

Geliş Tarihi (Received): 09.07.2019  
Kabul Tarihi (Accepted): 01.12.2019  
SPORMETRE, 2019,17(4),181-189  
DOI: 10.33689/spormetre.589150

## SPORTİF BAŞARI HİKAYELERİ SPOR MEDYASI HAKKINDA BİLDİKLERİMİZİ DEĞİŞTİREBİLİR Mİ? KADIN HENTBOLU ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

Zafer ÇİMEN<sup>1</sup>, Onur MEŞECİ<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Gazi Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yönetimi Bölümü, Ankara, Türkiye

<sup>2</sup>Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Spor Yönetim Bilimleri Programı, Ankara, Türkiye

**Öz:** Yaygın ve yerel medya araçları hangi sporlara daha çok yer verir sorusunun yanıtı genellikle futboldur. Bu algı günümüze kadar yapılan bilimsel çalışmalarla da desteklenmiştir. Ancak sportif başarı söz konusu olduğunda medyanın dönemselsel olarak farklı sporlara geniş yer ayırdığı da bilinmektedir. Farklı spor branşlarındaki uzun dönemli sportif başarıların spor medyasının futbola ve erkek sporlarına olan ilgisini nasıl etkilediğini belirlemek bu çalışmanın yapılmasına dayanak oluşturmuştur. Bu noktadan hareketle, eldeki çalışmanın amacı 3 yılı aşkın bir süredir hem ulusal ligde hem de Avrupa kupalarında başarı hikayelerine sahip Kastamonu Belediyesi Bayan Hentbol Takımının spor medyasında yer alma konusundaki genel durumu nasıl etkilediğini belirlemektir. Nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilen çalışmada Kastamonu’da yayınlanan altı günlük yerel gazeteden üç tanesi ölçüt örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Belirlenen bu üç günlük yerel gazetenin spor sayfaları 13 Nisan-14 Mayıs 2018 tarihleri arasında bir ay süreyle incelenmiştir. Bu incelemede gazetelerin spor sayfaları spor branşı ve cinsiyet dağılımlarına göre cm<sup>2</sup> olarak ölçülmüş ve alan dağılımının hesaplanması betimsel yolla yüzde olarak verilmiştir. Araştırma kapsamında yer alan gazeteler üzerinde yapılan hesaplamalardan elde edilen bulgulara göre: yaygın kaniyla uyumlu olarak futbol branşı %51.08 ile birinci sırada yer alsa da hentbol branşının %26.89’yla ikinci sırada yerel medyada yer aldığı belirlenmiştir. Bu iki branşı basketbol (%6.78), bisiklet (%1.19) ve voleybol (%1.05) izlemiştir. Cinsiyete göre yapılan hesaplamalara göre erkek sporları %60.46, kadın sporları %32.15 ve cinsiyet içermeyen spor haberleri ise %6.17 oranında yer almıştır. Sonuç olarak, bu çalışma birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de popüler bir spor olmasından dolayı spor medyasının genel anlamda futbola ve erkek sporlarına daha fazla yer veriyor olsa da uzun süreli sportif başarı söz konusu olduğunda toplum ilgisi nedeniyle farklı branşlara ve kadın sporlarına yönelik haberlere de yer verebileceğini göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** spor, medyada yer alma, cinsiyet

## CAN SPORTIVE SUCCESS STORIES CHANGE WHAT WE KNOW ABOUT SPORTS MEDIA? AN EXAMPLE OF WOMEN'S HANDBALL

**Abstract:** Football is generally the first answer to the question about “which sport does cover more in national and hometown media”. This perception has been also supported by scientific studies. However, it is known that during periods of sporting success, different sports can cover more in media. To determine how the long-term sportive successes in different sports do affect the interest of sports media to football and men's sports, was the basis of this study. For this purpose, this study was designed to find out the influence of Kastamonu Municipality Women's Handball Teams' success story over the 3 years in both national league and European cups, on hometown newspapers' sports media coverage. In this qualitative research three out of the six daily local newspapers published in Kastamonu were determined by criterion sampling method. Documents from the sports pages of these three daily local newspapers were examined between April 13 and May 14, 2018. In this study, sports pages of the newspapers were measured in cm<sup>2</sup> according to the sports and gender distributions. Media coverage distributions were conveyed to the percentage for describing the findings. According to the findings of the media coverage distributions of sports; even if football, harmoniously with popular perception had a first place (51.08%), handball had a second place (26.89%) in hometown sports media. Basketball (6.78%), cycling (1.19%) and volleyball (1.05%) were followed. Media coverage distributions of gender as follows; men's sports 60.46%, women's sports 32.15% and gender-free sports news 6.17%. As a result, this study indicates that, due to the football is the most popular sport in most of the countries and Turkey, even if sports media generally covers football and men's sports, because of the interest of society in the case of long-term sporting success, however, different sports and women's sports can cover more space in sport media.

**Key Words:** sport, media coverage, gender

<sup>1</sup> Bu çalışma 11-14 Nisan 2019 tarihleri arasında Bodrum’da düzenlenen 2. Uluslararası Rekreasyon ve Spor Yönetimi Kongresinde sözel bildiri olarak sunulmuştur.

## GİRİŞ

Kitle iletişim araçları (medya) günümüzde bilgi verme, etkileme, eğlendirme, değiştirme ve dönüştürme gibi özellikleriyle bireyleri ve toplumu önemli ölçüde etkilemektedir. Çünkü medya araçları ister yaygın isterse yerel olsun; bireylerin ve toplumların siyasal, kültürel ve spora yönelik algılarını şekillendirmede ve etkilemede kilit rol oynar (Bie ve Billings 2015; Çuhadar ve Ünal, 2017; Köseadağ, 2016). Bu rolleri yerine getirirken medya araçlarının önemi gündemin belirleyicileri ve çevremizde meydana gelen gelişmeleri ilk aktaran olmalarından kaynaklanmaktadır.

İletişim çağı olarak da nitelenen günümüzde, oynadığı rollerin önemi daha da artan medya araçlarının ülkemiz insanının hayatına girmesi önceleri azınlıkların çıkardıkları gazetelerle başlamıştır. Bu gazeteleri 1829 yılında Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa tarafından Türkçe ve Arapça çıkartılan Vakayi-i Mısriyye ve II. Mahmut'un fermanıyla 1831 yılında yayın hayatına başlayan ilk Türkçe gazete Takvim-i Vekâyi izlemiştir (Çavuş, 2017; Karaduman, 2017). Yayınlandıkları yer bakımından bu iki gazete, Türkiye'de yaygın ve yerel gazete kavramlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Çavuş, 2017). Günümüzde bu iki kavram Basın Kanunu'nun 2. Maddesinin d ve f bentlerinde şöyle ifade edilmektedir (Resmi Gazete, 26 Haziran 2004):

d)Yaygın süreli yayın: Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle basılan ve her coğrafi bölgede en az bir ilde olmak üzere, ülkenin en az yüzde yetmişinde yayımlanan süreli yayın ile haber ajanslarının yayınlarını,

f) Yerel süreli yayın: Tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınlar.

Bu en temel sınıflama içinde yer alan her iki medya aracı da haber verme, eğitme, bilgilendirme, eğlendirme, kamuoyu oluşturma gibi işlevleri bakımından benzer görevleri yerine getirseler de bazı özellikleri bakımından birbirlerinden ayrılırlar. Bu özelliklerden ilki yaygın medyanın geniş bir coğrafi alanı, yerel medyanın ise dar coğrafi sınırlılığı içermesi ve bunun bir sonucu olarak da il ve ilçeler gibi dar bir hedef kitlesi olmasıdır (Karaduman, 2017). İkincisi yerel medyanın, yaygın medyada yer bulamayan bölgesel içerik ve gündemi temsil etmesidir. Bu ayırt edici iki özelliği ile yerel medya, yaygın medyada yer bulamayan yerel haber ve konuların yöre halkına ulaştırılmasını sağlar (Arslan ve Arslan, 2016) ve herkesin kendi sokağında meydana gelen, ülkenin ya da dünyanın diğer yerlerinde meydana gelen benzer şeylerden daha önemlidir gerçeğiyle hareket eder. Çünkü insanlar sokaklarında yaşadıkları bir sorun varsa öncelikle onun çözülmesini bekler (Çavuş, 2017; Karaduman, 2017). Bunun sonucunda doğal olarak yerel medya, ülke ve dünya gündeminden de uzaklaşmadan öncelikle yerel gündemdeki konulara öncelik verir, yerel sorunları ön planda tutar ve yayımlandığı yöredeki kamuoyuna yönelik faaliyetler gerçekleştirir. Bu nedenle oldukça önemli role sahip olan yerel medya, insanları yaşadıkları şehir ile ilgili doğru şekilde bilgilendirmek durumundadır.

Bu bilgilendirme yerel medyanın hedef kitlesinin bulunduğu yörede meydana gelen siyasi, sosyal ve ekonomik olaylar ile kültürel etkinliklerin yanı sıra spora yönelik etkinlikleri de içermektedir (Çuhadar ve Ünal, 2017; Yeşil, 2015). Bu bağlamda medyanın sporla, sporun medyayla ilişkisi 19. yüzyılın sonlarında modern sporun ortaya çıkışından bu yana çeşitli şekillerde süregelmektedir. (Horne, 2005). Yüzyılı aşkın bir süredir devam eden bu ilişkide yerel medya araçları da yörede gerçekleşen spor etkinlikleri veya yörenin spor kulübü, yetiştirdiği sporcusu ve antrenörü ile ilgili önemli spor olaylarını yöre halkına ulaştırmada bir araç olarak görev yapmaktadır. Böylece yerel medya araçları yörede sporla ilgili olumlu kamuoyu yaratma, politika geliştirme, spor branşlarına ilginin gelişmesi ve spor yatırımlarının artmasına katkı verme (Bie ve Billings 2015; Öztürk ve ark., 1999) gibi faydaların yanında spor

alanında gösterilen başarıların da gündemde kalmasını ve dikkatlerin bu başarılar üzerinde kalmasını sağlar.

Ayrıca yerel medya bölgesel spor olaylarına odaklanarak, halkın ilgisinin yörenin takımı ve sporcularına yönelmesinin yanı sıra yöre kulüplerin etkinliklerinin seyredilmesi, toplumda ortak bir ruhun hissedilmesi ve şehre ait olmanın gururunu şehrin takımları etrafında yaratılmasına da yardımcı olur. Aynı zamanda şehrin dışındaki spor etkinliklerinin (farklı şehir veya ülke) gazetelerde yer almasıyla okuyucular, geniş taraftar grupları ve spor takipçilerinin birbiriyle ilişkilerinin sağlam kalmasını da katkı sağlar (Lorenz, 2003).

Ancak söz konusu spor olduğunda, tüm dünyada olduğu gibi medya araçları sanki önemli sorumluluk ve görevlerini bir kenara iterek ülkenin popüler spor/sporları veya başarılı takım, sporcu ve antrenörleri (Gammelsæter, 2017) ve erkek sporları (Bie ve Billings, 2015; Billings ve Young 2015; Cunningham ve Sagas, 2002, Fink, 2015; Laucella ve ark. 2017) ile ilgili haberlere yer verdikleri yönünde bir algı ile karşı karşıyadır. Bu noktada ülkemiz medyasında yer alma konusunda dikkatinin sürekli üzerinde olduğu spor branşı genel algıda ve yapılan araştırmalarda ister yaygın (Argan ve ark., 2018; Bayraktar ve Tozoğlu, 2015; Cengiz ve Güngörmüş, 2003, Özsoy ve ark., 2013), isterse yerel medya olsun futboldur (Öztürk ve ark., 1999; Tel ve Ağkurt, 2016). Bu durumun değişiklik gösterdiği zamanlar dönemsel (belirli tarihler arasında gerçekleşen spor organizasyonları) ya da günlük başarılı sonuçlar ve olağan dışı olaylar dışında genelde fazla değişiklik göstermez ve popüler spor/sporlar medya araçlarında daha fazla yer alırlar. Oluşan genel “futbol medyası” algısı, diğer branşların dönemsel ya da günlük başarılarıyla haber değeri taşıyarak medya araçlarında yer bulsa da pek değişmemektedir. Konuya yapılan araştırmalar çerçevesinde bakıldığında da “futbol medyası” gerçeğini yansıttığı söylenebilir.

Çünkü yapılan araştırmalar genel durumu ortaya koyacak şekilde tasarlanarak gerçekleştirildiği için sonuçlarda önemli değişiklikler olmamıştır. Ayrıca yapılan bu araştırmalarda uzun süreli sportif başarıların spor medyasında yer almayı nasıl etkilediğine yönelik araştırmalara da pek rastlanmamaktadır. Özellikle toplumun da ilgisini çeken uzun süreli sportif başarıların spor medyasında yer almayı nasıl etkilediği ve aslında medyanın bu konuda değişim gösterip göstermediğini görmek bakımından araştırmanın önemli olduğu söylenebilir. Bu noktadan hareketle eldeki çalışmanın amacı uzun süreli sportif başarı hikayelerinin spor medyasında “yer alma” konusunda medya araçları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu yerel gazeteler özelinde ortaya koymaktır.

## YÖNTEM

Farklı spor branşlarındaki uzun dönemli sportif başarıların spor medyasında yer almayı nasıl etkilediğinin ortaya konulmaya çalışıldığı bu nitel çalışmada doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada üç yılı aşkın bir süredir hem ulusal ligde hem de Avrupa kupalarında açıkça gözlenebilen bir başarı hikayesine sahip olmasının yanı sıra başta yerel halk olmak üzere ülke çapında da beğeni kazanan Kastamonu Belediyesi Kadın Hentbol Takımı uygun örnek olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın sınırlılığı çerçevesinde medya araçlarından yerel gazeteler araştırma kapsamına alınmış ve Kastamonu ilinde yayımlanan yerel gazeteler ön incelenmeden geçirilmiştir. Bu incelemenin ardından Kastamonu ilinde yayımlanan bazı gazetelerin spora oldukça az veya bazı günler hiç yer vermediği görülmüştür. Bu nedenle araştırmada ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmış ve incelemeye alınacak gazetelerin belirlenmesi “spora günde en az bir sayfa yer verme”, “en çok abone sayısına sahip olma” ve “en çok tiraja sahip olma” ölçütleriyle

gerçekleştirilmiştir. Kastamonu ilinde yayımlanan ve belirlenen ölçütleri taşıyan altı günlük yerel gazeteden üç tanesi araştırma kapsamına alınmıştır. Bu gazetelere Y.G. 1, Y.G. 2 ve Y.G. 3 isimleri verilmiştir.

Araştırma kapsamına alınan üç yerel günlük gazetenin spor sayfaları 13 Nisan-14 Mayıs 2018 tarihleri arasında bir ay süreyle incelenmiştir. Bu incelemede gazetelerin spor sayfalarında yer alan sporla ilgili haberler, görseller, görsellerle ilgili yazılar, makaleler, haber başlıkları ve reklamların kapsadığı alanlar ölçülmüştür. Bu ölçümlerde habere konu olan “spor branşı” ve “cinsiyet” dağılımları dikkate alınmıştır. Gazetelerin ve spor sayfalarının alan dağılımının ölçümü cm<sup>2</sup> olarak yapılmış ve betimsel yolla yüzde (%) olarak hesaplanmıştır. Yapılan hesaplamalar reklam alanları ve cinsiyet içermeyen spor haberlerini de içermektedir.

## BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde Kastamonu ilinde yayımlanan ve araştırmada incelenen üç yerel gazetenin spor sayfalarının ölçülmesi sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Yerel gazetelerin toplam alanları ile sporla ilgili ve sporla ilgili olmayan haberlerin alan dağılımları tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1.** Yerel Gazete Haberlerinin Spor Dışı ve Spor İçeren Haberlere Göre Dağılımı

Gazete	Spor Dışı Haber		Spor Haberi		Toplam
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	
Y.G. 1	332939	89.23	40181	10.76	373120
Y.G. 2	340674	88.10	46014	11.89	386688
Y.G. 3	324190	87.68	45538	12.31	369728
<b>Toplam</b>	<b>997803</b>	<b>88.33</b>	<b>131733</b>	<b>11.66</b>	<b>1129536</b>

Tablo 1 incelendiğinde yerel gazetelerin toplam alanlarının 369728 cm<sup>2</sup> ile 386688 cm<sup>2</sup> arasında değiştiği, bu alanların büyük bir kısmının sporla ilgili olmayan haberleri içerdiği ve sporla ilgili haberlerin en az %10.76, en çok %12.31 oranlarında yer aldığı anlaşılmaktadır. Yerel gazetelerin spor sayfalarında yer alan haberlerin ulusal ve yerel haber olma bakımından dağılımı tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Yerel Gazete Spor Haberlerin Yerel ve Ulusal Olarak Dağılımı

Gazete	Yerel		Ulusal		Reklam	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%
Y.G. 1	37340	92.92	2015	5.01	826	2.05
Y.G. 2	42152	91.60	3862	8.39	-	-
Y.G. 3	42100	92.45	2701	5.93	737	1.61
<b>Toplam</b>	<b>121592</b>	<b>92.30</b>	<b>8578</b>	<b>6.51</b>	<b>1563</b>	<b>1.22</b>

Tablo 2 incelendiğinde yerel gazetelerin spor sayfalarında yerel nitelikteki spor haberlerinin oldukça yüksek oranda (%92.30) yer aldığı, ulusal nitelikteki spor haberlerinde sınırlı şekilde (%6.51) yer aldığı anlaşılmaktadır. Yerel gazetelerin kadın ve erkek sporlarına ne oranda yer verdiğine ilişkin bulgular Tablo 3’de yer almaktadır.

**Tablo 3.** Yerel Gazete Spor Haberlerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Gazete	Kadın		Erkek		Cinsiyet İçermeyen		Reklam	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%
Y.G. 1	13240	32.95	23203	57.74	2912	7.24	826	2.05
Y.G. 2	14022	30.47	29536	64.18	2456	5.33	-	-
Y.G. 3	15028	33.01	27081	59.46	2692	5.91	737	1.61
<b>Toplam</b>	<b>42290</b>	<b>32.15</b>	<b>79820</b>	<b>60.46</b>	<b>8060</b>	<b>6.17</b>	<b>1563</b>	<b>1.22</b>

Tablo 3’de araştırma kapsamında yer alan gazeteler üzerinde yapılan hesaplamalara göre erkek sporlarının %60.46, kadın sporlarının %32.15 ve cinsiyet içerip içermediği anlaşılamayan spor haberlerinin ise %6.17 oranında yer aldığı görülmektedir. Spor branşlarının cinsiyete göre yerel gazetelerin spor sayfalarında ne oranda yer aldığına ilişkin bulgular Tablo 4’de yer almaktadır.

**Tablo 4.** Yerel Gazete Spor Haberlerinin Spor Branşı ve Cinsiyete Göre Dağılımı

Gazete		Y.G. 1		Y.G. 2		Y.G. 3		Cinsiyete Göre Toplam		Toplam
Branş	Cinsiyet	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	%
Futbol	Kadın	240	0.59	173	0.37	308	0.67	721	0.54	51.08
	Erkek	19064	47.44	24393	53.04	23287	51.13	66744	50.54	
Hentbol	Kadın	9748	24.28	12405	26.96	12457	27.36	34610	26.21	26.89
	Erkek	282	0.71	380	0.83	229	0.51	891	0.68	
Basketbol	Kadın	2182	5.43	853	1.85	1155	2.53	4190	3.27	6.78
	Erkek	1277	3.19	1575	3.44	1763	3.89	4615	3.51	
Bisiklet	Kadın	0	0	0	0	0	0	0	0	1.19
	Erkek	591	1.47	490	1.06	482	1.05	1563	1.19	
Voleybol	Kadın	415	1.04	421	0.91	377	0.82	1213	0.93	1.05
	Erkek	48	0.11	127	0.10	67	0.14	242	0.12	
Yüzme	Kadın	215	0.53	105	0.22	413	0.90	733	0.55	0.81
	Erkek	150	0.38	80	0.18	96	0.28	326	0.26	
Diğer	Kadın	440	1.09	65	0.14	318	0.70	823	0.65	4.81
	Erkek	1791	4.48	2491	5.44	1157	2.57	5439	4.16	
Toplam	Kadın	13240	32.95	14022	30.47	15028	33.01	42290	32.15	92.61
	Erkek	23203	57.74	29536	64.18	27081	59.46	79820	60.46	

\* Bu tabloda toplam 1563 cm<sup>2</sup> ile % 1.22 oranındaki reklam alanı ve 8060 cm<sup>2</sup> ile %6.17 oranındaki cinsiyet içermeyen spor haberleri yer almamaktadır.

Tablo 4’e bakıldığında spor haberlerinde futbol branşının %51.08 ile birinci ve hentbol branşının %26.89 ile ikinci sırada yer aldığı, bu iki branşı sırasıyla; basketbol (%6.78), bisiklet (%1.19), voleybol (%1.05) ve yüzmenin (%0.81) izlediği görülmektedir. Yine aynı tabloda kadın sporlarının %32.15 oranında yerel gazetelerde yer aldığı, bu oran içinde kadın hentbolunun %26.21’le diğer branşlara göre oldukça önemli sayılabilecek bir orana ulaştığı izlenmektedir.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Spor medyasında “yer alma” konusunda Kastamonu Belediyesi Spor Kadın Hentbol Takımının uzun süreli sportif başarı hikayesinin medya araçları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunun ortaya konulmaya çalışıldığı bu çalışmada Kastamonu ilinde yayınlanan yerel gazeteler incelenmiştir.

Araştırma kapsamında incelenen yerel gazetelerde spor içermeyen haberlerin %88.33, spor içeren haberlerin ise %11.65 oranlarında yer aldığı belirlenmiştir. Yerel gazetelerin yerel halkı ilgilendiren birçok konuya yer vermek durumunda olması, sayısal ve donanım açısından yetersiz çalışanlara sahip olmaları, ekonomik sıkıntıları, yeni teknolojileri kullanmadaki yetersizlikleri ve sınırlı sayfa sayısı (Çavuş, 2017; Yeşil, 2015) gazete çıkarma gibi önemli sorunlarla karşı karşıya olmalarına rağmen spora yaygın ve yerel gazetelere göre (Kösedag, 2016) azımsanmayacak oranlarda yer verdikleri söylenebilir.

Yaygın medya araçları başta ülke olmak üzere, dünyada ve yerel düzeyde haber değeri taşıyan gelişmeleri ve sorunları toplumun gündemine taşıyarak yöneticileri bilgilendirir ve uyarır. Ancak bu uyarılar ve bilgilendirmeler yerel düzeydeki sorunları ve gelişmeleri aktarmada

yeterli düzeye ulaşmamaktadır. Zaten yerel medya araçlarının ortaya çıkması ve varlıklarını sürdürebilmelerinde üstlendiği yerel sorunların ve yerel etkinliklerin yerel halka ve yöneticilere ulaştırma işlevinin etkili olduğu söylenebilir (Çavuş, 2017; Karaduman, 2017). Araştırma kapsamındaki gazetelerin, yerel spor olaylarına daha fazla yer vererek (%92.32) bu önemli işlevini yerine getirdiği anlaşılmaktadır.

İnsanoğlunun tarım toplumuna geçişiyle birlikte topluluklar halinde yaşamaya başlaması sonucu ortaya çıkan toplumsal cinsiyet rolleri, günümüzde klişeleşmiş bir şekilde spor medyası tarafından da kadınların yeteneklerini görmezden gelerek sürdürülmektedir (Billings ve Young, 2015; Fink, 2015; Koca ve Bulgu, 2005; Laucella ve ark., 2017; Messner ve ark., 2000; Pelak, 2005; Yüksel, 2014/1; Yüksel, 2014/2). Hatta spor organizasyonları veya bu organizasyon içinde yer alan karşılaşmalarda erkeklerin yer aldığı etkinliklerde cinsiyet belirtilmezken, yani standart olarak kabul edilirken, kadınların yer aldığı etkinliklerin başına ‘kadın futbol’, ‘kadınlar 100 m. yarışı’ gibi mutlaka ‘kadın’ ifadesi yer alır (Boykoff ve Yasuoka, 2015; Fink, 2015). Birçok araştırmacı bunun tesadüf olmadığını ve spor medyasının erkek gücü ve ayrıcalıklarının korunmasında güçlü bir araç olarak kullanıldığı yönünde görüşler sunmaktadır (Cooky ve ark., 2013; Engleman ve ark., 2009). Bu durum kadınların spora katılımıyla ya da elde ettikleri başarılarla da doğrudan ilgili değildir. Örneğin 2012 Olimpiyat Oyunlarına katılan sporcuların %44’ünün kadın olması (Fink, 2015) ve ABD sporcularının içinde kadın sporcu sayısının 268 (%50.7) erkeklerden 261 (%49.3) çok olması (Brennan, 2012) ve daha fazla madalya almalarına rağmen medyada daha az yer almaları (Boykoff ve Yasuoka, 2015; Laucella ve ark., 2017) durumun katılımı veya kazanılan madalya sayısı ile değişmediğini göstermektedir. Ancak bu çalışmada ortaya çıkan sonuç kadın sporlarının da başarı söz konusu olduğunda medyada yer alabileceğini göstermesi bakımından farklıdır. Kadın sporları genelde %32.15, özelde de kadın hentbolunda %26.21 gibi bir oranda medyada yer alarak dünyanın gelişmiş ülkelerinde bile az rastlanan bir orana ulaşmıştır.

Bu durumun ortaya çıkmasında Kastamonu Belediyesi Kadın Hentbol Takımı’nın uzun süreli başarıları, hentbolun takım sporu olması ve çalışmanın yerel gazeteler üzerinde yapılmasından kaynaklı olabilir. Çünkü yerel gazeteler ortak kimliğin somut sembelleri ve topluma ait olma gururunun birer amblemi olan yerel spor takımlarının etkinliklerini yayımlayarak toplumun ilgisini takımlarının etrafında toplanmasına ve halka yerel spor kulübü ve sporcuları ile ilgili bilgi kaynağı olarak toplum gururunu sürdürmeye çalışırlar. Böylece şehirdeki birçok kişinin takımlarının amaç ve performanslarını paylaşarak bağlılık hissetmelerini sağlamak yerel gazeteler tarafından sağlanmış olur (Lorenz, 2003).

Ayrıca ilk örneği 1948 Londra Olimpiyatlarında görülen ve gazetelerin manşetlerine dahi taşınabilen, ancak birkaç gün süren haberlere neden olan (İlhan, 2009, s. 46-47) dönemsel sportif başarının medyada yer bulması günümüz medyasında da benzer şekilde sürmektedir (Cengiz ve Güngörmüş, 2003; Tel ve Ağkurt, 2016). Son yıllarda basketbol ve voleybol gibi branşlarda yaşanan uzun süreli sportif başarılar da yaygın medyada geniş yer bulsa da yine uzun soluklu olmamaktadır. Bu iki branşın futboldan sonra medya tarafından ilgi gören sporlar olduğu da gözden uzak tutulmamalıdır ((Demir, 2006, s. 118; Öztürk ve ark., 1999). Sportif başarıların bir hikayeye dönebilmesi başarıların da uzun süreleri kapsamıyla ilişkilidir. Bu durumda bireysel sporlar takım sporlarına göre zayıf durumdadır. Çünkü takım sporlarında yılın büyük bölümünde karşılaşmalar sürerken, bireysel sporlarda yılda en fazla 1-4 arası önemli etkinlikler yapılmaktadır. Örneğin ata sporu güreşte oldukça önemli başarılarımız olmasına ve dönemsel olarak medyada da geniş yer almasına karşın yılda birkaç etkinlik olduğu için diğer dönemlerde yeteri kadar yer almamaktadır (Bayraktar ve Tozoğlu, 2015; Türkmen, İmamoğlu, ve Ziyagil, 2006). Hentbol branşı hatta kadın sporları yaygın ve yerel medyada yer alma konusunda ilk on spor arasında her zaman yer almamasına karşın (Demir, 2006, s. 118,

Özsoy ve ark., 2013; Öztürk ve ark., 1999), hem takım sporu olması hem de etkinlik takviminin uzun süreyi kapsamasından öte Kastamonu Belediyesi Kadın Hentbol Takımının uzun süreli başarı hikayesine sahip olmasının yerel medyada geniş oranda yer almasında temel sebep olduğu söylenebilir.

Dünyanın pek çok ülkesinde kitleleri peşinden sürükleyen ve toplumun önemli bir kesiminde değer bularak popüler kültürün bir örneği haline gelen futbol, ülkemizde de benzer özellikler taşımaktadır (Koçer, 2012; Yıldız-Ekin, 2005). Bu durumun bir yansıması olarak futbol, spor medyasında en çok yer alan spor branşı olarak karşımıza çıkmaktadır (Özsoy ve Doğu, 2006; Tel ve Ağkurt, 2016; Türkmen ve ark., 2006). Bu çalışmada da futbol medyada yer alma açısından %51.08’le ilk spor branşı olmasına karşın, hentbol herhangi bir popülaritesi olmadığı halde %26.89 ile ikinci sırada yer almış ve onu basketbol (%6,.78) izlemiştir. Bu çalışmanın bulguları, amatör sporlar üzerine yapılan çalışmada medyada yer alma sıralamayla (Demir, 2006, s. 118) sadece hentbol branşı dışında benzerlikler göstermektedir. Bu durum kimi araştırmacılar tarafından başta futbol olmak üzere basketbol ve voleybol gibi kitleleri peşinden sürükleyen sporların popüler kültürden kaynaklı zoraki bu sporların topluma pompalandığı yorumuyla (Türkmen ve ark., 2006) çelişmektedir. Hentbol branşının bu çalışmada ister yaygın isterse yerel medya araçlarında hiç olmadığı oranda yüksek düzeyde yer almasının ulusal ve uluslararası başarı hikayeleriyle ve yöre halkının bir simgesi ve gurur kaynağı olmasıyla açıklamak mümkündür.

Sonuç olarak bu araştırma, farklı bir spor branşının (hentbol) ve kadın sporlarının medyada yer alma konusunda yapılan çalışmalardan oldukça farklı bir yansımasının olabileceğini göstermiştir. Ayrıca araştırma, medyada yer alma konusunda futbolun üstünlüğünün diğer branşlarında toplum gururu haline gelerek simgeleşmesi, ilginin sürekli canlı tutulması için uzun süreli başarı hikayelerine sahip olmasının etkili olabileceğini göstermesi ve toplum ilgisinin spor medyası tarafından görmezden gelinemeyeceğinin de bir kanıtı olabilir.

Bu araştırmanın sınırlılıkları; herhangi bir özellik aranmadan sadece belirlenen bir aylık süreyi kapsamaması, Kastamonu Belediye Spor Kadın Hentbol Takımının uzun dönemli başarılarından dolayı Kastamonu ile ve bu ilde yayınlanan üç yerel gazeteyi yalnızca haber başlıkları ve haber içinde geçen konu olarak ‘spor dalı’ ve ‘cinsiyet’ göz önüne alınarak yapılmış olmasıdır. Bundan sonraki çalışmalar için bu tip başarı hikayeleri yakalandığında yerel gazetelerle sınırlı kalınmayıp yaygın medyayı içinde alacak şekilde daha uzun süreyle ve haber içeriklerinin de değerlendirmeye alınarak gerçekleştirilmesi önerilebilir.

## KAYNAKLAR

Argan M., Özgen C., Yetim G., Çakır K.D. (2018). Futbol haberlerinde metafor kullanımı: Türkiye'deki gazetelere yönelik içerik analizi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(71), 321-333.

Arslan E., Arslan B. (2016). Türkiye’de yerel gazete yöneticilerinin meslek etiği algısı. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 174-204.

Bayraktar G., Tozoğlu E. (2015). Güreş sporuna küreselleşme sürecinin etkileri, *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 71-92.

Bie B., Billings A.C. (2015). Too good to be true?": US and Chinese media coverage of Chinese swimmer Ye Shiwen in the 2012 Olympic Games. *International Review for the Sociology of Sport*, 50(7), 785–803.

Billings A.C., Young B.D. (2015). Comparing flagship news programs: Women’s sport coverage in ESPN’s Sports Center and FOX Sports 1’s FOX Sports Live, *Electronic News*, 9(1), 3-16.

- Boykoff J., Yasuoka M. (2015). Gender and politics at the 2012 Olympics: media coverage and its implications, *Sport in Society*, 18:2, 219-233, DOI:10.1080/17430437.2013.854481.
- Brennan C. (2012). Finally. It's all about the women at London Olympics. *Usa Today*, Erişim adresi (27.06.2019): <http://usatoday30.usatoday.com/sports/story/2012-07-25/London-Olympics-Brennan-women/56488526/1>.
- Cengiz R., Güngörmüş H.A. (2003). Spor köşe yazıları ve haberlerinin okuyucuya yansıttığı görüşler üzerine bir araştırma. *Beden Eğitimi ve Sporda Sosyal Alanlar Kongresi*, Bildiriler Kitabı, 199-205, Ankara.
- Cooky C., Messner M.A., Hextrum R.H. (2013). Women play sport, but not on tv: A longitudinal study of televised news media. *Communication and Sport*, 1-28. <http://dx.doi.org/10.1177/2167479513476947>.
- Cunningham G.B., Sagas M. (2002). Utilizing a different perspective: brand equity and media coverage of intercollegiate athletics. *International Sports Journal*, 6(1), 134-145.
- Çavuş S. (2017). Yerel basının sorunları üzerine tespitler: Aksaray örneğinde nitel bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 19-32.
- Çuhadar E., Ünal F. (2017). Yaşam boyu öğrenmeye katkı sağlayan yerel gazete haberleri (Bartın ili örneği). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(49), 416-423.
- Demir G. (2006). Yazılı Alman ve Türk basınında amatör branşların yeri. Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Engleman A.N., Pedersen P.M., Wharton R. (2009). Coverage of gender in ESPN The Magazine: An examination of articles and photographs. *International Journal of Sport Management*, 10, 226-242.
- Fink J. S. (2015). Female athletes, women's sport, and the sport media commercial complex: Have we really "come a long way, baby"? *Sport Management Review*, 18, 331-342.
- Gammelsæter H. (2017). Media visibility and place reputation: does sport make a difference?", *Journal of Place Management and Development*, 10(3), 288-298, <https://doi.org/10.1108/JPMD-01-2017-0004>.
- Horne J. (2005). Sport and the mass media in Japan. *Sociology of Sport Journal*, 22, 415-432.
- İlhan E. (2009). Spor medyasında etik değerler; spor yazarlarının görüşleri, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Karaduman M. (2017). Yerel medya çalışanlarının eğitim düzeyleri ve mesleki yeterlilikleri: Antalya örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 28, 284-301.
- Koca C., Bulgu N. (2005). Spor ve toplumsal cinsiyet: genel bir bakış. *Toplum ve Bilim*, 103, 163-184.
- Koçer M. (2012). Futbol derneklerine üye olan taraftarların şiddet ve holiganizm eğilimlerinin belirlenmesi: Kayseri örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32(1), 111-135.
- Kösedağ M.S. (2016). Türkiye'de ulusal ve yerel gazetelerin siyasal gündemlerinin karşılaştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 1586-1603.
- Laucella P.C., Hardin M., Bien-Aimé S., Antunovic D. (2017). Diversifying the sports department and covering women's sports: a survey of sports editors. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(3), 772- 792.
- Lorenz S.L. (2003). In the field of sport at home and abroad: Sports coverage in Canadian daily newspapers, 1850-1914. *Sport History Review*, 34, 133-167.
- Messner M.A., Dunbar M., Hunt D. (2000). The televised sportsman hood formula. *Journal of Sport and Social Issues*, 24, 380-394.
- Özsoy S., Doğu G. (2006). Spor gazeteciliğinin bugünkü durumu ve mesleki nitelikleri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 25, 123-142.

Özsoy S., Sadık R., Boz H. (2013). Spor dalı çeşitliliği bakımından Türkiye’deki spor gazetelerinin Avrupa’daki spor gazeteleri ile karşılaştırılması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(1), 133-149.

Öztürk F., Zülkadiroğlu Z., İnce G., Şahin M. (1999). Yerel gazetelerde sporun yer alışı. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 3(2), 1-10.

Pelak C.F. (2005). Negotiating gender/race/class constraints in the new South Africa: A case study of women’s soccer. *International Review for The Sociology of Sport*, 40(1), 53–70.

Resmi Gazete (2004). 26 Haziran 2004 günü 5187 sayılı Basın Kanunu.

Tel M., Ağkurt E. (2016). Günlük yerel gazetelerde sporun yer alışı (Elazığ ili örneği). *International Journal of Science Culture and Sport*, 4(1), 394-403.

Türkmen M., İmamoğlu O., Ziyagil M.A. (2006). Türkiye’de güreş sporunun popülaritesi ve seçilmiş bazı spor dalları ile karşılaştırılması. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 163, 77-94.

Yeşil M.M. (2015). Üniversite öğrencilerinin yerel gazete okuma alışkanlıkları: Konya örneği. *Selçuk İletişim*, 9 (1), 201-222. doi: 10.18094/si.18318.

Yıldız-Ekin M.T. (2005). Spor basınında futbol anlatım dili: manşet ve başlıklar. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 93-106.

Yüksel M., (2014/1). Cinsiyet ve spor. *Tarih Okulu Dergisi*, 7(19), 663-684. <http://dx.doi.org/10.14225/Joh581>.

Yüksel M. (2014/2). Cinsiyet ve eğitim düzeyi eksenlerinde popüler spor branşlarındaki farklılıklar. *Turkish Studies*, 9(5), 2201-2213. DOI: <http://dx.doi.org/10.7827/Turkish Studies.6814>.