

**ADVED** 15-17 October  
**2018**  
**ISTANBUL**

**4<sup>th</sup>**  
**INTERNATIONAL CONFERENCE**  
**ON ADVANCES IN EDUCATION**  
**AND SOCIAL SCIENCES**

**Abstracts & Proceedings**

**e-publication**

ISBN: 978-605-82433-4-7



International Organization  
Center Of Academic Research  
[www.ocerints.org](http://www.ocerints.org)



**4th International Conference on Advances in  
Education and Social Sciences  
Abstracts & Proceedings**

15-17 October 2018- Istanbul, TURKEY

*(The Proceeding records fully refereed papers presented at the conference)*

**Edited by**

Prof Dr. Ferit USLU

Eskişehir Osmangazi University, TURKEY

**Asst.ant Editors**

Tarık Güçlü, Melih Özdemir, Kübra Altan, Selçuk Aslan

**Front Cover graphical design**

Selcuk Usta

**Cd Technical Design**

Fatih Bıyık



**International Organization Center of Academic  
Research, [www.ocerints.org](http://www.ocerints.org)  
October, 2018, Istanbul, TURKEY**

© 2018 All Rights Reserved OCERINT

**Disclaimer:**

**OCERINT** makes every effort to ensure the accuracy of all the information (the "Content") contained in this publication. However, **OCERINT** makes no representations or warranties whatsoever as to the accuracy, completeness, or suitability for any purpose of the Content. Any opinions and views expressed in this publication are the opinions and views of the authors, and are not the views of or endorsed by **OCERINT**. The publisher cannot be held responsible for the validity or use of the information therein contained. The accuracy of the Content should not be relied upon and should be independently verified with primary sources of information. **OCERINT** shall not be liable for any losses, actions, claims, proceedings, demands, costs, expenses, damages, and other liabilities whatsoever or howsoever caused arising directly or indirectly in connection with, in relation to or arising out of the use of the Content.

**ISBN: 978-605-82433-4-7**

## **FUTBOL & MEDYA İLİŞKİSİ PERSPEKTİFİNDEN AEK – G.S. DOSTLUK MAÇININ TÜRKİYE VE YUNANİSTAN BASININDA YAYINLANAN HABERLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Mihalıs Kuyucu**

Associate Prof., Istinye University, Turkey, michaelkuyucu@gmail.com

### **A Study on News Covered in Turkish and Greek Media about the AEK – G.S. Friendship Football Match from the Perspective of Football & Media Relationship**

#### **Abstract**

Football is one of the important sports branches trailing masses. Affecting friendship between countries in addition to cultural sharing, football may either bring two disputing cultures together or create distances between two friendly cultures. Playing a crucial role about communication between cultures, football matches have political, social and economic effects. These effects have greater influence when football and media come together. Football and Media relationship attracted attention of academicians for years and studies were conducted about the effects and driving force of the football and media about common movement of masses. Media and football relationship also have reflections on communication bureaucracy of nations. Aiming to create an agenda, politicians can change the agenda of a country and steer it to any direction by exploiting football and the media. Conflicting countries having zero communication may come together for a joint cause because of a football match in an unexpected manner. Hostile communities can show presence under the same roof thanks to football that can even eliminate such hostilities. The present study focuses on the effect and reflections in the media in connection with a friendship match played by teams of Turkey and Greece, two countries sharing a cultural heritage in a friendly manner that time by time become hostile towards one another because of imperialist economies. A study has been conducted on reflections of the friendship match played between Galatasaray from Turkey and AEK from Greece on 31 July 2018 in Athens, Greece, in the media of both countries and a review has been carried out on news covered by the press in both countries. Accordingly, on the next day of the football match, sports newspapers and sports pages of three mainstream newspapers with the highest circulation rate were reviewed for both countries and content analysis has been made on the news covered about AEK-GS match. For the purpose of the study, qualitative and quantitative analyses have been made about news covered by the press in both countries and statistics have been obtained about the manner of coverage, number of news, etc. In addition, news articles published about this match by the press in both countries have been subjected to content analysis to determine how each country saw this match. As a result of the study, it has been determined that Greek press covered AEK-GS match more than Turkish press and it has been concluded that higher importance is attached to Turkey & Greece relations, based on this football match.

**Keywords:** Football, Media, Sports, Turkey, Greece, Galatasaray, AEK, Printed Media, Sports Med

#### **Özet**

Futbol kitleleri peşinden sürükleyen en önemli spor dallarından biridir. Kültürler arası paylaşımların yanı sıra ülkelerin de dostluklarını etkileyen futbol, kavgalı iki kültürü barıştırdığı gibi dost iki kültürün de arasını açabilir. Kültürler arası iletişimde önemli bir rol oynayan futbol maçlarının hem siyasi, hem sosyal hem de ekonomik etkileri vardır. Bu etkiler futbolun medya ile bir araya gelmesiyle beraber daha da büyür. Futbol & Medya ilişkisi yıllar boyunca akademisyenlerin ilgisini çekmiş ve kitlelerin ortak hareketinde futbol ile medyanın birbirini nasıl etkilediği ve yönlendirdiği araştırılmıştır. Medya ile futbolun ilişkisi toplumların iletişim

bürokrasilerine de yansımaktadır. Gündem yaratmak isteyen politikacılar futbol ile medyadan faydalanarak ülkelerindeki gündemi değiştirebilir ve dilediği yöne doğru kaydırabilir. Farklı nedenlerden dolayı savaşa giren ülkeler birbirleriyle sıfır iletişim içinde iken bir anda bir futbol maçı sayesinde ortak bir paydada buluşabilir. Düşman topluluklar futbol sayesinde aynı çatı altına girebilir ve hatta bu düşmanlıklarını bile yok edebilir. Bu araştırmada özünde aynı kültürü paylaşan ve dost olmasına rağmen emperyalist ekonomiler yüzünden dönem dönem düşmanlaştırılan iki ülke takımının, Türk ve Yunan takımlarının oynadığı dostluk maçının medyadaki etki ve yansımaları incelenmiştir. Türkiye'nin Galatasaray ve Yunanistan'ın AEK takımlarının 31 Temmuz 2018 günü Yunanistan'ın Atina kentinde oynadıkları dostluk maçının iki ülke basınındaki yansımaları araştırılmış ve bu futbol maçını iki ülke basınının nasıl haber yaptığı incelenmiştir. Bu kapsamda futbol maçının oynandığı günün ertesi, iki ülkede yayınlanan spor gazeteleri ve her iki ülkenin en çok tiraj alan üç ana akım gazetesinin spor sayfaları incelenmiş ve AEK - G.S. maçı ile ilgili yayınlanan haberle içerik analizi yapılmıştır. Araştırmada iki ülke basınının haberleri nitel ve nicel olarak incelenmiş, futbol maçına yer verilmiş şekli, haber sayısı gibi istatistikler çıkarılmıştır. Ayrıca iki ülke basının bu maç ile ilgili yaptığı haberler içerik analizine tabii tutularak, hangi ülkenin bu maçı nasıl değerlendirdiği betimlenmiştir. Araştırma sonucunda Yunan basınının Türk basınına göre AEK – GS maçına daha fazla yer verdiği ve bu futbol maçı üzerinden Türkiye & Yunanistan ilişkilerine daha fazla önem verildiği yorumu yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Futbol, Medya, Spor, Türkiye, Yunanistan, Galatasaray, AEK, Yazılı Basın, Spor Medyası

## 1.GİRİŞ

Günümüzde profesyonel futbolun ve futbol endüstrisinin başarısı ve varoluşu doğrudan medyaya bağımlıdır. Medyanın etkisi olmadan futbolun hareket alanı ve ekonomik potansiyeli ciddi oranda sınırlandırılmış olur. Televizyonun başlangıç yıllarında futbol maçları ile ilgili olarak var olan bilgi akışı, futbolun ulusal ve global ölçekte kitleleşmesine, bu kalabalıklardan beslenen endüstrinin de -bahis, bilet, forma satışı, pay TV, gazete, dergi satışı, reklam vb.- olumlu yönde işlenmesine neden olmuştur.

Futbol medyadan önce de toplumsal yaşamda yeri olan bir olguydu; insanların spor karşılaşmaları için medyaya doğrudan ihtiyaçları bulunmamaktaydı. Oyun her dönem ilgi uyandırmış, kitleler futbolu en büyük eğlence araçlarından biri olarak kabul etmişlerdi.

Bugün oyunun “şahdamarı” konumundaki reklam verenlerin ve sponsor firmaların oyuna yönelik ilgisinin en önemli nedeni, oyunun televizyon aracılığıyla stadyumların çok ötesinde milyonlarca evde aynı anda seyredilmesi ve oyunun tüm aktörlerinin televizyonlarda sürekli olarak yer almasıdır. Televizyon ve futbol ilişkisi, artık vazgeçilemez bir kapitalist birlikteliktir. Bu birliktelik öylesine birbirini bütünlümlenmektedir ki, modern dünyada televizyonsuz bir futbolun olabilirliği artık neredeyse olanaksız hale gelmiştir. Medyanın futbola ilgi duymasının en önemli nedeni kuskusuz geri dönüşünü en iyi şekilde alıyor olmasıdır. Bu nedenle medya için önceki futbolun değil, göz önünde yer alan, en çok kitleye ulaşan takımların, renklerin önemi çok daha fazladır

## 2.FUTBOLUN TARİSEL GELİŞİMİ VE SOSYAL BOYUTU

Futbol günümüz dünyasında çok önemli bir yere ve etkiye sahiptir. Sadece bir spor dalı ve oyun olarak ele almak futbolun derinliğini ve içindeki dinamikleri görememektir. Futbol kitleler üzerindeki etkisiyle, gazetelerde ve televizyonlarda geniş yer işgal etmesiyle, farklı kültür ve ekonomik yapıdan insanları bir araya getirmesiyle incelenmesi gerekli bir spor dalıdır.

Futbol kendine özgü yapısıyla bireyler için farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Kıvanç'a göre futbol; çok süratli yaşanan, anlık reflekslerle, topun ortasına veya birkaç milimetre sağına-soluna vurmakla her şeyin değişebildiği, bir hareketin öyle değil de böyle, şimdi değil de azıcık sonra yapılmasıyla her türlü ihtimalin doğabileceği, temposu yüksek, ritmi karmaşık bir yaşantıdır. (Kıvanç, 2001) Bu tanımda “hayata bir gönderme vardır. Hayatta da her an her şey değişebilir, verdiğimiz kararlar çok önemlidir ve hayat çabucak geçip gider.

Futbolun kuralları basittir, yalındır. Futbol sürprizlere açıktır ve futbolun heyecanı bitmez. Ayakla oynanması hem bir seyir zevki hem de bir dinamizm getirmektedir. Basketbol da ya da voleybol gibi topla oynanan diğer sporlarda sürprize çok yer yoktur, kuralları da daha karmaşıktır. Futbolda zayıf olan güçlüyü yenebilir. Futbolda kurallarla sınırlanmış bir şiddet de vardır. Bu şiddet bir bakıma kurallarla izin verilen şiddettir ve bu durum seyir zevkini getirdiği gibi, izleyiciler üzerinde gerilimi de arttırmaktadır.

Futbol en popüler ve buna paralel olarak da en birleştirici bir spordur. Farklı kültürden, sınıftan birçok insanı bir araya getirme özelliği bulunmaktadır. Bir firma patronu ile bir ıssız veya gecekondulu insanıyla “yüksek

sosyete "den bir insanı bir araya getiren, belki de tek olaydır. Futbol bir dünya sporudur, bu nedenle de küreselleşmenin somut etkilerini ilk yasayan dallardan biridir. (Authier, 2002). Futbol bugün en çok paranın döndüğü spor alanlarından biridir. "Yüzyılın Oyunu" olarak nitelendirilmektedir. Futbolun ne zaman, nerde ortaya çıktığı konusunda da kesin bir bilgi yoktur. "Ancak insanoğlunun devingen – ruhsal ve fiziksel yapısı içinde özellikle yuvarlak cisimlerle oynamaya, kendini eğlendirmeye dönük bir yönelimi olması, bu oyunun insanlıkla eşit bir tarihe sahip olabileceği düşüncesini oluşturmaktadır." (Sert, 2000)

Topla oynanan ilk oyunların Çin'de düzenlendiği konusunda ortak bir görüş vardır. (İ.Ö. 2000 yıllarında) "2004 yılında FIFA (Dünya Futbol Birliği) başkanı Sepp Blater'in de kabul ettiği gibi ilk kez Çin'de oynanmaya başlanan oyunu icadı, efsanelerdeki sarı kral Huang Di'ye atfedilir." (Arık, 2004) Çin kaynaklarına göre futbol M.Ö. 2697 civarında, efsanevi beş imparatorun biri olan Huang-Di zamanında oynanmaya başlamıştır. Amaç, imparatorluk askerlerinin savunma becerisini güçlendirmektir. (Stemmler, 2000) Çin'de düzenlenen ilk toplu oyunlarda, bir saha ortasında bir çit vardı ve çitin iki tarafındaki oyuncular ellerini kullanmadan, topu yere düşürmeden karşı alana atmaya çalışırlardı (Sert, 2000).

Antik Çağ'da ise futbol oynandığına dair veriler pek yoktur. Ancak "Harpaston – el topu" denilen, antik Yunan literatüründe "çok sert ve vahşi" olarak ifade edilen bir oyundan bahsedilmektedir. Harpaston'un basit tek bir kuralı vardı; bir oyuncu gol çizgisini top elinde olarak geçerse veya gol çizgisi üzerinden geçecek şekilde bir takım arkadaşına pas atarsa, puan alırdı, diğer takımın amacı ise "ne şekilde olursa olsun" karşı takımı engellemektir. Baktığımızda Antik Çağ'da futbol (ayak topu) oynanmamıştır, bu yüzden ortaçağ futbolunun kökenleri antikçağa dayandırılmaz. (Stemmler, 2000) Antikçağda olimpiyatlarda spor alanında önemli gelişmeler olmuştur, ancak futbol bir güreş veya atletizm gibi standart bir spor dalı olmamıştır.

Amerika'da futbolun ne zaman oynandığı kesin olarak bilinmemektedir. Meksika ve Orta Amerika yerlileri arasında büyük bir topa kalça ve kolla vurulan bir oyun olduğu bilinmektedir (Clarke ve Clarke, 1985).

Futbolun İngiltere'de ortaya çıktığına dair görüşte epey yaygındır. Ancak tartışmaya da açıktır. "Fransızlar bu oyunun Normanlar tarafından İngiltere'ye götürülen la soule'dan (ortaçağda Romalı askerler ve Fransızlar tarafından oynanan, günümüz futboluna çok benzeyen bir oyun) türediğini, İtalyanlar ise futbolun kendi ülkelerinden çıktığını ileri sürerler. Nerede doğduğu tartışmalı da olsa, futbol önceleri soylular arasında kabul görmüş, daha sonra halk tarafından sevilmiş ve toplumun tüm kesimlerine yayılmıştır." (Sert, 2000).

12. yy da İngiltere'de futbol eğlence için yapılan bir oyundu, kesinlikle bugünkü anlamda sistematik kuralları yoktu. Köyler arasında oyunlar düzenlenir, herkes katılır ve amaçsızca topa vurulurdu. Çatışmalar ve kavgalar çıkardı. Bundan dolayı futbol, 1314'te İngiltere kralı II. Edward tarafından yasaklanmıştı. "O dönemde yasaklamaların altındaki düşünce, salt ortaya çıkan kargaşa değildir; halkın futbol oynamayı bahane edip toplanarak isyan çıkartma olasılığı, kralların en büyük korkularındandı. Onların isteği; halkın bu düzen bozucu oyunlarla ilgilenmek yerine askeri silahlarla ilgilenip, kendini – savaş için – yetiştirmesiydi." (Sert, 2000).

Futbol gelişim sürecinde, siyasi ve dini kesim tarafından pek hoş karşılanmayan bir etkinlik olmuştur. İngiltere'de futbolu yasaklamak için imparatorlar fermanlar çıkarmış, kurallara uymayıp futbol oynayanlar cezalandırılmış. Çünkü bu kesime göre bu oyun "vahşiydi ve toplumsal düzeni tehdit ediyordu. (Arık, 2004)

Futbol 17. yy'a kadar İngiltere'de lanetlenen, küçümsenen bir oyundur. Ancak halkın ilgisi azalmamıştır. Bu dönemde İngiltere kralı II. Charles, İtalya'da Giuocco Del Calcio denen futbolu, oradan İngiltere'ye yaymak için uğraşmıştır. Calcio günümüz futboluna çok benzeyen, Siena ve Floransa'da oynanan bir oyundur. Calcio İngiltere'ye geldikten sonra burada bugünkü haline yakın bir oyun olmuştur.

Büyük kitlelerin ilgisini çeken bu oyunun, günümüzdeki modern anlamda uygulanmasının arkasında, İngiltere'de geçirdiği, teknik – taktik ve kural değişiklikleriyle, örgütsel yapısındaki dönüşümler yatmaktadır. Bu değişim ve dönüşümler özellikle 1842 – 1890 yılları arasındaki dönemde gerçekleşmiş, 1878'de Almanya'da, 1880'de İtalya'da, 1895'te İsviçre'de, 1906'da Portekiz'de uygulanmaya başlanmış ve dünyaya yayılmıştır (Sert, 2000; Crolley ve Hand, 2002).

Sanayileşme ve buna bağlı olarak kentleşme, futbolda mekân, oynanacak yer sorununu da gündeme getirmiştir. 19. yy da birçok İngiliz köyünde futbol sahaları oyuncuların ellerinden alınmıştır. Sahalar kamulaştırılıp, halka kapatılmıştır. Bu durum futbolun popüleritesinin azalmasına neden olmuştur (Arık, 2004).

18. yy'ın ikinci yarısı ve 19. yy'ın ilk yarısı arasında futbol kan kaybetmiştir. Çünkü bu dönemlerde sanayileşmeyle kurulan kentlerde işçi olma, çalışma en büyük erdem olarak kabul ediliyordu. Futbol oynama ise bir zaman kaybı olarak görülüyordu. Bu dönemle birlikte de futbol halkın gündeminden çıkıp, zengin ve aristokrat çocuklarının okuduğu kolejlere girerek varlığını devam ettirmiştir. Modern futbolun temelleri de, 19. yy. İngiliz kolejlerinde atılmıştır. Yüzyıllar boyunca futbolu "avama özgü" olarak nitelendiren soylular, futbolun

sadece Britanya'da değil, tüm dünyada gelişmesine olanak sağlamıştır (Arık, 2004).

İlk futbol kulübü İngiltere'de 1857 yılında kurulmuş olan Sheffield FC'dir. Bunu 1862'ye kadar Sheffield Bölgesinde kurulan 15 takım takip eder ve bu kulüpler Sheffield FC'in oluşturduğu kurallara bağlı olarak Sheffield Birliği adı altında aralarında maçlar yapmaya başlamışlardır. Futbolun günümüz kurallarına kavuşma süreci ise şu şekilde olmuştur: Her okulda farklı kurallarla oynanan futbol, Cambridge Üniversitesi tarafından ana hatları belirlenmiş ve 8 Aralık 1863 tarihinde modern futbolun doğuşu olarak nitelenen İngiliz Futbol Birliği kurulmuştur. Cambridge kuralları iyice benimsendikten sonra, zamanla değişiklikler yapılmış ve günümüz futboluna benzer halini almıştır. Cambridge Üniversitesi ve getirdiği kurallar modern futbolun da doğuşunu simgeler. Futbol uzun süre dışlandıktan sonra o dönemlerde, kamuoyunda yeniden itibar kazanmaya başlamış ve üniversiteler ile özel okullar futbolu geliştirmeye hevesli hale gelmişlerdir. 1864'te İngiliz hükümetinin oluşturduğu komisyon raporunda; futbolun sadece vakit geçirme aktivitesi olmadığı, erkeklerin erdemlerinin geliştirilmesine yardımcı olduğu ifadelerine yer verilmiştir (Stemmler, 2000).

1800lerin sonundan itibaren futbol işçi sınıfının serbest zaman etkinliği haline gelmiştir. İşçiler futbol oynayarak "hayatın sıkıntılarını gidermeye" çalışırlardı. Bu durum futbolun doğrudan toplumsal yaşam içinde konumlanmasını sağlamıştır. İşçilerin yoğun olarak yaşadığı yerlerde kurulan Manchester, Arsenal, Everton gibi takımlar halk için bir aidiyet imkânı sağlamış, futbol toplumun her kesiminde kendine yer bulmuştur. Futbol aslında önemli bir serbest zaman etkinliği haline gelmiştir. Futbol, çalışanları sadece eğlendirip kalmıyor; aynı zamanda kolektif aidiyet duygusuyla bireyleri ortak bir payda altında birleştirmiştir.

**Tablo 1. Futbol Kurallarının Gelişiminde Kilometre Taşları (Holland,2001)**

|      |   |
|------|---|
| 1848 | Tüm futbol kurallarının "Cambridge Kuralları" adı altında birleştirilerek, tüm İngiltere'de aynı standartta futbol oynanmasının sağlanması ve bu kurallara göre Cambridge'de öğrenciler arasında ilk futbol maçının oynanması.  |
| 1857 | İngiltere'de ilk futbol kulübü Sheffield Club'ün kuruluşu.  |
| 1863 | Futbolun İngiltere'de uyandırdığı büyük ilgi karşısında 11 kulüp temsilcisini; Londra'da, Great Queen Street'teki Lincoln Hanı altındaki bir birahane de toplanıp, futbol dünyasının ilk federasyonu olan İngiltere Futbol Federasyonu "Football Association (The FA)"u kurmaları (26 Ekim 1863). Bu tarih, modern futbolun doğuş tarihi olarak kabul edilmektedir. |
| 1879 | Glasgow'dan Danven'e, para ve parlak iş teklifleriyle futbolcu getirilerek futbolda profesyonellik yolunda ilk adımın atılması.   |
| 1885 | Futbolda profesyonelliğin, İngiltere Futbol Federasyonu tarafından resmen kabulü.   |
| 1889 | Futbolun İngiltere adalarından taşıp Avrupa'ya yayılmaya başlaması karşısında Danimarka ve Hollanda'da ilk futbol federasyonlarının kuruluşu ve 1890 yılında Futbol maçlarında tam salâhiyetin hakemlere verilmesi.   |
| 1893 | Amerika kıtasında ilk futbol federasyonunun Arjantin'de kurulması.  |
| 1908 | Londra Olimpiyat Oyunları ile futbolun ilk kez Olimpiyat Oyunları'nda yer alma ve İngiltere'nin şampiyon oluşu.   |

"Futbola olan ilginin artması özellikle iki kesimin dikkatinden kaçmamıştır: Sermayedarlar ve kiliseler." (Talmiciler, 2003). Arsenal Demir-Çelik işçilerinin, Liverpool tersane işçilerinin bulunduğu yörelerde kurulmuştur. Aston Villa ve Everton gibi kulüpler ise rahipler tarafından kurulmuştur.

Kapitalizmin ve kâr mantığının giderek gelişmesi futbola da sızmıştır. "Yeni çağın ve dolayısıyla da kapitalizmin ekonomik gelişmesini belirleyen düşünsel, etik ve sosyal güçler ile modern sporun ilkelerine damgasını vuran güçlerin aynı zamanda, aynı yerde ortaya çıkmış olmaları, hangi biçimde olursa olsun, sanayi toplumunun gelişmesi ile sporun gelişmesi arasında gene de kopmaz bir bağın olduğunu göstermektedir" (Arık, 2004).

### 3. FUTBOL & MEDYA İLİŞKİSİ

Medyanın artık günümüzde toplumsal yaşama çok büyük bir etkisi vardır. "Bireyler medyadaki imgelerden yararlanmak suretiyle içinde yaşadıkları toplumsal gerçekliği ve yaşananları yorumlayabildikleri için

medyanın yönlendirmelerinden etkilenebilmektedir.” (Talimciler, 2007) Medya bu durumda iktidarlar içinde vazgeçilmez bir araç olmaktadır.

Sporun popülaritesinin arkasında medyanın – kitle iletişim araçlarının - etkileri bulunmaktadır. İletişim araçlarının topluma egemen olan üretim biçiminin bir fonksiyonu olduğu düşünüldüğünde popüler spor-medya ilişkisi değerlendirilmelidir. Haberin içeriğinden çok sunuluş tarzının ön plana çıkarıldığı, görüntünün olmadığı hallerde bile kurgu teknikleriyle gerçeklerin izleyiciye ulaştırıldığı psikolojisi yaratılmaktadır. İzleyen kitle, şiddet, felaket, acı, kaygı, üzüntü gibi olgularla motive edilir ve günümüz medyasındaki temel amaç tüketimdir. (Öcal, 2002).

Futbol bugün büyük bir kitlesel medya eğlencesidir. Dünya Kupası, Avrupa Şampiyonası, Şampiyonlar Ligi gibi büyük futbol organizasyonları milyarlarca insan tarafından izlenmektedir. Bunun nedeni futbolun televizyon aracılığıyla çok büyük kitlelere ulaşmasıdır.

Kitle iletişiminin gelişmesiyle televizyon bugün hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelmiştir. Erdoğan ve Alemdar’a göre televizyon, kültürle ilgili günlük yaşamda popüler olanı ve yapılmak istenileni taşıyan, gösteren, sunan, değerlendiren, yücelten, popülerlik kimliği veren bir iletişim aracıdır. Televizyonun ideolojik bir yükü vardır. Hafta içi, is dışındaki zamanlarda ya da işsizlerin ve evde çalışmayan kadınların zaman geçirmesinde kullanılan popüler bir faaliyettir. Televizyon günlük program pratikleriyle var olan endüstriyel yapıyı koruyan ve popülerleştiren bir işlev görmektedir (Erdoğan, Alemdar, 2005).

Futbol da televizyon sayesinde kitle kültürü durumuna gelmiştir. Bugün “Televizyon Futbolu” denen bir durumdan bahsedilmektedir. Televizyon çok etkili bir kitle iletişim aracı olarak; sadece bir aktarıcı ya da toplumsal değişimin bir etkileneeni değildir, günümüz toplumsal yapısının oluşumunda aktif bir işlev yüklenmiştir (Arık, 2004).

Boniface’e göre futbol dünyadaki fethini televizyonla tamamlamıştır. Televizyon ile futbolun bu kadar iç içe girmesi ya da televizyonla ‘evliliği’ çok kolay olmamış; futbol sorumluları, statları seyircisiz bıraktığı kabul edilen televizyon yayınlarına ilk basta karşı çıkmışlardır. Yayınlar daha çok seyirci çekme mantığıyla, milli takım başarılarına tanık olmayı sağlama amacıyla uluslararası maçlarla başlatılmıştır. Örneğin Fransa’da ilk maç yayını 1950’de Fransa, Almanya maçıyla gerçekleştirilmiştir. O dönemde televizyon sayısı 1500’dür ve maçın yayınından önce sadece bir günde bin televizyon satılmıştır (Boniface, 2007).

Televizyon her zaman her spor dalı için uygun olmaz. Bir sporun televizyonda yer bulması için bazı kriterleri yerine getirmesi gerekir. Televizyon için uygun olan spor; kuralları basit olan, herkesçe kolay anlaşılabilir takip edilen, karşılaşmaları televizyon için yayına uygun saatte olan – ki gerekirse bu televizyon kuruluşunun isteğine göre de ayarlanabilir - yaratıcılığa, heyecana açık olan spordur. Bu kriterleri yerine getiren en büyük spor da futboldur. Ne basketbol, ne voleybol ne tenis ne de atletizm futbolun sahip olduğu heyecana, sürprizlere, basitliğe sahip değildir. Bu yüzden futbol kitlelerin ilgisini daha çok çeker ve televizyon kuruluşları için gelir ve reyting elde etme sansıdır (Ozankaya1980).

Televizyon sayesinde futbolun medyatik olarak sahnelenişi söz konusudur, futbol televizyonla adeta yeniden üretilir ve ortaya yeni bir gerçeklik çıkar. Televizyon futbolu seyircinin dikkatini her türlü teferruatın arındırılmış futbol maçına odaklaştırır, yönlendirir. Televizyonun değişmez ilkeleri olan eğlence, gerilim, dramatiklik mükemmel bir şekilde uyarlanır. (Klose, 2004)

Futbol ve televizyon arasında karşılıklı, birbirini besleyen bir ilişkiden söz edilebilir. Futbol televizyon izleyicisinin sayısını arttırmaktadır. Televizyonculuğun paraya ve reklama bağımlı bir endüstri oluşu, onu seyirciye bağımlı hale getirmiştir. Televizyonlarda yayınlanan her programın giderini karşılaması gereklidir, yani çok seyredilmesi ve reklam alması gereklidir. Futbol yayınlarıyla gerekli reyting elde edilmeye çalışılır. Bu anlamda bir örnek verecek olursak; 2002 Dünya Kupasında Türkiye ile Brezilya’nın oynadığı, TRT tarafından yayınlanan yarı final maçı Türk televizyonculuk tarihi içinde yüzde 82,2’lik izlenme oranıyla en çok izlenen program olmuştur (Arık, 2004).

Futbol ayrıca televizyonlar için program çeşitliliği de yaratmaktadır. Yani yapılan yayınlar sadece futbol karşılaşmasının yayınıyla sınırlı değildir. Maç öncesi ve sonrasının değerlendirilmesinin yapıldığı, futbol yorumcularının “yorum” yaptığı programlar televizyonlarda geniş yer bulmakta ve önemli reytingler elde edebilmektedir.

Futbolun dijital yayıncılığın gelişmesine de önemli etkileri olduğu bir gerçektir. Dijital yayın kuruluşları futbol maç yayın haklarını satın alarak büyük bir kitle olan futbol izleyicisine decoder satmayı amaçlar. Maç yayın haklarını çok büyük bedeller ödeyerek satın alan dijital yayın kuruluşları bunun kendilerine daha sonra kâr olarak geri döneceğini bilirler.

Futbolun bugün bir dijital yayın kuruluşunun yaşamasını sağlayan en önemli unsur olduğu kabul edilir.

İnsanların bir dijital yayın kuruluşuna sırf maç yayın hakları nedeniyle abone olabilmektedir. Türkiye’de Digitürk son yıllarda Süper Lig futbol yayın haklarını elinde bulundurmaktadır.

Bu duruma tersten baktığımızda da televizyonun futbola önemli bir gelir kaynağı yarattığını söyleyebiliriz. Naklen yayın haklarını alan TV kuruluşu ödediği paralarla futbola gelir sağlar. Naklen yayın gelirleri bugün kulüpler için çok önemlidir. Futbol- TV birlikteliği büyük bir kitle eğlencesine dönüşmüştür. Kulüpler yayın gelirleriyle ekonomik anlamda güçlenmiştir ve taraftarlarını memnun edecek, heyecanlandırarak ve buna bağlı olarak da maçlara çekecek, ürün sattıracak sporcu/futbolcuları getirmeye başlamıştır. Sportif başarılar geldikçe de kent sokaklarında zafer kutlamaları başlamıştır. Kulüpler profesyonel yöneticilerden kurulu birer kapitalist şirket haline dönüşmüştür.

Arık’a göre futbol ile televizyon arasında bir işçi-işveren ilişkisi kurulmuştur ve buna bağlı olarak futbolun hareket sınırları televizyon tarafından belirlenir olmuştur. Serbest zaman etkinliğine dönüştürülen ve toplumsal köklerinden iyice kopan futbol; televizyon, sponsorluk ve reklam ilişkisinden oluşan bir örgü içindedir. Sponsorluk ve reklam gelirleri en önemli finans kaynaklarıdır. Televizyon da futbolu reklamcılar için önemli bir hedef haline getirmiştir.

Dünyada futbolun en büyük finansörü televizyon kanallarıdır. Bu durum Türkiye’de de öyledir. Bu nedenle, fikstürler, maç programları hep kanalların istekleri doğrultusunda hazırlanır. Hatta FIFA, futbol oyun kuralarını televizyon yayıncılığına daha uygun hale getirmeye yönelik arayışlar içindedir. Güç böyle olunca, futbol dünyasıyla medya arasındaki ilişki de karşılıklı alışverişin ötesinde, bir patronaj çerçevesine doğru kaymaktadır (Kozanoğlu, 2002).

Kozanoğlu, TV-medya ve futbol arasındaki ilişkiyi iyi özetlemektedir. Futbol ve TV arasındaki ilişkiler zaman içerisinde dönüşmüştür. Bu ilişkiler içerisinde futbol artık bir “showbusiness” dir. Futbolun aktörleri de birer ‘süper stardır’. Futbolcu sadece bir futbolcu değildir – özellikle büyük ve popüler kulüplerin futbolcuları- her hareketi takip edilen, idoleştirilen birer yıldızdır. Televizyonun futbola kaynak akıtmaya devam etmesi için bu gereklidir, böyle olmalıdır. Kulüpler de bunu bilerek bu duruma boyun eğmiştir.

Kıvanç’a göre futbol televizyonla gerçekliğinden uzaklaşmaktadır. Gerçekte olan bitenle görünen birbirinden uzaktır. TV futboluyla oyunun doğal dinamiğini kavrayacak görüşten yoksun kalınır. Futbol maçı naklinin bir TV programı olarak düzenlenişi, sahadaki gerçeklik ile ekrandan görülen farkı iyice ortaya koymaktadır (Kıvanç, 2004).

Kuskuşuz bugün televizyon olmasaydı, futbolda şirketleşme ya da yeni futbol ekonomisinden söz etmemiz de mümkün olmayacaktı. Yeni futbol ekonomisinin kendisini yeniden üretebilmesinde ve futbolun dev bir endüstri haline gelebilmesinde televizyonun çok büyük önemi ve rolü vardır. Televizyon aynı zamanda dünyanın en uzak ucuna futbolu taşıyarak, futbolun şirketleşmesi egemenlik alanını genişletip üretim ilişkilerini küreselleştiriyor. Kısacası futbolu yönlendiriyor ve şekillendiriyor (Gökalp,2005)

David Rowe bu durumu şöyle açıklamaktadır, “Televizyon, sporun iktisadi boyutu ve kitlelere sunulması açısından işgal ettiği hayati konumdan ötürü dikkatleri üzerinde topladı.” ( Rowe,1996 )

UEFA genel sekreteri Gerhard Aigner bile “futbolu televizyonun yönettiğini” itiraf etmiştir. Dijital yayın platformlarının gelişmesi, futbolun daha da yaygınlaşıp endüstriyel bir kimliğe bürünmesine olanak sağlamıştır. Daha önceden pazarlanan konumundayken futbol, bugün endüstriyellemeye paralel olarak artık metaları pazarlayan ve satan, yıllık cirosu 100 milyar dolarlara ulaşan dev bir sektör haline gelmiştir (Coakley,2001)

Eduardo Galeano, futbol ile televizyonun ilişkisini “Televizyonun Hâkimiyeti” başlığı altında , maçları artık yalnızca statlardaki sınırlı sayıdaki izleyici değil, milyonlarca insan seyredmektedir. Artan seyirci sayısı görüntüyü istediği gibi yönlendirerek mallarını satmak isteyen işadamlarının ekmeğine yağ sürmüştür; bu seyirciler onlar için mükemmel birer tüketicilerdir. Ne var ki, beyzbol ve basketboldan farklı olarak futbolda sık sık reklam yayınlamaya uygun aralar yoktur, tek bir ara ise yeterli değildir. Amerikan televizyonu bu nahoş kusuru düzeltmek için maçların, her biri yirmi beş dakika olmak üzere 4 devreye bölünmesini önerdiğinde bu öneri Havalange tarafından da benimsendi.” (Galeano,1997) sözleriyle özetlemiştir.

Futbol kültürünü ve üretim ilişkilerini aynı heyecan ve yoğunlukta, eşzamanlı olarak dünyanın dört bir tarafına taşıyan televizyon, yeni futbol ekonomisinde sermaye birikiminin temel dinamiklerini de yaratmıştır. Yaratılan bu dinamiklerin basında “reyting” gelmektedir. Günümüz teknolojik olanaklarıyla, üç milyar insana aynı ilgi ve yoğunlukta, futbol metasını satabilmenin yolu izlenilirlik düzeyinin yüksekliğinden geçmektedir. Özellikle 1980’li yılların ikinci yarısından sonra televizyon ile futbol arasında karşılıklı bir etkileşim oluşmuştur. Bu süreçte televizyon, futbolu sosyal ve iktisadi anlamda etkiler hale gelmiştir.

Çiğdem’in (2002) ifade ettiği gibi; “Futbol ekonomisinin büyümesi ve bu ekonominin iletişim teknolojilerindeki



gelişme ile iç içe girmesi, futbola bağı olsun olmasın, dünyanın her yerinde sıradan futbol tüketicileri oluşturulmasını zorunlu kılmakta, bunların kısa bir süre olsa da “futbolsever”in yerine geçmesini sağlamaktadır”.

Dijital yayın olanaklarının gelişmesi ve yaygınlaşması, endüstriyel futbola da hayat vermektedir. Aynı anda dünyanın dört bir tarafına futbol servisi yapabilen bu platformlar, futbol pastasını da geometrik olarak artırıyor ve futbolun emrine yeni parasal olanaklar sunuyor. Özellikle naklen yayın gelirleri bugün endüstriyel futbolun en önemli gelir kalemini oluşturmaktadır.

Günümüzde futbol maçlarının naklen yayınlanmasını sağlamak için ilgili kurumlara ödenen paralar milyar dolara ulaşmaktadır. Avrupa’da beş büyük ligde naklen yayın gelirlerinin toplam gelir içindeki paylarına bakıldığında Deloitte Annual Review of Football Finance 2005’e göre, İngiltere’de %45; İtalya’da %55; Almanya’da %28; İspanya’da %41 ve Fransa’da %47 civarında olmuştur. Bu veriler, Avrupa futbolunda en fazla yayın geliri elde eden ligin 1 milyar 160 milyon dolar ile İngiltere birinci ligi Premiership olduğunu, İngiltere’yi 824 milyon dolarlık yayın geliriyle İtalyan birinci ligi Serie-A takip ettiğini; Fransız Ligue 1’in yıllık yayın gelirleri 591 milyon dolarla üçüncü sırada olduğunu göstermektedir. Sıralamada dördüncü durumda bulunan İspanyol La Liga’nın yıllık yayın geliri 542 milyon dolar; besinci Alman Bundesliga’nın 402 milyon dolar olarak görülmektedir (Hobsbawm,1995).

Avrupa futbolunun dışında en yüksek naklen yayın geliri yaratan futbol organizasyonu olarak karsımıza Dünya Kupası çıkmaktadır. Almanya’da düzenlenen 2006 Dünya Kupası’nda naklen yayın gelirleri 1,3 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. 2002’de 962 milyon dolar olan yayın gelirleri, 1990 yılında sadece 67 milyon dolar civarında kalmıştır. 1994’te 81 milyona, 1998’te de 100 milyon dolara ulaşan yayın gelirleri 16 yıl içinde tam on sekiz kat artmıştır.

#### 4. TÜRKİYE’DE FUTBOL VE YAZILI BASIN İLİŞKİSİ

Türkiye’de futbol her dönem sevilen bir spor dalı olmasına rağmen, geniş kitlelerce daha fazla sevilmesi, 1980 sonrasına denk gelmektedir. 1960’lı yıllarda kalkınma planları uygulanırken, 1980’li yıllarda izlenen politikalar sonucu serbest piyasa ekonomisi dünyayı domine etmiştir. 1980 sonrası karaborsa dönemi sona ermiştir. Türk halkı her türlü teknolojik ürüne rahatlıkla sahip olurken, küreselleşmeden de etkilenmeye devam etmiştir. Yeni ekonomik anlayışın reklamlar aracılığı ile kitleler üzerindeki etkisini arttıran medya sayesinde kişilerin tüketime yönelik yaşam tarzları oluşmuştur. Bundan futbol da nasibini almıştır. Sahaların çimlenmesi ve altyapı yatırımları önemsenmeye başlanmıştır. Özel televizyon kanallarının yaygınlaşması ile futbol hayatımızın her alanına yerleşmeye başlamıştır. Bu dönem, üç büyükler olarak adlandırılan Galatasaray – Fenerbahçe – Beşiktaş takımlarının posterlerinin, bayraklarının, bez bebeklerinin okuyucuya promosyon olarak dağıtıldığı yıllar olmuştur. 1985 yılında yayınlanmaya başlayan Sabah Gazetesi, bu dönemde futbol haberlerine, diğer spor branşlarına göre daha fazla yer vermeye başlamıştır. 1989 yılında ise ilk spor gazetesi Fotospor hayatımıza girmiştir.

Uluslararası arenadaki futbol başarıları, futbola ilgiyi yoğunlaştırmaya devam etmiştir. 1990’lı yıllar, promosyon savaşlarının olduğu yıllardır. Bu dönemde spor (futbol) gazeteleri yavaş yavaş gündelik hayatımızda yerlerini almaya başlamışlardır. 1995’te Dogan Grubu “Fanatik” Gazetesi’ni, aynı yıl Sabah Grubu “Tarafat” gazetesini çıkarmışlardır. 1996’da Tarafat ile Fotomaç gazeteleri birleşmiştir. 1998 yılında Sabah Grubu “Süper Futbol” adlı dergiyi çıkarsa da bu dergi uzun ömürlü olmamıştır. Bu dönem ayrıca dört büyük taraftara hitap eden sayfa sayısı artmış ve takım yazarlarının gazetelerdeki köşeleri yoğunlaşmaya başlamıştır.

Futbolun sadece Türkiye’de değil, tüm dünyada en popüler spor dalı olması sonucu, futbol yazarlığı yavaş yavaş meslek dalı haline gelmeye başlamıştır. Bir takımın taraftarlığı biçiminde gelişen spor yazarlığında, hep üç büyüklerin ağırlığı hissedilmektedir. Söyle ki; Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray’a yönelik övgüler, tahminler sıklıkla gazete sayfalarında yer alırken, diğer kulüpler, bu takımlarla karşılaşacakları ya da o takımı yendikleri, ya da kaza geçirdikleri zaman (Sakaryaspor kalesinin geçirdiği trafik kazası gibi) spor sayfalarında yer almıştır.

“Yine günümüz yazılı spor basınında futbol takımlarının şampiyonluk mücadeleleri, geçmiş sezonlarda takımların ya da futbolcuların performansları, ezeli rekabete ilişkin sonuç tabloları, maçın puan cetvelindeki önemi, takımların birbirlerine karşı olan güç dengeleri, uyguladıkları yeni oyun sistemleri, taktikler, hava koşulları, yeni transferlerin durumu, sakatların ve yedek futbolcuların durumu, son karşılaşmalarda alınan sonuçlar, deplasmanlarda takımların başarı düzeyi, maçın sonucuna etki eden hareketler, hatalar, goller, maça damgasını vuran önemli pozisyonlar (fauller, penaltılar, serbest vuruşlar, kırmızı – sarı kartlar, oyuncu değişiklikleri, hakem kararları), futbolcuların başarısına dayalı yıldız tabloları, tribünlerdeki seyircilerin sayısı, asılan pankartlar, tezahüratlar, maç öncesi – maç sonrası yaşanan olaylar, futbolcu – teknik direktör veya yöneticilerin açıklamaları geniş ölçüde yer almıştır” (Büyükbaykal,2004).

Başlık ve fotoğraf gibi görsel öğeler daha fazla yer işgal ederken, magazin habercilik anlayışının ağırlık kazanması, okuyucu kapma yarışındaki yazılı basının futbolun görselliğine daha fazla yer ayırması ile sonuçlanmıştır. Yazılı spor basınında genellikle futboldan gelen eski sporcuların yer alması, söz düellolarını geliştirmiştir ki, bu da kişisel mücadelelerin dogmasına da neden olmuştur.

2000 yılında Galatasaray kulübünün UEFA ve Süper Kupa şampiyonluğu, toplumumuzun erkek – kadın, genç, çocuk her kesimden insanın futbola ilgi duymasını daha da fazlalaştırmıştır.

2005'te Fotospor gazetesi, yeniden spor basınında yayınlanmaya başlamıştır. Maç sonrası konvoylar halinde bayraklarla arabalarda dolaşmak, silahları ateşlemek şeklindeki yeni eğlence biçimi, Türk toplum hayatında yerini almıştır. 1980'li yıllarda Özal'ın kendi tuttuğu futbol takımını tribünlerden izlemesiyle başlayan değişiklikler, o yıllara adeta damgasını vurmuştur. Cumhurbaşkanı'nın, Başbakanların, Bakanların tuttıkları takımın maçlarına gitmeleri adet haline gelmiştir (Kahraman,2003).

Bu dönemde, oyuncuların ve seyircilerin rolleri yanında, futbolun toplumsal statüsü değişmiştir. Profesyonelleşme ve kitlesel medyatik pazarlama çerçevesinde ticarileşme süreçlerine bağlı olarak, futbol 'proleter sporu' olmaktan çıkıp, toplumsal kabul gören bir boş vakit eğlencesi haline gelmiştir. Futbol sporu, televizyon, sponsorluk ve reklamın oluşturduğu ilişki örgüsüne yakalanmıştır (Büyükbaykal,2004 ).

Günümüz Türk futbol takımlarının borsadaki hisse senetlerinin varlığı, televizyon reklamlarında yıldız futbolcuların oynatılması (özellikle Nihat Kahveci, Arda Turan, Tuncay Sanlı vs. gibi) futbolun, hem sosyal, hem ekonomik, hem kültürel hayatımızda yer almasının en büyük göstergesidir.

2000'li yıllar ayrıca dört büyüklerin dergilerinin de rekabet içine girdiği yıllar olmuştur. Takım adları ile yayınlanan spor dergileri yoğun talep almıştır. Bu arada "Minik Kartal" adlı BJK Spor Kulübünün resmi yayın organı olan dergi, dünyanın ilk çocuk futbol dergisi olmuştur.

## 5. AEK & G.S. FUTBOL MAÇININ TÜRK VE YUNAN MEDYASINDAKİ YANSIMALARI

Yunanistan'ın Atina şehrinde 31 Temmuz 2018 Salı akşamı oynanan Yunan takımı AEK ile Türk takımı Galatasaray'ın futbol maçı AEK takımının 3-2 lik üstünlüğü ile sona ermiştir. Çalışmada futbol maçından bir gün sonra 1 Ağustos 2018 tarihinde Yunanistan ve Türkiye'de yayınlanan spor gazeteleri ile her iki ülkede en çok satılan üç ana akım gazetesinin spor sayfalarında bu futbol maçı ile ilgili yapılan haberler incelenmiş ve bulgular analiz edilmiştir. Araştırma AEK & GS futbol maçı örneğinden hareket ederek Türk ve Yunan basınında iki ülke ile ilgili yapılan haberlerin betimsel analizi amaçlanmıştır. Bu bakımdan araştırmanın yöntemi nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay araştırmasıdır. Bir konu, olgu veya problemi anlamak için bir veya birden fazla olay veya kişiler kullanılarak yapılan çalışmalara örnek olay araştırması denir. Araştırmacılar, kişi ya da kişileri veya olay ya da olayları detaylı derinlemesine bir şekilde, belirli bir süreç içerisinde ve çeşitli veri toplama yöntemleri kullanılıp inceleyerek, araştırma sonucunda örnek alınan olay etrafında raporlarını oluştururlar (Güler vd.,2015:301).

Araştırmanın yapıldığı dönem olan Ağustos 2018' de Yunanistan'da dokuz, Türkiye'de üç tane spor gazetesi yayınlanmıştır. Bu dokuz gazetesinin dört tanesi ülkenin büyük sermayeli futbol kulüplerine yönelik içerik sunmuştur. Bunlar içinde "Fair Play Arena Press" gazetesi Aris adlı takım, "I Prasini" adlı gazete Panathinaikos adlı takım, "Kokkinos Protahlistis" gazetesi Olimpiakos takımı ve "Metro Sport" adlı gazete Paok adlı takımların taraftar gazeteleri gibi yayın yapmaktadır. AEK – GS futbol maçı bu dört gazetede yer almamıştır. Bu gazeteler içeriklerini daha çok kendi takımlarının spor faaliyetlerine ayırmışlar ve dünyadan muhtelif spor haberleri vermeyi tercih ederken, rakip takımları olan AEK 'in oynadığı bu hazırlık maçına yer vermemişlerdir. Diğer beş spor gazetesi ise ana akım olarak adlandırılabiliriz genele hitap eden spor gazeteleri olup beşi de AEK – GS futbol maçını ana sayfadan haber yapmışlardır.

**Tablo 2. Yunanistan'da Yayınlanan Günlük Spor Gazeteleri**

| Gazete               | AEK & GS Maçı Haberi |
|----------------------|----------------------|
| FairPlay Arena Press | Yok                  |
| I Prasini            | Yok                  |
| Fos                  | Var (1. Sayfada)     |
| Sport Time           | Var (1. Sayfada)     |
| Sport Day            | Var (1. Sayfada)     |
| Athlitiki Ora        | Var (1. Sayfada)     |
| Kokkinos Protahlimos | Yok                  |

|             |                  |
|-------------|------------------|
| Live Sport  | Var (1. Sayfada) |
| Metro Sport | Yok              |

Aynı dönemde Türkiye’de üç tane spor gazetesi yayınlanmaktadır. Bu gazeteler FotoMaç – Fanatik ve AMK adlı günlük yayınlanan gazetelerdir. Bu üç gazete de AEK – G.S. futbol maçını haber yapmışlardır. Fanatik gazetesi haberi birinci sayfadan vermek yerine ikinci sayfada detaylı bir biçimde vermeyi tercih ederken, FotoMaç ve AMK gazeteleri haberi birinci sayfada küçük bir spot haber olarak vermiş, ara sayfalarda ise detaylandırma yolunu tercih etmiştir.

**Tablo 3. Türkiye’de Yayınlanan Günlük Spor Gazeteleri**

| Gazete   | AEK & GS Maçı Haberi |
|----------|----------------------|
| Foto Maç | Var                  |
| Fanatik  | Var ( 2 Sayfada)     |
| AMK      | Var                  |

60 yıllık bir spor gazetesi olan ve Yunan basınının en eski gazetelerinden biri olan “Fos” gazetesi futbol maçını birinci sayfada küçük bir haber spotu olarak haberleştirmiş detayları ise dördüncü sayfada sunmuştur. Dördüncü sayfada yer alan haberi 17x37 cm lik bir alanda sunmuştur. Haberi sunarken eleştirel bir üslup kullanan gazete “Falsolu Prova” başlığın kullanmış ve sürmanşette “AEK, Galatasaray’ı düşük tempolu iyi futbolla 3-2 yendi” başlığını kullanmıştır. Yunan takımının temposuz futboluna vurgu yapan gazete GS takımını sıfatlandırırken “Türkler” adını kullanmış ve “Türkler maça fazla asılmadı. Ritim ve tempo yoktu” yorumunu yapmıştır.



Şekil 1. Fos Gazetesi AEK – GS Maçı Haber Görseli

Sport Time adlı gazetesi haberi birinci sayfasından vermiştir. Manşette AEK için “Her şey için hazır” yorumunu yazan gazete, AEK takımının futbolundan övgü ile bahsetmiştir. Haberin detaylarını dördüncü sayfada tam sayfa (tabloid gazete) olarak sunan SportTime, sayfanın manşetinde “AEK bir Güzellik” diyerek AEK’i övmüş, G.S. için ise “çok güçlü bir rakip” tanımlamasını yapmıştır. Haber 33x25 (tam sayfa) olarak sunulmuş ve AEK’in 4-4-1-1- taktiği ile diziliş grafiği, futbol maçından önemli dakikalar ve olayları anlatan bir haber yapmıştır.



Şekil 2. Spor Time Gazetesi AEK – GS Maçı Haber Görseli

SportDay gazetesi haberi sürmanşetten vermiş ve “AEK Geçen Seneki Gibi” başlığını kullanmıştır. Haberin

detaylarına 2 sayfa ayıran ve bunları gazetesinin 14 ile 15.inci sayfasında yer veren Sport Day gazetesi iç sayfalarda verdiği haberde “Büyülü AEK” başlığını kullanmıştır. Habere iç sayfalarında 35x 52 cm lik bir yer ayıran gazete, takımların sahadaki dizilişlerini sunarken, takımların oyuncu kadrosunu ve onların performansına göre on üzerinden puanlama ile değerlendirme de yapmıştır. Gazete AEK teknik direktörü Uzunidis’i değerlendirirken on üzerinden 7 puan verirken, G.S. teknik direktörü Fatih Terim’e on üzerinden 6 puan vermiştir. AEK takımının daha fazla sayıda gol pozisyonu yakaladığını ama bu pozisyonları değerlendiremediğini belirten gazete daha çok AEK teknik direktörü Uzunidis ile ilgili eleştirilerde bulunmuş ve Uzunidis’in takım kadrosunu oluşturduğuna vurgu yapmıştır. Gazete Galatasaray takımı ile ilgili hiçbir yorumda bulunmamış tüm haberi AEK takımının penceresinden değerlendirmiştir.



Şekil 3. Spor Day Gazetesi AEK – GS Maçı Haber Görseli

31 Temmuz 2018 günü oynanan AEK – G.S. futbol maçına Yunan basınında en fazla yer veren spor gazetesi “Athlitiki Ora” adlı gazete olmuştur. Athlitiki Ora gazetesi Yunanistan’da AEK taraftarları ile için yayınlanan tarafar gazetelerinden biri olarak temsil ettiği takımın bu hazırlık maçına çok geniş yer vermiştir. Tabloit olarak basılan gazete birinci sayfasının tamamını bu maça ayırmıştır. Manşette “Bu Sene de Şükredeceksiniz” başlığını kullanan gazete, AEK teknik direktörü Uzunidis’in başarılı bir takım yarattığını ve AEK’in dinamik ve yeni yapısına karşı Galatasaray’ın dayanamadığını belirtmiştir. Maç hakkında analizler yaparken AEK hakkında daha olumlu eleştirilerde bulunan gazete ana sayfasındaki haberde AEK takımının özellikle 25 ile 70.inci dakikalar arasında “süper bir ritimle” oyun oynadığı vurgulanırken “AEK bu hazırlık maçıyla Şampiyonlar Ligine mesaj yolladı” yorumu yapılmıştır.



Şekil 4. Athlitiki Ora Gazetesi AEK – GS Maçı Haber Görseli

Live Sport gazetesi de AEK & G.S. maçının haberini manşetten vermiştir. Manşette “Öldürüyor” başlığını kullanan gazete, “Uzanidis’in AEK’i Herkesi Delirtti” alt başlığını kullanmıştır. Galatasaray takımının daha

hazır bir takım olduğuna vurgu yapan gazete, AEK takımının hızlı, dinamik ve oturmuş futboluyla dikkat çektiğine vurgu yapmıştır. Gazete manşetten verdiği bu haberi dördüncü ve 8-10.uncu sayfalarında detaylandırmıştır. Gazetenin dördüncü sayfasında spor yazarı Vasilis Galupi 'nin tam sayfalık maç analizi yer almıştır. Live Sport Gazetesi AEK – GS futbol maçına en fazla yer veren gazete olmuştur. Gazete her biri 36x30 ebatlarında toplam dört sayfasını bu futbol maçına ayırmıştır. Detaylı analizlerin yer aldığı sekizinci sayfada takımların sahadaki dizilişleri, dakika dakika maçta yaşananlar haberleştirilirken, dokuzuncu sayfada AEK takımı adına sahaya çıkan futbolcular ile ilgili tek tek kritik ve yorumlar yapılmış, onuncu sayfada ise AEK takımının teknik direktörü Marinus Uzunidis'in "Her kim gelirse gelsin biz her zaman Avrupa için hazır olacağız" demecinin yer aldığı haber yer almıştır.



Şekil 5. Live Sport Gazetesi AEK – GS Maçı Haber Görseli

Live Sport Gazetesi AEK & GS futbol maçına en fazla yer ayıran spor gazetesi olmuştur.



Şekil 6. Live Sport Gazetesi AEK – GS Maçına İç Sayfalarda Ayırdığı Haber Alanı

1 Ağustos 2018 günü Türkiye'de yayınlanan spor gazetelerine bakıldığında Foto Maç gazetesi AEK – G.S. futbol maçının skoru ile ilgili birinci sayfada "Aslan Tatsız" başlıklı bir küçük spot haber yaparak detaylı haberi

dokuzuncu sayfada sunmuştur. Benzer bir biçimde Fanatik Gazetesi birinci sayfada küçük bir spot haberle “Galatasaray Tat Vermedi” başlığını kullanmış ve detayları ikinci sayfada sunmuştur. AMK gazetesi ise “G.Saray defansı, hazırlık maçlarında sınıfta kaldı. Bu Nasıl Savunma” başlıklı kısa bir spot haberle futbol maçını duyurmuştur.

Türkiye ile Yunanistan spor basını kıyaslandığında Yunanistan’da yayınlanan spor gazetelerinin AEK – G.S. maçına daha fazla yer verdiği görülmüştür. Dört rakip takım – taraftar gazetesi dışında kalan beş spor gazetesinin tamamı futbol maçını birinci sayfadan ve Türkiye’deki spor gazetelerine oranla daha büyük vermiştir. Türkiye’de yayınlanan üç spor gazetesi ise haberi ana sayfada çok küçük bir spot haber olarak değerlendirmiş ve haber detayları için iç sayfalara yönlendirme yapmıştır. Spor gazetelerinin bu haberi işleyiş biçimine bakıldığında Yunan spor basınının Türkiye & Yunanistan ilişkilerine verdiği yüksek gündem önemi nedeniyle bu futbol maçına daha büyük bir anlam yükleyerek daha kapsamlı haber yaptığı görülmüştür.



Şekil 7. Türkiye’de Yayınlanan Üç Spor Gazetesinin AEK – G.S. Futbol Maçının Birinci Sayfa Haber Görselleri

Türkiye’de yayınlanan spor gazeteleri bu futbol maçının detaylarını daha çok iç sayfalarında haberleştirmeyi tercih etmişlerdir. Foto Maç haberinin detayına dokuzuncu sayfasında “Tatsız Prova” başlığı ve “Aslan Süper Kupa Öncesi Son Provada AEK’ya Yenildi” yorumuyla sunmuştur. Foto Maç haberi 25x27 cm boyutunda sunmuştur.



Şekil 8. Foto Maç Gazetesinin İç Sayfadaki Haber Görseli

Fanatik Gazetesi haber detayını ikinci sayfada ve Foto Maç’tan daha detaylı bir biçimde sunmuştur. “Aslan Keyifsiz” manşetini kullanan gazete futbol maçı ile ilgili “Cim Bom 5 gün sonra oynayacağı Süper Kupa’daki Akhisar karşılaşması öncesi hiç de iyi sinyaller vermedi” yorumunu yapmıştır. Fanatik Gazetesi haberi 38x32 cm boyutunda sunmuştur.



Şekil 9. Fanatik Gazetesinin İç Sayfadaki Haber Görseli

AMK Gazetesi de Fanatik Gazetesi gibi haberin detaylarını ikinci sayfada vermiştir. Gazete “Savunma Evlere Şenlik” manşeti ve “Hazırlık maçlarındaki performans Şampiyonlar Ligi öncesi Galatasaraylıların uykularını kaçırıyor” sürmanşetiyle sunmuştur. AMK gazetesi maçın haberini 38x34 cm lik bir alanda sunmuştur.



Şekil 10. AMK Gazetesinin İç Sayfadaki Haber Görseli

Türkiye’de yayınlanan üç gazetenin tamamı “Geçmiş Olsun Komşu” adlı başlıkla Yunanistan’ın başkenti Atina’da meydana gelen ve 91 kişinin hayatını kaybettiği 25 kişinin kaybolduğu orman yangını ile ilgili Galatasaraylı futbolcuların ısındığı sırada sahaya Türkçe ve Yunanca “Geçmiş Olsun Komşu” yazan tişörtlerle çıkmalarını haber olarak okurlarıyla paylaşmıştır.

Araştırmada AEK – G.S. futbol karşılaşmasının oynandığı günden sonra 1 Ağustos 2018 tarihinde Türkiye ve Yunanistan’da en yüksek tiraja sahip üç ana akım gazetesi de incelenerek bu karşılaşmanın ana akım gazetelerde nasıl haber yapıldığı analiz edilmiştir. Araştırmanın yapıldığı dönemde Türkiye’de en yüksek tiraja sahip üç gazete Sabah – Hürriyet ve Sözcü Gazeteleri iken Yunanistan’dan Ta Nea – Eletheros Tipos ve Kathimerini adlı gazeteler olmuştur. En çok satan üç gazetenin verisi iki ülkenin basın ilan kurumlarından elde edilmiş ve örneklem dahiline alınmıştır.

AEK – G.S. futbol maçının sonucunu Yunanistan’ın en çok satan gazetesi olan “Ta Nea” birinci sayfasından spot haber olarak sunarken, “Eletheros Tipos” ve “Kathimerini” gazeteleri habere birinci sayfalarında yer vermemiştir.



Şekil 11. Ta Nea Gazetesinin AEK – G.S. Maçının Birinci Sayfadaki Haber Görseli

Ta Nea gazetesi birinci sayfasında yer verdiği futbol maçının detaylarına iç sayfalarında iki sayfa ayırmıştır. Gazete haberi AEK takımının oynadığı futbol üzerinden sunmuş ve "AEK takımı güzel futbol oynayarak Galatasaray'a karşı dostane bir galibiyet aldı" manşeti ile sunmuştur. Ta Nea gazetesi haberi 36x57 cm boyutunda (tabloid gazete olarak iki tam sayfada) sunmuştur.



Şekil 12. Ta Nea Gazetesinin İç Sayfadaki Haber Görseli

Elefteros Tipos gazetesi futbol maçına 33.uncu sayfasında (spor sayfasında) 36x28 cm bir tabloid gazete sayfası olarak yer vermiştir. Gazete "Nitelikli Deneme" manşeti ile sunduğu haberin içinde Galatasaray taraftarının o dönem Atina'da yaşanan ve 91 kişinin hayatını kaybettiği yangın faciası ile ilgili tribünlerde açtığı Yunanca "Sizin acımız bizim de acımızdır geçmiş olsun" yazılı pankartın fotoğrafına da yer verdi.





Şekil 13. Elefteros Tipos Gazetesinin İç Sayfadaki Haber Görseli

Kathimerini gazetesi de Elefteros Tipos gazetesi gibi AEK – G.S. futbol maçı ile ilgili birinci sayfasında bir haber yapmamış, konuyu spor sayfasında işlemiştir. 15x20 cmlik bir haber alanına “AEK’ten İyimser mesajlar” başlığı ile haberi sunan gazete futbol maçı ile ilgili verdiği bilgilerin yanında maçtan önce Atina Yangınında hayatını kaybedenler için 1 dakikalık bir saygı duruşunda bulunulduğunu ve Galatasaraylı futbolcuların Yunanca “Komşuyuz, yanınızdayız, size güç diliyoruz” ifadesini taşıyan formalarla sahaya çıktığını yazmıştır.



Şekil 14. Kathimerini Gazetesinin İç Sayfadaki Haber Görseli

Türkiye’de en çok satan üç gazetenin konuyu işleyiş biçimine bakıldığında üç gazeteden hiçbirinin birinci sayfalarında AEK – G.S. maçı ile ilgili haber yapmadığı görülmüştür. Üç gazete de futbol maçını spor sayfalarında değerlendirmiştir.

Hürriyet gazetesi haberi “Komşudan Cimbom’a Süper Uyarı” manşeti ile 40x33 cmlik bir alanda sunmuştur. Hürriyet Gazetesi futbol maçı ile ilgili Galatasaray takımına yönelik eleştirilerinin yanı sıra “G.Saray yangını unutmadı” başlığı ile Galatasaray futbol takımının Atina’da yaşanan orman yangınında hayatını kaybedenler için özel tişört yaptırdığını ve sahaya onunla çıktığının da haberini yapmıştır.



Şekil 15. Hürriyet Gazetesinin İç Sayfadaki Haber Görseli

Sabah Gazetesi haberi “Aslan’a Son Uyarı” manşetiyle sunmuştur. Haber “Sarı Kırmızılılar Atina’da Yunanistan Ligi’nin son şampiyonu AEK önünde defanstaki basit hatalarla kaybetti. Gomis’in yine suskun olduğu gecede Aslan’ın iki golü de Maicon’dan geldi” alt başlığı yer almıştır. Sabah gazetesi haber için 32x33cm lik bir alan ayırırken, haberin içinde Galatasaraylı futbolcuların sahaya çıkarken giydiği siyah tişörtün de fotoğrafına yer verdi. Bu tişörtü en detaylı biçimde haber yapan ve bunun fotoğrafını da gösteren gazete Sabah Gazetesi olmuştur.



Şekil 16. Sabah Gazetesinin İç Sayfadaki Haber Görseli

Sözcü Gazetesi AEK – G.S. maçı ile ilgili haberinde “Tehlike Sinyali” manşetini kullanmış ve “G.Saray, sezon öncesi son hazırlık maçında AEK’ya diş geçiremedi” alt başlığını kullanmıştır. Sözcü gazetesi haberi 28x34 cm lik bir alanda okurlarıyla sunmuştur. Bu gazete de Galatasaraylı futbolcularının AEK karşısında ısınmaya üzerinde Türkçe ve Yunanca “Geçmiş Olsun Komşu” yazılı tişörtle çıktığını haberleştirerek bu jestin Yunan taraftarlarından alkış aldığını belirtmiştir.

## SONUÇ

Spor tarihin en eski toplumsal kurumlarından biridir. Futbol da bir spor olayı olarak farklı boyutlara sahip bir oyundur. Futbol ortaya çıkışından günümüze kadar çeşitli dönüşümler geçirmiştir. Bu dönüşümler, dünyada oluşan sosyo-kültürel ve ekonomik dönüşümlerle paralellik göstermektedir. Bu dönüşümlerin kaynağında küreselleşme bulunur.

Medya günümüzde sosyal hayatın en etkili araçlardan biridir. Medya sahip olduğu güçle insanları olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir. Futbol oyunu bugün medya sayesinde geniş kitlelere ulaşmış ve yaygınlaşmış durumdadır. Futbol bugün en önemli görsel ve işitsel araç olan televizyonun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yazılı basının da futbola verdiği önemi düşünürsek, futbolun çok önemli bir medya unsuru olduğunu anlayabiliriz. Futbol medyada hem haber hem de eğlence amaçlı yer almaktadır.

Artık ‘para ’nın önemli bir merkezi oluşturduğu futbol; pahalı maç biletleriyle, sponsorluklarla, reklamlarla, yıldız oyuncularla önemli bir yatırım aracı haline gelmiştir. Futbolun endüstri haline gelişi seyircileri potansiyel müşterilere dönüştürmüştür. Futbol artık sadece işçi sınıfına özgü bir faaliyet değildir. Her kesimden insanın eğlence faaliyeti haline gelmiştir. Futbol ve Medya günümüzden birbirini tamamlayan bir ikilidir. Televizyon kanallarında futbol maç yayınları ile programlar ve gazetelerde yapılan haberler insanların ilgisini çekmektedir.

Bu çalışmada uzun yıllar boyunca politik çekişmeler yüzünden sorunlar yaşayan dost iki ülke Türkiye ve Yunanistan’ın 31 Temmuz 2018 Salı akşamı Yunanistan’ın başkenti Atina’da oynadığı dostluk karşılaşmasının medyada ki yansımaları incelenmiştir. İki basının perspektifinden bakılarak geçmişte sorunlu gibi gözükken iki dost ülkenin bu dostluk maçında nasıl işlendiği incelendi. Atina’da yaşanan ve 91 kişinin hayatını kaybettiği Atina Yangınıının sonrasında oynanan dostluk maçında iki ülke takımının dostça ve centilmence sahaya çıkması, Türk takımı Galatasaray’ın siyah tişört ve üstünde Yunanca taziye mesajı içeren bir mesajla sahaya çıkması bu futbol maçında da futbolun sosyal ilişkilerde ne kadar önemli bir rol oynadığını göstermiştir. Yunanistan basını Türk takımı ile kendi takımlarının oynadığı bu dostluk maçını Türk basınına göre daha geniş bir biçimde yer vermiş ve AEK takımının aldığı başarının çok güçlü bir takım olan Galatasaray’a karşı alındığına vurgu yaparak Türk takımını yüceltmıştır.

Türk basını ise Galatasaraylı futbolcuların maç öncesi sahaya siyah ve Yunanca “Geçmiş Olsun Komşu” yazan tişörtü haber yaparak dostluk mesajını sayfalarına taşımıştır. İki ülke basınının da olumlu bakış açısının haberlere yansması bu iki ülkenin dostluğuna bir katkıda bulunmuş ve futbol karşılaşması amacı gibi bir “dostluk maçı” olarak tarihe geçmiştir.

## KAYNAKÇA

- Arık B, (2004). Top Ekranda Medya Çağındaki Futbol ve Televizyon Arasındaki Kaçınılmaz İlişki, Salyangoz Yayınları, İstanbul.
- Authier, C. (2002). Futbol A.S, Kitap Yayınevi, İstanbul.
- Boniface, P. (2007). "Futbol ve Küreselleşme", İstanbul: NTV Yayınları.
- Bora, T.& Erdoğın, N.(1993) "Dur Tarih Vur Türkiye", Futbol ve Kültürü içinde. (Der)Bora, T.-Horak, R.-Rester, W, ss.221-240, İletişim yay. İstanbul
- Bora, T.(2004) "Medya ve Hayatın Bir Sorunu: Aşın Futbol", Nokta Dergisi, 15-21 Kasım, Sayı:39, s. 12
- Büyükbaykal, Güven N. (2004). Geçmişten Günümüze Türkiye'deki Yazılı Spor Basınında Futbolun Yeri ve Önemi, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- Clarke, A. & Clarke, J.(1985) "Highlights and Action Replays: Ideology, Sport and Media", Sport, Culture and Ideology içinde. (Der) Hargreaves, Jennifer, ss.62-87, Routledge&Kegan Paul, London
- Coakley, J.(2001) Sport in Society: Issues and Controversies, Seven Edition. The Mc Graw-Hill Companies, Inc, New York
- Crolley, L.& Hand, D, D, D.(2002) Football Europe and Press, Frank Cass Pub. London
- Çiğdem, A. (2002)"Dünya Kupası Finallerine Doğru Futbol Alemi, Top Bir Dünyadır," Ed: Barış Tut, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Erdoğan İ., Alemdar K. (2005). Popüler Kültür ve İletişim, Erk Yayınları, Ankara.
- Galeano, E. (1997). "Gölgede ve Güneşte Futbol", Çev: Ertuğrul Önalp – Mehmet, İstanbul: Can Yayınları.
- Gökalp E. (2005). "Medya ve Spor ya da Spor/Futbol Medyası" Toplum ve Bilim, Spor: Oyun Değil Ciddi \_s, sayı:103, Birikim Yayıncılık, s:121-137.
- Güler, A. ; Halıcıoğlu M.B. ; Taşğın, S. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Hobsbawm, E.(1995) Milletler ve Milliyetçilik, Çev. O.Akınhay, Aynntı yay. İstanbul
- Holland, B. (2001). Takımdan Ayrı Düz Koşu: , Bir Futbol Ülkesine Dışarıdan bakış: Evet... Maalesef... , Ed: Tanıl Bora, İstanbul: İletişim, s. 41.
- Kahraman, H.B.(2003) "Futbol Bizim Kendimizdir", Radikal Gazetesi,25 Aralık 2003
- Kıvanç, Ü. (2001). "Kesin Ofsayt: Televizyon Futbolu ve Futbol Medyası", İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kıvanç, Ü, (2004) "Kirlilik Dediğiniz Binlerinin Yaşam Tarzı", Nokta Dergisi,15-21 Kasım, Sayı:39, s. 12
- Klose A. (2004). "Televizyon Futbolu", Futbol ve Kültürü (Derleme) Horak, Roman, Reiter, Wolfgang, Bora, Tanıl, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Kozanoğlu, C. (2002). "Eski Güzel Günler Yok, Eski Farklı Günler Var", Tribün Dergisi.
- Ozankaya, Ö. (1980). Türkiye'de Yığın İletişiminin Demokratik Siyasal Kültür Gelişimindeki Yeri ve Önemi, A.U.S.B.F. Yay., Ank., 1980, cilt: XXXV, s.161
- Öcal, D. (2002). "Halkla İlişkiler Endüstrisi, Popüler Spor ve Futbol", Toplumbilim (Futbol Özel Sayısı), Sayı:16, Ekim 2002
- Rowe D. (1996). Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996
- Sert, M. (2000). Gol Atan Galip, Futbola Sosyolojik Bir Bakış, İstanbul, 2000, Bağlam Yayıncılık.
- Stemmler, T. (2000). Futbolun Kısa Tarihi, Çev: Necati Aça, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları.
- Talimciler, A. (2003). "Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi, Ankara: Bağlam Yayınları.
- Talimciler A. (2007). Türkiye'de Futbol ve İdeoloji İlişkisi: Medya'daki Futbol Söylemi Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.