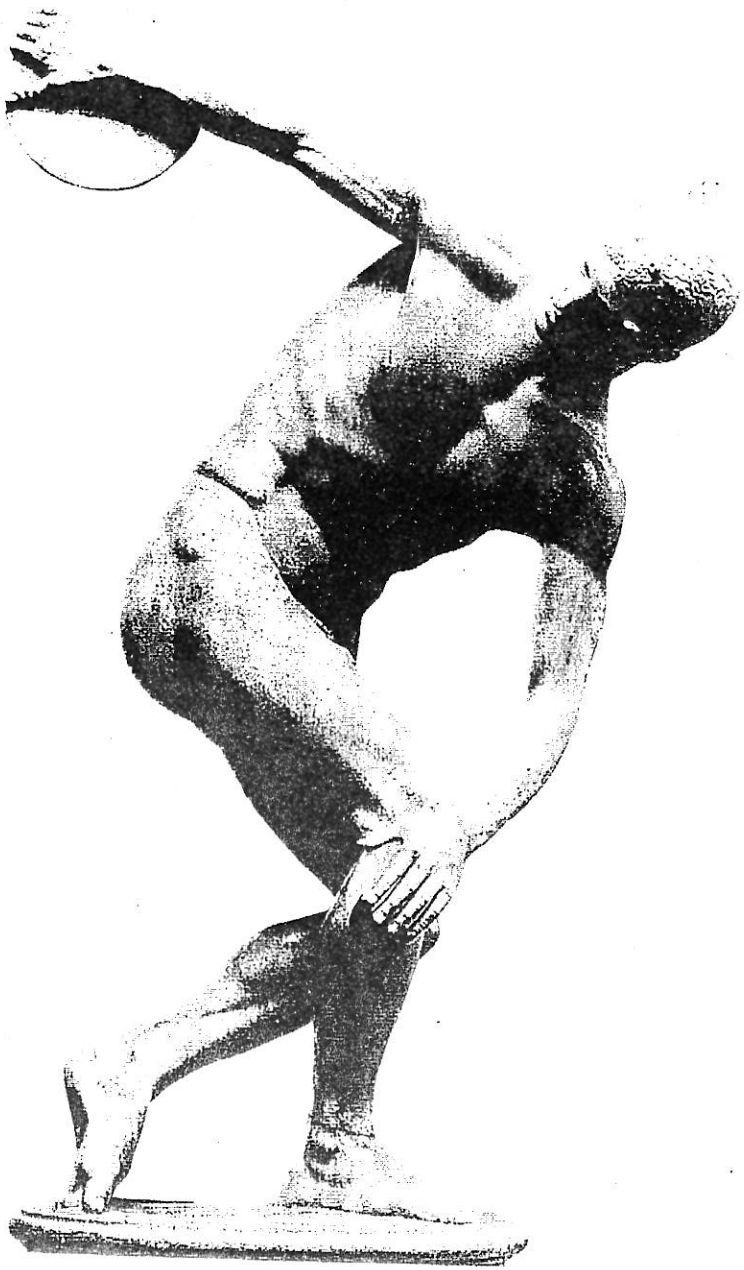

T.C

CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ

TÜRKİYE SPOR YAZARLARI DERNEĞİ

ULUSLARARASI YAZARLAR BİRLİĞİ

ULUSLARARASI

SPOR VE MEDYA

SEMPOZYUMU

27-28 OCAK 2000

BİLDİRİ ÖZETİ

MANİSA

UYGULAMALI ARAŞTIRMALAR IŞIĞINDA TELEVİZYON-SPOR İLİŞKİSİNE FARKLI BİR BAKIŞ

M. TAYFUN AMMAN[1], MÜSLİM BAKIR[1], MEHMET YORULMAZLAR[1]

ÖZET

Batı dünyasında 1950'li yıllarda başlayan ve günümüze gelindiğinde küresel bir geçerlilik kazanan "sporun kitleselleşmesi" ile "televizyonun yaygınlaşması" tarihsel açıdan eşzamanlı olgulardır. Bu eşzamanlı olgular arasındaki ilişkiye pek çok çalışmada değinilmiş ve genellikle, sporun geniş kitlelere yayılmasında televizyonun önemli bir faktör olduğu kabul edilmiştir. Çoğunluğu teorik olan bu çalışmaların aksine, son yıllarda gerek tarafımızdan gerekse başka araştırmacılar tarafından yapılan uygulamalı araştırmalar şaşırtıcı sonuçlar vermekte ve televizyon-spor ilişkisinin yeniden sorgulanmasını gerekli kılmaktadır.

Spor gibi karmaşık bir olgu üzerinde televizyonun etkili olacağı kesindir. Televizyon öncelikle spor programları yoluyla "spor seyirciliği"ni kitlesel bir fenomene dönüştürmüştür. Bunun yanı sıra, belli sporlarda kazanılan ödüllerin yüksek değerlere ulaşmasını sağlamış ve "gıpta etkisi" yoluyla "elit sporu"nun gelişmesine katkıda bulunmuştur. Buradan yola çıkarak televizyonun, gerek "elit" gerekse "kitle" sporunu teşvik eden en önemli faktörlerden biri olduğunu söylemek yanlış olur. Yapılan empirik araştırmaların sonuçları birleştirildiğinde bu durum açık olarak görülmektedir.

Bildirimizde, konuyla ilgili çeşitli araştırmaların sonuçları karşılaştırılarak değerlendirilmiş ve teorize edilmeye çalışılmıştır. Ulaştığımız sonuç, "medyanın 'nelerin yapılabileceğini' gösterdiği; ama 'neleri yapabileceğimizi' belirleyenin, günlük hayatımızı şekillendiren aile, okul ve iş ortamı gibi mikro çevreler olduğu" şeklinde özetlenebilir.

[1] Marmara Üni. Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu.

A DIFFERENT VIEW TO THE RELATION BETWEEN SPORTS AND TELEVISION

ABSTRACT

In West, mass sports began in the 1950s and also broadcasting started to spread out at the same years. In other words, they were developed synchronically. In a lot of studies, the relation between sports and television was examined and it was accepted that television was an important factor that could affect the participation in sports. Contrary to these theoretical studies, the results of some researches done both by us and other researchers are surprising that's why the relation between television and sports should be examined again.

The impact of television on sports is seen clearly. First of all, television changed sports into the mass phenomenon via sports programs. Besides this, it ensured that the rewards in particular sports increased high values and helped to develop high level sports via "envy effect". It can not be said that television is the most important factor that encourages both mass sports and high level sports according to the results of the various studies about this subject were compared and evaluated. As a result, it can be summarized that media shows "what can be done", but micro environments like family, school and job atmosphere determine "what we can do".

UYGULAMALI ARAŞTIRMALAR IŞIĞINDA TELEVİZYON-SPOR İLİŞKİSİNE FARKLI BİR BAKIŞ

M. Tayfun AMMAN*
Müslim BAKIR**
Mehmet YORULMAZLAR***

ABSTRACT

In West, mass sports began in the 1950s and also broadcasting started to spread out at the same years. In other words, they were developed synchronically. In a lot of studies, the relation between sports and television was examined and it was accepted that television was an important factor that could affect the participation in sports. Contrary to these theoretical studies, the results of some researches done both by us and other researchers are surprising that's why the relation between television and sports should be examined again.

The impact of television on sports is seen clearly. First of all, television changed sports into the mass phenomenon via sports programs. Besides this, it ensured that the rewards in particular sports increased high values and helped to develop high level sports via "envy effect". It can not be said that television is the most important factor that encourages both mass sports and high level sports according to the results of the various studies about this subject were compared and evaluated. As a result, it can be summarized that media shows "what can be done", but micro environments like family, school and job atmosphere determine "what we can do".

Key words: the effects of the television, elite sports, mass sports, socialisation

ÖZET

Batı dünyasında 1950'li yıllarda başlayan ve günümüze gelindiğinde küresel bir geçerlilik kazanan "sporun kitleselleşmesi" ile "televizyonun yaygınlaşması" tarihsel açıdan eşzamanlı olgulardır. Bu eşzamanlı olgular arasındaki ilişkiye pek çok çalışmada değinilmiş ve genellikle, sporun geniş kitlelere yayılmasında televizyonun önemli bir faktör olduğu kabul edilmiştir. Çoğunluğu teorik olan bu çalışmaların aksine, son yıllarda gerek tarafımızdan gerekse başka araştırmacılar tarafından yapılan uygulamalı araştırmalar şaşırtıcı sonuçlar vermekte ve televizyon-spor ilişkisinin yeniden sorgulanmasını gerekli kılmaktadır.

Spor gibi karmaşık bir olgu üzerinde televizyonun etkili olacağı kesindir. Televizyon öncelikle spor programları yoluyla "spor seyirciliği"ni kitlesel bir fenomene dönüştürmüştür. Bunun yanı sıra, belli sporlarda kazanılan ödüllerin yüksek değerlere ulaşmasını sağlamış ve "gıpta etkisi" yoluyla "elit sporu"nun gelişmesine katkıda bulunmuştur. Buradan yola çıkarak televizyonun, gerek "elit" gerekse "kitle" sporunu teşvik eden en önemli faktörlerden biri olduğunu söylemek hatalı olabilir. Yapılan ampirik araştırmaların sonuçları birleştirildiğinde bu durum açık olarak görülmektedir.

Bildirimizde, konuyla ilgili çeşitli araştırmaların sonuçları karşılaştırılarak değerlendirilmiş ve teorize edilmeye çalışılmıştır. Ulaştığımız sonuç, "medyanın 'nelerin yapılabileceğini' gösterdiği; ama 'neleri yapabileceğimizi' belirleyenin, günlük hayatımızı şekillendiren aile, okul ve iş ortamı gibi mikro çevreler olduğu" şeklinde özetlenebilir.

Anahtar Sözcükler: Televizyonun etkileri, elit sporu, kitle sporu, sosyalleşme

Giriş

Spor yüzyılımızın ortalarından itibaren geniş kitlelere yayılmış bir olgudur. Daha önceleri Batı dünyasında üst tabakaya mensup beyaz, genç ve hetoroseksüel erkeklere mahsus bir faaliyet olan spor, yaklaşık yüz yıllık bir zaman içinde, orta ve alt dahil tüm toplumsal tabakaları, tüm ırkları, çocuklar, yaşlılar ve hatta fizik

* Öğr.Grv.Dr., Marmara Üniversitesi B.E.S.Y.O.
** Doç.Dr., Marmara Üniversitesi B.E.S.Y.O.
Öğr.Grv., Marmara Üniversitesi B.E.S.Y.O.

engellileri, gaylar ve lezbiyenler dahil farklı marjinal kimliklere sahip olanları içerecek şekilde kitleselleşmiştir. Sporun böylesine kitlesel bir fenomene dönüşmesi ve televizyonun yaygınlaşması eş zamanlı süreçlerdir. Bir taraftan bu eş zamanlı gelişim, diğer taraftan görsel ve yazılı basında spora önemli ölçüde yer ayrılması ve bu yerin giderek daha da artma eğiliminde olması, sporun yaygınlaşmasında kitle iletişim araçlarının rolünün birinci sıraya yerleştirilmesi fikrini kuvvetlendirmektedir. Nitekim konuyla ilgili birçok bilimsel yayında bu husus vurgulanmaktadır.

Ne var ki, spor gibi son derece karmaşık bir olgu ile kitle iletişim araçları gibi son derece karmaşık bir diğer olgu arasındaki ilişkiler detaylı analizleri gerekli kılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının "gıpta etkisi" ile geniş kitlelerinin spora ilgi duymasında etkili olacağı aşikârdır. Ancak bu etkinin niteliği salt zihinsel bir yaklaşım çerçevesinde spekülatif kalmakta ve çoğu zaman tek yönlü olarak abartılmaktadır. Halbuki, televizyon ve spor arasında karşılıklı bir besleme söz konusudur. Hayatiyeti reklam gelirlerine bağlı bir sistemin reyting endişesinin daima başta geleceği göz önünde bulundurulduğunda kitle iletişim araçlarında sporun oldukça geniş olarak yer almasını bir başka açıdan daha değerlendirmek gerekir. Yani, geniş kitlelerin spora duyduğu yoğun ilginin dinamiği televizyona mı dayandırılmalı; yoksa, televizyonun zaten var olan yoğun ilgiden dolayı mı spora önemli bir yer verdiği sorgulanmalıdır.

Bildirimizde televizyon-spor ilişkisi televizyonun bireyleri spora yönlendirme etkisiyle sınırlandırılarak ampirik veriler ışığında değerlendirilmiştir.

Konu, spora yönelmede aile, okul, arkadaş ve iş çevresinin rolünün belirleyici; televizyonun bireyleri spora yönlendirme etkisinin ise sınırlı olduğu varsayımından hareketle ve şu sayıltılardan yola çıkılarak araştırılmıştır:

i- Televizyonun değişik toplumsal kesimler üzerindeki etkisi ekran karşısında geçirilen zamanla doğru orantılıdır.

ii- Elit sporu ve kitle sporu amaçlar, kurallar, spora ayrılan zaman ve hitap ettiği kitlenin özellikleri açısından farklı dinamikleri olan olgulardır.

iii- Elit sporcu spora erken yaşlarda başlar ve bu yaşlarda başta aile olmak üzere yakın çevrenin birey üzerindeki etkisi belirleyicidir.

iv- Elit sporu "mesai"de yapılır; bu açıdan elit sporcunun serbest zamanında televizyon ve spor alternatif faaliyetler değildir. Serbest zaman sporu ise -tanım gereği- bireylerin boş vakitleriyle sınırlı bir zaman diliminde yapılır ve bu zaman diliminde televizyon seyretme ve spor birbirine alternatif faaliyetlerdir. Birinin yapılması diğerine ayrılan zamanı görece azaltır.

v- Serbest zaman faaliyetlerini belirleyen etkenlerden biri de gelir düzeyidir. Bireyler gelir düzeyleri ne kadar düşükse o ölçüde maliyeti düşük serbest zaman faaliyetlerine yönelirler.

vi- Televizyon izlemek, spor ve benzeri uğraşılara kıyasla daha az masraf gerektiren bir serbest zaman faaliyetidir.

vii- Özel televizyon kanalları reklâm geliriyle ayakta duran kâr amaçlı kuruluşlar oldukları için reyting kaygısıyla hareket ederler; bu nedenle yayın politikalarında, halkın yoğun ilgi gösterdiği sporlara öncelik tanırlar.

viii- Bireylerin ilgi ve arzusu spor aktivitesinin yapılabilmesi için yeterli değildir. Spora duyulan ilgi ve arzu psiko-fizyolojik, sosyo-ekonomik ve kültürel engellerle karşılaşmaması halinde sportif faaliyete dönüşebilir.

ix- Televizyonun spor dünyasındaki etkileri, analiz amacıyla da olsa "yapılan sporlar" ve "seyredilen sporlar" şeklinde kategorik ayrımların yapılmasına neden olmaktadır.

1. Televizyon-Spor İlişkisine Genel Bir Bakış

Halen kitlesel iletişimin tartışmasız en etkili aracı olan televizyon Batı dünyasında evlere 1950'lerden itibaren yaygın olarak girmeye başlamış; 1960'lı ve 1970'li yıllarda tüm dünyaya yayılmıştır. Ülkemizde televizyon, 1970'li yıllarda önce mahallemize gelmiş, sonra her eve girmiş; son yıllarda her evde birkaç tane olmaya başlamıştır. Genel olarak bakıldığında yayın yapan kanal sayısının ve programların çeşitliliğinin sürekli olarak arttığı; her yaştan herkesin kendi zevk ve ilgisine uygun yayınlar bulabildiği görülmektedir. İstatistik veriler serbest zaman faaliyetleri arasında televizyona ayrılan zamanın sürekli olarak arttığını göstermektedir. Bu yayın faaliyetinin birey bazında duygu, düşünce, algı şemaları ve toplum bazında tüm kurum ve kuruluşlar üzerinde önemli etkilerinin olacağı açıktır. Bu etkiler bir taraftan sosyoloji, psikoloji ve sosyal psikoloji uzmanları tarafından sayısız araştırmaya konu olur ve bu disiplinlerin yeni altdallarını doğururken; diğer taraftan "iletişim bilimleri" gibi mültidisipliner bir alanın oluşmasına ve iletişim fakültelerinin kurulmasına neden olmuştur.

Batı dünyasında spor karşılaşmaları, 1945'li yıllardan itibaren ekranlara gelmeye başlamış ve ekranda spora ayrılan zaman günümüze kadar sürekli bir artış göstermiş; yoğun toplumsal ilgi sadece spor yayınları yapan kanalların kurulmasına neden olmuştur.

Televizyon-spor etkileşimi son derece karmaşık, sınırları belirsize uzanan ve çok sayıda kapsamlı araştırmaları gerektiren bir konudur. Çeşitli yayınlarda medya-spor ilişkisi irdelenmekte; günümüzde artık "bir sporun küçük ekranda varlık göstermeksizin nasıl olup da sivrilebileceğini tasavvur etmenin bile zor olduğu" (Rowe: 191; Cunningham, Miller ve Rowe: 89'a atfen); kitle iletişim araçlarının uyarıcı etki yaptığı, az ilgi duyulan bir branşa gerek aktif sporcu, gerekse seyirci olarak yönelmeyi sağladığı (Erkal, Güven ve Ayan: 140); özellikle okul dışındaki gençliği ve evhanımlarını beden eğitimine yönlendirmede etkili olduğu (Erkal, Güven ve Ayan: 140) söylenmektedir. Ülkemizde basketbola olan talebin arttırmasında, yaygınlaşmasında ve arkasından bu branşta uluslararası başarıların gelmesinde o yıllarda –1980'li yıllar- televizyonda yayınlanan "Beyaz Gölge" dizisinin etkili olduğu ileri sürülmektedir (Karaküçük: 96). Konuyla ilgili yayınlarda genel olarak, sporun televizyondan önemli ölçüde etkilendiği doğrudan ya da dolaylı olarak ifade edilmekte; ancak olumlu ya da olumsuz yöndeki çeşitli etkilere kısmen değinilmekte; çok yönlü analiz ve değerlendirmeler yapılmamaktadır. Bizim de burada, dakikalarla sınırlı bir zaman diliminde televizyon yayınlarının spor üzerindeki etkilerinin detaylı bir analizini yapmamız mümkün değildir. Birkaç noktaya işaret etmekle yetinmek zorundayız.

Televizyonun spor üzerinde ilk göze çarpan etkisi spor karşılaşmalarını seyretmek üzere stadlara giden seyirci sayısının azalması olmuştur (Tezcan: 6,147'den nakleden: Kılcıgil: 65). Bazı araştırmacılar "tahmini gözlemlere dayandığını" ve "taraftarlık ruhunu" hesaba katmadığını düşündükleri bu saptamayı kabul etmeyerek yine "tahmini" olarak ve stadyumları dolduran kalabalığın etkisiyle aksini ileri sürmektedirler (Kılcıgil: 65). Ne var ki istatistiki veriler televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte yaklaşık 20 yıllık bir zaman dilimi içinde seyirci sayılarında

yüzde ellilere varan görece bir azalmanın olduğunu göstermektedir (Defrance: 64-65).

Televizyonun spor üzerindeki ikinci etkisi bu hususla doğrudan bağlantılıdır: Televizyon İngiltere'de 1945'lerden, Fransa'da ise 1950'lerden itibaren küçük takımlar arasındaki karşılaşmaların seyirci sayısını önemli ölçüde azaltmış; güçlü takımların özellikle final maçlarına ve Olimpiyat Oyunları ya da Dünya Kupası gibi uluslararası karşılaşmalara duyulan ilgiyi ise arttırmıştır (Defrance: 64-65).

Bununla bağlantılı üçüncü ve çok önemli bir başka etki, elit sporunun en önemli gelir kaynağı olan bilet satışlarından elde edilen gelirin, yerini yayın haklarının televizyon kanallarına satışıyla elde edilen gelire bırakması olmuştur. Spor olaylarının seyircinin ilgisini çekmesi ve televizyonculuk açısından yapımı kolay bir prodüksiyon olmaları televizyon şirketlerini spora daha fazla yatırım yapmaya itmiş; bazı şirketler büyük spor kulüplerini satın almaya başlamışlardır. Bu konu Avrupa Komisyonu tarafından 21-22 Mayıs 1999 tarihlerinde düzenlenen Birinci Spor Kurultayı'nda "Spor ve Televizyon İlişkileri" konulu oturumda tartışılmış; tartışmada baz alınmak üzere Komisyon tarafından 26 Nisan 1999 tarihinde yayınlanan metinde, televizyon kanalıyla gelen büyük paraların spor kuruluşlarını kısa vadeli düşünmeye ittiği; ücretli yayın yapan özel kanallara verilen yayın haklarının o spor branşının uzun vadede aleyhine olabileceği ifade edilmiştir (Avrupa Komisyonu'nun ilgili metni, s.2). Aynı metinde Avrupa'da 1998 yılında 1997'ye oranla televizyonlarda spora ayrılan saatlerin % 35 arttığı; bunun özellikle 1998 Kış Olimpiyatları ve Dünya Futbol Şampiyonası olduğu; özel kanallardaki spor programlarının % 60'ını futbol, Formüla 1, golf ve basketbol karşılaşmalarının oluşturduğu; futbolun % 31,28 gibi yüksek bir oranla televizyonda en çok yer verilen spor olduğu; futbolu takip eden basketbola ekranda ayrılan sürenin sadece % 7,96 olduğu belirtilmiştir (A.g.m.: ss.2-3).

Görüldüğü üzere televizyon spor üzerinde en önemli etkiyi sporda ticarileşmeyi ve profesyonelleşmeyi hızlandırarak (Voigt: 220) yapmaktadır. Bazı branşlarda elit sporcuların kazançları yüksek rakamlara ulaşmakta; bu durumun bir taraftan "gıbta" etkisiyle (Rowe: 184) kitleleri spora yönelttiği (Rowe: 176), diğer taraftan sporcuda medyanın istediği doğrultuda davranma eğilimini arttırdığı (Voigt: 220) ileri sürülmektedir.

Televizyonun spor üzerinde, potensiyel rakibin mücadele tekniğini yarışmadan çok önce inceleyebilme ve hakem kararlarının video kayıtlarıyla tekrar kontrol edilebilmesi gibi spor tekniklerini doğrudan ilgilendiren etkileri (Voigt, s.220) de vardır.

Televizyonun sportif faaliyetleri tanıtıcı, benimsetici ve sosyalleştirici yönde olumlu etkisini kabul eden bazı araştırmacılar, kimi olumsuzluklara da işaret etmekte; televizyonun insanları esir alarak serbest zamanlarda spor yapmayı engelleyeci bir rol üstlendiğini, ekran karşısında yüzmilyonları esir alarak duygularda basitleşme ve sığlaşmaya yol açtığını, günlük düşünme ve faydacılığı önplâna çıkararak sporun moral yönünü törpülediğini ve ideal sporcu tipini aranır hale getirdiğini ifade etmektedirler (Erkal, Güven ve Ayan: 140). Aynı çizgide düşünen Fransız araştırmacı ve spor yazarı Eric Maîtrot sporun değişik alanlarında çalışan 300 kişiyle yapmış olduğu görüşmelere dayanarak hazırlamış olduğu *Spor ve Televizyon: Gizli İlişkiler* (1995) adlı kitabında spordaki kirlenmenin boyutlarını ve televizyonun spor ruhuna aykırı bu olumsuzluğa yaptığı katkıyı gözler önüne sermektedir. Bazı araştırmalarda medyanın spordaki şiddet eğilimini kamçıladığı da ileri sürülmektedir (Voigt: s.221).

2. Televizyon-Spor İlişkisiyle İlgili Ampirik Veriler

2-6 Eylül 1998 tarihleri arasında İstanbul'da yapılan 5. Dünya Üniversiteler Badminton Şampiyonasına ve Kütahya'da 13-15 Kasım 1998 tarihleri arasında yapılan Balkan Büyükler Badminton Şampiyonasına katılan 24 ülkeden -Fransa, Çin, Belçika, Çek Cumhuriyeti, İngiltere, Rusya, Kazakistan, Taywan, Taypey, Almanya, Avusturya, İspanya, Hollanda, İsviçre, Polonya, Bulgaristan, Macaristan, Kıbrıs Rum Kesimi, Ukrayna, Yunanistan, Romanya, Moldova ve Türkiye- 101 elit sporcu üzerinde anket tekniği ile yapmış olduğumuz araştırmada bu hususu sorguladık.

Sporcuların badmintona yönelmelerinde etkili olan kişi, kurum ve kuruluşları derecelendirerek sıralamaları istediğimiz soruya verdikleri cevaplar şaşırtıcıydı. Sporculardan % 42.6'sı birinci derecede ailelerinin etkili olduğunu belirtirken, % 23.8'i arkadaşlarının, % 14.8'i akrabalarının, % 10.9'u antrenörlerinin, % 6.9'u okul öğretmenlerinin, % 3.0'ü ünlü sporcuların etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Medyanın birinci derecede etkili olduğunu söyleyenler ise sadece % 2.0'dir.

Bu sonuç, medyanın badminton sporuna fazla yer vermediğini; dolayısıyla böyle düşük bir yüzdeyle karşılaşıldığını düşündürebilir. Ancak Uzakdoğu ülkeleri gibi badmintonun yaygın olduğu ve televizyonlarda görece fazla yer aldığı ülke sporcuları bazında analiz yapıldığında medyanın etkisinin farklı olmadığı görülmüştür. Ayrıca, 1996 Olimpiyatlarında badminton karşılaşmalarını ekrandan izleyen seyirci sayısının 1,1 milyar olduğu bilinmektedir (http://www.usabadminton.org).

Ankete katılanlardan ünlü sporculardan etkilenmeyi birinci sıraya yerleştiren % 3.0'lük kesimin bu etkilenmesinin medya aracılığıyla olabileceğini düşünerek iki rakamı birleştirsek bile medyanın etkisinin % 5.0 gibi sınırlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Kontrol amaçlı ayrı bir soruda medyanın etkisini birinci sıraya yerleştirenlerin yine % 2.0 olması, cevapların güvenilirliğini arttırmaktadır.

Bu sonuçları Ertan Kılcıgil'in doktora tezi olarak hazırladığı "*Elit Sporcuların Sosyal Çevreyle İlişkisi ve Sosyal Çevrenin Spora Yönelmeye Etkisi*" konulu bir diğer araştırma ile karşılaştırdık. 1997-1998 yılında Ankara Bölgesinde 38 spor kulübünün bünyesinde sekiz branşta -Güreş, Basketbol, Voleybol, Futbol, Atletizm, Kayak ve Halter- toplam 436 elit sporcu üzerinde anket tekniğiyle yapılan bu araştırmada deneklerden kendilerini spor yapmaya yönelten etkenleri "çok az", "az", "orta", "fazla" ve "çok fazla" olmak üzere beşli derecelendirmeleri istenmiştir. "Ailem yöneltti" seçeneğine "fazla" ve "çok fazla" cevabını verenler % 53.70'dir. Aileyi % 50.71 ile "Okul", % 46.70 ile "Arkadaş grubu", % 27.04 ile "Yerleşim yeri" takip etmiştir. "Basın-yayın, TV yöneltti" diyenlerin oranı ise % 24.74 olarak bulunmuştur (Kılcıgil: 78).

İkisi de elit sporcular üzerinde yapılan bu araştırmalar televizyonun elit sporcuyu spora yönlendirmedeki etkisinin çok sınırlı olduğunu göstermekdirler. Ancak, spor elit sporundan, sporcular ise elit sporculardan ibaret değildir. Bilindiği gibi, "kitle sporu" ya da "serbest zaman sporu" adı verilen yaygın, "spor ruhu"na daha uygun, spora son derece katı eleştirel bir gözle bakanların bile olumlu yaklaştıkları, Ülkemizin Anayasa, Kanun ve Beş Yıllık Kalkınma Planları'nda öncelikli yer verilen bir spor daha vardır. Bu noktada, geçen yıl başladığım ve halen üzerinde çalışmaya devam ettiğim kapsamlı bir araştırmanın geçici sonuçlarından söz etmek istiyorum. İstanbul evreninde sporcu kimliği olmayan ve salona giderek spor yapan yetişkin kadınlar üzerinde yaptığım bu araştırmada televizyonun kitle sporu üzerindeki etkisinin elit sporuna kıyasla çok daha fazla olduğu görülmektedir. Ankete katılan kadınların % 28'i kendilerini spora yönelten faktörler arasında televizyon programlarının etkisinden söz etmektedirler.

3. Tartışma

Yukarıda sıraladığımız veriler televizyon ile spor arasında çok yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Biz bu ilişkiyi bireylerin spora yönelmesinde televizyonun üstlendiği rolle sınırlandırdık. Sosyolojik -ve kısmen tarihsel- eksende yaptığımız araştırmanın tartışmaya açtığı hususlar şunlardır:

1- Tarihsel sürece bakıldığında, televizyonun Batı dünyasında 1950'lerde, radyo ise ondan 20 yıl önce -ABD'de 1920'li, Avrupa'da 1930'lu yıllarda- yaygınlaştığı görülmekte; ancak bugün en popüler spor olan futbolun radyo ve televizyon yayınlarından önce de geniş kitlelerin ilgisini çeken bir spor olduğu dikkati çekmektedir. 1890'larda İngiltere'de bir futbol maçı 50 000 seyirciyi çekebilmekte; 1923'de İngiltere Kupası final maçında stada giremeyenlerle birlikte 200 000 civarında seyirci toplanmaktadır (Defrance: 64-65). Buradan hareketle, insanların ilgi duydukları sporun seyircisi olduğu; ancak, söz konusu ilginin uyanmasında televizyon programlarının öncelikli bir rolünün olmadığı söylenebilir. Televizyonlar ilgi uyandırmaktan çok, kitlelerin ilgilendikleri şeye yönelmektedirler.

2- Sosyolojik analizin sunduğu veriler çok daha kapsamlı ve düşündürücüdür. Sosyal tabakalaşma araştırmaları toplumda alt tabakadan üst tabakaya doğru çıkıldıkça spor yapma oranının yükseldiğini, seyretme oranının ise düştüğünü göstermektedir (Kenyon: 10). Kısaca söylemek gerekirse üst tabaka spor yapmakta, alt tabaka ise seyretmektedir. Yine araştırmalar, bir serbest zaman faaliyeti olarak televizyon izleme oranlarının üst tabakadan alt tabakaya doğru inildikçe arttığını göstermektedir. Bunda kuşkusuz televizyonun maliyeti en düşük serbest zaman faaliyetlerinden biri olmasının payı büyüktür. Televizyon izlemeye daha çok vakit ayıran kitlelerin daha az spor yapmalarından yola çıkarak televizyonun etkisini sorgulamak mümkündür. Şayet televizyonun etkileme gücü yüksek olsa, bu etkinin televizyona daha çok vakit ayıran toplumsal kesimde daha bariz olarak görünmesi gerekir.

3- Bunun bir adım ötesine giderek televizyonun spor üzerindeki etkisinin olumsuz olduğu da söylemek mümkündür. Televizyon "spor seyirciliği"ni arttırmakta; ancak bireyleri, gerçek sporun olmazsa olmaz bir parçası olan "aktif bedensel faaliyetten" uzaklaştırarak pasifleştirmektedir. Kuşkusuz televizyon "gıpta etkisi" de oluşturmakta; alt ve orta tabakadan gençlerin ünlü sporcuların medyatik imajlarından ve yüksek kazançlarından etkilenerek spora yönelmelerinde etkili olmakta; geniş kesimleri ise, "spor muhabbeti" yapan medya endüstrisinin Umberto Eco'nun "spor muhabbetinin muhabbeti" dediği şeyi yapan pasif tüketicilere dönüştürmektedir.

4- Televizyon, Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan yukarıda sözünü ettiğimiz metinde de ifade edildiği üzere "yapılan sporlar" (sports pratiqués) ve "bakılan sporlar" (sports regardés) ayrımına neden olmuştur (A.g.m.: s.3). Televizyondaki spor programlarının başta futbol olmak üzere birkaç spor üzerinde yoğunlaşmaları televizyonun bu sporlara yönlemede etkili olduğunu akla getirir; ancak tüm branşlarıyla spor dünyasındaki bütünsel gelişmeyi açıklayamaz.

5- "Spor" sadece ilgi duymakla ortaya çıkan bir faaliyet değildir. Herhangi bir ilginin faaliyete dönüşmesi için uygun ortam gereklidir. Tesis, yeterli malzeme ve yetişmiş personelin yokluğu durumunda spor "bakılan" ama "yapılamayan" bir şey olarak kalır.

6- Günümüzde spor her yaştan herkesin katılımına açık bir olguya dönüşmüştür. "Yaşam boyu spor" sloganı 1960'lı yıllardan günümüze uzanmaktadır. Ancak sporun daha çok gençler tarafından yapıldığını da tüm istatistik veriler göstermektedir. Gençliğinin ve serbest zaman fazlalığının sağladığı avantajla daha fazla spor yapan gençler, bir başka açıdan bakıldığında içinde bulundukları sosyal çevrenin etkisiyle

sosyalleşme sürecini tamamlamaya çalışan varlıklardır. Bu süreçte sırasıyla anne, baba, büyük kardeşler, komşu çocukları, okul ve okul arkadaşları etkili olmaktadır. Anne-babanın etkisi erken yaşlarda daha baskın gelmekte; çocuk büyüdükçe okul ve arkadaş çevresi önem kazanmaktadır. Televizyon bu süreç boyunca sosyalleştirme etkisi olan bir araç olsa bile çocuklar spor programlarından çok doğrudan kendilerine yönelik programları izlemeyi tercih etmektedirler. Nitekim çocukların spora yönlendirilmesinde etkili olan faktörleri belirlemeyi amaçlayan bir araştırmada, İstanbul Burhan Felek Spor Tesisi Yaz Spor Oklununa gelen 7-14 yaş grubu 481 çocuk incelenmiş ve spora yönelmelerinde en etkili faktörün aile olduğu görülmüştür (Demir: 3).

Sonuç

Televizyonun spor üzerindeki etkilerini tüm yönleriyle belirlemek imkânsızdır. Biz bildirimizde bu etkilerin bir kısmını irdeledik. Görebildiğimiz kadarıyla televizyon toplumsal yaşamda nelerin yapıldığını ve yapılabileceğini gösteren bir araçtır. Ama, günlük hayatları aile, okul ve iş ortamı gibi, mikro çevrelerde geçen bireylerin neleri yapabilecekleri ise, bu saydığımız faktörler tarafından belirlenmektedir. Kısacası, "nelerin yapılabileceğini" medya, "neleri yapabileceğimizi" içinde yaşadığımız mikro-çevreler tayin etmektedirler. Bu durum sporu da kapsamaktadır.

Televizyon-spor ilişkisi üzerinde yeni bir düşünme zemini açmayı hedefleyen bildirimizde tartışmaya açtığımız görüşlerimizin geçerliliğini sınırlayan, ama araştırılması da son derece güç bir konu olan "uyuyan etki" durumuna işaret ederek sözlerimi tamamlamak istiyorum. "Uyuyan etki" terimi aslında, kitle iletişim araçlarında karşılaşılan, önceleri hoş görülmeyip reddedilen, zamanla değişen şartların etkisiyle birden ortaya çıkan davranışları ifade etmek üzere kullanılmaktadır (Karaküçük: 95; Tör: 69'a atfen). Örneğin spor seyircisinin saldırganlık davranışında televizyonun böyle bir rolü olabilir, ancak bunu belirlemek kolay değildir. Aynı şekilde televizyon, defileler ve güzellik yarışmaları gibi çeşitli programlar aracılığıyla ideal beden ölçülerinin ne olduğunu telkin etmekte ve beğenilen bir vücuda sahip olmak isteyenleri dolaylı olarak spora yöneltmektedir.

"Uyuyan etki" kavramını bir olgunun şekillenmesinde etkili olan, ancak bireylerin farkında olmadıkları etkenleri ifade etmek üzere anlam kaymasına uğratarak ve biraz genişleterek kullanırsak, televizyonun spora yönlenmede "uyuyan etki" tarzında gizli bir rolünün olduğu düşünülebilir. Bu varsayım halen, son derece güç ve bakir bir konu olarak araştırılmayı beklemektedir.

KAYNAKLAR

COMMISSION EUROPEENNE: "***Les Relations Entre Le Sport et la Télévision***", Brüksel, 26.04.1999

CUNNINGHAM, S., MILLER, T. ve ROWE, D. (1994) ***Contemporary Australian Television***, Sydney: University of New South Wales Press.

DEMİR, A. (1996) ***7-14 Yaş Grubu Çocuklarının Spora Yönlendirilmesine Etki Eden Faktörler***, -Yayınlanmamış Doktora Tezi-, M.Ü. S.B.E., İstanbul.

ERKAL, M.E., GÜVEN, Ö., AYAN, D. (1998) ***Sosyolojik Açıdan Spor***, İstanbul: Der Yay.

http://www.usabadminton.org

KARAKÜÇÜK, S. (1995) ***Rekreasyon -Boş Zamanları Değerlendirme-***, Ankara.

KENYON, G.S. (ed.) (1969) ***Aspects of Contemporary Sport Sociology*** . Chicago: The Athletic Institute.

KILCIGİL, E. (1998) ***Sosyal Çevre-Spor İlişkisi -Teori ve Elit Sporculara İlişkin Bir Uygulama-*** . Ankara. Bağırgan Yay.

MAITROT, E. (1995) ***Sport et Télé : Les Liaisons Secrètes***. Paris: Flammarion.

ROWE, D. (1996) ***Popüler Kültürler -Rock ve Sporda Haz Politikası-*** (Ç: M.Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yay.

TÖR, V.T. (1966) "***Boş Zamanları Değerlendirmede Telkin Vasıtalarının Rolleri***", BZD Semineri, İstanbul: HSEK Yayını.