



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 9 Sayı: 47 Volume: 9 Issue: 47

Aralık 2016 December 2016

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

FUTBOL HAKEM VE GÖZLEMCİLERİNİN FUTBOL PROGRAM VE SUNUCULARINA İLİŞKİN BAZI GÖRÜŞLERİ SOME VIEWS OF FOOTBALL REFEREES AND OBSERVERS ON FOOTBALL PROGRAMS AND TV ANNOUNCERS

Süleyman ŞAHİN •

Sevim GÜLLÜ **

M. Fatih KARAHÜSEYİNOĞLU ***

Öz

Futbol Hakemi ve gözlemcilerinin futbol program ve sunucuları hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yönelik olarak geliştirilen görüş anketi 2016 yılının ilk yarısında uygulanmıştır. Türkiye’de faal futbol hakemi ve gözlemcilerinin homojen bir yapı gösterdiği varsayımından hareketle, araştırma Doğu Anadolu Bölgesi ve Marmara Bölgesi Faal Futbol Hakem ve Gözlemcileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmaya 164 kişi katılmıştır. *“Türkiye’de futbol hakem ve gözlemcilerinin televizyonda yayımlanan futbol programlarının ve sunucularının gerçekleri yansıtmadığı ve reyting kaygısı ile program yaptıkları”* temel hipotezinden yola çıkılarak amaca uygun geliştirilen görüş anketinde, hipotezleri sınamaya yönelik on bir görüşe yer verilmiştir. Çalışmaya gönüllü olarak dahil olan katılımcılar ile yüz yüze görüşülerek anketler doldurulmuştur. Görüşmelere araştırmacının bizzat katılımı, çalışmanın amacına uygun içeriği yönlendiren gözlemler yapılmasına ve bunların daha sonra literatür desteği ile kullanılmasına olanak sağlamıştır. Elde edilen veriler bilgisayar ortamına alındıktan sonra istatistikî programlar sayesinde demografik özelliklerin oluşturduğu yüzde ve frekans dağılımları betimsel istatistik yöntemi ile belirlenmiştir. Bağımsız değişkenler açısından anlamlılık ilişkisi için Ki-kare analizi sonuçları dikkate alınmıştır. Çalışma, araştırmanın amaçları dikkate alınarak elde edilen veriler ışığında genel çıkarımlar ile sonuçlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Futbol, Hakem, Gözlemci, Futbol Programı ve Sunucuları.

Abstract

The opinion survey which was developed with the aim of determining football referees and their observers’ opinions of football programs and TV announcers, was first delivered in the first half of 2016. Based on the hypothesis that active football referees and observers show a homogenous distribution in Turkey, the study was limited to the active football referees and observers in the Eastern Anatolian and Marmara regions. 164 agents participated in the study. The data of the study was gathered through a demographic information survey and questions which were finalized following pre-survey hypothesis tests. In light of *The Football Referees and Observers, Football Programs and TV Announcers do not Reflect the Realities and are of Rating Anxieties*, the survey scale is meant to test the mentioned hypothesis. In the study, eighteen opinions inherent to football in Turkey are presented. The participants who were voluntarily included in the study filled in the survey during the face to face interviews with the researcher. The researcher participated in the interviews personally, which ensured conducting goal-oriented observations and later use of the data with literature support. Following computerizing the collected data, frequency and percent ranges composed of demographic features were analyzed through descriptive statistics. Chi square analysis results were considered in terms of the significant relationships among the independent variables. In light of its goals, the study was concluded with general implications.

Keywords: Football, Referees, Observers, Football Programs and TV Announcers.

1. GİRİŞ

Futbol, modernleşme süreciyle birlikte, belli bir alt kültüre ait oyun olmaktan çıkarak kitlelerin peşinden sürüklendiği popüler bir eğlence aracı olmanın yanında, insanların dinsel ya da yarı dinsel biçimde bağlılık gösterdikleri temel bir doyum kaynağı halini almıştır. Dünyada milyonlarca çocuk, genç ve yetişkinin oynadığı ve izlediği bir spor dalıdır. Diğer spor dallarına oranla, izleyenlere heyecanlı dakikalar yaşatması rekabeti, hırsı, kimlik edinmeyi, milliyetçiliği, ekonomiyi, dikey hareketliliği, işbölümünü, fanatizmi, holiganları, şiddeti, estetiği, sevinci, üzüntüyü ve şans barındırması bu ilginin nedenleri arasında sayılabilir. (Özsoy, 2014) Bu durum futbolun üzerinde çok düşünülmesi gerektiğini göstermektedir (Şanlı, 2014). Futbol, milyonlarca katılımcısı ve taraftarı olan günümüzün en popüler spor dalı olarak öne çıkmaktadır (Çakır, 2015). Asya, Avrupa, Afrika ve Güney Amerika’da en temel spordur. Popülerliği ve finansal ilgiden dolayı en çok araştırılan takım sporudur (Atan, 2009).

• Bursa Gençlik Hizmetleri ve İl Spor Müdürü, ssahin16@gmail.com

** İstanbul Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı, sevim.gullu@istanbul.edu.tr

*** Fırat Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Günümüzde futbol sadece bir spor dalı ya da oyun değil psikososyal etkileri olan bir olgu haline gelmiştir. Futbol, diğer spor dallarından daha popüler olması, geniş kitleleri içine alması ve kamuoyu üzerindeki etkileri nedeniyle son yıllarda birçok disiplinin ilgisini çekmektedir (Paksoy, 2014). Diğer taraftan günümüz dünyasında medya oldukça etkin roller oynamaktadır. Bu rollerden en önemlileri toplumun genel algılamasını etkilemesi ve önemli sosyal konular üzerinde toplumsal bir forum oluşturmasıdır (İlhan ve Çimen, 2011).

Toplumsal yaşam içinde sporun rolünün artması, beraberinde medyanın da sporla daha çok ilgilenmesine neden olmuştur. (Coşkun, 2014:1) Futbol ve medyanın yıldızının parlaması ise 1990'lı yılların başlarına dayanmaktadır. Futbolun artık normal bir spor branşı olmaktan ziyade televizyon dünyası için vazgeçilmez olmaya başlaması bu yıllarda kendini hissettirmiştir (Demir, 2015). Televizyon, Latince kökenden gelen bir sözcük olup, "uzağı görmek" anlamına gelir. (Erol, 1991) Futbolun halka ulaşmasında ve endüstrileşmesinde en önemli katkıyı televizyon yapmıştır. En fazla ilgi gören ve adeta bir endüstri kolu haline gelen futbolun baskın yapısı, gazete ve diğer basılı yayınlarda olduğu gibi televizyonda da diğer spor dallarına hayat hakkı tanımamaktadır. (Özsoy, 2014:282) Spor basını, konu ve içerik olarak tüm boyut ve yönleri ile sporu işleyen, spor etkinlikleri, organizasyonları, uygulayıcıları ile ilgili haber, olay ve olgulardan ilgili kitesini haberdar eden ve bununla ilgili çalışanlarınca hazırlanmış haber, bilgi, yorum, fotoğraf, grafik ve info-grafik gibi görsel malzemeler yayımlayan basın türüdür (Kaya, 2000).

Futbol, tüm dünyada ve Türkiye'de dijital televizyonculuk gibi ciddi bir oluşumun merkezinde yer almakta ve televizyon kuruluşları ile paralı izleyiciler arasındaki "esas" bağı oluşturarak medya kuruluşları için yaşamsal bir fonksiyonu yerine getirmektedir. (Arık, 2008:207) Aslında düşündüğünüzde kurallar Fransa'da oynayan futbolcular için de aynı, Türkiye'de oynayan futbolcular için de aynıdır. Bu iki ülke takımları karşılıklı maç yaptıklarında ise aynı kurallar üzerinden oynamakta ve başta statta seyirciler olmak üzere ekranları başından milyonlarca hatta milyarlarca insan aynı anda bu müsabakayı izleme olanağı bulmaktadırlar.(Çavuşoğlu vd, 2016:292) İşte bu noktada televizyon, futbolu kendi rasyonalitesi bağlamında yeniden yapılandırmakta ve oyunun daha iyi bir televizyon ürünü haline dönüşebilmesi adına oyunun tüm aktörlerini kendi gerçekliğine uyumlandırmaktadır. (Arık, 2008:221)

Unutmamak gerekir ki; spor ve medya kitleleri etkilemede iki etkili araçtır. Spor kitleleri peşinden sürüklerken medyaya bağımlı, medya ise bu kitlesel ilgi alanının popüleritesine muhtaçtır. Kitleleri etkileme ve ortak bir amaç uğruna harekete geçirme gücüne sahip olan spor basını, haber dili ve bu dili oluşturan yapılar açısından medyada farklı bir özelliğe sahiptir. Sporun rekabete, kazanmaya, dinamizme yönelik yapısı, spor basınının dilinde de kendini gösterir. Spor gazetecisi yazdığı haber ve attığı başlıklarla insan yaşantısına dair canlılığı, hareketliliği, heyecanı ve rekabeti sayfalarında yansıtmaya çalışır. Bunu yaparken de dilin tüm olanaklarından faydalanır. (İlhan, 2011: 477) Medya, spor kültürünü yaratıp yayarken, ses, tartışma, yorum ve fotoğraf gibi sayısız araç kullanır. Bu sunumda spor basınının ne üzerine konuştuğu kadar, nasıl konuştuğu da önem kazanır. Nasıl işlendiği konusunda; futbol oyununun dinamizminden, jargonundan, mitolojisinden, ritüellerinden, estetik söz söyleme sanatından yararlanır. (İlhan, 2011: 478,479)

Televizyondan izlediğimiz spor haberi, aslında o müsabakanın bir bölümüdür. Bir maçı tribünden bastan sona izleyen bir kişi ile evinde televizyondan izleyen kişinin algıları arasında fark vardır. Maçı televizyondan izleyen bir kişi, kendisine sunulan kadar yani, kameraman ve yönetmenin gösterdiği kadarıyla bilgi sahibi olur. Aynı müsabakayı radyodan dinleyen kişi, spikerin anlatımı ile sınırlı kalır. Karşılaşma hakkında ertesi gün gazeteden haberleri okuyarak bilgi edinen kişinin algıları, maçı izleyen muhabir veya yorumcunun gördükleriyle, yazıya aktardıklarıyla ve okuduğu cümlelerle sınırlıdır. Oynanan bir müsabaka, medyanın elinde bir ürüne dönüşür ve hedef kitle bu ürünü tüketir. Burada asıl hammadde olan müsabaka ile ortaya çıkan ürün arasındaki fark ne kadar azalır, hedef kitlenin tatmin düzeyinin o kadar yükselmesi beklenir. Örneğin bir maçta oynayan oyuncular, o maçın medyaya yansıyan haliyle gerçeği arasındaki farkı iyi bir şekilde görebilecektir. Ancak okuyucu veya izleyici çoğunlukla asıl hammadde olan maçı her yönüyle görme olanağına sahip olmadığı için, görmekten hoşnut olacağı ifade ve görüntüleri izlediğinde veya okuduğunda tatmin düzeyi yükselir. Bu ayrımı fark eden spor medyası da çoğu ülkede olduğu gibi ülkemizde de taraftar odaklı bir yayın politikası izlemektedir. (Özsoy, 2007:29,30)

Diğer taraftan; günümüz televizyon ortamında futbolcu sadece, futbolcu değildir; aynı zamanda her hareketi ve her mimisi defalarca izlenebilecek, hatta irdelenebilecek bir televizyon aktörüdür. Futbol sahası, tiyatro bile değil, neredeyse her saniyesi tasarlanmış bir televizyon stüdyosuna dönüştürülmüştür. Maçlar 90 dakika sonunda bitmemekte, televizyon ilgiyi toplayabilmek için karşılaşmayı kitleleri en çok cezbedebilecek bir formatta yeniden, yeniden üretmektedir. Televizyon, sahada oynanan oyunu, televizyon prodüksiyonuna dönüştürürken, oyunun "aslı"nda olmayan pek çok öğeyi, bu prodüksiyona ekleyerek, eldeki ürünün cazibesini artırma çabası içindedir. Heyecanlı spikerler, usta yorumcular, istatistiksel veriler, zamanın ve görüntünün ustalıklı manipülasyonu, dramatik, eğlenceli ve aksiyonel parçaların da bütüne eklenmesiyle birlikte maçlar sahadaki görüntüsünün çok ötesinde, bir televizyon prodüksiyonu haline

getirilir. Bu bağlamda televizyon futbolunun medyanın manüpile ettiği değil, neredeyse imal ettiği bir televizyon gerçekliği olduğunu ileri sürmek pek yanlış olmayacaktır. (Arık, 2008: 218,219)

Maç esnasında statta oyunun durduğu pek çok ölü zaman yaşanırken, televizyon bu anları başka görüntülerle, tekrarlarla, istatistiksel bilgilerle doldurur ve tempoyu düşürmez. Bilgisayar destekli teknolojiden yararlanılarak maçtaki pozisyonlara ilişkin statta görülemeyecek pek çok ayrıntı ekrana getirilir. Örneğin futbolcunun ofsaytta olup olmadığı, topun gol çizgisini geçip geçmediği, yapılan hareketin penaltı olup olmadığı, atılan şutun hızının kaç kilometre olduğu gibi pek çok konu teknik sayesinde ekrana taşınır. Maç esnasında ve sonunda oyuna ilişkin ayrıntılı istatistikler yayınlanır. Duygusal etkiyi artırmak için oyuncuların, teknik direktörlerin, maçı izleyen kulüp yöneticilerinin tepkileri yakın çekimlerle ekrana getirilir. Spikerler ve yorumcular heyecan duygusunu artırmak için sözlü katkıda bulunur. (Şeker ve Gölcü, 2008:125)

Diğer taraftan; futbol, sadece sahadaki “canlı oyunla” değil, “canlı yayınlara” ve yayın sonrası iletişimlerle de üretilir: Bu bağlamda, futbol haberleri ve tartışma programları ve gelişmesi, içerikleri, kullandıkları dil, işledikleri bilinç ve bilişler inceleme için ele alınabilir. Diğer taraftan; futbol, futbolcular, antrenörler, eşleri, sevgilileri, yaptıkları ve yapmadıkları, futbol ve futbolcuların magazinleşen yaşamları özellikle iletişim medyasında çok işlenir. Bu işleme tarzlarıyla yapılan biliş yönetimi, bunun (materyal ilişkiler dahil) toplumsal anlam ve sonuçları incelenmesi gereken önemli konular arasındadır. (Erdoğan, 2008:8)

Başarılı spor yazarları kendilerini takip edenleri çok iyi bilirler ve editörleri ve yöneticileri de onlardan okuyucular ne istiyorsa ve ne bekliyorsa onları yazmalarını ister. Yani, spor medyası tirajı yüksek tutma çabası ile doğruluk ilkesinden taviz vererek hedef kitlenin beklentileri doğrultusunda yayın yapmaktadır. Ancak, kamuoyunu etkileme ve yönlendirme gibi önemli bir özelliğe sahip medya için bu sözle özdeşleşmiş şekilde, sadece ticari kaygılar çerçevesinde yayıncılık yapılmasının doğruluğu da oldukça karmaşık ve tartışmalı bir konu olarak görülmektedir. (Çimen ve İlhan, 2010:5)

2000’li yıllarla birlikte ise Türkiye’de spor kamuoyunu, sporseverleri ekran başına toplayan futbol içerikli spor programlarının sayısında artış gözlemlenmektedir. Televizyon ekranlarını büyük ölçüde kaplayan futbol içerikli spor programları, özellikle Cumartesi, Pazar ve Pazartesi akşamlarında yayın sürelerinin neredeyse tamamını –tıpkı spor gazete ve sayfalarının büyük çoğunluğunun futbola ayrılması gibi- o haftanın futbol müsabakaları ile ülke ve dünya futbolundaki diğer gelişmelere ayırmaktadır. Ancak söz konusu programlarda, izlenme oranını arttırmaya yönelik yersiz, sporun ruhuyla bağdaşmayan tartışmaların yanı sıra ciddi nitelikte ve kamu yararı (public benefit) açısından çözülmesi elzem olan pek çok olumsuz unsura yer verildiği görülmektedir. Söz konusu programlarda takımların son durumundan transferlere, tartışmalı pozisyonlardan hakem hatalarına kadar pek çok konu, daha fazla izlenme oranı ve reklam geliri elde etmelerini sağlayacağı inanılan hararetli tartışmalar eşliğinde aktarılmaktadır. “Futbol Analiz, Maraton, Stadyum, Spor Zamanı, 3. Devre, Telegol, Beyaz Futbol, Futbol Zamanı, Futbol Ateşi, Futbol Pazarı, Geri Dörtlü” bu programlara örnek gösterilebilir. Spor programlarında bazı eylem ve söylemlerin, birer reyting malzemesi olarak kullandığı ve bunun da sporun birleştirici ruhuna olduğu görülmektedir. Zira, bu olumsuz atmosferden etkilenen Türk futbolu, 4 Nisan 2015 tarihinde, Trabzon'un Sürmene ilçesinde Rizespor müsabakası sonrası İstanbul'a dönüş için Trabzon Havaalanı'na giden Fenerbahçe kafilesini taşıyan otobüse düzenlenen vehim silahlı saldırı olayı ile en akıl almaz şiddet olaylarından birine şahit olmuştur. Bu nedenle kitleler üzerinde yadsınamayacak etkiye sahip olan görsel ve işitsel medya hizmet sağlayıcıların “Spor Programları Rehber İlkeleri” ni de dikkate alarak “hür fakat sorumlu bir yayın anlayışı” içerisinde hareket etmesinin, oluşabilecek olumsuzlukların asgari düzeye indirilmesine doğrudan katkı sağlayacağı söylenebilir. (Coşkun, 2014:2,11)

Kitlelerin futbola gösterdiği bu yoğun ilgi neticesinde şov dünyasının bir nevi parçasına dönüşen ve markalaşan spor programlarının ekonomik değeri de günden güne artmaktadır. Bütün bunları yaparken görsel ve işitsel medya hizmet sağlayıcılarının güttüğü yegâne amaç ise, daha fazla reklam geliri elde etmektir. Yayıncı kuruluşlarla yapılan anlaşmalar neticesinde futbolun da görsel ve işitsel medya hizmet sağlayıcılarla birlikte ekonomik açıdan daha güçlü hale geldiği görülmektedir. Zira, elde edilen reklam gelirinin büyük bir bölümü, bir havuzda toplanarak maçları yayınlanan kulüplere aktarılmaktadır. (Coşkun, 2014:10,11)

Diğer taraftan; futbol oyununun temel unsurlarından bir tanesi de şüphesiz hakemlerdir (Kürkçü ve Uluşar, 2014:221) Sözcük karşılığı, bir anlaşmazlığı hakemlik yoluyla çözmek için ilgili taraflarca seçilmiş veya bir merci tarafından atanmış kişidir. Sportif anlamda ise kendi federasyonlarının koyduğu sınırlıklar içerisinde uluslararası kuralları uygulayan ve kurallara uymayanları cezalandırmakla görevlendirilmiş kimsedir (Hacıcaferoğlu, 2013). Gözlemcilik için ise, en az 3 yıl vizeli futbol hakemliği yapmış olmak gerekmektedir. (Gözlemciler ve Temsilciler Kurulu İç Talimatı, 2009:3)

Kendine özgü profesyonel bir kültürün ve kuralların geçerli olduğu futbolda görev yapan hakemler, sahada maçı yöneten profesyonel aktörlerdir. Söz konusu profesyonellik, futbolun kurallarını bilmeyi ve bunları profesyonelce sahada uygulayabilmeyi gerektirmektedir. Hakemler, maça yoğun konsantre olabilmek, karşılaştığı sorunların aşılmasında söz konusu kurallar bağlamında objektif yaratıcı stratejiler geliştirebilmek, doğru, kesin ve çabuk karar verebilmek gibi önem arz eden konularda yetkin olmak durumundadır (Önür vd, 2015:392)

2.GEREÇ VE YÖNTEM:

Futbol hakemi ve gözlemcilerinin futbol program ve sunucuları hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yönelik olarak geliştirilen görüş anketi 2016 yılının ilk yarısında uygulanmıştır. Türkiye’de faal futbol hakemi ve gözlemcilerinin homojen bir yapı gösterdiği varsayımından hareketle, araştırma Doğu Anadolu Bölgesi ve Marmara Bölgesi Faal Futbol Hakem ve Gözlemcileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmaya 164 kişi katılmıştır.

Araştırmada kullanılan veri anketi demografik bilgiler ve çalışmanın hipotezlerini sınamak amacıyla taşıyan ön anket çalışması yapılarak son hali verilen sorulardan oluşmaktadır. *“Türkiye’de futbol hakem ve gözlemcilerinin televizyonda yayınlanan futbol programlarının ve sunucularının gerçekleri yansıtmadığı ve reyting kaygısı ile program yaptıkları”* temel hipotezinden yola çıkılarak amaca uygun geliştirilen görüş anketinde hipotezleri sınamaya yönelik on bir görüşe yer verilmiştir.

Çalışmaya gönüllü olarak dahil olan katılımcılar ile yüz yüze görüşülerek anketler doldurulmuştur. Görüşmelere araştırmacının bizzat katılımı çalışmanın amacına uygun içeriği yönlendiren gözlemler yapılmasına ve bunların daha sonra literatür desteği ile kullanılmasına olanak sağlamıştır.

Elde edilen veriler bilgisayar ortamına alındıktan sonra istatistik programlar sayesinde demografik özelliklerin oluşturduğu yüzde ve frekans dağılımları betimsel istatistik yöntemi ile belirlenmiştir. Bağımsız değişkenler açısından anlamlılık ilişkisi için Ki-kare analizi sonuçları dikkate alınmıştır. Çalışma araştırmanın amaçları dikkate alınarak elde edilen veriler ışığında genel çıkarımlar ile sonuçlandırılmıştır.

4. BULGULAR

Bağımsız Değişkenler Tablosu

Hakem ve gözlemcilerin TV program ve sunucuları hakkındaki bazı görüşlerine katılım düzeylerine yer verilmiştir. Bu görüşler Türkiye’de futbol hakemi ve gözlemcilerinin Televizyonda futbol programı ve yapımcılarına ilişkin görüşlerine yer verilmiştir.

Tablo.1 Hakem ve Gözlemcilerin TV Program ve Sunucularına İlişkin Görüşleri Frekans Tablosu

Türkiye Televizyonlarındaki Futbol Programı, Sunucu ve Yorumcuları Hakkındaki Görüşleriniz	Evet		Hayır		Kısmen		Toplam n
	n	%	n	%	n	%	
Futbol programlarını, zamanım ölçüsünde takip ederim,	142	86.6	14	8.5	8	4.9	164
Futbol programı sunucu ve yorumcuları, çoğu zaman gerçekleri değil istediğini görmektedir	137	83.5	22	13.4	5	3.0	164
Futbol programı sunucu ve yorumcuları, reyting kaygısı taşımaktadırlar	145	88.4	9	5.5	10	6.1	164
Futbol programı sunucu ve yorumcuları, magazinsel program yapmaktadır	139	84.9	16	9.8	9	5.5	164
Futbol programı sunucu ve yorumcuları, futbol kamuoyunu olumsuz etkilemektedir	138	84.1	14	8.5	12	7.3	164
Futbol programı sunucu ve yorumcuları, Türk hakemlerine saygı duymamaktadır	128	78.0	23	14.0	13	7.9	164
Türk futbol hakemleri, Futbol programı sunucu ve yorumcularından genellikle etkilenmektedir	100	61.0	49	29.9	15	9.1	164
Futbol programlarına aktif olmayan eski tecrübeli hakemlerin katılması doğru bir davranıştır	100	61.0	42	25.6	22	13.4	164
Aktif olan Üst Klasman hakemlerinin TV program ve yorumculuk yapmalarına izin verilmeli	98	59.8	50	30.5	16	9.8	164
Merkez Hakem Komitesi tarafından reyting kaygısı taşımayan düzenli TV programları yapılmalıdır	140	85.4	17	10.4	7	4.3	164
Merkez Hakem Komitesi tarafından TV programlarına bilirkişi gönderilerek katkı sağlanmalıdır	141	86.0	15	9.1	8	4.9	164

“Futbol programlarını zamanım ölçüsünde takip ederim” önermesine % 86.6’lar düzeyinde katılım sağlanmaktadır. Futbol programı sunucu ve yorumcularının, çoğu zaman gerçekleri değil (% 83.5), reyting kaygısı (% 88.4) ile, magazinsel içerik taşımakla (% 84.9) birlikte kamuoyunu da olumsuz etkilediği (% 84.1)

görüşü ağırlıklı olarak paylaşılmıştır. Spor programlarının sunucu ve yorumcuları Türk Hakem ve Gözlemcilerine saygı göstermediği çoğunlukla (% 78.0) belirtilmiştir. Türk hakemlerinin bu programlardan etkilendiğini belirtenler (% 61.1) olduğu gibi kabullenmeyen de % 29.9'luk bir kesim bulunmaktadır.

Futbol programlarına aktif olmayan eski tecrübeli hakemlerin katılmasının doğru bir davranış olduğu % 61.0'ı tarafından kabullenilmektedir. Yine aynı şekilde aktif olan Üst Klasman hakemlerinin TV program ve yorumculuk yapmalarına izin verilmeli (% 59.8) görüşü katılımcıların yarıdan fazla kişi tarafından kabul edilmiştir. Merkez hakem komitesi tarafından reyting kaygısı taşımayan düzenli programların yapılması (% 85.4) ve yapılan programlara merkez hakem komitesi tarafından bilir kişi atanması ve yapılan programlara katkı sağlanması katılımcıların %86'sı tarafından kabul edilmiştir.

5. TARTIŞMA

Türkiye'de futbol programlarını değişik başlıklar altında ele almak mümkündür. Bunlardan birincisi spor haberleri şeklindeki futbol ve diğer branşlara ait haberleri yorumdan uzak şekilde veren programlar. Sadece futbola ayrılmış ve moderatörler tarafından yönlendirilen ve çeşitli yorumları içeren programlar. Bu programlar tüm televizyon kanallarında belirli sıklıklarda yayınlanmaktadır. Elbette televizyonların izlenme oranları bu program türlerine imkanlar ölçüsünde izin vermektedir. Yayınlanan programların izlenme oranlarından reyting ölçümlerinde uzak olması düşünülemez. Türkiye'de hemen her programın reyting oranlarına göre şekillendiği yayın türlerinden birisi de spor programı formatında hazırlandığı belirtilen ancak futbol yorum programına dönüşen yayınlardır.

Araştırmanın katılımcılarına göre televizyonlarda yayınlanan futbol programlarının izlenme oranının yüksek olduğu görülmüştür. Buna karşın bu programların katılımcıları tatmin etmediği kanısına varılmıştır. Katılımcıların değerlendirmeleri doğrultusunda, izleyicileri bilgilendirme amacı dışına çıkarak, reyting kaygısıyla magazinsel programların yapıldığı ve gerçekleri yansıtmadığı algısı oluştuğu gözlenmiştir. Araştırmanın katılımcıları futbol programı sunucu ve yorumcularının çoğu zaman gerçekleri değil, istediklerini görürler şeklindeki maddeyi % 83.5 oranla değerlendirirken, bu programların sunucu ve yorumcularının reyting kaygısı taşıdığı maddeyi % 88. 4 gibi büyük bir oranla değerlendirerek olumsuz görüşlerini belirtmişlerdir.

Türk Futbol hakemlerinin program sunucu ve yorumcularından etkilenmediği önermesine % 61 oranında katılım sağlanmış olduğu görülüp, aktif olmayan eski tecrübeli hakemlerin futbol programlarına katılmalarının doğru bir davranış olduğu önermesi aynı oranda değerlendirilmiştir. Katılımcıların futbol hakem ve gözlemcileri olduğu göz önüne alınırsa bu programlarda hakemlerin doğrudan veya dolaylı olarak rol almalarının hoş karşılanmadığı kanısına varılmaktadır.

6. SONUÇ

Futbolun dünyada olduğu gibi ülkemizde de geniş kitlelere yayıldığı ve eğlence sektörü olmasının yanında endüstriyel ve ticari bir olgu olduğu aşikârdır. Türkiye genç bir nüfusa sahip olup, en fazla rağbet gören sporun futbol olduğu kamuoyunca bilindik bir durumdur. Futbolun güzellikleriyle, her türlü keyif verici yönleriyle gündeme getirilerek, izleyicilerin yönlendirilmesinde medyaya büyük görev düşmektedir.

Bu araştırmanın sonuçları, literatürde yer alan bazı çalışmalar ile benzerlik göstermektedir. Şahin'in çalışmasına göre (2003:267), spor yorumcuları ve köşe yazarlarının sergiledikleri tavrı olumsuz ve kışkırtıcı bulanların oranı oldukça yüksektir. Başka bir araştırma kapsamında, 27 farklı yazar tarafından yazılan 1000 adet makale incelenmiş, bu doğrultuda makalelerdeki kelimelerin sıklıkları, futbol terim ve deyimleri ile noktalama yanlışları ve metin özellikleri itibarıyla ele alınmıştır. Araştırma sonucunda inceleme kapsamına alınan 330.000 kelimenin 33 tanesinde (% 0,008) küfür-argo içermektedir (Benzer, 2010:101)

Diğer taraftan spor programlarında özellikle küfür ve hakaretin reyting malzemesi olarak kullanılmasından dolayı izleyici şikâyetlerinin arttığı tartışmaların 2012 yılında giderek daha da yoğunlaştığı görülmüştür. Ticari kaygılarla hareket eden ve daha fazla reyting uğruna kıyasıya bir rekabet içerisinde olan spor analiz programlarının böyle bir tutum içerisine girmeleri üzerine, RTÜK tarafından, konunun tüm taraflarına çağrıda bulunulmuş ve 19 Aralık 2012 tarihinde, İstanbul'da "Spor Programları Değerlendirme Toplantısı" düzenlenmiştir. Söz konusu toplantıda, spor programlarında zaman zaman yaşanan olumsuzlukların önlenmesine yönelik, medya hizmet sağlayıcıların kendi etik ilkelerini hazırlamalarına, bu amaçla toplantıya katılan kurumların temsilcilerinin ve program sorumlularının da yer aldığı bir çalışma grubunun oluşturulmasına, böylece spor programlarında uyulacak rehber ilkelerin belirlenmesine karar verilmiştir. Alınan karar kapsamında, Televizyon Yayıncıları Derneği (TVYD), RTÜK, Türkiye Futbol Federasyonu (TFF), Merkez Hakem Kurulu (MHK), Gençlik ve Spor Bakanlığı Spor Genel Müdürlüğü (GSBSGM) ve Türkiye Spor Yazarları Derneği'nden (TSYD) birer temsilci ile spor yorumcularından oluşan bir komisyon kurulmuştur. Spor programlarının sunumu konusunda rahatsızlık oluşturabilecek konuların izole edilmesiyle ilgili söz konusu komisyon tarafından birtakım etik kurallar belirlenmiştir. 12 Nisan 2013 tarihinde RTÜK tarafından yapılan yazılı açıklamayla spor programlarından beklenen nitelikte yayınların

devam edebilmesi için TVYD' nin Yönetim Kurulu Kararıyla "Spor Programları Rehber İlkeleri" belirlediği kamuoyuyla paylaşılmıştır (<http://www.rtuk.org.tr>). (Coşkun, 2014:4)

Medyanın ve yapımcılarının görevleri genel itibarıyla halka haber ve bilgi vermek, eğitime ve eğlenceye katkıda bulunmak olarak sıralanabilir. Ancak hızla gelişen teknolojiye bağlı olarak kitle iletişim araçlarının nitelik ve niceliğinde ortaya çıkan artışlar, bunlar arasındaki rekabeti de arttırmıştır. Öyle bir noktaya gelinmiştir ki tiraj kaygısı bilgi verme ve eğitime katkıda bulunma görevini unutturmaya başlamıştır. Önemsenen, televizyon programlarının ne oranda izleyici topladığı veya gazetenin tirajı olmuştur. Spordaki şiddet öğeleri de, örneğin holiganların saldırganlıkları, maalesef sansasyon haberciliği için iyi malzeme oluşturmaktadır. Spor haberleri başarı ve başarısızlık, kazanmak ve kaybetmek çerçevesinde sunulmaktadır. Spor yıldızları başarı durumunda sınırsızca göklere çıkarılmakta, başarısızlık durumunda ise gaddarca eleştirilmektedir. Atletin kendisini nasıl toparlayacağı ya da eleştirileri nasıl hazmedeceği pek önemsenmemektedir. (<http://haber.ogu.edu.tr/2013/03/27/kitle-iletisim-araclari-ve-spor/>)

Son yıllarda görsel ve işitsel medya hizmet sağlayıcılar da yayınlanmakta olan spor analiz programları, sansasyonel, heyecan ve merak uyandıran söylem ve içeriklere yönelmişlerdir. Konuşmacıların yaptıkları hezeyan dolu tartışmaların, kurulan eğlenceli diyaloglar ile kimi zaman kullanımından imtina edilmeyen argo sözcüklerin izlenme oranlarını yükselttiği bilinmektedir. Yorumcuların kullandıkları ifadeler, özellikle de hakemlere yönelik eleştirileri yeri geldiğinde o denli mecralara çekilmektedir ki, kimi zaman RTÜK yetkililerinin canlı yayına bağlandıkları dahi görülmektedir. (Coşkun, 2014:7)

Futbol içerikli spor programlarında ayrıca kimi zaman asılsız iddiaların, sanki gerçekmiş gibi lanse edilmesi suretiyle "masumiyet karinesi" de ihlal edilebilmektedir. Kimi zaman canlı bağlantılarda ya da yorumlar yapılırken ahlak ve terbiye dışı, argo ifadeler yer verildiği; kimi zaman da suni tartışmalar yapılarak izleyenlerin kışkırtıldığı, gerçekle olan bağlantılarının koparılmaya çalışıldığı; hatta müsabaka bitiminde hakemlerin evlerinin kapılarında canlı yayınlar yapıldığı görülmektedir. Hem bireysel hem de kolektif mücadeleye dayanan futbolun içerisinde mücadeleye ilişkin unsurların vurgulanması doğal gibi görünse de, spor analiz programlarında söz konusu unsurlara medyanın çatışmayı dramatize etme eğilimi nedeniyle, oynanan futbolun teknik ve niteliğine ilişkin değerlendirmelerden daha çok yer verilmesinin doğru olmadığı aşikârdır. Bu nedenle takımlar arası gerilimi yükseltecek, husumeti arttıracak açıklamalardan kaçınılması; özellikle hakemleri hedef alan yayınlardan uzak durulması gerekmektedir. Aksi takdirde müsabakalarda ortaya çıkan hakemlere yönelik tepkinin daha da artması muhtemeldir. (Coşkun, 2014:8,9)

Medyanın, takipçi gruba yönelik özellikle gençleri ve çocukları da dikkate alarak yayın yapması gerekmektedir. Sporu özendirmeli, tüm spor branşlarını tanıtıcı yayınlar sunulmalıdır. Ekranda televizyon kanallarının, spor ile ilgili programlarını doğruları ve olması gerekenleri farklı yönleriyle ele alan üsluba, birikime ve vizyona sahip sunucular ve yorumcuları vasıtasıyla yapması sayesinde, hem sporun temel amaçlarından birisi olan birleştirici olması özelliğine hizmet etmiş olacak, hem de programları izleyen kişilerin özellikle çocukların ve gençlerin olumsuz yönde etkilenmelerinin önüne geçilmiş olacaktır.

İletişimde fair play anlayışının da sürekli vurgulandığı saygı ve hoşgörü çerçevesinde iletişim kurmak, öfkeli konuşmamak ve kontrollü olmak da önem kazanmaktadır. (Donuk, 2016:237)

Sonuç olarak televizyonlarda yapılan futbol programlarının gerçeği yansıtmadığı, reyting uğruna gerçeklerden uzak magazinsel bir şov haline dönüştüğünü belirtmek mümkündür. Ekran başına izleyici çekmek, popüler olmak, sosyal medyada konuşulmak gibi amaçlarla futbol programlarında sıra dışı ve tepkisel söylemlere yer verildiği bilindik bir durum haline gelmiştir. Ticari rant sağlamak amacıyla yapılan programların fair-play çerçevesi dışında, futbol etiğinden uzak bir hal alması futbolun özünü zarar verecek derecelere gelmiştir. Yaşananlar neticesinde en fazla şikâyet alan programların başında futbol programlarının gelmesi kaçınılmaz olmuştur. Sık şikâyet alan programlar deşifre edilerek şikâyet konuları çerçevesinde ilgili kurumlara uyarıda bulunulmalı, futbol izleyicisini bilgilendirmeye yönelik kamu spotları hazırlanıp, bunların futbol programlarından önce yayınlanması sağlanmalıdır. Yorumcular futbol kurallarını izleyicilere öğretici ve dürüst bir şekilde aktararak gündemdeki konuları değerlendirmelidir. Şüphesiz medya ticari bir yapıdadır. Ancak etik değerlerin göz ardı edilmediği, öğretici, gerçeği yansıtan ve tarafsızca yapılan programların varlığını sürdüreceği su götürmez bir gerçektir.

KAYNAKÇA

- ARIK, M. Bilal (2008). "Futbol Ve Televizyon Bağ: Simbiyoz Beslenme", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 197-222.
- ATAN S.A (2009) 'The Effects Of A Four-WeekBalance Training Programme on Dynamic Balanceand Soccer Skill Performances', *Master of Sports Science Faculty of Sports Scienceand Recreation*, Pustaka.
- BENZER, A (2010). Türk Futbol Dili, *Journal of Language and Linguistic Studies*. 6 (2):88-103.
- COŞKUN, Sena (2014). *Türkiye'deki Futbol İçerikli Spor Programlarının Rehber İlkeler Kapsamında Ortak Denetim Açısından Değerlendirilmesi*, *acarindex.com*.

- ÇAKIR, Veli Ozan (2015). "20. Yüzyıl Diplomatik İlişkilerinde Sportif Faaliyetin Rolü", *The Journal of Academic Social Sciences*, 3 (4): 262-267
- ÇAVUŞOĞLU, Bora, Karaman Özlem ve Dal Suzan (2016). "İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin, Ünlü Kullanılan ve Kullanılmayan Spor Ürünü Dergi Reklamlarına Yönelik Yorumlarının İkna Bilgi Modeline Göre Değerlendirilmesi", *Sosyal Bilimler Dergisi*. 3(8):287-300.
- ÇİMEN, Zafer ve İlhan, Erol (2010), "Spor Muhabirlerinin Türk Spor Medyasında Doğruluk Değeri Üzerine Düşünceler", *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9 (2).
- DEMİR, B. (2013). "Uluslar Arası Spor Organizasyonlarında Görsel Medya ve İletişim Analizi 2008 Avrupa Futbol Şampiyonası Örneği", Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul
- DONUĞ, Bilge (2016) *İletişim ve Fair Play*, İçinde:Sporda Etkili İletişim. Editörler: Yetim, A. ve Cengiz R.
- ERDOĞAN, İrfan (2008). Futbol Ve Futbolu İnceleme Üzerine. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, Sayı 26:1-58.
- EROL, M. (1991). *Televizyonu Anlamak*, Ankara:Gündoğan Yayınları.
- Gözlemciler ve Temsilciler Kurulu Gözlemciliğe Giriş Unvan ve Klasmanlara Ayrılma Vize Yenileme, Kural, Prensipler ve Yöntemleri İç Talimatı. 2009. <https://www.tff.org/Resources/TFF/Documents/2009DK/GTK/dokuman/GOZLEMCI-IC-TALIMATI-21.05.2009-S.pdf> . İndirilme Tarihi: 24.10.2016.
- HACICAFEROĞLU, Serkan (2013). "Futbol Klasman Hakemlerinin Maruz Kaldıkları Yıldırtma (mobbing) Davranışlarının İncelenmesi", Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Doktora Tezi. Elazığ.
- İLHAN, Erol ve Çimen, Zafer (2011) "Spor Alanlarında Şiddet Ve Spor Medyasının Etkileri: Spor Yazarlarının Algıları", *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(3).
- İLHAN, Erol (2011). "Spor Basınında Manşet ve Başlıklara Yansıyan Dil", *Medya - Kültür İlişkisinde Etik, Medya ve Etik Sempozyumu, Bildiriler, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi*, Elazığ.
- KAYA, A.Yalçın (2000). "Spor Basınının Kamusal Boyut ve İşlevleri", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. s.231,233, 247,249.
- KÜRKÇÜ, Cengiz ve Uluşar, Ümut Deniz (2014). *Futbol Hakemlerinin Maçlar Sırasında Fiziksel Aktivite ve Kalp Ritmi Analizi*, Tıp Teknolojileri Ulusal Kongresi. 221-224.
- ÖNÜR, Nimet; Kalamın, Sefer ve Çoban Oktay (2015). "Profesyonel Hakemlik Bilgi Birikimi Geliştirme Sürecinde Futbol Hakemlerinin Geleneksel Ve Sosyal Medya Kullanım Pratikleri", *E-Journal of Intermedia*, 2(2):392-410.
- ÖZSOY, S. (2007). *Kamuoyunun Spor Medyasından Beklentilerinin Nitel ve Nicel Yönden Değerlendirilmesi*, Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- ÖZSOY, S. (2014). Futbolun Sözel Hali: Televizyon Programları, *Global Media Journal: Turkish Edition*, 5(9), 280-301.
- PAKSOY, E. (2014). *Futbol Fanatizmi, Taraftar Kimliği: Çarşı Taraftarlarının Taraftarlıkla İlgili Davranışlarının İncelenmesi*, Gaziantep Üniversitesi Sağlık Bilimleri Entitüsü Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep,2014.
- ŞAHİN, M. (2003). *Sporda Şiddet ve Saldırganlık*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- ŞANLI, S. (2014). *Futbol Müsabakalarında Olaylarda Yer Alan Seyircilerin Saldırganlık Düzeylerinin Belirlenmesi*", Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, Ankara.
- ŞEKER, Mustafa ve Gölcü Abdulkadir (2008). Futbolun Televizyonda Yeniden Üretimi, *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*. Sayı 26, 115-134.
- <http://haber.ogu.edu.tr/2013/03/27/kitle-iletisim-araclari-ve-spor/>
- <http://www.rtuk.org.tr>