hep saptırmıştır. Bu da futbolcuların özel yaşantısına bir darbe niteliği taşıdığı da hatta basının bu konudaki olumsuz örneklerinden birisini anlatmak istiyorum. Hiddink Fenerbahçe geldiği zaman PSV'yi on beş gün önce Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası'nda şampiyon yapmıştı. On beş gün sonra Fenerbahçe teknik direktörü altı ay kaldı. Altı ay kaldıktan sonra Valensiya'ya gitti. Valensiya'dan sonra Hollanda milli takımına gitti, Hollanda milli takımından Japonya'ya biliyorsunuz. Japonya'dan giderken birkaç bin kişi ağlayarak uğurladı. Böyle bir teknik direktörü Türkiye'de bu işi bilmiyor savıyla aşağılamaya kalktılar. Onun gidiş nedeni de bir magazin dergisinin parayla tuttuğu kadını peşine takıp, parayla tuttuğu bir kadını peşine takıp ondan görüntü almak için önceden hazırladığı bir komployu diyelim hazırladılar. O kadının da görüntülerini yayınlayıp gidişini çok kaliteli bir tekin hocanın

altı ayda Türkiye'yi terk etmesine neden oldular. Çok vahim bir durum. Son derece ve üstelik adam kadının peşinde gitmediği gibi kadın zaten onu tavlama için değil görüntüyü almak için sürekli sırtışık tavırlarda. Bir yerde insan reddetse bile bir noktada dayanamadı. Patlama noktası oluyor. Bir yerden sonra bırakıyor. İşte o bir yerden sonra bıraktığı yerdeki görüntülerle adamı perişan ettiler. Bu da tabi özel yaşama Türk medyasını ne denli tehlikeli yaklaştığının önemli bir işareti oldu. Biliyorsunuz prenses Diana'da gazetecilerin yakın takibinden kurtulmak isterken geçirdiği trafik kazasında gitmişti. Bu sadece bizde değil yurtdışında da bunu olumsuz etkileri oluyor ama biz konularda çok fazla sokulma ve art niyetli yaklaşmaya başladık. O çok kötü. Provoke ediyorsunuz, provoke etmekten öte organize ediyorsunuz. Provoke etmek bir derece masum sayılabilir ama organize ediyorsanız onun sonuçları artık çok daha vahim ve üzüntülü oluyor. Bundan da kurtuluş da yok. Hiddink gibi insanı altı ayda göndermek durumunda kalıyorsunuz.

4. Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz?

Bu konuda iyi diyebileceğim bir yönümüz var. belki de bu konuda en az yozlaşmış maddelerden bir tanesi. Bu konuda zaafa düşmedik. Bu konuda artı verebiliriz. Kaynağın açıklanması konusunda Türk basını halen olumlu yönünü koruyor, inadını koruyor. Bu konuda bir problemimiz yok. Kimse bu konuda zora düşmedi. Belki bir iki örnek çıkabilir ama hafızam kuvvetlidir mesleğimle ilgili konularda böyle bir şey hatırlamıyorum. Ancak kendisi açıklıyorsa, kaynak kendi isminin açıklanmasını istiyorsa açıklanmıştır. Onun dışında bir problem yoktur. Bu madde Türk basınında erozyona uğramamış, çarpılmamış, dejenere edilmemiş bir tek maddedir.

5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmaktadır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?

Bazı konular var. Ben mahkemelik oldum. Bazı konularda yazdım. Bazı kulüp başkanlarından fiziksel ilişki kuran, ticari ilişki kuran insanlarda oldu. Yöneticiler,

başkanlar gazetecilerin etkili isimlerini, yazarları kendi safında tutabilmek için çeşitli yardımlarda da bulunmuşlardır. Rent a Car şirketinin kurulması için arabaların temin edilmesinde, bilemiyorum başkasının ailesindeki hastasının tedavisini yurtdışında sağlamak amacıyla onlara maddi destek sağlanması konusunda benzer yaklaşımlar olmuştur. Bunların içerisinde masum olanları vardır. Mesela çocuğu tedavi ettiremeyecek şekilde kanserdir ama maddi geliri buna müsait olmadığı için yardımı kabul etmek zorunda olan gazeteci arkadaşlarımız olmuştur. Onları bundan ayrı tutuyorum ben. Ama paralı yöneticileri hedef tutarak onları kafa kola alarak kendi ihtiyaçları karşılama konusunda maharetli olan arkadaşlarımız olmuştur bunu da göz ardı edemeyiz. Basın mensubu kendisi organize etmiştir ya da yönetici böyle bir yolu açmak için kendisi istekli olmuştur. Bu da ne yazık ki sayıları da oldukça fazladır. Bunu da söylemek gerekiyor.

6. Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirdiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz?

Gazete başlıklarının genellikle maç başlıkları olsun ya da maç öncesi derbi maçlarının hazırlık başlıkları olsun Türkiye’de şiddeti özendiren, yönlendiren ilk tehlikeydi. Anadolu basını, Anadolu insanın sürekli şiddetle rahatsız olduğu bazı konular vardır. Mesela Bursalılar şeftaliyi yarıdık, kestaneyi ezdik ya da etli kebabı lüp ettik gibi kendi yörelerinin ürünü yönleriyle başlık yapılmasını, zaman zaman da alay edilmesini çok içlerine sindirememişlerdir. Bu konuda Anadolu’yu dolaşırsanız insanların bu konu da fikirlerini sorarsanız bu konuda ne kadar yaralı olduklarını göreceksiniz. Bunlar olmuştur başından beri vardı ama az önce üzerinde durduğumuz gibi yazarların kendilerini yazdıkları kulübün çıkarlarını korumayı bir misyon edinme alışkanlıkları nedeniyle onların çıkarlarını ne olursa olsun koruma inadına, koruma adına sert ifade kullanmaları karşı tarafı rencide ediyor. Hakaret edici ifadeler kullanmaları da Türkiye’de terörün artmasında çok ciddi bir yaptırım olmuştur. Ama Türkiye’de terör çok ciddi bir biçimde artmışsa bunun ana sebebi bu saydıklarım da değildir. Türkiye’de ne yazık ki kulüpler kendi taraftar grupları içerisinde toplanıp da organize olan bazı grup liderlerine bedava biletler vermişlerdir. 500-600-1000, durumuna göre üç bine kadar sayıları çıkmıştır bunların. İşte bunlarda bu biletleri alıp kendi taraftarlarını sokmak yerine biletleri satmışlardır ve çok ciddi gelir elde etmişlerdir. Ve bu bir rant yolu olmuştur. Dikkat edersiniz artık Türkiye’de bu konuda cinayetler işlendi. İki gün önce bu bedava

bilet yüzünden adam öldürüldü bir kez daha. Bu konuda çok ciddi şekilde tehlike başlamıştır. Artık kulüpler Aziz Yıldırım dahil güçlü bir başkandır. Diyebilirim ki mevcut başkanlar içinde taraftarla en fazla boğuşma cesaretini gösteren başkandır ama o da bazı şeylere boyun eğmek zorunda kaldı. İhtilafa düştüğü bir taraftar grubuyla bir yerde sulh yapmak zorunda kaldı ki ben tamamen ezeceğini düşünüyordum. Bence geri adım attı. Yani taraftar gruplarının kulüpler üzerindeki baskısı çok yoğun ve çok tehlikelidir. Hatta bu tehlike giderekten çok daha önemli boyutlara varacağını düşünüyorum. Çünkü Güney Amerika'da Latin Amerika'da taraftar grupları sadece kendi tarafları değil başka takımların taraftar liderleriyle el birliği ederek, güç birliği ederek siyasi kimlik kazanmışlardır. Mesela Barras-Bravas diye bir grup var Latin Amerika'da bu Kamboçya'da oluşmuştur. Kamboçya'dan sonra Arjantin'e, Arjantin'den sonra Brezilya'ya sonra Latin Amerika'nın tüm ülkelerine yayıldı. Ve bunlar siyasi bir güç olarak parlamentoya bile girdiler. Hatta 1978 dünya kupasında çok ilginç bir olaydır bunu da anlatayım size. 1978'deki dünya kupası sırasında darbe oldu biliyorsunuz Arjantin'de. Askeri hükümet yönetmeye başladı. Fakat dünya kupası çok yaklaştığı için FIFA, askeri darbe olduğu halde dünya kupasını bu ülkeden alamadı çünkü hazırlanmak için başka bir ülkeye verildiğinde 5-6 ay kalmıştı dolayısıyla rıza gösterdiler darbecilerin dünya kupasını düzenlemelerine. İşte darbecilerin oluşturduğu generallerden oluşan organizasyon komitesine 11-12 tane taraftar lideri Barras Bravas dediğimiz grup var ya onlar gittiler bedava bilet istediler. Askerin tepkisi şiddetli oldu. Çok şiddetli tepki verdi. Buna asla rıza göstermeyeceğini, kimseye bedava bilet verilmeyeceğini hiçbir taraftar liderine özel muamele çekilmeyeceğini, onlardan böyle bir yardımda talep etmeyeceklerini söylediler. Bu tepkiden bu rezil gidişten sadece üç hafta organizasyon komitesi başkanı uluslararası basın toplantısını düzenlemeye gittiği sırada öldürüldü bu barras bravasçılar tarafından. O askeri darbe yöneticilerinin de buna karşı tepkisi aşırı büyüktü. Bu liderleri buldu, 8 tanesini yakaladı ve finalin oynandığı gün stadın üstünden uçaktan tribünlere attı. 8'ide bu şekilde feci şekilde öldü. Bu kesin çözüm gibi çok şiddetli bir göz dağıydı. Ortadan kaybolması yerine hafif hafif bir hınç beslemesi giderek organizasyonunu daha da uluslararası olmasına da yol açtı. Şiddet şiddeti getirdi. Dolayısıyla bizdeki oluşumda giderek Latin Amerika'daki Barras Bravasçıların organize olma yani kendi içlerinde değil rakip taraftarlarla birlikte olma, destek verme yolunda bir gelişim olduğunu düşünüyorum çünkü 4-5 sene evvel Lazio'nun üç taraftar lideri İstanbul'a geldi ve üç büyüklerin taraftar liderleri ile toplantı yaptı. Ve o toplantıdan sonra Türkiye'deki şiddetin çok hızlı bir şekilde yükseldiğini görüyoruz. Buradan lojistik

destek aldılar. O gruplar üstelik İtalya Futbol Federasyonu'nun binası yaktılar, Lazio ve Roma'nın satış reyonları vardır ya mağazalarının tamamını ele geçirdiler. 22 satış noktası bu tribün liderlerinin eline geçti. Dolayısıyla bunlar hem kalabalıkları yönlendirmekte hem de kulüp yöneticilerini yönlendirmekte çok mahir oldular ve bunun genel planlarını 4-5 yıl kadar evvel Türkiye'ye gelip üç büyük kulüplerin lider kadrosuna eğitim verdiler. Türkiye bunu önleyemedi ne yazık ki. İşte bu gelişmeler giderek kendisini bende Barras Bravas korkusu oluşturmaya başladı. Çünkü bunların mali çıkarları çok yükselmeye başladı artık baş edemiyorlar bununla. Kendi aralarında bir grup, bir dernek yani sadece Fenerliler değil, Fener-Galatasaray-Beşiktaş'ın tamamı bir araya gelip bir yaptırım yapma pozisyonuna girerlerse artık tam bir facia olur. Bu yönde de ufak ufak adımlar atıldığını görüyorum. Ciddi şekilde uyarıyorum. Görüyoruz, halen ve halen olay çıkaran, çok ciddi şekilde olay çıkaran insanlar içeri girdikten çok kısa süre sonra şikayet etmemize rağmen halen serbest kalmaktadırlar. Bunlar çok güçlü oldukları için spor medyası da bunların üzerine gidemez. Yazar, yazmaz. Çünkü iki gün sonra bıçaklanacağını bilir. Bundan korkulduğu için, iyi aman bana bulaşmasınlar her şeyi yazmam diyor. Cesareti olan yazar noktasına gelindi. Yazıldığı zaman da başınıza kesin bir şey geleceği konusunda da yüzde yüz garanti verebilirim çünkü bu konuda çok dayak yemiş çok feci hırpalanmış arkadaşlarımız var ama bir gazetecinin başına geleni diğer gazeteler yazmadığı için sanki küçük olaymış gibi çok lokalde kaldılar. Osman Çınar arkadaşımızın yüzü patlatıldı, Osman Tamburacı arkadaşımız dövüldü. Keza ben dövüldüm. Feci şekilde dövüldük hem de.

7. Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır? Bu konuda neler söylenebilir?

Böyle bir şey yapmaktan bize de gına geldi ama kaynağın önemli olduğu, kaynağın sağlıklı olup olmadığı hiç önemli değildir. Yani haberin kokusu olsun, kendisi değil yanmış yemeğin kokusu gelse bunlar haber olur. Çünkü Türkiye'de biliyorsunuz spor gazeteleri çıkıyor. 14-18-24 sayfa bütün gazetelerin 10 sayfa sporları var ama bahsettikleri sadece üç kulüp var. Ve Türkiye'de spor yazarlığı yapan ve sadece üç büyükleri yazan 225 kişi haftalık köşe yazarı söylüyorum ben size. Bu dünya rekoru bile değildir Mars'ta hayat varsa Mars'taki rekoru da kırar bunlar. Yani 225 kişi her hafta aynı konuda yazı yazan böyle bir şey olamaz. Alman basınına, İngiliz basınına lütfen bir bakın

her kulübün bir tane sorumlusu vardır ve o sorumlu yazarken kendi görüşünü değil gazetenin genel görüşlerini de içine sindirecek şekilde, gazetenin politikasına uyum sağlayacak şekilde genel bir görüş verirler. Öyle bir maçta 30 tane yazar nerede görülmüş. Gerçi bir maçı on tane kalem yazıyordu şimdi artık ikiye, üçe düştü bu da olumlu bir gelişme. Bundan dört-beş sene evveline kadar bir derbi maçını bir gazetede 14 yazarın yazdığı dönemler yaşandı. Artık bu ikiye üçe kadar indi. Biraz daha normalleşti. Doğru olması hiç önemli değil, haberin çıkmış olması önemli. Haber kaynağı kulüp yönetici kurul üyesi ise onun yanlış ya da doğru olmadığına adam bakmaz bulduğu zaman alır kullanır. Yalan olduğunu kendisi de bilse dahi onu ne yazık ki kullanır. Transfer dönemlerinde bilinçli olarak üstelik de gazete yönetimlerinin yani yeteri kadar yalan yazmadığı konusunda fırça yediği dönemleri de yaşadık. Hürriyet gazetesinin genel yayın müdürü, yıllardan beri genel yayın müdürlüğü yapıyor bundan bir ay öncesinde bir yazı yazdı palavra haberin yalan haberin hoş bir şey olduğunu söyledi. Ertuğrul Özkök yazdı. Yalan haberden ne çıkmış. Falanca Fenerbahçe’de denilmişse, o adam hiç gelmeyecek olsa ne olur. Türk insanı da okuyunca mutlu oluyor diye bir yazı yazdı. Türkiye’nin bir numaralı gazetesinin genel yayın müdürü bunu yazıyorsa artık vahamiyetin hangi boyutlara ulaştığını da siz tahmin edin.

8. Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?

Bağımsız bir spor yazarının bir kulübe üye olmasını şiddetle etik değerler açısından vahim buluyorum. Böyle bir şey olmaz. Bir spor yazarı eğer spor yazarlığı yapıyorsa diyelim ki Lefter, Can Bartu tabi ki Fenerbahçelidir ama arkadaş Fenerbahçe’nin üyesi olamaz. Ya donduracaktır çünkü ben bunu kabul edemiyorum. İnsanın kalbinde, vicdanında o kulübe bağlılık sadakat varsa üye olsa ne olur olmasa ne olur o başka bir şey ama bunun doğru olmadığını düşünüyorum. Hatta çok daha vahim örneklere rastladım bu konuda ben çok yazdığım için bu konuda yazı yazdığım için 55 milyar ceza ödemiş adamım. Bab-ı Ali’nin sadece spor basınında değil tüm Bab-ı Ali’nin en pahalı cezasını ödeyen adamım ben bu konuda. Olay şuydu. Fenerbahçeliler vakfı vardı. Bu vakıf yönetime dedi ki Fenerbahçe yönetimine biz alt yapıyı işleyelim. Yani biz yönetelim. Yıldırım yönetimi de bunu kabul etti ve bu alt yapıyı yapabilmek için bir bütçe tanıdı. Bütçe 500 bin dolar civarında bir şeydi. Bu Fenerbahçe vakfı da tamamı

Fenerbahçe'yi yazan yazarlardan oluşuyor. Hepimizin bildiği yazarlardı. Ben bir yazı yazdım dedim ki siz alt yapı ile ilgilenmek istiyorsanız yazarlığı bırakın arkadaş. Aynı anda hem yazarlık yapıp hem Fenerbahçe alt yapısına bakamazsınız. Çünkü ister istemez ticari işiniz oluyor. O işleri yapabilmek için bir yerde para alıyorsunuz. Bunu cebinize koyuyorsunuz anlamında söylemiyorum. Ama bir para alış-verişi var. Para alış-verişinin olduğu bir ortamda ya yazarlığı bırakın ya da yazarlığı bırakmıyorsanız bu alt yapıyla ilgilenmekten vazgeçin. Ben işte bu konuda Fenerbahçe tüccarları diye bir yazı yazmıştım. Bu konu da ne yazık ki 55 milyar ceza aldım. Bazı yerde doğruyu söylemekte insanın başını derde de sokuyor açıkçası. Bunu sadece Fenerbahçe'de değil, Galatasaray'da, Beşiktaş'ta sıkça örneklerini gördük hatta spor yazarlığı yapan arkadaşlarımızın önemli bir bölümü kendilerini ait hissettikleri kulüple, yönetim kuruluna girmek, yönetim kurulu başkanı olmak, transfer komitesine girmek alt yapısına girmek gibi beklentileri vardır. Hem bu beklentiler içerisinde olacaksınız hem de o konuda gazetecilik yapacaksınız. İkisi aynı noktada bağdaşmaz ve buluşmaz. Buluşmaması lazım. Ama Türkiye'nin bu konuda ciddi sıkıntıları ne yazık ki vardır. Uzun yıllardır devam ediyor ve çözümü konusunda da en ufak bir umut yoktur.

9. Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz.?

Ne yazık ki bu konuda da olumsuz tavırlar içerisindeyiz. Üstelik bunun zamanı, dönemi olmadığı, ben 40 yıldır işin içindeyim 40 yıldır var, 40 yıl sonrasında da devam ediyor. Bunu zorlayan şartlarda vardır. Biraz önce söylediğim gibi Türkiye'de 24 sayfalık üç tane spor gazetesi her gazetenin 10 sayfası, bunları toplarsanız 300 sayfa falan eder. Her gün 300 sayfayı dolduracak haberi nereden bulacaksınız. Yani bir Le-Kip gazetesi var Fransa'da ama 35 federasyonun haberini yapıyor. Üstelik de sadece iki tane kulüpten bahsetmiyor üç kulüpten bahsetmiyor. Onlar onu dolduruyor. Ama Türkiye'de voleyboldaki bir başarının tam sayfa olduğunu, birinci sayfaya taşındığını gördünüz mü? Görmediniz. Bence üç büyüklerin için 300 tane sayfa aşırı derecede büyüktür ve bunun doldurulması doğru haberlerle mümkün değildir. Doğru haber bulup da bu kadar sayfayı dolduracak böyle bir medya dünyada yok. Önünüzde bu kadar mesafe açmışsınız, sayfalar açmışsınız bunu doldurmak için yalan haber, asparagas haber şarttır. Eğer bulamıyorsanız o görevi sürdürmeniz mümkün değildir. Ve yönetimler de asparagas

habere tepki göstermezler. Hatta asparagas haber yaptığı nedeniyle mahkemeye verilmek, ciddi gazeteleri eleştirmek bile bu çocuk başarılı oluyor, her yerde sesini duyuruyor anlamında takdir edildiği dönemlerde olmuştur.

10. Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?

Bir kere bir başka Türkiye’de tehlikeli bir şey var. Genel yayın müdürleri spora çok ilgi göstermeye başladılar ve sporu da yönlendirmeye başladılar. Mesela Milliyet gibi güven veren bir gazete olduğu konusunda yıllardır bunu kullanan bir gazetenin yayın müdürü hastalık derecesinde Fenerbahçelidir ve Fenerbahçeliliğini kendi sayfalarında inatla, ısrarla kullanma konusunda da bir zaafı vardır. Genel yayın müdürlerinin doğrudan müdahale ettiği dönemleri yaşıyoruz. Çünkü şu görülmüştür son dönemlerde. Spor sayfaları gazetelerin en çok okunan sayfaları olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Eskiden Türkiye’de arka sayfalardaydı oradan kalma bir sözdür. Gazeteler önce arka sayfalardan başlanır diye bir söz vardır. Bu doğrudur. Sporun da spor yazarlarının da çok tartışıldığı bir ortamda siyasi yazan yazarlarında spora yatay geçiş yaptıklarını da görüyoruz ama geçmişlerinde bir deneyimleri olmadıkları için onlarında bu konuda hataya düştüklerini yani siyaseti yazan, dürüstlüğü ve ülkenin gelişimi konusunda fikirlerini ortaya koyan yazarlar spor yazmaya başladıkları zaman şunu gördüm. Bizim kadromuz içindeki fanatik yazarlardan daha fanatikleri çıktı kendi aralarında. Bunu kabullenemiyorum. Bunlar en azından iyi örnek olsalardı bizim diğer arkadaşlarımız yani meslekten olan arkadaşlarımız, siyasetten gelen akli başında tutarlı yazılarından belki örnek alabilirlerdi ama hiç öyle olmadı. Onlarda mesela Cengiz Çandarın siyasi görüşleri Ortadoğu konusundaki bilgisini kimse inkar edemez. Bunu kabul ediyoruz. Ama bir Fenerbahçe yazısı yazması inanılmaz bir şey. Ama onlar niye olmadı. Yani içinde bulunduğumuz şartlar hep bir olumsuz etkiler bıraktı bize bizi özendirecek ne bir siyasi oluşum oldu ne bir yapısal kurum oldu. Ne de öyle bir düzen oldu. Geleneğimiz hiç olmadı. Bütün bu çerçeve içinde zaten fanatizmin kulüplerin çıkarlarını koruma konusundaki hastalığın tedavisi ne yazık ki mümkün olmadı.

Şimdi mesela çok açık bir şekilde görülüyor ki birçok gazetede Haluk Ulusoy’un aleyhinde yazılması için üst yönetimin direktifleri vardır. açık direktif. Haluk

Ulusoy'un batırılması, Haluk Ulusoy'un yerle bir edilmesi konusunda açık direktifler vardır. Uymayanlar olursa cezasını çekecektir. Bu direktife uymamak, direnmek gibi güç de yoktur. Çok açık bir şeydir. Size söylüyorum ben. Niye Haluk Ulusoy bu kadar istenmemektedir? Çünkü eskiden televizyonlar üç kulüple anlaşıyorlardı. Diğer kulüplerle anlaşmıyorlardı. Sadece onların maçlarını verip, İstanbul'daki maçlarını yayınlayıp işte onlara 20'şer bin dolar verip 80 bin dolarla bu işi kurtarmak niyetindeydiler. Onlar da öyle götürüyorlardı. Ama Haluk Ulusoy naklen yayın havuzunun Türkiye'de yerleşmesi konusunda, çok ciddi bir savaşımlı oldu ve öyle bir hale getirdi ki, artık isterseniz de bu naklen yayın havuzunu terketmek kesinlikle söz konusu değildir. İşte bu yüzden Haluk Ulusoy'a karşı BİMAŞ gibi ortaklaşa farklı televizyonlar, patronları farklı olduğu halde bir reklam kuruluşunda buluşup, BİMAŞ için yayınları alması istendi. Ama Haluk Ulusoy kesinlikle buna izin vermedi. Çünkü onlar havuz istemiyorlardı. Bire bir kulüplerin kendisiyle anlaşmak istiyorlardı ve havuz sistemini bozmak konusunda müthiş bir mücadeleye başladılar. Ama Haluk Ulusoy bu mücadeleyi kazandı. Fakat herkesin düşmanı oldu. Temel kaynak, temel unsur budur. Bu nedenle bütün gazeteler Haluk Ulusoy'a, çünkü bütün gazetelerin bağlı olduğu bir televizyon var. Ve bunların da bağlı olduğu bir holding var. Bu holdingler Haluk Ulusoy'la ciddi anlamda zarar gördükleri için aşağı yukarı bir 10 yıldan beri sürekli aşağılanmakta ve gaddarca savaş sürdürülmektedir ve gazetelerin yayın politikaları da üst düzey genel yayın müdürü, gerek patron kanalından olsun devamlı taciz edilmektedir. Bu konuda Haluk Ulusoy'un yerle bir edilmesi, aşağılanması konusunda açık, direk, net direktifler verilmektedir.

11. Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?

Şimdi tabii ki Türkiye'deki önemli sıkıntılardan bir tanesi, yayın politikalarını, sporda yayın politikalarının futbola yönelik olması. Ondandır da vazgeçtim, futbol bile değil, üç büyüklere yönelik olması. Tamamen ticari kaygılarla bakılmasıdır. Fenerbahçe taraftarının çok olduğu, arkasından Galatasaray, arkasından Beşiktaş ve Trabzon'un geldiği açıktır. Bir gerçektir. Göz ardı edemiyoruz. Ama benzer nitelikler Fransa'da da, İngiltere'de de vardır ama basın ilkelerini orada korumaktadır. Mesela Türkiye'de üç büyüklerin çantalarını, amblemini taşıyan çantalar benzin istasyonlarında

benzin alanlara verilmektedir. Ama bu dört tane kulübün olmaktadır. Hatta dört kulübün çay bardakları da veriliyor şu anda. Direk olarak bu tip armağanlar hep dört büyük kulübün üstüne yapılmıştır. Diğer 14 kulüp sürekli aşağılanmaktadır. Ama sürekli aşağılanıyor. Diğer kulüpleri adam yerine koymuyorsunuz. Mesela Almanya’da Kicker dergisi Almanya’da üç tane büyük kulüp vardır. Sadece onların portresini vermez. Futbolcuların orijinal boyu kadar posterlerini verir. Ama belli kulüplerin değil, ligde o yıl oynayacak tüm kulüplerin iki-üç tane yıldızını seçer ama tamamından örnekler verir. Bizim gibi Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş’tan örnekler verip, diğerlerini ikinci sınıf insan muamelesi de değil, sanki hiç yoklarmış gibi bir tavır içerisinde olmaz. Dolayısıyla ikinci sınıf, birinci sınıf takım ve kulüp problemi yaşamazlar. Ama bizde öyle değildir. Her konuda, her koşulda dört büyükler dışında tüm kulüpler sürekli aşağılanmaktadır. Tabi böyle aşağılanınca piyasa değeri de onların düşüyor ister, istemez. Onların posterlerini kimse talep etmiyor. Çünkü değerli değil. Değerli bir şey olsaydı, televizyonlar bunları sunarlardı. Sunamadıklarına göre üzerine düşülecek bir şey değildir. Kendi seyircisini kendi takımına karşı soğutan bir yayın politikasıdır ve şiddetle terk edilmesi gereken yayın politikasıdır. Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş büyüktür. Onların büyüklüklerine itiraz etmiyoruz ama o büyüklüklerinden onlara bir ayrıcalık tanınması da çok şiddetle reddediyoruz. Hatta ilk naklen yayın havuzunda şöyle bir şey vardı. Toplanan paranın yüzde 65’i üç büyüklere veriliyordu. Yani neden? Çünkü onlar büyük kulüplermiş. Halbuki şampiyonlar ligi maçlarına dikkat ederseniz, şampiyonlar ligi maçlarının geliri büyük kulüp, küçük kulüp tanımadan tamamen puan üzerine düzenlenmiştir. Yani Real Madrid şimdiye kadar yedi kez şampiyon oldu diye, Real Madrid’e peşinen ‘Al sana 10-20 milyon dolar. Bu senin hakkın’ diye para teklif edilmez. Ama Türkiye’de bugün bile vardır o. Türkiye’de üç büyüklere geçmişteki başarılarından dolayı peşin, kesin paralar ödenmektedir. Diğer kulüplere bu paraların verilmeme durumları vardır ve çok küçük miktarlardadır bunlar. Ama mesela bakın şampiyonlar ligi ayrımı kesinlikle kabul etmez. Yani bir Real Madrid ile 2. Ligde mücadele eden bir ikinci lig takımına vereceği para arasında en ufak bir fark yoktur. Yani Real Madrid diye bakmaz ona. Kendi kurallarını, kendi kimliklerini ortaya koyar. Zaten büyük takımın puanı çok olduğu için zaten birinci torbadan giriyorsun öyle bir farkın var. Herkes puanına, gücüne göre yer tutuyor. Sonra ekstra durup dururken, oturduğu yerden para avantajı sağlanamıyor. Onun için Türkiye’de bunun böyle yapılması gerekiyor. Havuz sisteminde üç büyüklere ödenen peşin paraların, geçmişteki başarılarına bakılarak ödenen

paralardan kesinlikle vazgeçilmesi gerekiyor. Böyle bir para ödenmesini adaletli ve doğru bulmuyorum.

12- Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?

Hayır, hayır, spor yazarları olarak yok ama biliyorsunuz yazı işleri kadrosunda olan muhabir arkadaşların, yazar arkadaşların Amerika'nın çeşitli siyasal kuruluşlarından, kurumlarından, derneklerinden para aldıkları hatta bunların arasında yazarların olduğunu da biliyorum. Yani daha eser ortaya çıkmadan bu eseri yazmak konusunda çok ciddi paraların ödendiğini görüyoruz. Böyle bir organizasyon Türk spor basını için kesinlikle yoktur. Olsa bile üzerinde durulacak bir nokta değildir. Yani bizim basına sıkıntı verecek, bu konuda bir sıkıntımız yoktur. Yani bu konuda artıyı hak ediyoruz. Yani olsa bile haberleri, yayın politikasını olumsuz etkileyecek kesinlikle bir durum yoktur. Bu konuda bir sıkıntı yaşamıyoruz.

13- Dünya'da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz spor medyasında da görülmekte midir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Türkiye'de bunun çok örneği var. Hatta daha vahimi, Türkiye Spor Yazarları Derneği'nin İstanbul Şubesinin başkanı olan bir arkadaşımız geçmişte Ali Şen'in seçimi kazanması için sürekli Fenerbahçe Stadı'nın önünde bir minibüste kongre çalışması yaptığı, bildiri dağıttığı çok aşıkardır. Düşünün yani TSYD'nin İstanbul şube başkanı yaptı bunu. Bir işadaminin, bir kulüp başkanının kongreyi kazanması konusunda aktif görev aldı. Bunun da örnekleri çok vardır. Hem gazetecilik yapıp, hem de kulüplerin çeşitli işlerini fiilen takip eden arkadaşlarımız vardır. Örnekleri de az değildir. Burada isim vermek dedikodu gibi olur. Çok doğru olmaz. Ama sayısının çok olduğu, bu tür ilişkilerin de çok tehlikeli boyutlara ulaştığını söylemeliyim.

Sabah Gazetesi Spor Yazarı Kazım Kanat (Vefat Etti)

1. Türk Spor medyası'nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, "bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşağılayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler" yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siniz?

Kesinlikle hayır. Mesleğin bir noktasına gelen kişilerin bir unvanı var. Duayen yazarlar. Onların dışında hiç kimse yönetici, futbolcu ve antrenöre eleştiri sınırlarını zorlamadan yazmazlar. Ama buna karşılık tam tersi, özellikle yöneticiler ve özellikle teknik adamlar ki başarılı oldukları zaman aşağılarlar. Spor yazarını küçük görürler hatta spor yazarına hakaret ederler. Türkiye'de ters bir olay var. Mesela son örnek Kezman. Türkiye'de kendimi kafes içinde bir hayvan gibi hissediyorum diyor. Türk medyasında çok ağır eleştiriliyor. Mesela Fatih Terim'in şu yaptığı üç gün içinde, Emre Belözoğlu'nun golden sonra yaptığı hareket çok çirkin boyutta. Oysa Emre Belözoğlu, İngiltere'de ırkçılıktan yargılanırken Türk medyası destek verdi. İsviçre'deki o çirkin tekmeli hareketinden sonra yine destek verdi. Oysa Atatürk'ün 'Ben sporcunun zeki, çevik ve ahlaklısını severim' sözünü hatırlatsaydı, 'ahlaksız sporcu' deseydi ne olurdu? Tersine bir işleyiş var, tamamen. Türk medyası kendini korumaktan da aciz.

2. Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir ?

Köşemde her zaman 'kamu vicdanı' diye bir sloganım var. Maalesef Türk medyasının yarısı kalplerinden, yarısı da midelerinden kulüplere bağlı. Utanılacak bir durum. Kimse kamu vicdanının sesini dinleyerek yazı yazmıyor.

3. Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilir misiniz?

Yeterli bile yapılmıyor. Müthiş. Türk medyası o konuda hem beceriksiz, hem hoşgörülü. Beceriksizliği şurada: Türkiye'de bayan yazar yok. Bayan yazar olsa

mesela, futbolcuların eşleriyle, özel hayatlarıyla bir biçimde ilgilenir. Yani geçtiğimiz yıllarda Backhenbauer Almanların imparatoru önünde önlükle evinde yemek yaparken röportaj yapıldı. Hatta Backhenbauer'in karısının mini eteği bile tartışmaya açıldı. O nedenle Türk medyası buna tam tersi baskılar yapıyor. Buna haksızlık yapılıyor.

4. Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor medyasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz ?

Türk medyasında maalesef duyumlarla haber yapılıyor. Birisi sokaktan söylüyor, diyor ki 'Duyum. Ben haber kaynağımı açıklamam.' Yazdığın haber yalan, iftira. Onun için zaten ciddi bir olay varsa, haber kaynağını gerektiği zaman kanıtlamak zorunda. Zaten 'haber kaynağını açıklamam' demenin önemli bir mantığı yok. Benim başıma çok geldi. Ben söylerim, 'Bunları, bunları yazıyorum. Sen kaynaksın, gerektiği zaman seni açıklarım', niye? Ama şimdiye kadar ben kimseyi zor durumda bırakmadım. Yani iki yıl bu durumda, Hasan Pulur ben Hürriyet gazetesindeyken işten kovuyordu. Genel yayın müdürüydü. Onca hakaret etti. Ama haber kaynağını açıklamadım. Eğer haber kaynağını açıklamış olsaydım, o kişi de o an Hürriyet gazetesinde çalışıyordu. Onun görevine son verecekti. Ben hayatımda hiç kimseden duymadığım azarı Hasan Pulur'dan duydum. Ama Hasan Pulur'u da affetmem ömür boyu.

5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor medyasında da rastlanmakta mıdır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?

Spor basını zaten gazetecilik mesleğinin en kültürsüz kesimidir. Şu açıdan. Gazeteye muhabir alırlarken 'hiçbir şey olamıyorsa, spor muhabiri olsun' derler ama içlerinde bir gün çok zeki insanlar, çok yaratıcı insanlar da gazetenin başına geçmiştir. İşte Zafer Mutlu'dan, Rahmi Turan'dan, Çetin Altan'dan Doğan Koloğlu'na kadar. Çok önemli gazeteciler spor yazarlığından çıkmıştır. Ama o ayrı. Bizim spor basını şu son yıllarda kültürlü yani okullu olsalar da entelektüellik açısından sınıfta kalıyorlar. Yani okumuyorlar, araştırmıyorlar. Büyükleri de bir öneri gibi dinlemiyorlar. Akıl sormuyorlar yani. Çünkü spor medyasında gerçekten çok akil insanlar var.

Gizli kamera kullanmak, sohbet ortamında söylenenleri alıp haber yapmak gibi uygulamalara rastlanılıyor mu?

Yani yapan var. Akıllı gazeteci bu tuzağa düşmez. Beni de elli kere düşürmek istediler. Olur böyle şeyler. Ben 30 yıl kadar önce ismini de veriyorum. Mithat Dursun vardı, Dünya gazetesinden. Ben onu Fenerbahçe antrenörü diye aradım Ben onu taklit ederek, ona bilgi verdim. Yani ben aradım diye çok mutlu. Resmini Dünya gazetesinde gördüm ki tam telefon açıp, muhabirimiz Fener antrenörüyle çok özel röportaj yaptı diye, ondan sonra inanılmaz şeyler yani. Ondan sonra ben aradım dedim ‘şaka yani’. Ama o röportaj o yılın spor insanları yarışmasında yılın en güzel röportajıydı.

6. Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirdiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz ?

Spor şiddetle iç içe. Spor bir arena, yani bina. At yarışlarından sonra arenalardan gelen bir gelenektir. Spor şiddetin ta kendisidir. Özendirmeye gerek yoktur. ‘Yani vur, kır, parçala bu maçı kazan. Ölümüne oynuyoruz. Son damlamıza kadar mücadelemize devam edeceğiz.’ Yani şiddet zaten sporun içinde var. Ha tribünlere şov görüntüsü o kadar. Yani ben ayrıca sporun özellikle futbolun içinde de var. Boksta da var. Basketbolun içinde falan. Şiddet yoksa zaten orada spor yoktur. Gerilim yoksa spor yoktur. Ama insanları birbirine düşürmek şeklinde değil. Daha zirveye, zirveye, dünya rekorları nasıl kırılıyor. Baskılarla kırılıyor, şiddetle kırılıyor. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nin o dönemdeki sporcu eğitimine bakın. Hepsi şiddet üzerine, baskı üzerine dayalıdır.

7. Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?

Utanarak söylüyorum. Eskiden büyüklerimiz benim o kadar çok haberimi çalıp, gündeme geldiler ki, istihbarat şefleri, müdürler bugün hala unutamadığım röportajları elimden aldılar. Kendi imzalarını koydular ve eğer bu iş herkes tarafından çok biliniyorsa, benim imzamin yerine kendi imzalarını koydular. Benim yazdığım haberlere

başkalarının imzaları girdi. Şimdi artık yok. Şimdi bilgisayar sistemi var. Eskiden daktiloyla, elinle haberi veriyordun. O ara değiştiriyordu, kendi haberi gibi. Ama şimdi teknolojinin gelişmesiyle birlikte emek hırsızları azaldı.

Şimdi artık, o eskideki haber yapıyordu. Popüler oluyordu. Bugün haber demek para demek. Paraya dönüştüğü için insan kendi çıkarına ekmek kavgasını daha şiddetli yapabiliyor.

8. Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?

Şimdi amigo yazarların sınırları nedir, ne değildir? Şimdi bakın! Ben bu meslekte ilklerin önündeyim. Birçok ilk yaptım. Sporcuların soyadını yazmak gibi. Spor yazarlarının köşeler açtım. İlk bendim. Şimdi herkesin bir köşesi var. Herkes yazıyor. Bunun öncüsü de benim. Ama şu: Ben Beşiktaş genel kurul üyesi oldum. Ben Beşiktaşlıyım dedim. Bana dediler ‘Sen kulüp yazarısın. Sen amigosun. Şusun, busun’ ama Beşiktaş’ın 104 yıllık tarihine bakın medya-Beşiktaş ilişkilerinde, en ilklerin yazarı ben oldum. Beşiktaş genel kuruluna divan kurulu, disiplin kurulu, yönetim kurulu beni Beşiktaş kulübünden ihraç etti. Ama ihraç kararı tüzüğe göre genel kurul tarafından oylanması gerekiyordu. O gün 2 binin üzerinde genel kurulda oylama olduğu zaman benim 40 yıla yaklaşan meslek hayatımdan unutulmaz gün. 2 bin kişi ayağa kalktı, ‘Kazım Kanat’ı alkışlıyoruz’ dedi. Evet, Beşiktaş için de olsa doğruları yazdım. Bu benim için gururla söylüyorum. Mütevazılık yapmıyorum. Ben Beşiktaşlıyım, beni Beşiktaş’tan atmak istiyorlar. Neden? Beşiktaş’ın savunma avukatlığını yapmadığım için. Ama maalesef Galatasaray’ın, Fenerbahçe’nin yönetimine yalakalık yapmak, şirin olmak, işte mideden bağlı dediğim ilerde çıkarlarını savunmak zaten birçok meslektaşlarımız, meslektaşlarımız demiyorum. Kabul etmiyorum. Birçok kişi işe Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş başkanlarının genel yayın müdürlerine baskılarıyla işe alınıyor. Köşe yazarı yaptırılıyor. Televizyonlara çıkartılıyor. ‘Kardeşim’ diyor. ‘Ben Fenerbahçe’nin başkanıyım. Benim yazarım bu. Bunu televizyona çıkaracaksın. Çıkarmazsan başkasını istemem’ diyor. Mesela köşe yazılarına, ‘Bu yazacak’ diyor. Bu kadar çirkin boyutta olduğu için artık, bu bir araştırma konusu olmalı.

9. Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz. ?

Hürriyet gazetesinin spor müdürlüğünde bu mesleğin duayenlerinden Doğan Koloğlu her gün, her gazete transfer asparagasları yapıyor. Transfer asparagasıyla gazeteye tiraj aldırıyorlar. Ben hep işimden oluyordum Hürriyet gazetesinden. Dediler ki, ‘Ya kovulacaksın, ya da haber üret!’ Haber yoktu Beşiktaş kulübünde. Beşiktaş şampiyon oluyor. Bir tane dahi haber yapılmıyorsa, Anadolu’dan bulunan genç çocuklar alınıyordu. Avrupa’dan bir yerlerden büyük transfer yapılmıyordu. Beşiktaş teknik direktörlüğünü Gordon Milne yapıyordu. Doğan Koloğlu bana dedi ki, ‘Eğer bugün de haber getirmezsen, patron istedi. İşine son veririm’ dedi. Ben gittim. Beşiktaş Başkanı Süleyman Seba’ya dedim ki, ‘Yarınki gazetede bir haber yazacağım. Yoksa işimden olacağım. Sen evet doğrudur. Bu konuda bu futbolcuyla görüşmelerimiz sürüyor.’ İspanya’yı aradım. Real Madrid’in çok ünlü bir santraforu vardı. Santilyana O sene Real Madrid yine Avrupa şampiyonu olmuştu. Santilyana’nın son dakikada attığı golle. Herkes Santilyana diye konuşuyor. Madrid muhabiri Lütfi Tokatlıoğlu’na söyledim ki, ‘Sen Santilyana ile konuş.’ Bir de Beşiktaş forması yolladım ona. O açıklamayı yaptığı zaman ‘Evet, Beşiktaş kulübü teklif yaptı bana. Düşünüyorum’ de. ‘Çünkü işten kovulacağım Lütfi’ dedim. Ertesi gün Hürriyet tam sayfa ‘Beşiktaş Santilyana’yı transfer ediyor.’ Vay habere bak. Ertesi gün Süleyman Seba bir basın toplantısı yaptı. Yapmak zorunda kaldı. ‘Evet’ dedi. ‘Bu konuda görüşmelerim sürüyor.’ İki gün sonra bütün gazeteciler Santilyana’ya gittiler. Benim gönderdiğim Beşiktaş formasıyla çıktı. ‘Evet. Türkiye’nin en büyük kulübü Beşiktaş, bana transfer teklif etti. Düşünüyorum.’ Ondan sonra Real Madrid Başkanı basın toplantısı yaptı: ‘Santilyana bizim sembolümüzdür, satılmaz. Ama her tarafta da başta Turgay Şeren olmak üzere birçok futbol otoriteri yazı yazdılar. Şöyle: ‘Santilyana Beşiktaş’ın oyun sistemine uymaz. Lütfen onu transfer etmeyin. Şunu transfer edin’ gibi. Yani ben de asparagas haber yazdım ama mecbur bıraktılar. Sonra bunu birkaç yerde üniversite sohbetinde anlattım. Yani hiçbir gazeteci asparagas yazmak istemez. Çok cahil, kültürsüz, haber kaynağı yok, gazetenin türü öyleyse, İngiltere’de Sun veya Almanya’dan Bild gibi asparagas haber yazacak gazete değilse, kimse... Dedğim gibi baskılar sonucu ben de yazdım ama hiç değilse pembe yalan yazdım.

10. Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansıdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?

Burada hala mesleki kariyerimin inanılmaz. Fenerbahçe Oğuz ile Aykut'un sözleşmesini uzatmayarak, kovma kararı almıştı. O zaman Sabah gazetesindeydim, ayrılmamıştım ben. Çünkü Sabah'tan Akşam'a gittim, geri geldim. Zafer Mutlu bu haberi koydurmadı. Ne olur? 'Fener karışır. Olur mu böyle şey? Oğuz, Aykut gider mi' diye ki yılın haberi idi. Üç gün sonra, bir hafta sonra Hürriyet birinci sayfadan verdi. 'Fenerbahçe'nin iki sembol oyuncusunu Ali Şen kovdu' diye. Yani Zafer Mutlu Fenerbahçeli, çok sıkı bir Fenerliydi. Amigo bir Fenerliydi. Sabah genel yayın müdürüne haberini koydurmadı bunun. Şimdi bu soruyu lütfen Zafer Mutlu'ya sorun. O kadar incindim ki, çok üzuldüm. 'Kısa kısımlara koyun' dedim oradan bile çıkarttılar.

11. Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?

Şimdi reytingin ve tirajın etik ilkesi yoktur. Reyting ki bu mesleğin aleti bu. Gazete satacaksın, televizyonu izleteceksin. Onun için tabi ki İstanbul, İstanbul, İstanbul... İstanbul 15 milyonluk bir kent. Türk futbolu İstanbul ve Marmara'nın etrafına toplandı yani bir Konya var İzmir yok, Adana yok. Bir Antep var. Bir Trabzon var. Hepsi İstanbul ve Marmara çevresinde. Mecbur olarak da İstanbul'u vereceksin, tiraj yapacaksın. Türkiye futbolu, Türkiye ligi, Türkiye'nin ligi olduğu zaman, o zaman işte bu yayıncılık daha geniş olur. Mesela Türkiye kupası var. En son 10 takım kalınca, üç büyükler içine atılıyor. Oysa Avrupa'da herkes eşit. Real Madrid ile ikinci, üçüncü lig takımlarıyla eşleşiyor. Bayern Münih ile bilmem... Bundan üç, dört yıl önce Paris Saint Germain ile bir köy takımı finale çıktı. Başbakan geldi seyretmeye. Ama Türkiye'de büyükler korunuyor. Türkiye'de ne adalet var, ne etik var. Hiçbir şey yok.

12- Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?

Şimdi ben Türkiye Spor Yazarları Derneği'nin genel kaptanıyım. Yani spor kurulunun başkanıyım. Antalya'da Türkiye şampiyonası vardı. Yüzme takımında bilimsel çalışmaya başladık. Hep 15.-16.-17.oluyorduk. Antalya'daki Türkiye şampiyonasında TSYD takımı Türkiye birincisi oldu. Ama bir yüzücümüzün derecesinin yanlış ve abartılmış olduğunu tespit ettim. Çünkü o sporcuyu çağırdım. 'Bu dereceyi yapabilir misin' dedim. 'Hayır mümkün değil. Hiç yapamam' dedi. Antrenörüne dedim. 'Yapabilir mi', 'yapamaz.' Gerçekten o gün yanlış tutmuşlar. Tören yapılmış, bando çalındı. TSYD bayrağı göndere çekildi. Benim bu itirazım sonucunda hakemler ve yarışma kurulu toplandılar. Kabul ettiler. Galatasaray takımı birinci oldu. TSYD takımı ikinci oldu. Yüzme iktisat üçüncü oldu. Maalesef Paris'teki fair play ödül törenine ödül jürisine TSYD takımı aday gösterildi. Kazım Kanat gösterilmedi. Çünkü Türkiye Fair Play Başkanı Erdoğan Arıpınar Kazım Kanat'tan nefret eder. Şimdi bana söyleyin Türkiye'de fair play var mı? Vicdan diyoruz. Kamu vicdanı diyoruz. Benden nefret edebilirsiniz. Beni sevmeyebilirsiniz. Erdoğan Arıpınar medya kurumunda meslek hayatı boyunca hep reklam bölümünde çalışmış. Ben gazetecilik. Senin Spor Yazarları Derneği'nde ne işin var? Nasıl fair play olsun? Sen reklamcısın. Yani sporun ruhuna aykırı. Böyle aptalca, vicdansızca olaylarla da karşılaştık.

Bahsettiğim gibi muhabirlerin ya da yazarların çeşitli kurum, kuruluş ve kulüplerden ek fayda sağlaması durumu görülüyor mu, Türk spor medyasında?

Olmaz olur mu ya! Hem de spor yazarı, köşe yazarı mal beyanında bulunuyor. Esas muhabirler, bu kulüp muhabirleri, kulüple bağlantılı olanlar mal beyanında bulunsun. Ben arabayı daha üç-dört sene önce yeni alabildim. Kooperatiften ev sahibi olabildim. Muhabirlere bak. Üç, dört sene sonra arabası da var. Evi de var. Cebinde parası da var. Ne yapıyorsunuz kardeşim, neler yapıyorsunuz? Yani muhabirler çok da temiz değil. Maalesef temiz değil.

13- Dünya’da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz spor medyasında da görülmekte midir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Tabi, tabi. Şimdi bakın Beşiktaş televizyonu var. Bütün yorumcuları Beşiktaş yazarları. Oradan para alıyorlar. Bana söyleyebilir misiniz, inandığı bütün doğruları orada söyleyebiliyorlar mı? Veya söylediğin zaman o çalıştığım kuruma, Beşiktaş camiasına ihanet etmiş olmuyor musun? Sana bunu bu kadar özgürce yaptırırlar mı? Onun için bu Galatasaray televizyonunda da var. Fenerbahçe televizyonunda da var. Ama Fenerbahçe televizyonu iş adamları ağırlıklı. Galatasaray da öyle. Beşiktaş yazarları. Beşiktaş yazarlarını bloke ediyor Sayın Aziz Yıldırım bir noktada. Bana yönetim kurulu yetkisiyle Beşiktaş televizyonunun, Beşiktaş dergisinin genel müdürlüğü teklif edildi. Ben kabul ettim. İnanılmaz paralar... Onun için benim böyle şeylerle işim yok.

Zaman Gazetesi Spor Yazarı Zeki Çol;

1. Türk Spor medyası’nda, kulüp, yönetici, sporcu ve teknik direktörlere, “bazı durumlarda gereğinden fazla yüklenilen ya da aşagıllayan, iftira niteliği taşıyan ifadeler” yer verilmekte midir? Spor yazarı olarak bu durumu etik ilkeler açısından nasıl değerlendirir siniz?

Öncelikle spor medyasının bazen haksız bazen abartılı bazen genelinden fazla yüklenilerek eleştirildiğini düşündüğümü belirtmek istiyorum. Bunun gerisinde yatan düşünce şu. Maalesef batıda birçok ülkede spor yazarları ya da bulvar gazeteci diye tabir ettiğimiz gazetecilik türünün abartılar ya da bazen hakarete bazen iftiraya varan söylemler sıklıkla rastlanan şeylerdir. Bunun en belirgin örneklerini İngiltere’de izlemek mümkün. Türkiye’de medyanın en önemli yaşadığı sorunlardan bir tanesi sorgulama ile yargılama arasındaki farkı doğru algılayamamak. Maalesef sorgulama yapmayı bir tarafa bırakıp direk yargılama yapmaya gidiyor. Bunun gerisinde de başka bir gerekçe var. Sorgulama yapabilmeniz için bir şeyleri iyi bilmeniz gerekiyor. Konuya hakim olmanız lazım. Ya da doğru soru sorabilmek kaynağa ulaşabilmeniz lazım. Bu yetersizlikler

nedeniyle bazı arkadaşlarımız kestirmeden yararlanmaya gidiyor. Ve ortaya hiç birimizin onaylamadığı ya da kamuoyunun sıkça eleştirdiği olumsuz bir tablo çıkıyor. Tabii ki sorgulamanın bu denli geride kalmasının ardında iletişim kopukluğu gibi önemli bir neden yatıyor. Gazeteci ile haber kaynağı arasında ki söz konusu futbol ise Türkiye’de ağırlıklı olarak futbol ele alındığı için söylüyorum. Kulüp gazeteci ilişkisine giriliyorsa geçmişin aksine gazeteci ile kaynak arasında ciddi bir uzaklaşma söz konusu. Bundan 10–15 yıl öncesine gidildiğinde kulüp ile gazetecinin kulüp yöneticisiyle gazeteci çok rahat ilişki kurabilirdi. Tabi medyanın zaman içerisinde duruşunun bozulması bu ilişkinin bozulmasının gerekçelerinden birisidir. Ama bir diğer önemli gerekçe, batıdaki örneklerinde olduğu gibi bir dolu kulübün kendi iletişim birimlerini oluşturarak, o iletişim bilimleri kanallarıyla haberleri kontrollü bir şekilde kulüp menfaatleri doğrultusunda tekrardan vermeye çalışmaları önemli bir rol oynadı. Bütün bunlar etik ilkeler açısından mutlaka insanları düşündürüyor ve üzüyor. Bende uzun süredir bu mesleğin içinde biri olarak epey bir zamandır üzüyor. Medyanın etik duruşunda hissedilir sorunlar var. Zaman içerisinde bunların ortadan kalmasını istiyoruz düşünüyoruz ama, o zaman uzamaya başladıkça da galiba umutlarımızı biraz yitirir gibi oluyoruz.

2.Spor medyasında, çeşitli baskı grupları (kulüp, taraftar, arkadaş, sponsor gibi) ve bunlar arasındaki çıkar ilişkileri haberlere nasıl yansımaktadır. Bu durum spor medyasını nasıl etkilemektedir?

Böyle bir şeyin olmadığını söylemek sahtecilik olur. Olması da galiba çağın gereklerinden bir tanesi. Çünkü futbolun birinci derecede patronu gibi duran kulüpler netice itibarıyla futbol ekonomisinin önemli bir paydaşıdır. Bu pastadan pay alan ve o pastanın daha da büyümesini sağlayan bir sorumluluğun sahibi. Ekonominin büyümeye başladığı toplumlarda bir dolu kurum değerlerini koruyabilmek, çıkarlarını koruyabilmek ya da geleceğe daha güvenli adımlar atabilmek için, iletişim birimlerini oluşturarak bir anlamda kendi propagandalarını yapmak istiyorlar. Bu yönlendirme yalnızca futbolda olan bir şey değil. İş hayatında da bir dolu şirket bu yönlendirmeyi yapıyor. Hükümetler yapıyor. Ya da sanatta da bu yapılıyor. Bu sadece spora özgü bir sorun değil. Ya da ne kadar sorun o da tartışılmalı. Dolayısıyla kulüplerin ya da kulüp yöneticilerinin bu anlamda bir yönlendirmeleri olduğu kesinlikle doğru. Medya içerisinde de bu yönlendirmelere uyanlalar, ayak uyduranlar hatta bu yönlendirmelere teşvik edenler var. Taraftar zaten büyük bir baskı unsuru. Arkadaş dediğimiz ilişkiler etkili.

Gazetecilikte habere ulaşabilmek için belli yöntemler vardır. Onlardan bir tanesi de iyi ilişki kurmaktır. Bir ilişki kurduğumuz zaman kaynağa çok daha yakın olma şansını yakalarsınız. Bunun ötesinde içeride ne oluyor bitiyor onları öğrenme şansınız var. Ancak bunu tercih eden gazetecilerin ne kadar etik olduğu tartışma konusu edilen bir başka sorunlarıdır. Zaman zaman kaynağı korumak. Yani bindiğin dalı kesmemek gibi bir duruş. Burada da bazen ölçülerin kaçtığı oluyor. Yani kendi kaynağını kollar korur ve gözetirken kendisine uzak duranı biraz daha insafsızca eleştirmek hatta haksız eleştirmek doğru bir davranış değil. Evet gayet tabii ki gazeteci haber kaynağı ile olan ilişkilerini üst düzeyde tutmak ve haber akışını sağlayabilmek için zaman zaman çok fazla toplumu rahatsız etmeyecek şekilde belli bir kollama içerisine girebilir. Özellikle kritik konularda sır konuma adına birisinin yandaşı gibi durmak mesleki anlamda hiçte hoş bişey değil.

3. Türk Spor Medyası'nda, kamu yararının söz konusu olmadığı durumlarda sporcu, antrenör ve kulüp yöneticilerinin özel yaşamları ile ilgili haberler yayın konusu yapılmakta mıdır? Etik açıdan değerlendirebilirmisiniz?

Biz başımız sıkıldığında kafamızı kaldırıp hep batıdan örnekler vermeye kalkışırız ve batıyı bazen dost ahlak timsali olarak görüyoruz. Bazen etik değer timsali olarak görüyoruz. Her şeyi batının çok iyi bildiğini varsayarak yaşamımızı onları özümseyerek biçimlendiriyoruz. Batıya kafanızı çevirdiğinizde özel yaşamla ilgili batıda da bir takım davranış bozuklukları ve abartıların olduğunu gözlemek mümkün. Bunun yakın geçmişteki çok çarpıcı örneklerinde biri. Prenses Diana'nın hayatını kaybetmesindeki bir olaydır. Gazeteci daha doğrusu paparazzi pozisyonundaki bir kişi özel yaşamın içerisine o kadar kendini atmış ki sonuçta iki kişi hayatını kaybetmiş. Bu örneği onayladığım anlamında değilim. Bir gerçeğin altını burada çizmek istiyorum. Topluma mal olmuş kişilerin özel yaşamları belli bir noktaya kadar sınırlar ortadan kalkıyor. Çünkü toplum o insanların ne yaptıklarını merak ediyor. Gazeteci de merak edilenleri bulmakla görevlidir. Ancak bura da bir haksızlık var. o özel yaşamda kişilik haklarına saldırı söz konusuysa o yaşamı bir şekilde olağan akışının içerisine itmekten genelini bozmak söz konusuysa insanları kamuoyu karşısında küçük düşürmek söz konusuysa bunu onaylamak olanaksız.

Bir futbolcunun bir teknik adamın kulüp yöneticisinin biz deki yaygın deyimle spor medyası çok fazla araştırmıyor. Çok fazla üzerine gitmiyor. Üst tarafı spor

medyasında yapılan çok popüler bir oyuncunun gece kulübüne gitmesi içki içmesi birileriyle sabaha kadar beraber olması gibi zaman zaman haberler çıkar ki bu kadarı da doğal. Bu doğal ama bu hiçbir zaman saldırı boyutuna ulaşmamalıdır. Yatak odasına varana kadar takip etmek anlamsız.

4. Gazetecilikte, haber kaynağının kamu yararının gerektirdiği durumlar dışında gizli tutulması önemli etik ilkelerden biridir. Spor mediasında haber kaynağının özel durumlar dışında açıklanmaması ile ilgili ilkeye ne kadar uyulmaktadır. Bu konuyla ilgili yorumunuzu alabilir miyiz ?

Spor mediasının o konudaki duruşu hiç de kötü değil. Yani çok ender açıklanır. Çok ender açıklanır ve kamuoyuna sızdırı olmaz. İkili ilişkilerde bazen söylenir. Ama genel haklarıyla bakıldığı zaman bu olay spor mediasında çok düşük. Spor mediasının iyi tarafları da var. Haber kaynağıyla gazeteci arasındaki ilişki çok özel bir ilişkidir. Benzetmek ne ölçüde doğrudur ama benzetmek ne ölçüde doğrudur ama biraz eşinizle sevginizle olan ilişkiye benzer. Nasıl o kaynağınız ile olan ilişkinizi açıklamamanız gerekir. Bunu da açıklayamazsınız. Bu ahlaki bir sorun. Tabii ki zorunluluk olduğu zaman, yani yasal bir boyuta ulaştığı zaman açıklamamız gerekebilir. Ama oraya kadar o sırrı tutmak zorundasınız. Kaynağı bu anlamda korumak zorundasınız. Kaynağı yaptığınız haberlerle değil onun lehine onu kollayarak ya da ona haksız bir konum kazandırarak değil korumak zorundasınız. Kaynağı deşifre etmek bu meslekteki en büyük ahlaksızlardan bir tanesi.

5. Medyanın bazı alanlarında rastlanan uygun olmayan yöntem ve tutumlarla haber ve araştırma yapma uygulamasına, spor mediasında da rastlanmaktadır. Bu durumla ilgili örnekler bulabilir miyiz?

Çok düşük bir olay neden çok düşük bir olay. Zaten spor mediası araştırma yapmak gibi bir tavır içerisinde değil. Spor mediasının araştırma en son yaptığı işlerden bir tanesi maalesef. Spor mediasının çok kritik toplumu sarsabilecek boyuttaki haber sıklıkla yaşanan bir olay da değil.

Azınlıkta olanlar yapıyor. Spor mediası içerisinde olan ya da haber kaynakları tarafından bilinen kişiler. Herkes de ona göre tutumunu belirlemek zorunda.

6. Spor medyasının en çok eleştirildiği yönlerden birisi de şiddeti özendirdiği, körüklediği yönündedir. Spor medyasının yıllardır içinde bulunan biri olarak bu konudaki yorumunuzu alabilir miyiz ?

Spor medyası şiddeti belli öncüde tetikliyor doğru. Ama bu konuyu tartışmaya açmadan önce Türkiye'nin genel yapısına da bakmak gerekir. Türkiye'de şiddet genel yapının içerisinde mi değil mi? bence günlük yaşamın içerisinde. Evde şiddet var. Ailenin içerisinde şiddet var. Kışlada şiddet var. Karakolda şiddet var. Sokakta şiddet var. Şiddetin belki en az olduğu yerlerden bir tanesi tribünler. Ama en fazla şiddetin gözlemlendiğini söylendiği yer de tribünler. Bunu ben bir anlamda haksızlık olarak değerlendiriyorum. Şiddetle bu kadar iç içe yaşayan bir toplumun hem imajında bir ama genel olarak baktığımızda yüzde 3'lere yüzde 5'lere ulaşmayan bir oranda sıkışıp kalan tabii ki katılmadığımız şiddetle karşı durduğumuz o şiddet olgusunun tarafı gibi gösterilmesi de sanıyorum Türkiye'deki yaşam tarzı ele alındığında çok haklı bir davranış değil. Ancak medyanın farklı bir sorumluluğunun olması da gerekiyor. Medya toplumun bir adım önünde gitmesi gerekiyor. Medya toplumun yaşamında bazı değerlerle buluşmasını sağlaması gerekiyor. Medyanın öncelikli görevi haber vermektir. Ancak bunun dışında da medyanın sorumlulukları olması gerekir. Özellikle bizim gibi gelişmekte olan ülkeler. Örneğin sporun değerini korumak gerekir. Sporun değerini ne kadar korursanız spora olan ilgiyi o kadar yoğunlaştırırsınız. Sporla ilgili etik öğeleri ön plana çıkarırsınız. Spor ekonomisini yukarı çıkarırsınız. İzleyici ve okur oranını artırırsınız. Spor medyasının öteden beri yaptığı hatalardan bir tanesi sürekli bardağın boş tarafına bakmaktır. Spor medyası spor medyası bardağın boş tarafına bakarak biraz daha olgun biraz daha yapıcı bir tutum izleseydi hem Türkiye'de spor anlayışı spor kültürü insanların sporla ilgili yaklaşımı farklı olurdu. Hem de performans daha ileriye doğru giderdi. Bu anlamda spor medyasının ciddi bir sorumsuzluğu olduğunu düşünüyorum.

Ama şiddeti çağrıştıran şiddeti ön plana çıkaran yaklaşımları da öteden beri hep kınıyorum. Bunu yapan belli bir kısım burada spor medyasının tümünü yargılamak tümüne sorumluluk yüklemekte ciddi bir haksızlıktır. Spor medyasının içerisinde özellikle de maalesef spor gazeteleri bir parça kantarın topuzunu kaçırmıyorlar. Bazen bir parçanın ötesinde de kaçırmıyorlar. Bazen haber yapmak adına tek toplumu geriyorlar. Bunun sonucu tabii ki futbol ya da spor açısından iyi gitmiyor. İyi olmuyor. Ancak az öncede belirttiğim gibi spor medyası içerisinde önemli bir kesim buna karşı çıkıyor bunu

eleştiriyor. Şiddetten kimseye fayda olmadığının farkına varan bir spor medyası var Türkiye’de. Belki çoğunlukta değil ama var.

7. Etik ilkelerin en başta geleni doğruluk ilkesidir. Spor medyasında doğruluğundan emin olmadan yapılan haberlere ve başkasının haberini kendi haberi gibi yayınlama uygulamasına rastlanılmakta mıdır. Bu konuda neler söylenebilir?

Ben spor medyasının çıkar haberlerini bazen sınıflandırıyorum. Spor medyası bir defa spor sonuçlarını kesinlikle doğru yazıyor. Yani o tartışılmaz ancak bir dolu haber hele masa başından üretilen bir dolu haber maalesef kaynakla hiç görüşülmeden kaynağın fikrine başvurulmadan birileri tarafından okutuluyor biçimlendiriliyor. Bunun oranı da özellikle son on yıldır bir hayli fazla. Geçmişte yalan haber yazmak bir gazeteci için en büyük ayıplardan bir tanesiydi. Bizim kuşak öylesine bir konuda hassastı ki zaten yalan haber yazılmasına başta gazetecinin sorumluları izin vermezdi. Bir oto kontrol vardı. Arkadaşlar birbirlerini uyarırdı. Bırakın yalan haber yazmayı bir haberin içerisinde haberi biçimlendiren öğelerden birileri eksik olduğu zaman bile bıyık altından gülümsemeler olurdu. Dalga geçilirdi. Başlık yanlış çıktığı zaman birbirimize telefon ederdik hangi gazetede hata yapılmışsa o gazetede çalışan arkadaşlarla mühteşşi bir konuşma yapardık. Böylesine bir ortam daydı Türkiye. Bizim yetişmeye başladığımız dönemde. Sonradan bir yalan haber akışı özellikle 80’li yıllardan itibaren yoğunlaşmaya başladı. Türkiye’de gerçek gazetecilerin sayısı azaldı. Gazetelerin spor servislerinin ve gazete patronlarının bakış açısı değişti. Ve yalan bir anda ciddi bir popülarite kazandı. Maalesef bir dolu haber yalan. Zaten profesyonel gözle bakıldığında okur fazla fark edemeyebilir ama bu mesleğin içinde olanlar neyin yalan neyin doğru olduğunu çok rahat fark edebilirler. Hatta imzalara bakıp fark edebilirler. Dahası 2000’li yıllardan sonra bu süreç biraz daha fazla hızlandı. Birileri birileri adına haber yazmaya başladı. Kendi ismini saklayarak yada haber kaynağı ile olan ilişkisini de tartıştırmamak isteyen kişiler o servis içerisinde bazen hiçbir şeyden haberi olmayan masum gençler imzasıyla haber yazmaya çalışıyor. Bu halen devam ediyor. Çok ilginçtir bazen çok kritik bir haberin altında foto muhabiri imzası bile görebilirsiniz. Bu da spor basının şu sıralar yumuşak kıvrımlarından bir tanesi. Etik anlamda hiç şık durmayan davranışlarından bir tanesi.

8. Kulüp veya organizasyonlara üye olmak, yalnızca bazı kulüplerin yazarlığını ve yorumculuğunu yapmak, kişisel inanç, tutum ve değerleri işe yansıtmak, objektiflik ilkesinin uygulanmasını zorlaştırmakta mıdır?

Kulüp üyesi olmak bir tercih ona saygı duyuyorum. Ben hiçbir kulübün üyesi değilim. Ama kulüp üyesi olan kulüp üyesi olmasına karşın işini son derece iyi yapan sırası geldiğinde üyesi olduğu kulübü eleştiren bir dolu arkadaşımız var. Ama kulüp üyesi olmadan kulüp sözcülüğü yapanlar da var. ya da bir kulüple muhabirliğini veya yazarlığını özleştirip o kulübü koruma o kulübü yüceltme adına yada o kulübe farklı misyonlar yükleme adına kendisini bir anlamda feda etmiş insanlarda var. Garip bir davranış ama var. Kulüp muhabiri ve kulüp yazarlığı 2000’li yıllardan itibaren artmakta. Objektif olması söz konusu değil. Bundan birçok kulüp de rahatsız aslında. Bazen amacını o kadar çok aşıyor ki haber ya da yorumlar. Bundan yönetici bile rahatsız oluyor. Bırakın okuyucuyu.

Şöyle doğal bir süreç batıda çok daha önce başlamış olan az önce de söylemeye çalıştığım iletişimi kulüp kanalıyla yapmayı ilke edinen bir yaklaşım içinde. Ancak batıdaki birçok örneğinde olduğu gibi Türkiye’de de yanılmıyorsam Fenerbahçe TV dışındaki uygulamalarda ekonomik sıkıntılar var. Yani onların finansmanları kulüpler ciddi zorlukla karşılıyorlar. Zaten çok az sayıda kulübün Türkiye’de televizyonu var. Ancak başka süper lig olmak üzere neredeyse bütün kulüplerin aylık yayın organların var dergileri var. o dergiler içerisinde yönetimin kulübün, teknik adamın, oyuncunun görüş ve düşüncelerini gayet de güzel yazabiliyorlar. Bu Türkiye’de geçmişte olmayan bugünlerde yoğunlaşan bir sistem. Yararlı olduğunu da düşünüyorum.

9. Medyanın eleştirildiği yönlerden biri de şişirme ve asparagas haberlere yer vermesidir. Spor medyasının asparagas haber konusundaki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz.?

Spor medyasının bu tavrını anlayabilmiş değilim. Gerçekle ne kadar yüzleşirseniz, gerçeğe ne kadar yakın durursanız ya da gerçeği ne kadar severseniz o kadar işinizi doğru yaparsınız. İlkeli yaparsınız performansınızı artırabilirsiniz. Üstelik toplumun en kutsal haklarından biri olan doğru haber alma ilkesine de saygı duymuş olursunuz. Ama bugün belli bir kesim tarafından bu yapılmıyor. Bir dolu haber hiç

inandırıcı değil. Özellikle transfer haberleri. Mesala önceki sene yaşanan bir süreçten bahsetmemde fayda var. Bir medya kurumu bir kulübe önceki sene 60 küsur tane yabancı oyuncu getirtti. Sonuç itibarıyla o kulüp o isimler arasından iki tanesini bir tanesini de o isimlerle ilgisi olmayan oyuncuyu aldı. Diğer haberlerin hepsi yalan çıktı. Zaten kulübün de o oyuncularla görüşmesi söz konusu bile değildi. Bunlarda tamamen masa başından yazılan yakıştıрма haberler. Yani bir de bu tür haberleri yazarken medyanın bir gerçeği göz ardı etmememi gerekir. O gerçekte oyuncu fiyatı ile kulüp bütçesi arasındaki ilişkiyi doğru kurabilmek. Geçmişte bir laf vardır. Benim sevdiğim laflardan biridir. Öyle söyle yalanı uygun geri kalanı derler. Bunlar yalanı söylüyorlar geri kalanı uysa.

10. Kuruluşun yayın politikaları ve üst yöneticilerin etkilerinin haber ve yorumlara yansdığından sıkça söz edilir. Bu durum spor medyasında etik değerlerin uygulanmasına nasıl etki etmektedir?

Bu tamamen duruşla ilgilidir. Eğer değerlerinizi koruyorsanız bunun adı sadece etik değer değildir. Tümüyle mesleki anlamda değerlerinizi koruyorsanız mesleki anlamda hiçbir sorun yok. Korumuyorsanız sorun var. böyle esas tartışılması gereken gazeteci duruşu ya da spor gazetecisi duruşudur. Bizim tartıştığımız konular bu ara o kadar abartılı ve yanlış geliyor ki bir insanın olmazsa olmazlarından bir tanesi dürüstlüktür. Dürüstlüğü erdem olarak algılayan bir toplum yapısına geldik biz. Bir insanla ilgili değerlendirme yaparken bu da yeterliliği falan bir taraf ama dürüst insandır. Dürüst olmak zaten insan olmanın gereği. Şimdi bunlar erdem olarak algılanıyor. Bu da bir anlamda medyanın sorunu olmaktan çıkıyor. Toplumun sorunu. Türk toplumunun nerden nereye geldiğinin önemli göstergelerinden bir tanesi de bu.

11. Spor deyince akla futbol, özellikle de İstanbul takımlarının gelmesi, genelde belirli sporcu, antrenör, kulüp veya kulüp yöneticilerine yönelik haber yapılması, haberlerde taraflara adaletli davranılmaması, etik ilkelere nasıl yansımaktadır?

Konuyu bir defa masaya doğru yatırmak gerekir. Futbol bütün dünyada en fazla ilgi duyulan spor dalıdır. Her 22 kişiden bir tanesi kesinlikle futbol oynuyor. Yani dünya nüfusunda 265 milyon kişi futbol oynuyor. Buna teknik adam ve hakemleri de eklediğiniz zaman sayı 270 milyonu buluyor. Böylesine devasa bir futbol nüfusu var. öte

yanda futbol ekonomisi diğer bütün spor ekonomilerinin üzerinde. Milyarlarca dolar yani milyarlarca doların bir ara ulaştığı rakam, dünya genelinde futboldaki pastanın bedeli 250 milyar dolardı. Şimdi daha da yükselmiştir bu para. Böylesine ekonomisinin güçlü olduğu katılımının güçlü olduğu spora medyanın da toplumunda kayıtsız kalması mümkün değildir. Bu anlamda futbolun öncelik alması son derece normaldir. Bir başka örnek vereyim Türkiye’de toplam sporcu sayısı 350 bin civarında bunun 190 bini futbol oynuyor. Yani 56 daldaki sporcu sayısı futbol kadar değil. Futbolun ekonomik anlamda Türkiye’de ürettiği değerle diğer branşların ürettiği değer arasında misli misli fark var. Doğaldır futbol daha fazla yazılacak, daha fazla tartışılacak, daha fazla konuşulacak. Medyanın ticari bir tarafının olduğu söz konusuysa medyada bu pazarı değerlendirecek. Bunun aksini beklemek önemli bir haksızlık. Ancak futbolla ilgili değerlendirmeleri yaparken, futbola bu kadar yer verirken diğer dalları da böylesine hakir görmek çok anlamlı değil. Çok doğru değil. Türkiye’nin enteresan bir dönemi vardır. Mesela benim gazeteciliğe başladığım yıllar hatta ondan birkaç yıl öncesinden itibaren sıklıkla gördüğüm haberlerden biri gazete manşetlerinde günlerce Kırkpınar güreşleri gazetelerin manşetlerinde olurdu. Yâda Cumhurbaşkanlığı bisiklet turları gazetelerin manşetlerinde olurdu. Ya da o zamanlar bir Hakkı Sırrı boks maçı günlerce basın tarafından konuşulmuştu. O dönemler amatör spora bu kadar yoğun ilgi varken, şimdi böylesine ilgisiz durmak ilk bakışta bir paradoks gösteriyor. Ama şunu da görmek gerekir. O dönemde Türkiye’de konuşulacak bir şey yoktu. Bir başarı yoktu. Ya da futbolda ekonomi ön plana çıkmamıştı. Kitleler futbolla yatıp futbolla kalkmıyordu. Türkiye spor yapmayan bir ülkedir sporu konuşan bir ülkedir. Yani Türkiye’de aktif lisanslı katılım oranı spora binde 4’ü zor bulur. Bu batıyla karşılaştırıldığında zaman ıskelliktir. Bir tarafta yüzde 10’lar yüzde 15’lerle yüzde 20’lerle ifade edilen oran Türkiye’de binde 4’lerle ifade ediliyor. İnanılmaz bir kopukluk. Mesela Türk sporunun acil çözmesi gereken sorunlardan bir tanesi budur. Ancak şu gerçeği de görmemezlikten gelmemek gerekir. Amatör sporların organizasyonları ya da diğer branşların organizasyonları arasında inanılmaz farklar vardır. Federasyon yapılarından tutun takım organizasyonlarına kadar inanılmaz farklılıklar var. Yani bu farklılık süper lig ile Premier lig arasındaki farka benziyor. Ya da süper lig ile NBA arasındaki farka benziyor. Diğer dallarda kendilerini kalkındırmak adına çok fazla faaliyet göstermiş değiller. Ya da o dalların gelişmesi adına devlet sorumluluklarını yerine getirmiş değil. Türkiye’de zaten en önemli tartışma konularından bir tanesini devlet spor ilişkisi olması gerekir. Dünyada üç tane ülkede devlet sporu yönetiyor. Bunlardan biri Küba biri Kuzey Kore biri de Türkiye. Böylesine

müdahalenin olduğu bir ortamda, böylesine devlet tarafından sporun kuşatıldığı bir ortamda bu dalların aşama yapamamasının gerisinde yatan gerçekleri iyi araştırmak gerekir. Devletin sporun yanında olması lazım. Son birkaç yıldır başlatılan özelleştirme çapaları bir hamle gibi gözüküyor ama ben bunu da çok samimi bulmuyorum. Nitekim yapılaşmalara baktığımız zaman oralarda politikanın izlerini ağır bir şekilde görmekteyiz. Tüm bunların ışığında gelmek istediğim şu, futbol bir dolu artılarından dolayı öncelik alacak ama medya diğer dallara karşıda sessiz kalmayacak. Türkiye için bir Avrupa Şampiyonu çıkarmak her hafta rastlanan bir başarı değil. Bir dünya şampiyonu çıkarmak öyle sıklıkla yaşanan sevinçler mutluluklar değil. En azından onların hakkın yememek gerekir. 90'lı yıllarda bir sporunun şampiyon olduğu zaman gazetelerin manşetlerinde yer alırdı. Çünkü bizim bazı şeylere de özendirmemiz gerekiyor. İyi örnekleri ön plana çıkarıp toplumu o iyi örneklerin peşinden koşturmak, o iyi örneklerle ulaşabilecek bir düzeye getirmek gibi bir ödevimizin de olması gerekiyor. Biz habire o kötü örneklerin peşinden gidersek o iyi örnekleri dışlarsak, bu da yaptığımız işte eksik bıraktığımız noktalardan biri olarak karşımıza çıkar.

12- Etik ile ilgili yurt dışında yapılan çalışmalarda spor medyası çalışanlarının sporla ilgili kurum, kuruluş ve kişilerden çeşitli ek faydalar sağlaması etik ihlaller arasında gösteriliyor. Türk Spor Medyası'nda durum nasıl, konuyla ilgili değerlendirmeniz ne olacak?

Türk spor medyasında şuan itibariyle en az 2 bin kişi çalışıyor. Profesyonel, yarı profesyonel ya da amatör olarak. Oran yüzde 1 bile değil. Yani Türk spor medyasının böyle bir sorunu yok.

13- Dünya'da moonlighting diye adlandırılan spor medyası çalışanlarının spor kulüplerinin bazı işlerini yaparak ek fayda sağlaması durumu, Ülkemiz spor medyasında da görülmekte midir? Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Oda çok az, yani örnek olacak bir olan yok Türkiye'de.

EK – 4. BASIN AHLAK (MESLEK) İLKELERİ

1- Yayınlarda hiç kimse, ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.

2- Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünün sınırlayıcı, genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.

3- Bir kamu müessesesi olan gazetecilik mesleği ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.

4- Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.

5- Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.

6- Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanamaz.

7- Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayımlanamaz.

8- Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.

9- Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse “suçlu” ilan edilemez.

10- Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.

11- Gazeteci kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasal, ekonomik vb. nedenlerle, yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.

12- Gazeteci, mesleğin saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumla haber araştırmaktan sakınır.

13- Şiddet ve zorbalığı özendirici yayın yapmaktan kaçınılır.

14- İlan, reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

15- Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.

16- Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar.

10.ÖZGEÇMİŞ

1973 yılında Ankara’da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimimi yine Ankara’da tamamladı. 1994 yılında Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü’nden mezun oldu. İletişim Fakültesi’nde okurken “*Ankara Ulus Gazetesi*”nde ve ardından TRT *Radyo Haber Spor Servisi*’nde istisna sözleşmeli muhabir olarak çalıştı. Spor Servisi’nde 3 yıl çalıştıktan sonra “*Capital Radio*” da yaklaşık 1 yıl haber spikeri olarak görev yaptı.

1996-1998 yıllarında Kırıkkale’nin Delice İlçesi Akboğaz İlköğretim Okulu’nda öğretmenlik yaptı. 1998 yılının sonunda Gazi Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği’nde uzman olarak göreve başladı. 1999’un Mayıs ayında Basın ve Halkla İlişkiler Müşaviri olarak atandı. 2008 Ekim ayına kadar bu görevi yürüttü. 2004 yılında Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı’nda, *Türkiye’deki Spor Muhabirlerinin Mesleki Sorunları* konulu yüksek lisans tezini tamamladı. Halen Tıp Fakültesi Medya Merkezi’nde görev yapan İLHAN, evli ve bir çocuk babasıdır...