



**BASININ KAMUOYU OLUŞTURMA İŞLEVİ BAĞLAMINDA
FENERBAHĐE SPOR KULÜBÜ BAŞKANLIK SEÇİMİ**

Yüksek Lisans Tezi

Sezer KÜÇÜKERTUĞRUL

Eskişehir 2019

**BASININ KAMUOYU OLUŞTURMA İŞLEVİ BAĞLAMINDA
FENERBAHĐE SPOR KULÜBÜ BAŞKANLIK SEÇİMİ**

Sezer KÜÇÜKERTUĞRUL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Alaaddin F. PAKSOY

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Temmuz 2019

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Sezer KÜÇÜKERTUĞRUL'un "Basının Kamuoyu Oluşturma İşlevi Bağlamında Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlık Seçimi" başlıklı tezi 09 Temmuz 2019 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan **Basın ve Yayın** Anabilim Dalında, **yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : Dr.Öğr.Üyesi Alaaddin Faruk PAKSOY

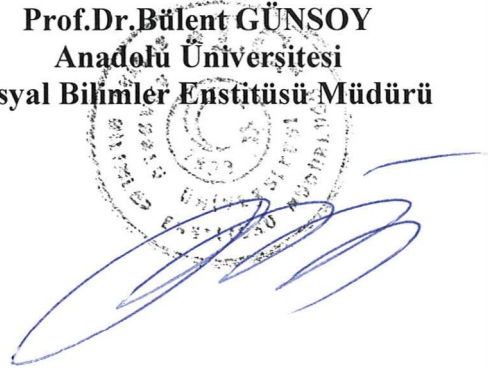
Üye : Dr.Öğr.Üyesi Çağdaş CEYHAN

Üye : Dr.Öğr.Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ

İmza



Prof.Dr.Bülent GÜNSOY
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



ÖZET

BASININ KAMUOYU OLUŞTURMA İŞLEVİ BAĞLAMINDA FENERBAHÇE SPOR KULÜBÜ BAŞKANLIK SEÇİMİ

Sezer KÜÇÜKERTUĞRUL

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2019

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Alaaddin F. PAKSOY

Fenerbahçe Spor Kulübünde 2-3 Haziran 2018 tarihinde gerçekleşen başkanlık seçimi ülke gündemini uzun süre meşgul etmiştir. 20 yıl boyunca kulüp başkanlığı yapan Aziz Yıldırım ile geçmiş yıllarda Fenerbahçe yönetim kurulunda görev alan Ali Koç başkan olabilmek için karşı karşıya gelmiştir. 21 bin 350 kongre üyesinin oy kullanarak katılımcı rekorunun kırıldığı seçimler bu yönüyle tarihe geçmiştir. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yazılı basında birçok haber ve köşe yazısı kaleme alınmıştır. Buradan hareketle basının başkanlık yarışının bir parçası olduğu ve adaylara ilişkin fikir yürütülmesi noktasında kamuoyunu etkileyebileceği düşünülmektedir. Basının Fenerbahçe başkanlık seçiminde oynadığı rol, adayların basında kendilerine nasıl yer bulduğu çalışmada detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Sabah, Sözcü, Hürriyet, Fotomaç, AMK ve Fanatik gazetelerinde Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazılarına içerik analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre yayımlanan haber metinlerinin okuyucuya objektif bir şekilde sunulduğu, köşe yazılarının ise başkan adayları hakkında çoğunlukla eleştirel ya da destekleyici nitelikte olduğu söylenebilir. Ayrıca incelenen gazetelerde Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili haber ya da köşe yazısı kaleme alan muhabir ve köşe yazarları ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşülen muhabir ve köşe yazarlarının çoğu basının bu süreçte etkin bir rol oynamadığını ve sosyal medyanın belirleyici olduğunu belirtmiştir. Bu görüşe ek olarak başkan adaylarının yazılı basını etkili kullanmadığı düşüncesi de ön plana çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Basının Kamuoyu Oluşturma İşlevi, Spor Basını, Fenerbahçe Başkanlık Seçimi, Türk Basını.

ABSTRACT

PRESIDENTIAL ELECTIONS OF FENERBAHCE S.C. WITHIN THE CONTEXT OF PUBLIC OPINION CONSTRUCTION OF THE PRESS

Sezer KÜÇÜKERTUĞRUL

Department of Press and Publication

Anadolu University, Institute of Social Sciences, July 2019

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Alaaddin F. PAKSOY

The presidential elections held on 2-3 June 2018 at Fenerbahçe Sports Club kept the country agenda busy for a long time. Aziz Yıldırım, who has been the president of Fenerbahçe Sports Club for 20 years, and Ali Koç, who has served in the board of directors of Fenerbahçe in the past, run for the elections to be the president of the club. Elections have been a part of history after 21350 congress members have casted their votes. Several articles and columns have been written about the presidential election. Hence, it is thought that the press is a part of the presidential rally and may affect the public opinion in terms of candidates. The role played by the press in the presidential elections, how the candidates found their place in the press have been examined in detail.

Content analysis has been applied to news and columns regarding Fenerbahçe's presidential elections in Sabah, Sözcü, Hürriyet, Fotomaç, AMK and Fanatik newspapers. It is concluded that the published news texts are presented objectively to the reader. However, in the columns there were mostly critical or supportive views. In addition, in-depth interviews were conducted with journalists and columnists who had written articles or columns about the presidential elections. Most reporters and columnists interviewed have stated that the social media was decisive in this process and the press did not play an important role. Furthermore, the fact that presidential candidates did not use the printed media in an effective manner has also come to the forefront.

Key words: Constructing Public Opinion Function of Press, Sports Press, Fenerbahçe Presidential Elections, The Turkish Press.

TEŞEKKÜR SAYFASI

Yaklaşık bir yıldır devam eden bu çalışmanın her aşamasında benimle bilgi ve deneyimlerini paylaşan, zorlandığım her anda büyük bir anlayışla çözüm önerilerinde bulunan, yol gösteren tez danışmanım sayın Dr. Öğr. Üyesi Alaaddin F. PAKSOY'a,

Kendileri ile görüşme şansı bulduğum ve sorularıma verdikleri samimi cevaplar ile çalışmaya katkı sunan bütün gazetecilere,

Çocuk yaşlardan itibaren sarı lacivert sevgiyi, tutkuyu, mutluluğu ve hüznü birlikte yaşadığım, bana Fenerbahçeliliği öğreten ve bu çalışma boyunca her zaman yanımda olan babam Adnan KÜÇÜKERTUĞRUL'a,

Gece gündüz demeden bu süreçte sayısız fedakârlık gösteren annem Ferhunde KÜÇÜKERTUĞRUL'a, akademik bilgisi ile zorlukları aşmama yardımcı olan ve kardeşi olmak ile övündüğüm ablam Sibel KÜÇÜKERTUĞRUL'a, bana her zaman inanan kıymetli babaannem Ayşe KÜÇÜKERTUĞRUL'a,

En büyük destekçilerimden biri olan, karamsarlığa kapıldığım anlarda neşesini ve sevgisini esirgemeyen, ailemizin kıymetli bireyi Tuğba EKE'ye çok teşekkür ederim.

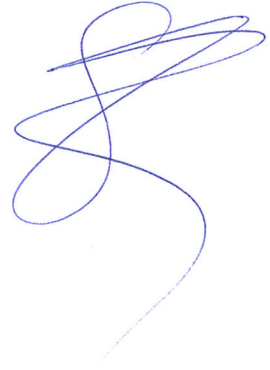
Futbol maçlarının yalnızca radyodan takip edilebildiği dönemlerde Fenerbahçe'nin mağlup olmasını kabullenemeyerek evindeki radyoyu kullanılamayacak bir hale getiren, şu an aramızda olmayan ve her zaman büyük bir Fenerbahçeli olarak hatırlayacağım canım dedem Hilmi KÜÇÜKERTUĞRUL için...

09/09/2019

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Sezer KÜÇÜKERTUĞRUL



İÇİNDEKİLER

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
TEŞEKKÜR SAYFASI	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLOLAR DİZİNİ.....	x
GÖRSELLER DİZİNİ	xi
1.GİRİŞ	1
1.1. Konunun Tanımlanması ve Problem	1
1.2. Amaç.....	1
1.3. Önem	2
1.4. Yöntem ve Sınırlılıklar	2
2. FUTBOLUN TARİHİ VE ENDÜSTRİYEL FUTBOL.....	3
2.1. Eski Çağlarda Top Oyunları.....	3
2.2. Futbolun Avrupa Tarihi	5
2.3. Futbolun Dünyaya Yayılışı.....	6
2.4. Türk Futbol Tarihi.....	7
2.5. Endüstriyel Futbol	9
2.5.1. Futbolun endüstriyelleşme süreci	12
2.5.2. Televizyon, sponsorluk ve reklamlar	13
2.5.3. Başkanlık koltuğunun önemi.....	16
3. FENERBAHÇE TARİHİ.....	18
3.1. Black Stocking'in Kuruluşu	19
3.2. Fenerbahçe Tarihi.....	20
3.2.1. Mütareke ve işgal yıllarında Fenerbahçe	22
3.2.2. Atatürk ve Fenerbahçe.....	23
3.2.3. Kulüp tarihindeki başkanlar	25
3.3. 20 Yıllık İktidar: Aziz Yıldırım	26
3.4. Yeni Aday: Ali Koç	30
4. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SPOR BASINININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	32

5. BASININ KAMUOYU OLUŞTURMA İŞLEVİ.....	36
5.1. Kamuoyu Kavramının Tarihsel Gelişimi.....	36
5.2. Kamu ve Oy Kavramları.....	37
5.3. Basının Kamuoyu Oluşturma İşlevi	38
5.4. Basının Kamuoyu Oluşturma İşlevine İlişkin Geliştirilen Farklı Yaklaşımlar	42
6. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEMİ	43
6.1. İçerik Analizi	43
6.1.1. Haber metinleri ve köşe yazılarının örnekleme alınması için belirlenen kriterler	47
6.1.2. Kodlama kılavuzuna ilişkin bilgiler	48
6.2. Derinlemesine Görüşme Yöntemi.....	50
6.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	53
7. İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE ELDE EDİLEN BULGULAR VE YORUMLAR	54
7.1. Metinlerin Dağılımı.....	54
7.1.1. Adaylar hakkında yapılan haberlerin gazetelere göre dağılımı.....	56
7.1.2. Adaylar hakkında kaleme alınan köşe yazılarının gazetelere göre dağılımı	57
7.2. Köşe Yazılarının Yayınlanma Tarihi	59
7.3. Metinlerde Başkan Adaylarına Yönelik Bakış Açıları	60
7.4. Fotoğraf Kullanımı.....	64
7.5. Metinlerde Öne Çıkan Konu Başlıkları	65
7.6. Başkan Adayları ile Gerçekleştirilen Özel Röportajlar	68
7.7. Bulgulara İlişkin Genel Değerlendirme	68
8. DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME YÖNTEMİ İLE ELDE EDİLEN BULGULAR VE YORUMLAR	70
8.1. Fenerbahçe Başkanlık Koltuğunun Gücü ve Önemi	71
8.2. Basının Fenerbahçe Başkanlık Seçimindeki Etkinliği	73
8.2.1. Basının seçimlere gösterdiği ilgi	73
8.2.2. Fenerbahçe başkanlık seçiminde basının rolü	76
8.2.3. Basının başkan adaylarına karşı tutumu	78
8.2.4. Basının tarafsızlığı	79
8.2.5. Adaylar hakkında basında yer alan iddialar	81
8.2.6. Basının oy kullanacak delegeler üzerindeki etkisi.....	83
8.2.7. Spor yazılı basınının dijital medya karşısında güç kaybedişi	85

8.3. Fenerbahçe Başkanlık Seçimiyle İlgili Basın İçeriğine İlişkin Görüşler.....	87
8.3.1. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yayımlanan haberlerde yoruma yer verilmemesi.....	87
8.3.2. Köşe yazarlarının tarafsızlığı	89
8.4. Sunulan Projeler Bağlamında Adayların Basından Yararlanma Biçimleri.....	91
8.5. Adayların Gazeteciler ile Olan İletişimi.....	92
8.6. Gazetecilerin Süreç İçindeki Etkinliği ve Çalıştıkları Kuruluşların Bu Süreçteki Tutumları.....	94
8.6.1. Gazetecilerin başkan adayları ile olan iletişimi	94
8.6.2. Çalıştıkları kurumların adaylara olan yaklaşımları ile ilgili gazetecilerin düşünceleri.....	95
8.6.3. Yayımlanan metinlere ilişkin editoryal süreç	95
8.7. Spor Basınının Kazanımları.....	96
9. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	97
KAYNAKÇA.....	103
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
<u>Tablo 7.1. İncelenen metinlerin dağılımı</u>	54
<u>Tablo 7.2. Haber metinlerinin gazetelere göre dağılımı</u>	55
<u>Tablo 7.3. Köşe yazılarının gazetele göre dağılımı</u>	55
<u>Tablo 7.4. Aziz Yıldırım Hakkında Yapılan Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı</u>	56
<u>Tablo 7.5. Ali Koç Hakkında Yapılan Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı</u>	56
<u>Tablo 7.6. Her İki Aday Hakkında Yapılan Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı</u>	57
<u>Tablo 7.7. Aziz Yıldırım ile İlgili Yayımlanan Köşe Yazılarının Gazetelere Göre Dağılımı</u>	57
<u>Tablo 7.8. Ali Koç ile İlgili Yayımlanan Köşe Yazılarının Gazetere Göre Dağılımı</u> ...	58
<u>Tablo 7.9. Her İki Aday ile İlgili Kaleme Alınan Köşe Yazılarının Gazetere Göre Dağılımı</u>	58
<u>Tablo 7.10. Köşe Yazılarının Yayımlanma Tarihi</u>	59
<u>Tablo 7.11. Köşe Yazılarındaki Bakış Açılarının Genel Dağılımı</u>	64
<u>Tablo 7.12. Köşe Yazılarında Fotoğraf Kullanımının Genel Dağılımı</u>	65
<u>Tablo 7.13. Haber Metinlerinde Öne Çıkan Konu Başlıkları</u>	66
<u>Tablo 7.14. Köşe Yazılarında Öne Çıkan Konu Başlıkları</u>	67

GÖRSELLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
<u>Görsel 7.1. AMK Gazetesi, 13.5.2018</u>	61
<u>Görsel 7.2. Hürriyet Gazetesi, 01.06.2018</u>	62
<u>Görsel 7.3. Sabah Gazetesi, 2.6.2018</u>	63
<u>Görsel 7.4. Hürriyet, 31.05.2018</u>	65



1.GİRİŞ

1.1. Konunun Tanımlanması ve Problem

Futbol ülkemizde en çok takip edilen spor dalı olarak bilinmektedir. Sporla ilgili haberlerin çoğunda futbol yer almakta ve okuyuculara aktarılmaktadır. Futbola olan ilginin günden güne artması sonucunda artık sadece müsabakalar değil kulüplerin başkanlık seçimleri bile uzun süre takip edilen ve tartışılan bir konu haline gelmiştir. 2018 yılında Fenerbahçe Spor Kulübünde tarihi bir seçim süreci yaşanmış ve kulübün mevcut başkanı değişmiştir. Basın ve birçok kulüp taraftarı başkanlık seçimini büyük bir ilgiyle takip etmiştir. Buradan hareketle çalışmanın konusu Fenerbahçe Spor Kulübünde gerçekleşen başkanlık seçiminin yazılı basında nasıl yer aldığıdır.

Kamuoyu oluşturma noktasında basının önemli işlevleri bulunmaktadır. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de basının önemli konularda belirli kişi ya da grupların lehine haberler yaptığı görülmektedir. Fenerbahçe Spor Kulübünde yapılan başkanlık seçimi öncesinde basında yer alan haberlerin genel kurulda oy kullanacak delegeleri ve taraftarları etkileme potansiyeli bulunmaktadır. Buradaki temel sorunsal spor haberleri bağlamında basın tarafından herhangi bir konuda öne çıkarılan, desteklenen ve olumlanan kişilerin yarıştıkları kulvarlarda her daim kazanan kişiler olup olamayacaklarıdır. Dolayısıyla “Fenerbahçe Spor Kulübü olağan genel kurulunda gerçekleşen başkanlık seçiminin sonuçlarına bakıldığında, basın spor haberciliği bağlamında nasıl bir rol oynamıştır?” sorusu araştırmanın problem cümlesini oluşturmaktadır. Adayların haberlere nasıl konu edildiği ve yapılan haberlerin nicel dağılımları bu araştırma sorusu akılda tutularak incelenecek ve ayrıca gazetecilerle derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilecektir.

1.2. Amaç

Çalışmanın amacı Fenerbahçe başkanlık seçiminde yarışan Aziz Yıldırım ve Ali Koç’un Türk yazılı basınında nasıl yer aldığını belirlemek ve basının bu süreç içindeki etkinliğini ortaya koymaktır. Buradan hareketle Sabah, Sözcü, Hürriyet, Fotomaç, AMK ve Fanatik gazetelerinde Fenerbahçe başkanlık seçiminde yarışan adaylar ile ilgili yayımlanan haber metinleri ve köşe yazıları araştırma soruları kapsamında incelenmiştir. Çalışmanın araştırma sorularının yanıtlanması amaçlanmaktadır:

1. Fenerbahçe başkanlık koltuğunun önemi ve gücü nedir?
2. Fenerbahçe Spor Kulübü'nde gerçekleşen başkanlık seçiminin sonuçlarına bakıldığında basın spor haberciliği bağlamında nasıl bir rol oynamıştır?
3. Bugüne kadar yapılan spor kulübü başkanlık seçimlerinden farklı olarak kamuoyu ve basının bu seçimlere daha yoğun bir ilgi göstermesinin sebepleri nelerdir?
4. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yayımlanan metinlerin gazetelere göre sayısal dağılımı nasıldır?
5. Haber ve köşe yazılarında adaylara yönelik bakış açılarının dağılımı nedir?
6. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yayımlanan haberlerde hangi konular öne çıkmaktadır?

1.3. Önem

Spor kulüpleri ve futbol özelinde yapılan araştırmalar çeşitli konular etrafında toplanmaktadır. Bunlar genelde şiddet, eril söylem, fanatizm, ırkçılık, cinsiyet ayrımı, milliyetçilik, ekonomi politik gibi konular olarak ifade edilebilir. Spor kulüplerinin başkanlık seçimlerine dair bir çalışmaya literatürde rastlanmamaktadır. 2018 yılında Galatasaray, Trabzonspor ve Fenerbahçe kulüplerinde başkanlık seçimi yapılmış ve üç kulübün de mevcut başkanı değişmiştir. Yapılan bu seçimlere yoğun ilgi gösterilmiş ancak özellikle Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı olabilmek için yarışan Aziz Yıldırım ve Ali Koç haberlerde ön plana çıkmıştır. Ülkemizde yapılan ve hemen hemen aynı tarihlere denk gelen Cumhurbaşkanlığı seçimleri kadar Fenerbahçe başkanlık seçimi de gündemden düşmemiştir. Güçlü bir sivil toplum örgütü olan Fenerbahçe Spor Kulübünde yaşanan bu seçim; milyonlarca kişinin takip etmesi, basının yoğun ilgi göstermesi ve ülkenin önde gelen isimlerinin taraf olarak fikirlerini beyan etmeleri bakımından önemli bir olaydır. Başkanlık seçiminde basının adaylara olan yaklaşımını irdelemek ve seçim sonuçları baz alındığında basının rolünü araştırmak önem arz etmektedir. Bu araştırmadaki diğer önemli nokta ise tekrarlanan konuların dışına çıkılması, daha önce çalışılmamış yeni bir araştırma ve çalışma konusunun irdelenmesidir.

1.4. Yöntem ve Sınırlılıklar

Bu çalışmada nicel ve nitel olmak üzere iki farklı yöntem kullanılmıştır. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili daha önceden belirlenen 6 gazetede yayımlanan haber ve köşe yazılarına nicel içerik analizi uygulanmıştır. Araştırmanın nitel boyutu için ise nicel

kısımda incelenen gazetelerde Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili haber ve köşe yazısı kaleme alan muhabir ve köşe yazarları ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırmanın sınırlılıklarını Sabah, Sözcü, Hürriyet, Fotomaç, AMK¹ ve Fanatik gazetelerinde yayımlanan haber ve köşe yazıları oluşturmaktadır. Araştırmanın zaman aralığı haberler için 5 Mayıs 2018 – 3 Haziran 2018, köşe yazıları için 21 Eylül 2017 – 3 Haziran 2018 olarak belirlenmiştir. Haber ve köşe yazılarının farklı bir zaman aralığında ele alınmasının en önemli sebebi son 1 ayda yayımlanan köşe yazısı sayısının oldukça düşük olmasıdır. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili köşe yazısı kaleme almış bütün yazarlar ile görüşebilmek amacıyla başlangıç olarak 21 Eylül 2017 tarihi seçilmiştir. Bu aynı zamanda Ali Koç'un Fenerbahçe başkanlığı için adaylığını açıkladığı tarihtir. 9 aylık süreçte yayımlanan haber sayısı görüşmeleri yapabilmek için yeterli sayıda gazeteciyi örnekleme dahil etmeyi mümkün kılmıştır. Fakat bu durum haberler üzerinde inceleme ve değerlendirme yapmayı zorlaştırmaktadır. Ayrıca köşe yazılarından farklı olarak seçime 1 ay kala yayımlanan haberlerin daha önemli ve belirleyici olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla haber ve köşe yazıları için farklı zaman aralıkları tercih edilmiştir.

2. FUTBOLUN TARİHİ VE ENDÜSTRİYEL FUTBOL

2.1. Eski Çağlarda Top Oyunları

Günümüze kadar futbolun ne zaman ortaya çıktığı ile ilgili kesin bir bilgiye ulaşılamamıştır. İnsanlık tarihi boyunca yuvarlak cisimlerle oyunlar oynandığı görüldüğünden, oyunun bu tarihle eşit olabileceği ihtimali üzerinde durulmuştur (Sert, 2000, s. 51). Oyunun ortaya çıkış tarihi o kadar eskiye dayanmaktadır ki, her ülke bu oyunu kendisinin bulduğunu ileri sürmüştür (Somalı, 1989, s. 7). Tarihi belgelere bakıldığında M.Ö. 2500 yıllarında Çin'de ayakla oynanan top oyunlarına rastlanmaktadır. İmparator Huang Ti'nin askerleri tarafından oynanan bu oyunda amaç topun iki direk arasından geçirilmesidir (Aladanlı ve Çördük, 2009, s. 11). Günümüz futbolu ile benzerlik taşısa da "Tsu – Chu" olarak adlandırılan bu oyun bir futbol maçından ziyade penaltı atışları şeklinde oynanmıştır. Eski Çin kaynaklarında iki takımın imparatorun

¹ Çalışma kapsamında incelenen AMK gazetesi 4 Ocak 2019 tarihinde yayın hayatına veda etmiştir.

doğum gününde karşı karşıya geldiği ve topun kalede geçirilmesi için ardı ardına vuruşlar yaptığı bilgisi yer almaktadır (Stemmler, 2000, s. 15).

Futbol tarihi ile ilgili bilgilere bakıldığında Çin'den sonra sırası ile Japonya ve Mısır'a yer verilmektedir. M.S 300-600 yıllarında Japonya'da "Kemari" adında bir oyun oynandığı bilinmektedir. Bu oyun Çin'de penaltı atışları şeklinde oynanan Tsu Chu'nun topu sektirerek havada tutma biçimidir (Erdoğan, 2008, s. 12). Kemari kavgadan arınmış, barışçıl bir top oyunudur. Oyunun kazananı ya da kaybedeni olmadığı için bir rekabet söz konusu değildir. Bu yönüyle Avrupa futbolundan tamamen ayrılmaktadır. Dört ila sekiz oyuncunun yer aldığı, topun bir başka oyuncuya çarpmadan havada kalabilmesinin amaçlandığı oyunda düşmanca duygulara yer yoktur. Birlikte hareket ederek topun havada kalması oyuncuların ortak amacıdır. Eğer bir rekabet ve mücadele söz konusuysa o da bir takımın diğer takımdan topu daha uzun süre havada tutma arzusudur (Stemmler, 2000, s. 17).

Tarihi kalıntılardan anlaşıldığı üzere Mısır'da top oyunları M.Ö. 2500'li yıllarda ortaya çıkmıştır. Top oyunlarının oynandığına dair boyama ve yazılara ulaşılmıştır. Oyunların amacı dinsel nitelikler taşımaktadır. Yine Mısır'da Merruka mezarlarında bu oyunu oynayan insan çizimlerinin olduğu görülmektedir. Kurak iklimin etkisiyle oyunda kullanılan bazı topolar günümüze kadar ulaşmıştır (Erdoğan, 2008, s. 12-13).

Bazı Türk tarihçileri tarafından futbolun Orta Asya'da ortaya çıktığı iddia edilmektedir. Kadın ve erkeklerin birlikte oynadıkları oyunlarda topu kalede geçirmek amaçlanmıştır. Topa elle dokunmanın yasak olduğu, sadece ayak ve kafaların kullanıldığı bilinmektedir. "Divan-ü Lügat it-Türk", "Hıttay-ı Name" ve "Baybars tarihi" gibi kitaplarda, bugün oynanan futbola benzer bir oyun olan "tepük" isimli oyundan bahsedilir. Kitaplarda yer alan bilgilere bakıldığında günümüz futbolunda olduğu gibi topa elle dokunmak yasaktır ve oyun belli bir alan içinde oynanmaktadır. Faule sebebiyet veren hareketlerin belirlendiği de bilinmektedir (Akşar ve Merih, 2006, s. 24).

Eski Yunan'da "episkyres" adı verilen ve askerlerin savaşa hazırlanması için futbola benzeyen bir oyun oynanmıştır. Daha sonra Roma'da oynanan ve "Harpastum" adı verilen oyunda kanlı kavgaların yaşandığı görülmüştür ("Milliyet Spor Ansiklopedisi", 1991, s. 99). El ve ayakların kullanıldığı oyunda amaç topun hakimiyetini sağlamak ve rakip alana taşımaktır. Katı kuralların olduğu bu oyunda Romalı askerler

becerilerini geliştirme imkânı bulmuşlardır (Aladanlı ve Çördük, 2009, s. 12). Homeros’un dünyaca ünlü eseri “Odisea” da top oyunlarının konu edildiği görülür. Yine belgeler ışığında Jül Sezar ve Harun Reşit dönemlerinde Romalıların ve Arapların top oyunları oynadığı kanıtlanmıştır (Somalı, 1989, s. 8).

Futbol Amerika kıtasına Meksika sayesinde gelmiştir ancak Meksika’ya nereden ve nasıl geldiği bilinmemektedir. Güney Amerika’ya futbolu götürenlerin kendileri olduğunu iddia edenler ise İspanyollar ve İtalyanlardır. Tarihi kalıntılara bakıldığında ise bu oyunu Meksika ve Peru’da yaşayan yerlilerin zaten daha önce oynadıkları görülmektedir. Burada oynanan oyunların dinsel nitelikler taşıyabileceği de belirtilmektedir (Türkiye Futbol Federasyonu [TFF], 2003, s. 6).

2.2. Futbolun Avrupa Tarihi

Avrupa futbol tarihine bakıldığında Çinlilere ait oyunun yıllar sonra ortaçağda yeniden ortaya çıktığı görülür (Stemmler, 2000, s. 23). Ancak Avrupa futbol tarihinde bu oyunun kimler tarafından ilk olarak oynandığına dair fikir ayrılıkları yaşanmaktadır. Fransızlar “La Soule” adı verilen ve futbola benzeyen oyunu İngiltere’ye kendilerinin götürdüğünü iddia ederlerken İngilizler ise bu oyunu onlardan önce oynadıklarını söylemişlerdir. İtalyanlar ise İngiltere’ye futbolu götürerek halka öğretenlerin kendileri olduğunu ileri sürmüşlerdir (Aladanlı ve Çördük, 2009, s. 13-14).

“La Soule” denilen oyunda oyuncuların birbirlerine karşı sert müdahalelerde bulunmalarına izin verildiği ve oyunun geniş bir alanda oynandığı bilinmektedir. Fransa’da oyunun bazı zamanlarda yasaklandığına da şahit olunmuştur (TFF, 2003, s. 6). Oyunun ortaya çıkış süreci bilinmemektedir. Müsabakalarda komşu köylerin gençleri veya bekarlar ile yeni evliler karşı karşıya gelmiştir. Fiziksel gücün ön plana çıktığı oyunda top ile ilerlemek isteyen oyuncular arasında sert çarpışmalar ve mücadeleler yaşanmıştır. Topun daha önceden belirlenmiş olan alana gelmesiyle oyun sona ermekte ve bunu başaran takım galip sayılmaktadır. Yaralanma ve bazen ölüm olaylarının meydana gelmesi oyunun ne denli sert bir mücadeleye sahne olduğu hakkında bizlere fikir vermektedir (Wahl, 2005, s. 12-13).

Futbolun Avrupa’daki tarihi tartışmalı olmasına rağmen İngiltere’de 12.yüzyıldan bu yana futbol oynandığı reddedilemez bir gerçektir. Hatta 1175 yılındaki bir belge bunun kanıtı niteliğindedir. O yıllarda futbol büyük bir mücadeleye sahne olmuştur. Rekabetin

ileri boyutlara taşınması sebebiyle zaman zaman futbolun III. Edward tarafından yasaklandığı bilinmektedir (Somalı, 1989, s. 8). İngiltere ve Fransa’da oynanan futbol İtalya’nın birçok yerinde 15.yüzyıldan itibaren oynanmıştır. Tıpkı İngiltere ve Fransa’da olduğu gibi ellerin kullanılmasına müsaade edildiği için “Rugby”e benzeyen oyunlar, İtalya’da 16.yüzyılda Floransa’da gelişir ve “Calcio a Livrea” adını alır (Stemmler, 2000, s.47-48). Türklerde “tepük” adı verilen oyunda olduğu gibi “calcio” sözcüğü de tekmelemek anlamına gelmektedir. Oyun belli bir alan içinde oynanmıştır. Topa elle müdahale edilebilirken, topun belirlenen noktaya taşınması amaçlanmıştır (Akşar ve Merih, 2006, s. 24-25). Görev paylaşımı olduğu görülmüş ve takım halinde hareket etmeye çalışılan ilk oyun olarak dikkat çekmiştir. Dolayısıyla modern futbolun ayak sesleri bu oyun ile birlikte duyulmaya başlamıştır (Wahl, 2005, s. 14).

Günümüz futboluna en yakın oyun 17.yüzyılda İngiltere’de oynanmıştır. İtalyanların oyunu “calcio”nun bunda payı büyüktür. Soylular ve halk tarafından sevilen futbol İngiltere’de büyük bir gelişme kaydetmiştir. 1841 yılında “Cambridge Kuralları” olarak anılan kararlar bütün İngiltere’de oyunun aynı biçimde oynanması sağlanmıştır. Dolayısıyla İngiltere futbolu ilklere sahne olmuş ve birçok şeyin öncüsü olmuştur. İlk futbol kulübü Sheffield Club olurken, yine dünyanın ilk futbol federasyonu İngiltere’de kurulmuştur. Federasyonun kuruluş tarihi olan 26 Ekim 1863 modern futbolun başlangıcı sayılmaktadır. 1904 yılında ise Uluslararası Futbol Federasyonu FIFA resmen kurulmuştur (TFF, 2003, s. 7).

1930 yılında FIFA tarafından organize edilen ilk Dünya Kupası müsabakaları yapılmıştır. Uruguay organizasyonlara ilk ev sahipliği yapan ülke olmuştur. Ayrıca o yıl turnuvanın dört senede bir düzenlenmesine karar verilmiştir. Avrupa Futbol Federasyonları Birliği UEFA’nın kuruluş tarihi ise 1954’dür (Aladanlı ve Çördük, 2009, s. 16).

2.3. Futbolun Dünyaya Yayılışı

Daha öncede belirtildiği gibi ayakla oynanan top oyunları ilk kez nerede oynanmış olursa olsun bugün bilinen şekline İngiltere’de kavuşmuştur. Aynı zamanda futbol dünyanın birçok noktasına yine İngilizler sayesinde ulaşmıştır. İngilizler dünyanın çeşitli bölgelerine bazen askeri bazen ticari amaçlarla gitmişlerdir (TFF, 2003, s.8). Gemiciler, tüccarlar ve bankacılar gibi farklı meslek gruplarından olan İngiliz vatandaşlar, gittikleri ülkelerde futbol oynamışlardır. Ayrıca Avrupa’nın çeşitli ülkelerindeki okullara giden

İngiliz öğrenciler sayıca yetersiz olduklarından dolayı bu oyunu yerli halka öğretmiştir. İngiltere’de okuyan diğer ülke vatandaşı öğrenciler ise kaldıkları süre boyunca öğrendikleri oyunu kendi ülkelerine dönüp orada yaygınlaştırmışlardır. Dolayısıyla futbolun daha geniş bir coğrafyaya yayılmasının da önünü açmışlardır (Akşar ve Merih, 2006, s. 27).

Gemiciler, 1874’te Botago’da, Brezilya plajlarında ya da on yıl sonra Marsilya ve Portekiz’de meraklı gözler altında futbol oynamaktadırlar. Oyun, denizcilik şirketi işçileri, 1872’de Havre’daki South Western Railway işçileri ya da 1890’a doğru, Porto ya da Bilbao limanlarındaki tecimevi işçileri gibi yerleşik grupların ortasında daha kalıcı bir hale gelir. Futbol, Lizbon’da telgraf yolu döşeyen işçiler ya da 1885’e doğru Rio Tinto madenlerinde çalışan teknisyenler yoluyla tüm coğrafyaya yayılır (Wahl, 2005, s. 30).

Futbol sömürgeciler aracılığıyla Afrika ve Asya’ya ulaşmıştır. Tarihsel olarak ele alındığında da sömürge ülkelerde futbolun ortaya çıkışı erken bir tarihe karşılık gelir. Bir İngiliz albayı 1873’de Japonlara futbolu öğretirken, Koreliler ise yaklaşık on yıl sonra bu oyun ile tanışmışlardır. Kosta Rika, Türkiye, Meksika gibi birçok ülkede yine İngilizler başroldeyken, bulundukları ülkelerde kurulan ilk futbol takımlarını yine kendileri oluşturmuşlardır (Boniface, 2007, s. 17-18). Osmanlı Devleti’ne ticari amaçlarla gelen İngilizler, zamanla ailelerini de yanlarına alarak liman kentlere yerleşmişlerdir. Bu aileler sayesinde futbol ülkede tanınır hale gelmiştir (TFF, 2003, s. 8).

2.4. Türk Futbol Tarihi

Sultan Abdülaziz döneminde öğrencilerin Paris’e gönderilmesi Osmanlıların futbolla ilk kez tanışmasına vesile olmuştur. Fransa’da futbola olan ilgiyi gören öğrenciler, futbol hakkında yazılmış Fransızca bir kitabı Türkçe’ye çevirmişlerdir. “Ordu ve Mekteplerde Futbol” adı verilen bu kitap İstanbul’da bastırılmıştır (Kahraman, 1995, s. 670). Osmanlı Devletinin liman kentlerine yerleşen İngilizler sayesinde futbol bu topraklarda oynanmaya başlamıştır. Özellikle üç şehir ön plana çıkmaktadır. Bunlar; İstanbul, İzmir ve Selanik. İngilizlere Rumların da katılmasıyla futbol oynayan kişi sayısında önemli bir artış olmuştur (Aladanlı ve Çördük, 2009, s. 17).

Kayıtlara göre Osmanlı topraklarında yapılan ilk müsabaka 1875 yılında Selanik’te olmuştur. 1877 yılında futbolla tanışan ikinci şehir ise İzmir’dir. İngilizler arasında oynanan ve Rumların da katıldığı futbol maçları tatil günlerinin keyifli aktiviteleri arasında yer almıştır. Başlarda bu maçları izleyenler ailelerdeki kadın ve çocuklar iken,

zamanla yerli halkın oyuna duyduğu ilginin artmasıyla maçı izleyen kalabalıklarda artış görülmüştür. 1890 yılında ise Selanik'teki rekabet doruk noktalara ulaşmıştır. İzmir'de İngilizler tarafından ilk futbol kulübü 1894 yılında "Football Club Smyrna" adıyla kurulmuştur. İzmir'de yaşayan bazı İngilizlerin İstanbul'a taşınmasıyla 1895 yılında İstanbul'un Anadolu Yakasında futbol oynanmaya başladığı görülmektedir. Selanik ve İzmir'de olduğu gibi Rumlar yine bu oyunlar sırasında İngilizlere eşlik etmişlerdir. Bu tarihten itibaren İstanbul'da da futbol gelişmeye başlamıştır (TFF, 2003. s. 8). O yıllarda Rumların kurduğu futbol takımları günümüzde değişik isimler alarak varlıklarını devam ettirmektedir. Örneğin; 1875 yılında kurulan Hermes takımı (daha sonra isim değiştirerek Pera adını almıştır) bugünkü AEK takımının temelini oluşturmaktadır. 1924 yılında Türk-Yunan nüfus mübadelesi sonucu Türk topraklarından göç edenler Atina'da bu takımı kurmuştur. AEK "Konstantinapolis Spor Birliği" anlamına gelmektedir. Yunanistan'ın ünlü takımlarından PAOK da aynı şekilde göç edenler tarafından kurulmuştur ve kulübün geçmişi Hermes takımına kadar uzanmaktadır. PAOK adının açılımı "Panthessalonikeios Athlitikos Omilos Konstantinoupolition" dur. Türkçedeki karşılığı ise "İstanbul Birleşik Selanikliler Spor Kulübü" dür ([http-1](http://1)).

Sultan II. Abdulhamid'in 1895-1908 yılları arasında sıkı bir yönetim anlayışı benimsediği bilinmektedir. Hafiyelerin yoğun olarak görüldüğü bu dönemde yönetim ile anlaşmazlık içine girenler çeşitli yerlere sürgün edilmiş, kimileri de kaçarak başka ülkelerin yolunu tutmuştur. Hem dini açıdan hem de yönetim tarafından oynanmasının hoş karşılanmadığı futbol ile ilgilenmek dönemin gençleri için zor ve tehlikeli bir aktivite olmuştur. Gayrimüslimlerin serbest bir şekilde oynayabildikleri oyunu Türk gençleri ya gizli olarak ya da isim değiştirerek oynamışlardır (Kahraman, 1995, s. 672).

Yasaklara rağmen 1899 yılında Kadıköy semtinde ilk Türk takımı olan Black Stocking kurulmuştur. Sarayın bu girişimi hoşgörü ile karşılamaması sonucunda kulüp kapatılmıştır. Daha sonra aynı gençler Kadıköy futbol kulübünü kurmuşlar ancak bu girişimleri de sonuçsuz kalmıştır. Gayrimüslimler ise bu dönemde "Cadikeuy Footbal Club", "Moda Football Club", Elpis" gibi farklı futbol takımları kurmuşlardır. Takım sayısının artmasının ardından James La Fontaine ilk lig organizasyonunu gerçekleştirmiştir. Düzenlenen lig organizasyonunun ilk şampiyonu İmogene olurken ertesi sene ise "Cadikeuy" bu ünvanı elde etmiştir. Galatasaray kulübünün kurulması, ardından Fenerbahçe'nin lige katılmasıyla birlikte Türk futbolcularının sayısında ciddi

bir artış olmuştur. 1908 yılında İkinci Meşrutiyet ilan edilince, yurt genelinde futbol hızla gelişmeye başlamıştır. Daha özgürlükçü bir ortam oluşurken, bu spor ile ilgilenenlerin sayısı artmıştır. Futbol ülkenin en sevilen sporu haline gelmiştir (“Milliyet Spor Ansiklopedisi”, 1991, s. 100-101).

Beşiktaş Jimnastik Kulübü 1903 yılında saraya yakın isimler tarafından kurulmuştur. Başlangıçta futbol dışındaki branşlarda faaliyet gösterdiği için kuruluş sürecinde herhangi bir sorun yaşanmamıştır. II. Meşrutiyetin ardından futbolun yurt genelinde özgürce oynanabilir hale gelmesi semtte oturan gençleri heyecanlandırmış ve yeni bir futbol takımının doğuşuna zemin hazırlamıştır (Gökçatı, 2008, s. 64-65).

Bu ligdeki maçlar, 1904 yılından başlayarak 1959 yılına kadar sürmüştür. 55 yılda 53 kere düzenlenen lig organizasyonu iki kez yarım kalmış, iki kez de düzenlenememiştir. Düzenlenemeyen ilk organizasyonun sebebi Balkan Savaşı’dır. İstanbul’un 1918 yılında işgal edilmesi ise lig organizasyonunun ikinci kez yapılamamasına sebep olmuştur. Ertesi yıl ise Fenerbahçe sahasının düşmanlar tarafından işgal edilmesi lig organizasyonunu 3.haftada yarıda kalması ile sonuçlanmıştır. 1927 yılında Olimpiyat oyunlarına hazırlanmak için lig birinci hafta bitiminde tatil edilmiştir (Dağlaroğlu, 1987, s. 21).

Cumhuriyet dönemi ülke genelinde kulüp sayısında artışın gerçekleştiği bir dönem olmuştur. 1923 yılında Türkiye Futbol Federasyonu FIFA üyeliğine kabul edilmiştir. Milli takım ilk maçını Romanya ile oynamış ve berabere kalmıştır. UEFA kuruluşundan 8 yıl sonra Türkiye’yi üyeliğe kabul etmiştir. Profesyonelliğin kabulü, düzenlenen lig organizasyonları vb. gelişmeler ile futbol ülkemizde en çok sevilen ve takip edilen spor dalı olmuştur (“Milliyet Spor Ansiklopedisi”, 1991, s. 101).

2.5. Endüstriyel Futbol

Günümüzde futbol 11 kişiden oluşan iki takımın mücadelesi ile sınırlı değildir. Oyuna ilgi gösteren taraftarlar bunun aksini iddia edebilir ancak kimileri için durum daha farklıdır (McGill, 2006, s. 99). Yaşadığımız bu çağda futbol bir spor dalı olmasının dışında farklı anlamlar barındırmaktadır. Yalnızca bir oyun olarak anıldığı yılları geride bırakan futbol, bugün çeşitli alanlar ile etkileşim halindedir. Sportif bir aktiviteyken endüstriyel bir ürün haline gelmiş ve çeşitli aşamalardan geçmiştir. 1990’ların başına kadar yalnızca “gösteri” özelliği taşımış, 90’lı yıllardan sonra gösteri özelliğinin yanına “iş” olgusu da eklenmiştir. Futbolun endüstriyel bir yapıya bürünmesi ile yeni bir iş alanı

oluşurken, süreç içerisinde yaşanan bu değişimin bir sonucu olarak oyunun kendi ekonomisini yarattığı görülmüştür (Akşar, 2005, s. 2).

1980’li yıllarda ön plana çıkan liberal anlayış futbolun yaşadığı değişimde başrol oynamış ve oyunun metalaşmasına katkıda bulunmuştur. Kültürel olan her şeyin ekonomiden bağımsız düşünülemediği bu süreçte futbol ticari bir etkinlik haline gelmiştir. Tüketim anlayışının ve yaşam biçimlerinin geniş kesimlere kabul ettirilmesi noktasında insanları peşinden sürükleyen futbol bir araç olarak kullanılmıştır (Talimciler, 2008, s. 91-92). Taraftar ya da izleyici olarak adlandırılan futbol takipçileri artık birer müşteri olmuşlardır. Futbolun ekonomi ile ilişkisini ifade etmek için endüstriyel futbol, ticari futbol gibi çeşitli tanımlar yapılmaktadır (Güngör, 2014, s. 134).

Futbolun Avrupa’da endüstriyel bir yapıya bürünmesinde FIFA’nın önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Oyun kuralları, kulüplerin kurumsal bir işleyişe geçerek şirketleşmesi ve uluslararası boyutta yapılan düzenlemelerde en üst düzeydeki merci olan FIFA söz sahibi olmuştur. FIFA futbolun geniş sınırlara yayılmasına katkıda bulunurken, çeşitli bölgelerdeki konfederasyonları aracılığıyla kontrol mekanizmasını devreye sokmaktadır. Reklam ve sponsorluk başta olmak üzere birçok ekonomik unsur televizyon ile futbol piyasasında kendisine yer bulmuştur ancak FIFA bu unsurları sistemleştiren kurum olarak önemli bir rol oynamıştır (Dikici, 2015, s.12-13).

Futbolun ekonomik çıkarlara hizmet etmesi, giderek büyük bir endüstri haline gelmesi ve boş zaman etkinliğine ait olması oyunu kapitalizmle bağdaştırmaktadır. Zaman içerisinde oyuna ait değerlerin farklılaştığı görülmüştür. Başlangıçta halkın oyunu olarak bilinen futbol, saygı, adalet ve eğlence esaslarına dayanmıştır. Yalnızca sportif bir olgu olma özelliğini kaybeden oyun endüstriyelleşmesinin sonucunda bir meta haline gelmiş ve oyun eski değerlerini yitirmiştir (Alver, 2008, s.236). Yaklaşık yarım yüz yıl önce, mali açıdan iyi bir konumda olan kulüpler için en önemli gelir kaynağı olarak maç biletleri birinci sırayı alırken bugün durum böyle değildir. Günümüzde yayın hakları en önemli gelir kalemini oluştururken bunun yanında yapılan sponsorluk anlaşmaları da büyük önem taşımaktadır. Ayrıca kulübe ait olan ve amblemini taşıyan birçok ürün satışa çıkarılmakta, bunlardan gelir elde edilmektedir. Bütün bunların ötesinde kulübün mali değerini belirleyen asıl etken ise oyuncularlardır (Authier, 2002, s. 14).

Örneğin 2007 yılında Fenerbahçe kulübüne transfer olan Roberto Carlos'un bir günde 75 bin adet forma satışının yapıldığı bilinmektedir. Bunun yanında satış rakamlarının 100 bine ulaşması halinde oyuncunun yıllık ücretinin karşılanabileceği de dile getirilmiştir. Endüstriyel futbol da ekonomik karşılığı olan bir başka öge ise logolu ürünler kadar nostaljidir. Kulübün geçmiş başarılarından formalarına kadar akla gelebilecek her şeyin ekonomik bir karşılığı olabilir (Hatipoğlu ve Aydın, 2007, s. 125). Stadyumlar da bu yeni futbol ortamından etkilenerek süreç içinde farklılaşmıştır. Günümüzde stadyumlar sadece maçların oynandığı ve izlendiği yerler değildir. Bünyelerinde alışveriş, spor merkezleri, toplantı ve konferans alanları yer almaktadır. Maç günlerinin dışında insanların bu mekanlara gelmesini sağlayacak yöntemlerle tüketim teşvik edilmekte ve gelirler arttırılmaya çalışılmaktadır (Gökdemir, 2005, s. 19).

Endüstriyelleşme sabit ve klasikleşen gelirlerin yanında yeni gelir alanları oluşturmayı gerekli kılmaktadır. Gelirlerde yaşanan bu farklılık, futbolu yeni bir yönetim anlayışı içine sürüklemiş ve kulüplerin idareleri zor bir hâl almıştır. Bunun sonucu olarak futbol, faaliyet gösterdiği alanın dışında yeni gelirler elde etmenin yollarını aramıştır. Kulüplerin bütçelerinde görünen artış yatırımcıların bu alana ilgi göstermesine sebep olmuş ve bunun sonucu olarak futbol kulüpleri borsada yer almış, sermayenin halka arz edilmesi gibi gelişmeler yaşanmıştır. Bu durum futbol kulüplerinin sadece sahada mücadele ederek elde ettiği gelirler ile yetinmediğini göstermektedir (Akşar, 2005, s. 4-5). Şirketleşen futbol kulüplerinin bir numaralı koltuğunda oyunun içinden gelmeyen iş adamları ve oyununun popülaritesinden faydalanmak niyetinde olan siyasetçilerin yer aldığı görülmektedir. Kulüpler kâr-zarar, gelir-gider gibi şirket mantığıyla yönetilmektedir. Bu doğrultuda yapılan sponsorluk anlaşmaları önemli bir yere sahiptir. Yaşanan bu değişim futbolu özünden koparmıştır (Şen, 2013, s. 90).

Ticari bakış açısının oyuna zarar verdiğini düşünen ve dernek statüsündeki yapılanmayı destekleyenler olsa da yaşanan gelişmeler çerçevesinde şirketleşme kaçınılmaz bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Kulüplerin bütçesinde görünen artış kısa vadeli planlar yerine uzun vadeli planlar yapılmasını zorunlu kılmış ve bu durum şirketleşmeye giden yolu açmıştır. Dernek statüsündeki gelir kalemlerinin sınırları bir düzeyde olması sebebiyle endüstriyel futbol çağında daha büyük ve sürekli olan kazanımlara ihtiyaç vardır. Bu da şirketleşme ile sağlanabilir (Güngör, 2014, s. 134). Kulüpler şirketleşmeden önce dernek yapısına sahiptirler ve bir kurul tarafından

yönetilmektedirler. 1888 yılında ilk şirketleşen kulüp bugünlerdeki adı “Birmingham City” olan ve eskiden “Small Heath” adıyla anılan futbol kulübüdür. Sonrasında Aston Villa ve diğer takımlar sırasıyla bu değişime eşlik etmişlerdir (Williams ve Neatrou, 2002’den aktaran Hatipoğlu ve Aydın, 2007, s. 112).

2.5.1. Futbolun endüstriyelleşme süreci

Futbolun endüstriyel bir sürece girmesinde 1989 yılında yaşanan bir olay önemli rol oynamıştır. Liverpool ile Nottingham Forest takımları arasında yapılan FA Cup yarı finali maçında oluşan izdiham sonucunda 96 Liverpool taraftarı hayatını kaybetmiştir. Bu olay sonucunda İngiliz hükümeti bir soruşturma yürütmüş ve bunun sonucunda bir rapor oluşturulmuştur. Yaşanan olaylarda polisin görevini ihmal ettiği belirtilirken, kulüplerin yapısal durumunun bu tarz olayları engelleyebilme noktasında yeterli olmadığı ifade edilmiştir. Kulüplerin profesyonel bir yönetim anlayışından uzak oldukları belirtilirken bu durumun yaşanan olaylara zemin hazırladığı söylenmiştir. Raporu hazırlayan yargıç Lord Taylor, stadyumlardaki güvenliğin artırılması bakımından birtakım önermelerde bulunmuştur. Bunlar arasında öne çıkan madde; seyircilerin maçları oturarak seyretmesi için yeni bir düzenlemeye gidilmesi gerektiğidir. Yine bu raporda taraftarların beklentilerine kulak vererek yapılacak düzenlemelerin, futbolun geleceği için olumlu sonuçlar doğuracağı ifade edilmiştir. Bunun için radikal kararlar alınması vurgusu yapılmıştır. Ancak İngiliz hükümeti yalnızca maçların oturularak seyredilmesi gerektiği noktasını dikkate almıştır. Süreç içerisinde stadyumlar yenilenmiş ve bu bilet fiyatlarının artmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla stadyumlar endüstriyel futbolun bir parçası haline gelmiştir (Akşar ve Merih, 2006, s. 145-146).

Endüstriyel futbola gidilen yolda yaşanan bir diğer önemli nokta ise Bosman kararlarıdır. 1995 yılında alınan kararlar sonunda futbolcular Avrupa’da serbest dolaşım hakkını elde etmişlerdir. Oyuncular Avrupa Birliği dahilindeki kulüplerden istediği ile anlaşma hakkına sahip olmuştur. Alınan kararların ardından yaşanan bu özgürlük futbol ortamındaki bazı girişimleri hızlandırmıştır. Bunlara örnek olarak maçların yayın haklarını almak isteyen televizyonların birbirleri ile yarış içine girmeye başlaması verilebilir. Yaşanan gelişmeler futbol ve kulüpleri ekonomik bir değer haline getirmiştir. Bugün kulüpler iki esasa göre yönetilmektedir. Bunlar; yatırım ve kârlılıktır (Authier, 2002, s. 14-15). İhsan Emre Oflaz bu kararın önemini şu ifadeler ile vurgulamaktadır: “1995’te Lüksemburg Yüksek Mahkemesinin aldığı Bosman Kararı ile futbolun

ticarileşme ivmesi çok daha hız kazanmıştır ve bu karar futbolun küresel sermayesinin oluşumunda büyük rol oynamıştır (Oflaz, 2017, s. 4-5)”.

Önceleri futbolcuların kulüpleri ile olan sözleşmeleri bitmiş olsa bile, diğer kulüpler ile yeni bir anlaşma yapmaları mümkün olmamıştır. Futbolcunun başka bir takıma transfer olması için eski takımına bir ödeme yapılması gerekmiştir. Ancak bu kararın ardından sözleşmeleri sona eren futbolcular herhangi bir futbol takımı ile anlaşma hakkını elde etmiştir. (Cenikli vd., 2017, s. 61-62).

2.5.2. Televizyon, sponsorluk ve reklamlar

Futbolun endüstrielleşmesi sürecinde ön plana çıkan bir diğer unsur ise televizyondur. Televizyon endüstriyel futbolun yaygınlaşmasına ve gelişmesine katkıda bulunurken, bu endüstride ciddi bir gelir kaynağı olması sebebiyle önemli bir rol oynamaktadır (Akşar, 2005, s.23). Neo-liberal politikalar sonucunda kârını maksimize etmeye çalışan medya şirketleri, futbolu bir meta olarak görmüşler ve ekonomik potansiyeli sebebiyle ona ilgi göstermişlerdir. Futbol önceleri haber niteliği taşıması bakımından televizyon ekranlarında yer almış ancak zaman içinde futbolun ekonomik boyutu keşfedilerek ilişkiler farklı bir boyuta evrilmiştir (Arık, 2008, s. 202). Televizyonlar için reklam gelirleri ise hayati bir öneme sahiptir. Bu gelirlerin devamlılığı için yayın akışlarında bir ya da birden fazla metaya ihtiyaç duyulur. Futbol bu ihtiyacı karşılama bakımından son derece elverişli bir oyundur. Hizmet alanında yer alan çeşitli sektörlerin bile çalışma saatleri bellidir ve tatil imkanları vardır. Ancak yedi gün yirmi dört saat hayatın içinde yer alması bakımından futbol televizyon için vazgeçilmez bir üründür (Doğan, 2005, s. 25).

Duygu Hatipoğlu ve Berkay Aydın televizyon ve futbol arasındaki etkileşimi tarihsel açıdan şöyle değerlendirmektedir:

Futbolda televizyon ve sponsorların hâkim olmaya başladığı 90'lara gelene kadar, ticarileşmenin ancak nüveleri görünür. İki dönemi birbirinden şu şekilde ayırabiliriz: Futbolun ilk dönemlerinden 90'lara gelene kadar, futbolda ekonomik öğeler zaman zaman, ilkel ya da gelişmiş biçimleriyle yer bulmuştur; ancak 90'larla birlikte futbolun kendisi bir ekonomik sektör haline gelmiş ve ilk önce karlılığı hedefleyen kendi kurallarıyla oynanmaya başlamıştır (Hatipoğlu ve Aydın, 2007, s. 123).

Televizyon oynanacak maçların zamansal, mekânsal ve biçimsel boyutlarda nasıl olacağını doğrudan ya da doğrudan olmasa bile dolaylı olarak etkilemektedir. Futbolu

futbol yapan her şeyin bütünüyle televizyonlara satıldığı söylenebilir. Futbolcular sporcu kişiliklerinin yanında birer televizyon yıldızı haline gelmişlerdir. Televizyon sayesinde herkes tarafından izlenebilen maçlar, futbolla ilgilenen insanların ve başka bir deyişle tüketicilerin sayısında bir artışa sebep olmuştur (Galeano, 2006, s. 238-239). Günümüzde kulüpler için en önemli gelir kaynaklarından biri yayın gelirleridir. Ülkemizdeki yayın gelirlerinin kulüpler arasında dengesiz bir şekilde dağıtıldığı görülmektedir. 2014-2015 sezonunda şampiyon olan Galatasaray 91,3 milyon lira, ligi son sırada tamamlayan Balıkesirspor ise 28,6 milyon lira yayın geliri elde etmiştir. O yıl ikinci olan Fenerbahçe 87,7 milyon lira, üçüncü olan Beşiktaş ise 72,7 milyon lira kazanmıştır (Dikici, 2015, s.19). Buradan hareketle yayın gelirleri başta olmak üzere birçok gelir kaleminde haksız rekabet ortamının oluştuğu söylenebilir.

Televizyon kendisine olan bağımlılık sonucunda günden güne oyuna yön vermekte ve ekonomik çıkarlar doğrultusunda farklı organizasyonlar ve turnuvalar düzenlenmektedir. Bunun sonucunda oyuncular olması gereken temponun dışında bir maç yükü ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Televizyonun oyuna hükmetmesi, futbol ile halk olgusunu birbirinden koparmakta ve üst sınıf olarak adlandırılan kesimin ekonomik çıkarları ve eğlencesi için bir araç konumuna gelmesine sebep olmaktadır (Talimciler, 2008, s. 109-110). Bu değişim futbol taraftarlığı deneyimlerine erişim sağlanması için alım gücünü gerekli kılmaktadır (Irak, 2015, s. 297).

Christian Authier endüstriyel futbol ile birlikte taraftarların maruz kaldığı muameleyi şöyle açıklamaktadır:

Statlardaki seyirci de bu yeni koşullara uymak zorundadır. Nitekim, büyük kulüplerin yönetimindeki işletme mantığına göre seyirci de rahatsız edici bir tür tanığa ve bozguncu unsura dönüşme eğilimindedir. Taraftarlar ne yapacağı kestirilemeyen, genleşen, dayatıcı ve gürültücü bir kitledir. Onlar kulübün Borsa'da yapacağı prim için değil, oyun aşkıyla, takımları, kahramanları ve renkleri için seferber olmaktadır. Ama futbolu yöneten grupların bütçelerinde onların mali katkısı artık ikincil bir öneme sahiptir. Bilet satışları da diğerleri gibi bir kalemdir sadece (Authier, 2002, s. 15-16).

Zenginlerin oyun üzerindeki hakimiyetinin arttığı, stadyumlarda maçları en iyi yerlerde ve olanaklarla izledikleri görülmektedir. Bir gösteriş olarak kulüplerden loca satın alarak ekonomik durumlarını gözler önüne serdikleri ve saygınlıklarını arttırmaya çalıştıkları söylenebilir. 1998 yılında Fransa Milli takımının kaptanı olan Didier

Dechamps turnuvada finale kalmalarının ardından bu durum hakkında çarpıcı açıklamalarda bulunmuştur: (Arık, 2004, s. 230-231).

Karşımızda en şık giysilerine bürünüp gelmiş insanlardan oluşan bir tribün var ama burası tiyatro değil! Sponsor mu dediniz? Tamam, girişin reklam verenlere açık olmasını anlıyorum, ama bu kadarı da... Sanki bu adamlar rahatsız gibi, hepsi karalar giymiş. Cenazeden falan mı geliyorlar? Bizim seyircimiz buraya gelemiyor, çünkü biletlerin hepsi zaten dağıtılmış veya fazla pahalı. Ben aklı “mavi-beyaz-kırmızı”dan başka bir şey olmayan köyündeki adamı veya fabrikadaki işçiyi düşünüyorum (Authier, 2002, s. 18).

Günümüz futbol ortamının yönetilebilmesi için sponsorluk ve reklam ücretleri önemli bir yere sahiptir. Eskiye oranla taraftarlardan elde edilen gelirler önemini yitirmiştir. Taraftarlardan elde edilecek gelirlere olan bağımlılık, birtakım olumsuz neticeler ile sonuçlanabilir. Örneğin; takımın lige iyi bir başlangıç yapamaması, hava koşulları nedeniyle stada gelen taraftar sayısında azalma görülmesi ve maçlar ile aynı tarihe denk gelebilecek önemli televizyon programlarının yayınlanması doğal olarak bilet gelirlerinin düşüş yaşamasına sebep olacaktır. Buradan hareketle, mali açıdan taraftara bağımlı olmamak, kulüplerin açığa vurmadıkları gizli hedefleridir. Sponsorluk ve reklam noktasında ise futbolu çekici bir noktaya getiren araç televizyon olmuştur. Televizyondaki reklamlar ile kıyaslandığında stadyumlardaki panolarda yer alan reklamların ilgi çekici olmadığı söylenebilir. Ya da başka bir deyişle daha az ilgi çektiği söylenebilir. Dolayısıyla futbol seyircisine ulaşmak isteyen reklam veren ve sponsorlar için televizyon cazip bir araçtır (Klose, 2001, s. 377).

Oyundan elde edilen gelirin günden güne artış gösterdiği bu yeni futbol ortamında, formalardan başlayarak daha birçok alanda kulüplere maddi katkılarda bulunan markalar bu yolla kendi reklamlarını yaparak büyük bir çoğunluğa hitap etme olanağı bulmuşlardır. Bu açıdan bakıldığında zaman, markalar için futbol bir pazarlama aracı konumuna gelmiştir. Endüstriyel futbolu eski zamanlardaki futboldan ayıran en temel özellik sponsorluk olgusunun oyunun içine girmiş olmasıdır. Burada hem reklamı yapılan markalar hem de bu sayede para kazanan kulüpler durumlarından memnundur. Çünkü karşılıklı bir kazanım söz konusudur (Akşar, 2005, s. 7-8).

Türkiye’de Anadolu takımlarının forma sponsoru bulmaları ve bu sponsorluktan yeterli gelirleri elde etmeleri dört büyük kulübe nazaran daha zordur. Hatta kısa süreli ya da maç başına forma sponsorluk anlaşmaları yapıldığı görülmektedir. Anadolu

takımlarına sponsor olan yerel markalar ile yapılan anlaşmalar kulübe destek olma amacı taşımaktadır. Türkiye’de futboldan söz edildiğinde dört büyük takımın akıllara gelmesi ve kent kulüpçülüğünün gelişim gösterememesi kulüpler arasında ekonomik anlamda bir uçurumun yaşanmasına sebep olmaktadır. Buna paralel olarak kulüplerin marka değerleri ve elde ettikleri başarılar kıyaslandığında çok ciddi bir fark göze çarpmaktadır. Ayrıca Anadolu kulüplerinin birçoğu kurumsal bir yapıya bürünememiştir. Birçok Anadolu kulübünün bir apartman dairesi ya da işyeri hanından yönetildiği bilinmektedir (Dikici, 2015, s.33).

Sporcular da tıpkı kulüpler gibi bu sponsorluk anlaşmalarından ciddi gelirler elde etmektedir. Futbolcu sponsorluğu denildiği zaman akıllara Brezilyalı ünlü futbolcu Ronaldo gelmektedir. 1998 Dünya Kupası finalinde Brezilya Fransa ile karşı karşıya gelmiştir. Brezilya milli takımının kilit bir oyuncusu olan Ronaldo’nun o dönemde Nike ile yapmış olduğu bir anlaşma bulunmaktadır. Aynı marka, Brezilya milli takımının da sponsorudur. Fransa milli takımının sponsorunun Adidas olması, saha dışında markaların da rekabetini gözler önüne sermiştir. Bu önemli maça az bir süre kala Ronaldo’nun rahatsızlanması sonucu hastaneye götürüldüğü ve kadro dışı bırakıldığı bilinmektedir. Ancak hem Ronaldo’nun hem de Brezilya milli takımının ana sponsoru konumundaki Nike, oyuncunun oynaması için baskıda bulunmuştur. Ronaldo sponsor firmanın isteği sonucunda sahada hasta bir şekilde yer almış ve kötü bir performans sergilemiştir. Bu baskının bir Dünya Kupasının kaybedilmesine sebep olduğu düşüncesi bugün halen dile getirilirken sponsorluk ilişkilerinin oyuna müdahale etme noktasında ne boyutlara ulaştığı çarpıcı bir şekilde gözlenmiştir (Hatipoğlu ve Aydın, 2007, s. 127).

2.5.3. Başkanlık koltuğunun önemi

Futbol dünyanın her tarafında oynanan ve izlenen bir oyun olarak her dönem popüler olmayı başarmıştır. Diğer spor branşları arasından sıyrılmış ve hitap ettiği geniş kitle açısından fark yaratmıştır. Oyunun ekonomik değeri dikkat çekicidir. Futbolu takip edenlerin sayısının bir hayli yüksek olması ve günden güne artması politika ile uğraşan insanların da bu alana ilgi duymasına sebep olmuştur. Ekonomik açıdan bakıldığında kalabalık taraftar / izleyici topluluğu bir yandan da oyunun alıcıları olan müşteri konumundaki kişilerdir. Ekonomik ve politik meseleler dışında taraftar olmanın doğal sonucu olarak oyuna, takıma ve bağlı olunan renkler etrafında toplanan benzer kişilere bağlanma durumu söz konusudur. Dolayısıyla bu sporun toplumsal etkileri olduğu da

yadsınamaz bir gerçektir. Futbol zaman içerisinde çeşitli değişikliklere uğramıştır ve oyuna küresel dünyanın oluşturduğu yeni anlamlar yüklenmiştir. Bir oyundan öte, bir endüstri haline gelmiştir (Şen, 2013, s. 89).

Kendi endüstrisini oluşturan futbola iş adamlarının ilgisi de gün geçtikçe artmıştır. Oyunda yaşanan değişimde iş adamlarının payı büyüktür. Günümüzde kulüplerin yönetiminde görev alan, başkan olan ya da takımları satın alan iş adamları bulunmaktadır. Bu konuya verilebilecek en iyi örneklerden biri Rus işadamı Roman Abramovich'dir. İngiltere Ligi takımlarından Chelsea'yi satın almış ve kulübün eski borçlarını ödemiştir. Finansal açıdan kulübü rahatlatan Abramovich, takımının Avrupa kupalarında başarılı olmasını sağlamıştır. Bir yandan Chelsea kulübü kazanırken diğer yandan da Abramovich kamuoyunda daha çok bilinen ve konuşulan isim olarak şöhretine şöhret katmıştır (Akkaya, 2008, s. 7). Chelsea'deki değişimin bir benzeri Manchester City kulübünde yaşanmıştır. İngiliz yazar James Montague bu konuya şu şekilde değinmektedir:

Eylül 2008'de futbol, Abramoviç'in Temmuz 2003'te Chelsea'yi satın almasına benzer bir ekonomik sıçrama daha yaşadı. Abu Dabi United Group, Manchester City'yi satın aldığını duyurdu. Manchester City'nin satın alınmasının arkasındaki adamı çok az kişi tanıyordu. Şeyh Mansur bin Zayed el Nahyan, BAE'yi oluşturan yedi emirlik arasında en güçlüsü olan başkent Abu Dabi'nin kraliyet ailesinin kilit isimlerindendi. Nahyan kavmi, dünyanın en büyük yedinci petrol rezervine sahip olmanın avantajıyla aynı zamanda dünyanın en zengin ikinci kraliyet ailesiydi; servetlerinin 1 trilyon dolar olduğu tahmin ediliyordu (Montague, 2018, s.235).

Bir spor kulübünün başkanı ya da sahibi olan kişi bu göreve geldikten sonra yazılı ya da görsel basında daha çok habere konu olmakta ve ön plana çıkmaktadır. Bu kişiler faaliyet gösterdikleri alanlarda isimlerini duyurmuş ve diğer insanlar tarafından tanınmış kişiler olsalar bile daha çok gündeme gelmekte ve tanınırlıklarını arttırmaktadırlar. Özellikle geniş kitlelere hitap eden futbolun bunda katkısı büyüktür.

2016 yılına gelindiğinde Premier League'de mücadele eden 20 futbol takımından 15'inin sahiplerinin olduğu ya da güçlü hissedarlar tarafından yönetildiği göze çarpmaktadır. Birleşik Arap Emirlikleri, Rusya, Çin gibi ülkelerden olan toplam 14 milyarder Manchester City, Chelsea, Arsenal gibi Premier League takımları üzerinde birer söz sahipleri haline gelmişlerdir. Yalnızca İngiltere'de değil, Fransa'da da benzer örneklerin olduğu söylenebilir. Fransa liginde mücadele eden Paris – Saint Germain kulübü dünyanın en zengin ülkeleri arasında gelen Katar'ın destek verdiği bir yatırım

şirketi tarafından satın alınmıştır. İtalya, Hollanda ve Fransa gibi Avrupa ülkelerinde Çinli milyarderlerin kulüp sahibi oldukları görülmektedir (Montague, 2018, s.28-29).

Kulüp sahipleri ya da başkanlar futbola maddi kazançlarını arttırmak için değil, manevi faydalar elde etmek için önem verirler. Kulüplerinin elde ettiği başarılar yazılı ve görsel medyada kendine yer bulmaktadır. Bu başarılarla paralel olarak başkan ya da kulüp sahibinin sosyal statüsüne ve iletişim ağını geliştirmesine olumlu katkılar yapılmaktadır (http-2).

Zaman içinde popüler hale gelen ve yükselişe geçen Çin ligindeki kulüpleri satın alan işadamları uluslararası çapta ses getirecek transferler yapmış ve bu transferlere büyük paralar harcamıştır. Transferler edilen yıldızların son kez yüksek paralar kazanma niyetinde olan ve kariyerinin sonuna gelen oyuncular olmadıkları dikkat çekmiştir. Transfer piyasasında yüksek paralar ödeyecek yeni aktörlerin ortaya çıkması ve Roman Abramoviç gibi bir iş adamının bile bu miktarlar ile yarışamaması çarpıcı bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır (Montague, 2018, s.174).

Futbolun yarattığı etki siyasetçilerin de farkında olduğu bir meseledir. Bu gücü kendileri için fırsata çevirmek isteyen kişiler, kitlelere kendi fikirlerini benimsetmek için futboldan faydalanmışlardır. Televizyonun kitleleri etkileme gücünden hareketle sahip oldukları kanallarda maçların yayın haklarını elinde bulunduran siyasetçiler bundan siyasal kazançlar elde etmiştir. İtalya’da Sylvio Berlusconi ve Türkiye’de Cem Uzan bu konuda akla ilk gelen isimlerdendir. Berlusconi’nin sahip olduğu medya organı siyasal çıkarları için futbolu kullanırken, 2001 yılında Genç Parti ile siyasal hayatta yer alan Cem Uzan’ın sahibi olduğu Star Tv Şampiyonlar Ligi maçlarını yayınlamıştır. Uzan, o dönemde yayınladığı önemli maçların devre aralarında politik vaatlerini izleyenlere sunarak ülke çapında tanınır hale gelmiştir (Arık, 2008, s. 209).

3. FENERBAHÇE TARİHİ

Fenerbahçe 1907 yılında resmi olarak kurulmuş olmasına rağmen, aynı semtte yer alan gençlerin futbol takımı kurma istekleri o tarihten önce iki kez engellenmiştir. İlki 1899 yılında Black Stocking, diğeri ise 1902 yılında maç dahi yapamadan dağıtılan Kadıköy Futbol Kulübü’dür. Aynı semtin insanları aynı amaç doğrultusunda bir futbol takımı kurmak istemişlerdir. Rüştü Dağlaroğlu’na göre kapatılan iki kulübün devamı olarak görülen Fenerbahçe’nin kuruluş tarihi 1899 yılı olmalıdır (Dağlaroğlu, 1987, s. 6).

Bu nedenle Fenerbahçe Spor Kulübü tarihine geçmeden önce ilk Türk futbol takımı olan Black Stocking'e değinilecektir.

3.1. Black Stocking'in Kuruluşu

Yabancı azınlıkların Moda, Baklatarlası ve Kuşdili çayırılarında futbol oynamaları o semtlerde oturan Türk gençlerini etkilemiştir. Sultan II. Abdülhamit dönemindeki istibdat rejimi ve ailelerin oyuna bakış açısı gençlerin bu oyunu oynamalarına engel olmuştur (TFF, 2003, s. 9). Türk gençlerinin futbol oynamasına izin verilmemesi dini sebeplere dayandırılrsa da, bu oyunu izlerken oluşabilecek kalabalıklar yönetim için bir tehdit unsuru olarak görülmüştür. Dolayısıyla sıkı bir hafiye ağı kurularak futbol takımı adı altında bir topluluk oluşmasına engel olunmuştur. Ancak gençler bu oyunu oynamak için başlarına gelebilecek her türlü olumsuz durumu göze almıştır (Ebcim, 2007, s. 14).

Bir futbol takımı kurmak isteyen gençlerin başında Fuad Hüsnü Kayacan ve Reşat Danyal gelmektedir. Yabancı dilleri iyi olduğu için futbol oynayan İngilizlerle yakın arkadaş olmuşlardır ("Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi", 1985, s. 1490). Kurulan arkadaşlık sonucunda İngilizlerden bir futbol topu alan Fuad Hüsnü Kayacan oyunu tek başına oynamaya başlamıştır (TFF, 2003, s. 10). Fuad Hüsnü ve Reşat Danyal'ın yanına Mehmet Ali isminde bir genç daha katılmıştır. Bir futbol takımı kurma isteği günden güne artan gençler bu düşüncelerini yakın arkadaşlarıyla paylaşmıştır. Kadıköy semtinde bulunan Hurşit Ağa'nın kahvehanesinde buluşan gençler kuracakları futbol takımına "Black Stocking" adını vermişlerdir. Dönemin getirdiği yasaklar ve yabancıların özgürce futbol oynamaları sebebiyle yabancı bir isim tercih etmişlerdir (Ebcim, 2007, s. 15).

Lokal olarak Hurşit Ağa'nın kahvesini kullanan gençler, Papazın Çayırı olarak adlandırılan yerde antrenmanlar yapmıştır. Daha sonra ilk maçlarını yapmak üzere bir Rum takımı ile anlaşmışlardır. 26 Ekim 1901 tarihinde yaptıkları bu ilk maçın sonunda her açıdan hayal kırıklığı yaşanmıştır. Birincisi Black Stocking maçı 5-1 gibi farklı bir skorla kaybetmiştir. Takımın tek golünü Fuad Hüsnü atmıştır. İkinci hayal kırıklığı ise maç sonunda sahayı hafiyelerin basmasıyla yaşanmıştır ("Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi", 1985, s. 1491). Bazı futbolcular kaçmayı başarırken bazıları ise göz altına alınmıştır. Takımın kurucularından Fuad Hüsnü maçı izleyen babasının faytonu ile oradan uzaklaşmış ancak kendisine dava açılmıştır. Diğer kuruculardan Reşat Danyal ise yakalanarak sürgün edilmiştir. Black Stocking tarihi boyunca tek bir maç

yapabilmiştir. O maç aynı zamanda son maç olma özelliğini taşımaktadır. Black Stocking'in çeşitli engellere rağmen kurulmuş olması ve ilk Türk futbol takımı olması dışında takımda yer alan isimlerin önemli kişiler olması da dikkat çekicidir. Konumları itibariyle hem kendileri hem de aileleri sıradan insanlardan farklı olan bu kişiler bu oyuna duydukları sevginin yanında yabancılardan oluşan takımlara karşı üstünlük kurmayı amaçlamışlardır (Gökçatı, 2008, s. 28-29).

Black Stocking takımında yer alan gençlerin bazıları yeni dahil olanlarla birlikte yine Hurşit Ağa'nın kahvehanesinde bir araya gelerek 1902 yılında Kadıköy Futbol Kulübünü kurmuşlardır. Bir önceki girişimlerinde olduğu gibi yine başarısız olan gençler tespit edilerek dağıtılmıştır (Dağlaroğlu, 1987, s. 5-6).

3.2. Fenerbahçe Tarihi

Fenerbahçe futbol takımı 1907 yılında kurulmuştur. O dönemde İstanbul'da spor dalları arasında futbol ön plana çıkmıştır. Ancak oyunu uzun süre sadece yabancılar oynamıştır. 1905 senesinde Galatasaray futbol takımı kurulmuş ancak başka bir Türk futbol takımının olmaması sebebiyle rekabetçi bir ortam oluşamamıştır. Bunun önündeki en büyük engel yönetim anlayışı olmuştur (Ertuğrul, 2013, s. 8). O dönemde Kadıköy'de bulunan Kuşdili Çayırında yapılan futbol maçlarına Türkler yoğun ilgi göstermiştir. Galatasaray Futbol takımının Mekteb-i Sultani öğrencileri tarafından kurulması üzerine cesaretlenen Saint Joseph Lisesi öğrencileri yine bu çayırda yapılan maçları takip edenler arasında olmuştur (Yamak, 2002, s. 8).

Sultan II. Abdülhamit'in saltanatını sürdürmek istediği, ittilatçıların ise kendisini tahttan indirecek ihtilalin hazırlığını yaptığı dönemde, futbol oynayan Türkler üzerinde eskisi kadar baskı kurulamamıştır (Meydan, 2006 s. 50). Bu bakımdan Fenerbahçe padişahın yönetimde zayıfladığı, futbol dışındaki başka meseleler ile ilgilendiği bir dönemde kurulmuş ve doğru bir zaman tercih edilmiştir. Bu dönemde hafiyelerin de eski gücünü kaybettiği ve futbol ile ilgili denetimler yapmadığını söylemek mümkündür (Ebcim, 2007, s. 18).

Çayırarda oynanan futbol maçlarını takip eden üç arkadaş Nurizade Ziya Songülen, Ayetullah Bey ve Necip Okaner yine izledikleri bir maçın ardından Necip Okaner'in evinde futbol takımı kurma isteklerini dile getirmişlerdir. Ziya Songülen'in takımın kurulması için gerekli parayı kendisinin verebileceğini söylemesinin ardından takımın

adı, amblemi ve renkleri konusunda bir karara varılmıştır. Takımın adı Fenerbahçe olurken, renkleri sarı-beyaz, amblem ise ışık saçan fener olarak belirlenmiştir. Bir sonraki gün kulüp forması için kumaşlar sipariş edilerek terziye gönderilmiş, amblem için matbaa da çalışmalar yapılmıştır (Doğan, 2007, s. 46-47). Aynı akşam görev dağılımında da uzlaşılmıştır. Kulübün başkanı Ziya Songülen olurken, Ayetullah Bey katiplik görevini üstlenmiştir. Necip Okaner'in ise kaptan ve veznedar olmasına karar verilmiştir (Ertuğrul, 2013, s. 8-9). Başlarda amblem için ışık saçan fener tercih edilmiş olsa da tasarımın iktidar tarafından siyasi anlamlara çekilme ihtimalini düşünen ve endişe duyan Fenerbahçeliler daha sonra palamut ağacı figürünü amblem olarak kullanmışlardır (Ebcim, 2007, s. 18-19).

Resim konusunda yetenekli üyelerden Hikmet Topuz işi üzerine alacak ve beş renkten oluşan amblemi ortaya çıkaracaktı. “Fenerbahçe Spor Kulübü 1907” yazar yuvarlak içindeki beyaz renk temizlik ve açık yürekliliği, kırmızı kulüp arasında sevgi ve bağlılığı, sarı – lacivert renk ise gıpta ve asaleti temsil ediyordu. Renkler içinde yükselen palamut dalı ise Fenerbahçe'nin güç ve kudretinin temsili için çizilmiş, yeşil yükselmek için başarının mukadder olduğu için kullanılmıştır. Amblem klişesi yurt dışında bulunan Tefik Taşçı'ya gönderilmiş, Fenerbahçe'nin bugünde kullanılan ilk rozeti İngiltere'de yapılmıştı (Hiçyılmaz, 2011, s. 38).

1908 yılında II. Meşruiyet'in ilan edilmesiyle ülkede özgürlük ortamı oluşmuş, spor faaliyetleri açısından engellerin kalkması söz konusu olmuştur. “Cemiyetleri Kanunu” sayesinde kulüp kurma hakkı tanınmış ve Türk sporunda olumlu gelişmeler yaşanmıştır. Bu kanun sonrasında resmen tecil işlemini yaptıran ilk kulüp Fenerbahçe olmuştur (“Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi”, 1985, s. 1492). Kulübün kurulmasından sonra çayırarda antrenmanlara başlayan gençler ilk dönemlerde herhangi bir takım ile maç yapmamıştır. Bunun nedenleri arasında takımın henüz yeni kurulması, rakiplerin kendilerini ciddiye almaması ve ülke yönetiminden çekinme ihtimallerinin olduğu söylenebilir. Ama asıl sebep ise takımın o dönem maddi sıkıntılar içinde olmasıdır (Gökçatı, 2008, s. 38). Kayıtlara göre Fenerbahçe kuruluşundan bir yıl sonra ilk maçını Moda Kulübü ile oynamış ve maçı 2-0 kazanmıştır (Yamak, 2002, s. 9).

Fenerbahçe 1909 yılında ligde mücadele etmeye başlamış ve ilk yıl beşinci olabilmıştır. Ertesi yıl ligi aynı sırada bitiren Fenerbahçe ilk lig şampiyonluğunu 1911-12 sezonunda kazanmıştır (Tanrıkulu, 2002, s. 17). Ayrıca 1909 yılı renklerin sarı-lacivert olarak değiştirildiği yıl olmuştur. Yine o yıl kulübün adı “Fenerbahçe Spor Kulübü”

olarak değiştirilmiş ve futbol dışındaki farklı branşlarda yer alınmaya başlanmıştır (Ebcim, 2007, s. 23).

O günlerin koşullarında Galatasaray'ın sahip olduğu imkân ve ayrıcalıklara karşın Fenerbahçe'nin içinde bulunduğu imkansızlıklar, iki kulübün arasında sportif olanın yanı sıra sosyal ve kültürel bir rekabetin de doğmasına sebep olmuştur. Galatasaray'ın okuldan kaynaklanan imtiyazlı konumuna ve sarayla olan yakınlığına karşın Fenerbahçe, meşruiyetini halkın takımı olmakta arayacaktı. İçinde bulundukları koşullar, onları bu tercihe neredeyse mecbur etmiştir (Gökçatı, 2008, s. 44-45).

3.2.1. Mütareke ve işgal yıllarında Fenerbahçe

Mustafa Kemal Atatürk 3 Mayıs 1918'de Fenerbahçe Spor kulübünü ziyaret etmiştir. Bu tarihten sonra Fenerbahçeliler Cumhuriyet'in kurulması fikrini savunmuşlardır. Atatürk'ün Samsun'a çıkışı ve "Ya İstiklal Ya Ölüm!" ifadeleri bütün ülkede karşılık bulurken Fenerbahçe bu çağrının gereklerini yerine getirmiştir. Milli mücadeleye destek olmak için Kurbağalıdere'den Anadolu'ya silah ve cephane kaçırılmış, asker sevki yapılmıştır. Bu durumu haber alan düşmanlar kulüp binasını basmışlardır. Ancak Fenerbahçeliler ellerindeki bütün mühimmatı kayıklara yüklemeyi başarmışlardır. Bu sırada kulüp binasına ateş açılmış ve Fenerbahçe B takımında oynayan iki futbolcu şehit olmuştur. Kulüp lokali 70 gün süreyle kapatılmış ve lokalin önünde düşman askerler nöbet tutmuştur. O dönem kulübün başkanlığını yapan Sabri Toprak Bey Malta'ya sürgün edilmiştir (Ebcim, 2007, s. 39).

Fenerbahçe savaş yıllarında 50 futbol maçı yapmış, özellikle dönemin en güçlü imparatorluğu olan İngilizlere karşı büyük üstünlük kurmuştur. Her galibiyet yorgun Türk halkına umut kaynağı olmuş ve coşku ile kutlanmıştır (Dağlaroğlu, 1987, s. 12). 50 karşılaşmanın 41'inde galibiyet elde eden sarı lacivertliler toplam 193 gol atmış, kalesinde ise 47 gol görmüştür. 5 maç kaybedilirken, 4 maç ise berabere bitmiştir. İlk maçını İstanbul'un işgal edilmesinden 11 gün sonra 24 Kasım 1918'de oynayan Fenerbahçe Fransızlara üstünlük sağlamış ve maçı 3-1 kazanmıştır (Doğan, 2007, s. 56).

Osmanlı Devletinin işgal edilmesinden sonra bir araya gelen Fenerbahçeliler bu süreçte işgal kuvvetlerinin takımlarıyla maçlar yapmaya karar vermiştir. Bu maçların yapılmasındaki amaç rakiplere üstünlük sağlayarak halka moral vermektir. Geniş kitlelere ulaşmayı amaçlayan Fenerbahçeliler karşılaşmayı takip edenlerin sayısını arttırmak ve halka mücadele azmi kazandırmak istemiştir. Dolayısıyla bu doğrultuda basından

faydalanmayı ihmal etmemişlerdir (Yaşar, 2008, s. 83). Oynanan maçların moral bakımından en büyük etkisi Sakarya Meydan Muharebesi sırasında görülmüştür. Savaş sırasında cepheye ulaşan taş basma gazeteleri okuyan askerler Fenerbahçe'nin düşman takımlarına karşı aldığı galibiyetleri görerek moral bulmuştur (Doğan, 2007, s. 57).

35 maddeden oluşan ilk kulüp tüzüğü'nün ikinci maddesinde; "Kulübün takip ettiği amaç ve gaye; memlekette bedeni ve fikri terbiyenin yayılmasına çalışmak ve vatan gençlerini; vatanın korunmasına, zorluklara ve askeri seferberliklere alıştırmaktır." cümlesi yer almaktadır. Bu madde bile bir spor kulübünün milli mücadeleye ne kadar önem verdiğinin, hatta kuruluş amacının bu olduğunun göstergesi değil midir? (Yaşar, 2008, s. 82).

Bu dönemde oynanan en zorlu maçlar 1922 – 1923 yılları arasındandır. Şehir merkezinde ve yabancıların ağırlıklı olarak kaldığı yerlerde oynanan maçlar cephede olduğu gibi tarafları karşı karşıya getirmiş ve milli maç havası oluşmuştur. İşgal kuvvetleri takımlarıyla düzenli olarak karşı karşıya gelmek Fenerbahçe'nin futboluna olumlu yansımış ve takım birlikte oynama alışkanlığı kazanarak gelişimini sürdürmüştür. Takımın aldığı galibiyetler maçı takip edenlerin sayısında ciddi bir artışa sebep olmuştur (Dağlaroğlu, 1987, s. 358).

İşgal Kuvvetleri Komutanı General Harrington tarafından düzenlenen organizasyonda Fenerbahçe'nin galip gelerek kupayı kazanması belki de bu dönemde yapılan ve kazanılan en önemli maç olarak gösterilebilir. Fenerbahçe bu maçı 2-1 kazanmıştır ("Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi", 1985, s. 1497-1498).

3.2.2. Atatürk ve Fenerbahçe

Atatürk'ün İstanbul'da Harp Okulu'na kaydolması ve Kadıköy'deki gençlerin bir futbol takımı kurma girişiminde bulunmaları aynı tarihlere denk gelir. Birkaç yıl sonra bu tesadüf yerini bir gerçeğe bırakarak Milli Mücadele için Fenerbahçe ve Atatürk'ü bir araya getirmiştir (Meydan, 2006, s. 25). İşgal takımlarına karşı elde ettiği galibiyetler ile halkının moral kaynağı haline gelen Fenerbahçe Atatürk'ün sevgi ve takdirini kazanmıştır. Atatürk 1918 yılında kulüp binasını ziyaret etmiş, kendisine birkaç yıl sonra başkan olarak görev yapacak olan Sabri Toprak eşlik etmiştir. İki saat süreyle kulüpte vakit geçiren Atatürk, kulübün anı defterini imzalamıştır (Tanrıkulu, 2002, s. 19).

1925 yılında Türkiye şampiyonu olan Muhafızgücü ile Bursa'dan seçilen futbolculardan oluşan karma bir takımla maç yapması için Fenerbahçe'ye teklif götürülmüştür. Fenerbahçe'nin ertesi gün ligde maçı olduğundan, Bursa'ya üçüncü takım

gönderilmiştir. Bu maç 1-1 sonuçlanmıştır ve maç o sırada şehirde olan Atatürk tarafından izlenmiştir. Bu maçın özelliği Atatürk'ün İstanbul temsilcisi olarak izlediği tek takımın Fenerbahçe olarak tarihe geçmesidir. Ayrıca Fenerbahçe tarafından belirli aralıklarla düzenlenen balolardan birine Mustafa Kemal Atatürk de katılmıştır. Dönemin 3. Kolordu Komutanı Şükrü Naili Gökberk ile geceye katılan Atatürk, uzun süre Fenerbahçeliler ile vakit geçirmiştir. Bu balo yine Atatürk'ün gittiği tek spor kulübü balosu olma özelliğini taşımaktadır (Yaşar, 2008, s. 75).

1932 yılında kulüp binasında çıkan yangın sonrası her şey kül olmuştur. Bu sıkıntılı zamanlarda Fenerbahçe'ye yardım eli uzatanlardan birinin de Mustafa Kemal Atatürk olduğu bilinmektedir. İş Bankası aracılığıyla kulübe 500 Lira yardımda bulunan Atatürk, kulübün yeni bir binaya sahip olması noktasında en büyük destekçi olmuştur (Tanrıkulu, 2002, s. 16). 1933 yılında Fenerbahçe sutopu takımı Yalova'ya çağrılarak gösteri yapması istenmiştir. Galatasaray, Beykoz, Deniz Lisesi, İstanbul Su Sporları gibi önemli ve maddi açıdan güçlü takımlar olmasına rağmen bu sporu yapabilmek için ancak kendi imkanlarıyla sahip oldukları kıyafetleri bulunan mütevazı Fenerbahçe oyuncularının tercih edilmesi noktasında federasyon görevlisi “Gazi Hazretleri öyle istediler” ifadelerini kullanmıştır (Dağlaroğlu, 1987, s. 625).

Fenerbahçe Spor Kulübü'nün 1 Haziran 1934 yıldönümü bayramında, stadına ant içerek bir Atatürk büstü koymak istediği izini bizzat yine Atatürk kabul etmiş ve olur vermişti. Böylelikle Fenerbahçe Stadı, Türkiye'de Atatürk'ün büstünün konmasına izin verdiği tek stat olma özelliği ve onurunu hâlâ taşımaktadır (Yaşar, 2008, s. 80).

Ayrıca 2006 yılında UEFA Kupası'nda İspanyol temsilcisi Celta Vigo ile karşılaşan Fenerbahçe için maçtan önce İspanyol basını “Atatürk'ün takımına karşı oynayacağız” ifadelerini kullanmıştır (Meydan, 2006, s. 25).

Atatürk'ün Fenerbahçe'ye olan yakınlığı şaşırtılmaması gereken bir durumdur. Kurtuluş Savaşı'nda saha içinde ve dışında vatanın bağımsızlığı için çalışan, cepheye silah ve asker sevk eden, savaşımlara oyuncu gönderen ve en önemlisi düşman takımlarına karşı elde ettiği galibiyetler ile halkına umut veren bu kulübe Atatürk'ün özel bir ilgi göstermesi gayet doğaldır (Dağlaroğlu, 1987, s. 626). Ancak unutulmaması gereken şey Atatürk'ün taraftarı olduğu takım hangisi olursa olsun, bu ülke insanına ve kulüp renklerine hep aynı mesafede durduğudur (Meydan, 2006, s. 239).

3.2.3. Kulüp tarihindeki başkanlar

Fenerbahçe Spor Kulübü'nün 111 yıllık tarihinde birçok isim başkan olarak görev yapmıştır. Her biri kulübe hizmet eden değerli isimler olmakla beraber bu çalışmada her bir başkanın hayatına ve kulüp için yaptığı çalışmalara yer vermek mümkün değildir. Dolayısıyla bu bölümde başkanlık yaptığı yıllarda ön plana çıkmış isimlere kısaca değinilecektir.

Kulübün ilk başkanı ve üyesi olan Ziya Songülen, aynı zamanda Ayetullah ve Necip Okaner ile birlikte Fenerbahçe'nin kurucuları arasında yer almıştır. Bu dönemde finansal açıdan takıma destek olan Songülen, Fenerbahçe stadyumunun olduğu alanı kulüp için bir seneliğine kiralamıştır. Ancak başkanlık koltuğunda kısa bir süre kalarak görevden ayrılmış ve bir daha yönetimde yer almamıştır (Dağlaroğlu, 1987, s. 657). Kurucu üç arkadaşın biri olan Ayetullah Bey aynı zamanda kulübün ikinci başkanıdır. Ziya Songülen'den sonra göreve gelmiştir ve ilk yıllarda oluşturulan takımda futbolcu olarak yer almıştır. Başkan olarak görev yaptığı zamanlarda kulüp çeşitli sorunlar ile karşı karşıya gelmiş ve başka takımlarla birleşmeye gidilmesi söz konusu olmuştur. Ayetullah Bey bu durum karşısında Fenerbahçe'ye sahip çıkmış ve haklarını korumuştur. Böylece kulübün yok olma ihtimalini ortadan kaldırmıştır (http-3).

Birinci Dünya Savaşı'nın başladığı 1914 yılında maddi açıdan problemler yaşayan Fenerbahçe'ye spor malzemeleri temin eden Sabri Toprak, savaş döneminin yarattığı zorlu koşullarda kulübün hayatta kalması için elinden geleni yapmıştır. Mustafa Kemal Atatürk'ün yakın arkadaşlarından biri olan Toprak, Atatürk'ün kulübü ziyaret ettiği sırasında kendisine eşlik etmiş ve evinde ağırlamıştır (Dağlaroğlu, 1987, s. 660). Hem siyaset hem de spor dünyasındaki önemli isimlerden biri olan Şükrü Saraçoğlu, çeşitli bakanlıklarda görev almasının ardından başbakanlık mevkiine kadar yükselmiştir. Spora gerekli ilgiyi gösteren ve sporcuların haklarını gözetten bir insan olan Saraçoğlu aynı zamanda Fenerbahçe'ye gönül vermiştir (Deringör, 2005, s.191). Kulübe uzun süre hizmet eden Saraçoğlu, başkanlığı bıraktıktan sonra fahri başkan olmuştur. İlerleyen yaşı ve yaşadığı sağlık problemlerine rağmen takımın oynadığı maçları takip etmesi dikkat çekmiştir. 1932 yılında kulüpte çıkan yangının ardından yeni bir lokal ve saha temin edilmesi noktasında kulübe yardımcı olmuş ve saygı toplamıştır (Dağlaroğlu, 1987, s. 662).

Faruk Ilgaz'ın spora olan ilgisi futbol sayesinde olmuştur. Fenerbahçe'ye üç ayrı dönemde başkanlık yapan Ilgaz, en büyük başarısını 1967-68 sezonunda yaşamıştır. O sezon takım beş ayrı kupa kazanmış ve hem kulüp hem de futbol tarihine geçilmiştir. Türkiye Ligi ve Kupası dışında Balkan, Cumhurbaşkanlığı ve Spor Toto kupaları da kulübün müzesine kazandırılmıştır (http-4). Ayrıca tesisleşmeye önem vermiş ve bu yönde yatırımlar yapmıştır. Kulübün finansal açıdan sıkıntı yaşamaması için mücadele etmiş ve Fenerbahçeliler tarafından takdir edilmiştir. Üçüncü kez başkanlığa geldikten sonra sağlık problemlerinden dolayı görevi bırakmak durumunda kalmıştır. 12 yıl boyunca kulübe hizmet etmiştir (Dağlaroğlu, 1987, s. 673).

Fenerbahçe tarihinde önemli bir yere sahip olan 103 gollü şampiyonluk, başkan Tahsin Kaya döneminde yaşanmıştır. Kulüp tarihindeki bir diğer önemli başkan ise Ali Şen'dir. Görev yaptığı sekiz yılda Fenerbahçe futbol takımı iki kez şampiyon olmuştur. Daha sonra ise koltuğun yeni sahibi Aziz Yıldırım olmuştur. Yıldırım kongrede kendisine rakip olan Vefa Küçük'ü sadece bir oy farkla geçerek başkan olmuştur (Tanrıku, 2002, s. 30-31).

3.3. 20 Yıllık İktidar: Aziz Yıldırım

1998 yılında yapılan başkanlık seçimi Fenerbahçe tarihinde ayrı bir yere sahiptir. Aziz Yıldırım bu seçimlerde Vefa Küçük ve Ömer Çavuşoğlu ile birlikte Fenerbahçe başkanı olabilmek için yarışmıştır. O yıllarda Fenerbahçe kulübünün tüzüğü gereğince başkan ve yönetim kurulu ayrı ayrı seçilmiştir. Aziz Yıldırım en yakın rakibi Vefa Küçük'ü 1 oyla geçerek kulübün yeni başkanı seçilmiş ancak Yıldırım'ın yönetim kurulu için belirlediği isimlerden hiçbirinin yönetime girememesi sonucunda karmaşık bir durum ortaya çıkmıştır (Coşkun, 2008, s. 10-11).

Seçim yapıldıktan sonra noter denetiminde yapılan yeni sayımda Aziz Yıldırım'ın listesinden bir ismin yönetime girmesi mümkün olmuş, yedek listede ise ekibinden beş kişi yer almıştır. Yönetim ve Aziz Yıldırım yola sadece dört ay birlikte devam etmiş ve olağanüstü kongreye gidilmiştir. Olağanüstü kongrede tek aday olarak yarışan Aziz Yıldırım tekrar başkan olmuştur. Dolayısıyla yönetim kurulu da kendi belirlediği isimlerden oluşmuştur. Aziz Yıldırım'ın ilk icraatlerinden biri stadın ismini değiştirmek olmuştur. 16,5 yıl boyunca kulübün başkanlığını yapmış Şükrü Saraçoğlu'nun adı stadyumu verilmiştir. Bu karar vefakâr bir davranış olarak görülmüş ve desteklenmiştir (Yamak, 2002, s. 59).

İlerleyen zamanlarda Fenerbahçe'nin Türkiye Kupasında Pendikspor'a elenmesinin ardından tekrar olağanüstü kongreye gidilmiştir. İki yıl aradan sonra tekrar Vefa Küçük kendisine rakip olurken Aziz Yıldırım bu kez yaklaşık 700 oy farkla seçimi rahat bir şekilde kazanmıştır (Doğan, 2007, s. 28). 2000 yılında zaten bir olağan kongre gerçekleşecek olmasına rağmen elde edilen kötü sonuçlar bu kararın alınmasına neden olmuştur (Yamak, 2002, s. 62).

2018 yılında yapılan kongreye kadar 20 yıllık başkanlık dönemi boyunca aday olduğu tüm kongrelerden zaferle ayrılan Yıldırım, Vefa Küçük, Şadan Kalkavan, Mehmet Ali Aydınlar, Hulusi Belgü gibi öne çıkan isimlere karşı üstünlük sağlamıştır. Aziz Yıldırım yirmi yılın sonunda ilk kez Ali Koç karşısında seçimi kaybetmiştir.

Görev yaptığı süre boyunca iki kez başkanlığı bıraktığını açıklamıştır. 2000-2001 sezonu bitiminde sağlık sorunlarını ve ailesinden uzak kalmasını gerekçe göstermiş, 2005 – 2006 sezonunda ise Fenerbahçe Futbol Takımı'nın son maçta şampiyonluğu kaybederek ezeli rakibi Galatasaray'ın ardından ligi ikinci bitirmesi üzerine bu kararı almıştır. Her iki kararın ardından camia ve taraftarının ısrarı ile geri dönen ve olağanüstü kongrelere giden Yıldırım, bu kongrelere tek aday olarak girerek seçimleri kazanmıştır (http-5).

Fenerbahçe tarihine bakıldığında 2000'li yıllar değişim hareketinin başladığı yıllar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yıllarda başkanlık görevini üstlenen Yıldırım, süreci başlatan ve yöneten kişi olmuştur. Geçmiş dönemler ile karşılaştırıldığında daha farklı bir yapılanmanın olduğu göze çarpmaktadır (Yurtsever, 2011, s. 261). Aziz Yıldırım dönemindeki farklılık, ilk olarak Şükrü Saraçoğlu Stadyumunun yeniden inşa edilmesiyle birlikte kendisini göstermiştir. Bu yenileme hareketi taraftarın stadyum ya da tribün kültürü olarak adlandırabileceğimiz alışkanlıklarını da bir anlamda güncellemiş ve değişime uğratmıştır. Stadyum “Fenerbahçeli olmanın farklılığı” gibi Fenerbahçe'ye üstünlük atfederken kullanılan ifadelerin arasında kendine yer bulmaktadır (Coşkun, 2008, s. 6).

Stadyumun çağa uygun bir şekilde yenilenmesi ve taraftar kapasitesinin artırılması ile birlikte elde edilen bilet gelirleri de artmıştır. Stadyumun yenilenmesi dışında Aziz Yıldırım döneminde kulübe birçok tesis kazandırılmıştır. Başkanlığı döneminde tesisleşme hamleleri ve amatör branşlara yapılan yatırımlar ön plana çıkmış ve bu durum

farklı kulüp taraftarları dahil olmak üzere spor kamuoyu tarafından takdirle karşılanmıştır.

Fenerbahçe'nin sadece futbol kulübü olmadığını belirtmek amacıyla sıkça “spor kulübü” vurgusu yapmış ve amatör branşlara önem vermiştir. Fenerbahçe markasının global hedeflerine ilişkin kurduğu cümlelerde “dünya kulübü” ifadesi ön plana çıkmıştır. Geçmiş yıllarda amatör branşlara yapılan yatırımlar ve bunun sonucu olarak elde edilen başarılarla göz atıldığında Aziz Yıldırım dönemi kadar parlak olmadığı görülmektedir (Yurtsever, 2011, s. 271).

Aziz Yıldırım'ın başkanlık yaptığı dönemde Fenerbahçe Erkek Basketbol takımı Avrupa şampiyonu olmuş, kulüpler düzeyindeki en prestijli kupa kulübe kazandırılmıştır. Ayrıca Kadın Basketbol ve Voleybol takımlarının yaşadığı tüm şampiyonluklar ve elde edilen kupalar yine Yıldırım'ın başkanlığındaki başarıları olarak sayılmaktadır (http-6).

Fenerbahçe başkan Yıldırım döneminde yayıncılık faaliyetlerini hayata geçirmiştir. Resmi internet sitesi, dergi ve gazeteyle ilk adımlarını atan yönetim 2004 yılında Fenerbahçe televizyonunu kurmuştur. Türkiye’de kurulan ilk spor kulübü televizyonu olması bakımından Fenerbahçe televizyonu ayrı bir öneme sahiptir (Coşkun, 2008, s. 86). Gazete, dergi ve televizyonun ardından 2 Aralık 2010 tarihinde kulüp radyosu da kurulmuştur. (Yurtsever, 2011, s. 123). Yıldırım döneminde kulübün lisanslı ürünlerinin satışını gerçekleştirmek amacıyla “Fenerium” adı verilen bir kulüp mağazası kurulmuştur. Özellikle yıldız oyuncuların transferlerinden sonra yüksek satış rakamlarına ulaşılmıştır.

Adidas firmasıyla sponsorluğu bulunan Fenerbahçe, bu sponsorluğun sona ermesinden sonra firmanın yeni teklifini kabul etmemiştir. Başkan Yıldırım önerilen miktarı yetersiz bulmuştur. Fenerbahçe'nin kendilerine sunulan miktardan daha değerli olduğunu düşünen Yıldırım ve yönetim, forma üretimini kulübün yapması gerektiği yönünde bir karar almıştır (Coşkun, 2008, s. 75). Fenerium sayesinde kulüp ürünlerinin izinsiz kullanımının önüne geçilmiş ve forma satışlarından önemli gelirler elde edilmiştir (Yurtsever, 2011, s. 264).

Başkanlığı boyunca Anadolu kulüpleri olarak adlandırılan ve dört büyük kulübün dışında yer alan takımlar ile olan ilişkileri zaman zaman sorunlu olmuştur. Maçların yayınından elde edilen televizyon gelirlerinin yarısı dört büyük kulübe, diğer yarısı ise

Anadolu kulüplerine dağıtılmıştır. Buna rağmen yayın gelirlerinden Fenerbahçe'nin daha fazla pay alması gerektiğini savunan Yıldırım bu süreçte birçok kulüp ve taraftarın tepkisini çekmiştir (Doğan, 2007, s. 30).

Kamuoyunda 3 Temmuz şike davası olarak bilinen süreçte Aziz Yıldırım göz altına alınmış ve cezaevinde yatmıştır. Darağacında olsa bile son sözünün Fenerbahçe olduğunu söyleyerek iddiaları kesin bir dille yalanlamıştır. Fenerbahçe camiası o süreçte kenetlenerek Aziz Yıldırım'a destek vermiş, mitingler organize etmiş, imza kampanyaları düzenlemiş, cezaevinin önünde toplanmıştır. Üzerinden sekiz yıl geçmesine rağmen dava henüz sonuçlanmamıştır.

Yıldırım döneminde Fenerbahçe birçok branşta şampiyonluk yaşamıştır. Ancak son yıllarda futbol takımının hedeflenen şampiyonluklara ulaşamaması ve başarısız olması nedeniyle başta Aziz Yıldırım olmak üzere Fenerbahçe yönetimi taraftarlar ve spor kamuoyu tarafından yoğun eleştirilere maruz kalmıştır. Yirmi yıllık başkanlık döneminde Yıldırım 6 lig şampiyonluğu yaşamıştır. Ayrıca Fenerbahçe futbol takımı bu dönemde bir Avrupa Ligi yarı finali, bir Şampiyonlar Ligi çeyrek finali oynamış, kulüp tarihi açısından Avrupa'daki en büyük başarıya ulaşılmıştır.

Yıldırım dönemindeki başarısız sonuçlardan biri de Fenerbahçe futbol takımının üç kez şampiyonluğu son maçta kaybetmiş olmasıdır. Yıldırım'ın kulübü devraldığı dönemde, üç büyükler içinde en çok şampiyonluğu bulunan Fenerbahçe futbol takımının şampiyonluk sayısında rakibi Galatasaray'ın gerisinde kalması ve rakibinin dördüncü yıldızı kazanması bir başka başarısız netice olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca Yıldırım 2009 yılında yapılan genel kurulda üç yıl üst üste şampiyonluk sözü vermiş ancak bunu yerine getirememiştir.

Şampiyonlar liginde çeyrek final başarısı yaşayan Brezilyalı teknik direktör Arthur Zico ile sezon sonu yolların ayrılmasından bu yana geçen 10 sezonda Fenerbahçe Şampiyonlar ligine katılma başarısı gösterememiştir. Zico'nun görevinden alınmasından birkaç yıl sonra kulübün efsanesi haline gelmiş Brezilyalı futbolcu Alex De Souza'nın da takımdan gönderilmesi Aziz Yıldırım ile taraftar arasında gerilime neden olmuştur.

Fenerbahçe'nin şampiyon olduğu sezon stadyumda yapılan kutlamalarda konuşan Yıldırım, bir grup taraftarın Alex lehine tezahüratlar yapmasına sinirlenerek "Paralı köpekler" ifadelerini kullanmış ve taraftarlara kendilerini bir daha stada almayacağını

belirtmek bağırmıştır (Dikici, 2015, s.185). Fenerbahçe'ye tarihinde en erken lig şampiyonu sevincini yaşatan teknik direktör Ersun Yanal ile bir sonraki sezon yola devam edilmemesi ve alınan kötü sonuçlardan sonra tribünlerden Ersun Yanal seslerinin yükselmesi sonucunda taraftar ile başkan Yıldırım yeniden karşı karşıya gelmiştir. Buradan hareketle özellikle bir dönem pozitif yönde seyreden başkan – taraftar ilişkileri son yıllarda bozulmuş ve bu durum kulübü olumsuz bir şekilde etkilemiştir

Son kez aday olduğunu vurgulayarak 2018 yılında yapılan olağan genel kurulda yarışan Aziz Yıldırım, daha önceki yıllarda da buna benzer açıklamalar yapmış ancak başkanlığa yeniden aday olmuştur. Yine geçmiş yıllarda yaptığı konuşmalarda kulübün kendisinden sonra gelecek yeni başkanı için Ali Koç'u işaret eden Yıldırım, Ali Koç'un başkanlığını açıklamasından sonra kendisini desteklemeyi değil aday olmayı tercih etmiştir. Seçim kampanyasında kullandığı slogan ise "Ruhumuz Bir" olmuştur.

3.4. Yeni Aday: Ali Koç

2018 yılında gerçekleşen olağan kongre için adaylığını ilk açıklayan kişi Ali Koç olmuştur. Adaylığının ardından "fenerbahceliyiz.net" adında bir internet sitesi oluşturulmuş ve aynı adı taşıyan sosyal medya hesapları üzerinden seçim çalışmaları aktif olarak yürütülmüştür. Ali Koç'un Fenerbahçe sevgisi, geçmiş yıllarda Fenerbahçe için yaptığı çalışmalar, adaylık süreci ve seçim çalışmalarına dair bilgiler bu adreslerde yer almıştır.

Geçmiş dönemlerde Fenerbahçe Spor Kulübü'nde aldığı görevler, oluşturulan bu internet sitesinde şu şekilde anlatılmıştır;

Fenerbahçe ile olan güçlü bağı, onu 2006-2012 yılları arasında Başkan Aziz Yıldırım'dan gelen teklifle, Fenerbahçe Spor Kulübü'nde Asbaşkanlık görevine taşıdı. Ali Y. Koç; asbaşkanlığı döneminde 'Kurumsal İletişimden Sorumlu Yönetici ve Fenerbahçe Koleji Yönetim Kurulu Başkanı' olarak görev yaptı. 2004-2017 yılları arasında Fenerbahçe Spor Kulübü'ne hizmet amacıyla Fenerbahçeli işadamları tarafından kurulan 1907 Fenerbahçe Derneği'nin Başkanlığını yapan Ali Y. Koç bu dönemde; UNİFEB ile 2004 yılı itibariyle, Anıtkabir Saygı ziyaretlerinin her yıl büyüyen bir katılımı ile düzenlenmesi, Stadyumumuzda 1907 Tribünü'nün hayata geçirilmesi, Fenerbahçemizin tarihinin anlatıldığı Asr-ı Fener kitabının hazırlanması, Fenerbahçe Destanı adlı tiyatro oyununun Anadolu ile buluşması, Fenerbahçe'nin 'adil yargılanması' için farkındalık yaratmak adına 600 bini aşkın dijital imzanın toplandığı "Adalet Fener Yak" Kampanyası'nın hayata geçirilmesi, Dünya çapında 200 milyon online izleyiciyle genç nesilleri etkisi altına alan E-Spor branşında, henüz ilk

yılında Türkiye şampiyonu olarak Çin'de gerçekleştirilen Dünya Şampiyonası'nda ülkemizi temsil eden 1907 E-Spor Takımı'nın kurulması yönünde çalışmalar yaptı (http-7).

Sitede yer alan ifadelerde olduğu gibi Ali Koç geçmiş dönemlerde Aziz Yıldırım'ın yönetim kurulunda yer almıştır. Aziz Yıldırım kendisinden sonra Ali Koç'un başkan olmasını istemiş ve birçok kez bunu dile getirmiştir. Ancak Ali Koç ve Aziz Yıldırım'ın arası zamanla açılmaya başlamıştır. 31 Mayıs 2018 tarihinde Veyis Ateş'in sunduğu "Akılda Kalanlar" programına katılan Ali Koç bu konuya açıklık getirmiştir. Programda 1907 Fenerbahçeliler Derneği'nin yürütülmekte olan şike davası için "Adalet Fener Yak" kampanyası düzenlediğini ve 2014 yılında yeniden yargılama kararının çıkmasından sonra kampanyaya katılanlara teşekkür mesajı yayınladığını belirtmiştir. Ali Koç, yayınlanan bu mesajdan dolayı Aziz Yıldırım'ın rahatsızlık duyduğunu ve bir arkadaşını arayarak hapishanede yatanın kendisi olduğunu, kampanyanın yine kendisi sayesinde başarıya ulaştığını söylemiştir. Bu olaydan sonra sadece bir cenaze ve düğün organizasyonunda karşılaştıklarını anlatan Ali Koç, bir yıl boyunca görüşmediklerini de sözlerine eklemiştir. Daha sonraki günlerde Aziz Yıldırım'ın kendisini kulübe davet ettiğini, şike davasında çıkabilecek kararlara dair belirsizliklerin olduğunu ve kulüp yönetiminin başkalarına kalmaması için yönetime girmesi yönünde teklifte bulunduğunu anlatan Ali Koç bu davalardan olumsuz bir karar çıkması halinde gerekeni yaparak kulüp yönetimine talip olacağını belirtmiş ve bu teklifi reddettiğini ifade etmiştir.

2015 yılında yapılan olağan kurulda konuşan Aziz Yıldırım, kendisinden sonra kulüpte başkan olarak görev alacak kişinin önemli olduğunu vurgulamıştır. Yürütülmekte olan şike davasının karara bağlanmasından sonra başkanlık koltuğunu devredeceğini söyleyen Yıldırım, bu konu hakkında Ali Koç ile görüştüğünü ve kendisinden söz aldığını belirtmiştir. İş durumlarından dolayı kendisi ile zaman zaman görüşemediğinde aralarının bozuk olduğu şeklinde haberler yapanlara tepki gösteren Yıldırım, Ali Koç'un aday olacağı gün orada bulunacağını belirtmiştir. Aynı gün konuşma yapan isimlerden biri olan Ali Koç, küçük yaşlardan bu yana Fenerbahçe başkanı olmak istediğini ve zamanı geldiğinde adaylık konusunda gereğini yapacağını söylemiştir. Sonraki yıllarda bu durum ile ilgili konuşan Koç, kendisinin o gün konuşma yapmak gibi bir niyetinin olmadığını ve bu konuşmayı yönetim istediği için gerçekleştirdiğini söylemiştir (http-8).

"Akılda Kalanlar" programında konuşan Ali Koç, 2015 yılında yapılan kongreden birkaç ay sonra Burhan Karaçam ile birlikte Aziz Yıldırım'ı ziyaret ettiğini, başkan Aziz

Yıldırım ile bir toplantı gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Kulübe dair meselelerin konuşulduğu toplantıda Aziz Yıldırım'ın kendilerine birden öfkelenerek bağırıldığını söyleyen Koç, birkaç ay önce genel kurulda yapmış olduğu konuşmaya başkanın tepki gösterdiğini anlatmıştır. Aziz Yıldırım'ın kendisinden habersiz bir şekilde bu konuşmayı yapmasına sinirlendiğini ifade eden Ali Koç, toplantı sonunda kulüpten kovulduklarına dair yapılan konuşmaların doğru olmadığını belirtmiştir.

Bu kongreden bir yıl sonra gerçekleşen divan kurulunda konuşan Aziz Yıldırım ise bir sonraki seçimde aday olacağını sinyallerini vermiştir. Kongrede yapılan seçimlerle bu göreve geldiğini belirten Yıldırım, kamuoyunda aday olmaması için görüş belirten kişilere de tepki göstermiştir. Ayrıca başkan aday olmak isteyen kişilerin açıkça ortaya çıkmaları gerektiğini belirtmiştir (http-8).

Aziz Yıldırım'ın divan kurulunda yaptığı bu konuşmadan birkaç gün sonra Ali Koç katıldığı bir panelde başkan aday olacağını duyurmuştur. Bir yıl önce söz verdiğini belirten Koç, gerçekleşecek ilk kongrede başkanlık için yarışacağını belirtmiştir.

2017 yılına gelindiğinde Fenerbahçe futbol takımının Krasnodar ile evinde oynadığı UEFA Avrupa Ligi maçının berabere bitmesi ve takımın turnuvadan elenmesi taraftarı öfkelenmiştir. Taraftarlar yönetime tepki göstermiş, Ali Koç'u destekleyen tezahüratlar yapmıştır. Maçın bitmesine az bir süre kala ve daha sonra maç bitiminde "Ali Koç başkan, Fenerbahçe Şampiyon" sesleri statta yükselmeye başlamıştır (http-9).

Ali Koç 21 Eylül 2017 tarihinde ise başkan aday olduğunu resmi olarak açıklamıştır. 1907 Fenerbahçe derneğindeki başkanlık görevini ise sürecin daha şeffaf yürütülmesi için bırakmıştır. Ali Koç'un seçim kampanyasında kullanmak üzere tercih ettiği slogan "Tam Zamanı Şimdi" olmuştur.

4. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SPOR BASINININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Spor basınının başlangıcı 200 yıl öncesine denk gelmektedir. Amerika'da çoğunlukla siyasi konuların ele alındığı gazetelerde spor haberleri tamamlayıcı bir rol üstlenmiştir. Gazete ve dergiler geniş bir yelpazede haberler yapmış ve birçok spor branşına yer ayırmıştır. Bir Amerikan gazetesi olan "Boston Gazette" 5 Mayıs 1773 tarihinde İngiltere'de yapılan bir boks maçını haber olarak yayınlamıştır. Bu haber spor basınında yapılan ilk haber olarak kabul edilmektedir (Nichols, 2002'den aktaran Özsoy, 2011, s. 213). Spor temalı yayın yapan ilk gazete ise 1838 yılında İngiltere'de yayınlanan

“Sporting Life” dır. Daha sonra 1858 yılında Fransa’da “Le Sport” dergisi yayın hayatına girmiş ve logonun hemen altında “kibarların gazetesidir” ifadesi dikkat çekmiştir. Birçok Avrupa ülkesinde spor temalı dergilerin çıkış tarihi 19. yüzyılın sonlarına denk gelmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2013, s. 3-4).

Osmanlı döneminde yayınlanan ilk gazetelerde ise spor haberlerine yer verilmemiştir. Sporla ilgili yayınlanan ilk yazı Ali Ferruh Bey tarafından 1891 tarihinde kaleme alınmıştır. Servet-i Fünun dergisinde yayınlanan bu yazının konusu eskrim sporuyla ilgilidir (Perin, 1985, s. 7). Günlük yazılı basında sporun kendine yer bulması ise Selanik’te yayınlanan Asır gazetesi ile mümkün olmuştur. Bu haber 30 Mart 1895 tarihinde “Yeni Bir Müsabaka” başlığıyla dördüncü sayıda yer almıştır. Yazının konusu bisiklet ve at yarışı ile ilgilidir. 1896 yılında yapılan ilk olimpiyatlara yine bu gazetede geniş bir biçimde yer verilmiştir (Hiçyılmaz, 1985, s. 11). Spora yer veren bir diğer gazete ise “Hizmet” olmuştur. 1897 yılında İzmir’de yayın hayatına başlayan bu gazetede Selim Sırrı Tarcan yazılar yazmıştır (Atalay, 1998, s. 50).

“Futbol” adıyla 1910 yılında yayınlanan dergi Türk spor basınında önemli bir yere sahiptir. Bu dergi Türkiye’de yayınlanan ilk spor dergisi olma özelliğini taşımaktadır. Dergideki bütün yazılar, derginin sahibi olan Burhan Felek tarafından yazılmıştır. Aynı zamanda dergide yer alan ilk futbol maçı fotoğrafları yine Burhan Felek tarafından çekilmiştir. Yayın hayatı kısa süren Futbol dergisi sadece altı sayı yayınlanmıştır. Ayrıca bu dergide futbol dışında birçok branşa yer verilmiştir (Büyükbaykal, 2004, s. 38). Bu dergiden sonra sırasıyla 1911 yılında “Terbiye ve Oyun”, 1913 yılında “İdman”, 1919’da ise “Spor Alemi” dergileri yayınlanmıştır (Atalay, 1998, s. 50).

Günlük yazılı basında futbol ile ilgili yapılan ilk haberin tarihi 1911’dir. Galatasaray ve İstanbul Karması’nın Romanya temsilcisi olan Temeşvar takımı ile yaptığı maçlar “Tasvir-i Efkâr” gazetesinde kendisine yer bulmuştur. Bu maçların haberini yayınlatan kişi ise Abidin Daver olmuştur (Özsoy, 2011, s. 214). Spor haberleri 1910 ve 1913 yılları arasında gazetelerde daha fazla yer almıştır. Bunların başında “Tasvir-i Efkâr”, “Tanin”, “Sabah” gibi gazeteler gelirken yine birçok isim bu gazetelerde spor yazıları yazmıştır. Örnek olarak Burhan Felek, Abidin Daver ve Suat Hayri Ürgüplü gibi isimler gösterilebilir. Spor haberlerine İstanbul dışında İzmir gazetelerinde rastlamak da mümkündür. Bunlar 1913 yılında çıkarılan “Ahenk”, “Anadolu” ve “Köylü” gazeteleridir (Hiçyılmaz, 1985, s. 11-12).

Osmanlı döneminde yapılan “Balkan Savaşları” ve “Birinci Dünya Savaşı”na rağmen spora olan ilgede azalma görülmemiştir. Bu döneme denk gelen yıllarda “Spor Alemi” adında bir dergi yayınlanmıştır. Derginin yayın tarihi 1919’dur. 10 yıl süreyle yayıncılık hayatını sürdüren derginin sahibi Sait Çelebi’dir (Güler ve Demir, 1995, s. 289). Cumhuriyetin ilanından sonra spor gazeteler için ayrı bir öneme sahip olmuştur. Bu duruma en iyi örneklerden biri “Akşam” gazetesidir. Bu gazete birinci sayfasında bir spor haberine yer vermiş ve böylece bir ilki gerçekleştirmiştir. Gazetenin sahibi Ali Naci Karacan’dır. 1925 yılında bir başka ilk spor muhabirliği konusunda yaşanmıştır. “Spor Alemi” gazetesi Avrupa’ya spor muhabiri göndermiş ve ilk Avrupa spor muhabiri Suat Hayri Ürgüplü olmuştur. Bu dönemde Fransa’da kaleme aldığı yazılar Türk okuyuculara ulaşmıştır (Atalay, 1998, s. 51).

1923 yılından itibaren gazetelerde yer alan spor haberlerinin dışında yayınlanan spor dergilerinde de artış görülmektedir. 1923 yılında “Türkiye İdman Dergisi”, 1925 yılında “Top”, 1926 yılında “Şa-Şa-Şa” ve “Gong”, 1929 yılında “Türk Spor Dergisi” 1932 yılında “Olimpiyat” dergileri yayınlanmıştır. 1934 yılında ise “Türk Spor Dergisi” ve “Olimpiyat” birleşerek “Top” adıyla yayın hayatını sürdürmüştür. 1937 yılında çıkarılan bir başka dergi “Kırmızı Beyaz” olmuştur (Perin, 1985, s. 9). 1934 yılında ise spor basını için önemli bir gelişme daha yaşanmıştır. “Haber” gazetesinde çalışan İzzet Muhiddin Apak, son sayfada spor haberlerine yer vermiş ve bugün hala devam eden uygulamayı hayata geçiren kişi olmuştur (MEB, 2013, s. 4).

Türk spor basınının gelişimi açısından 1948 Olimpiyatları ayrı bir öneme sahiptir. Futbol, güreş ve atletizm gibi dallardaki gelişmeler sırasıyla haber metinlerinin uzunluklarını ve daha sonra sayfa sayılarını etkilemiştir (Hiçyılmaz, 1985, s. 14). Londra’da düzenlenen olimpiyatlarda Türk sporcular önemli başarılar elde etmiştir. Güreş branşında altın madalyalar kazanılmış ve atletizmde bir sporcumuz şeref kürsüsüne çıkmıştır. Bu gelişmeler sonucunda büyük heyecan yaşayan Türk kamuoyu olimpiyatlarda yaşanan her gelişmeden haberdar olmak istemiştir. Bu isteği yerine getiren Hürriyet Gazetesi sayesinde spor basınında büyük bir atılım yaşanmış ve foto muhabirlik önem kazanmıştır. Günlük yazılı basında spor sayfası geleneğinin geçmişi yaşanan bu gelişmelere dayanmaktadır (Perin, 1985, s. 10).

1930 ve sonrası profesyonel spor yazarı olgusunun ortaya çıktığı yıllardır. Sadece sporla ilgili yazılar yazan kişilerin bu dönemde gazetelerin yazar kadrolarına dâhil olduğu

görülmektedir. 1950’li yıllarda yazar ve muhabirler spor basınının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş ve sayılarında da ciddi bir artış gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda 1953 yılında “Spor Haberleri Ajansı” kurulmuştur. Bu ajans iki yıl süreyle faaliyetini sürdürmüştür. Günlük olarak bültenler hazırlamış ve spor basınına katkıda bulunmuştur. 1954 yılında yaşanan bir başka gelişme ise bir spor gazetesinin doğuşu olmuştur. “Türkiye Spor Gazetesi” adıyla çıkarılan gazete 50 bin tiraja ulaşmıştır. O günlerde gazete satış rakamlarının 40 bin olduğu bilinmekte ve bu bakımdan önemli bir satış başarısına ulaşıldığı görülmektedir. Gazetenin sahibi Yılmaz Poğda’dır. Yayın hayatına kısa bir süre tutunabilen bu gazete çok geçmeden kapanmıştır. 1963 yılında ise spor yazarlarının girişimi ile “Türkiye Spor Yazarları Derneği” kurulmuştur (Atalay, 1998, s. 51-52). 1960’lı yıllar gazetelerin birçok ilde basıldığı ve dağıtıldığı yıllar olmuştur. Bu sayede gazeteler daha geniş kitlelere ulaşmaya başlamıştır. Ayrıca sporun kitlesel tüketime uygun olması spor sayfalarının genel gazete yapısı karşısında bağımsızlığını kazanmasını sağlamıştır. Böylece spor konulu haberler gazetelerde daha çok yer almaya başlamıştır. Spor yayınlarına olan ilginin artması sonucunda gazeteler arasında bir rekabet ortamı oluşmuştur. Yaşanan bu rekabet çok sayıda gazetenin spor servisi kurmasına sebep olmuştur (Uzun, 2001’den aktaran Özsoy, 2011, s. 214-215).

1980 askeri müdahalesinin ardından yaşanan gelişmeler ve siyasi alanda görülen yasaklar sonucunda, gündelik yaşamda ve basında futbol başta olmak üzere spora olan ilgi başka bir boyuta ulaşmıştır. 1980’li yılların sonu ve 1990’lı yıllarda spor temalı gazetelerin sayısında artış gözlenmiş ve satış rakamlarında başarı elde edilmiştir (Güler ve Demir, 1995, s. 290). 1988 yılında “Fotospor”, 1991’de “Fotomaç” ve “Spor Gazetesi”, 1995 yılında ise “Taraftar” ve “Fanatik” gazeteleri spor temalı yayınlar yapmıştır. Daha sonra Taraftar ve Fotomaç gazeteleri birleşerek yayın hayatını sürdürmüştür (Kaya, 2002, s. 165). 1980’li yıllarda spor basınında yaşanan bu gelişmelerin bir sonucu olarak futbola olan ilginin artış gösterdiği görülmektedir. Futbol maçına gitsin veya gitmesin okuyucular sadece o maçın sonucuna dair haberleri değil karşılaşma öncesi ve sonrasında yaşananları kapsayan tüm bilgileri gazeteler aracılığıyla okumaktadır (Büyükbaykal, 2004, s. 37). Günümüzde futbol hem ülkemizde hem de dünyada büyük bir ilgiyle takip edilmektedir. Bunun bilincinde olan basın kuruluşları haberlerinde daha çok futbol konusunu işlemektedir. Futbol haberlerine yer vermek aynı zamanda daha çok okuyucuya ulaşmak anlamına gelmektedir. Taraftar sayısı daha çok olan ve dört büyükler olarak ifade edilen takımlar daha çok habere konu olmaktadır. Köşe

yazarlarının da taraftarı oldukları takımlarla ilgili yazılar yazmaları dikkat çekmektedir (Talimciler, 2003, s. 70). Buradan hareketle yayınların futbol ile sınırlandığı ve basının spor olgusuna indirgemeci bir yaklaşımda bulunduğu söylenebilir (Kaya, 2002, s. 166).

5. BASININ KAMUOYU OLUŞTURMA İŞLEVİ

5.1. Kamuoyu Kavramının Tarihsel Gelişimi

Kamuoyu kavramının tarihine bakıldığı zaman Latince'deki publicus ve opinion kelimelerinden türetildiği ve Batı dillerine geçtiği görülmektedir. İngilizce'deki karşılığı "public opinion" dur. Ülkemizde ise "kamuoyu" sözcüğünün ilk zamanlar dile getiriliş biçimi daha farklı olmuştur. Bunlar; "efkâr-ı umumiye", "halk efkârı" "amme efkârı" olarak örneklendirilebilir. Bugün ise kamu ve oy kelimelerinin birleşmesiyle oluşan kamuoyu sözcüğü yaygın olarak kullanılmaktadır (Atabek, 2002, s. 223). Kamuoyu kavramının tarihsel gelişimini Erol Mutlu şöyle değerlendirmektedir; "Kamuoyu kavramı büyük ölçüde Aydınlanmanın bir ürünü olup, kamuoyu düşüncesi on yedinci yüzyıl sonlarının ve on sekizinci yüz yılın liberal siyaset felsefecileriyle ve özellikle on dokuzuncu yüzyılın demokrasi kuramıyla yakından ilişkilidir (Mutlu, 2012, s. 173)".

Kamuya dair politikaların ortaya çıkması, bunların kontrol edilmesi, uygulanması ve kritiğinin yapılması için toplumdaki bireylerin katılım göstermesi anlamında "kamuoyu" kavramını kullanan ilk kişi Jean Jacques Rousseau olmuştur. Zamansal olarak bakıldığında ise Fransız Devriminin öncesine denk geldiği görülmektedir. Rousseau'nun kamuoyu tanımı o zamana kadar yapılan tanımlardan farklılık göstermektedir. Herhangi bir konuda çoğunluk tarafından kabul gören bir isteğin, düşüncenin en doğru ve adil olduğunu ileri sürmüştür. Kamuoyu kavramını derinlemesine bir şekilde ele alan ilk düşünür olan Rousseau, sadece yönetimlerin politikaları ile kişilerin bunlara ilişkin fikirleri arasında bağ kurmamıştır. Bunun dışında demokrasinin hâkim olduğu bir ortamda kamuoyu ile çoğunluk yönetimi ve temsil arasında bağ kurarak farklı bir yaklaşım ortaya koymuştur (Bektaş, 2000, s. 18-19).

Modern anlamda kamuoyu kavramının ortaya çıkışı 18. ve 19. yüzyıllara dayanmaktadır. Bu yıllarda sanayinin gelişmesi, demokratik düzene geçiş, basın alanında yaşanan gelişmeler ve okuma yazma bilen insan oranının artması kamuoyu kavramından bahsedilmesine zemin hazırlamıştır. Sosyal bilimcilerin bu kavram üzerine yoğunlaştıkları dönem ise 20.yüzyıl olarak bilinmektedir (Atabek ve Dağtaş, 1998, s. 209). Avrupa'daki kahvehanelerde insanların bir araya gelerek çeşitli konularda

tartışmalar yürüttüğü ve özellikle siyasi ve edebi konuların konuşulduğu bilinmektedir. 18. yüzyılda Londra'daki kahvehane sayısının iki bin olduğu görülmektedir. Bu mekânlarda yürütülen tartışmalar siyasal iletişim ortamının oluşmasına zemin hazırlamıştır. İngiltere'de olduğu gibi Fransa'da da bu tarz mekânlar olduğu bilinmektedir. “Salon” olarak adlandırılan bu mekânlar kamuoyu düşüncesinin ortaya çıkması noktasında önemli bir rol üstlenmiştir. Burada fikirlerini açıkça belirten düşünürler bir anlamda insanların çeşitli konulardaki düşüncelerini etkilemiştir (Bektaş, 2000, s. 20-21).

18.yüzyılda Paris şehrindeki önemli sanatçılar çeşitli konulardaki fikirlerini salonlarda dile getirmişler ve eserlerini ilk kez bu mekanlarda sunma fırsatı bulmuşlardır. Aynı dönemde Almanya'ya bakıldığında ise gelişmiş şehirlerin olmadığı görülmektedir. Londra ve Paris'teki uygulamalara benzer şekilde toplumun farklı kesimlerinden insanlar Almanya'da daha çok yemek organizasyonlarında bir araya gelmişlerdir. Salon, kahvehane ve yemek organizasyonlarında bir araya gelenlerin sayıca büyüklüğü, üzerinde durdukları konular ve ortamları birbirinden farklılık gösterse de her biri özel şahıslar arasında devamlılık gösterebilecek bir tartışmayı örgütlemişlerdir. Buradan hareketle sözü edilen mekanların kamuoyunun ortaya çıkması noktasında öncü oldukları söylenebilir (Habermas, 2012, s. 103-105).

5.2. Kamu ve Oy Kavramları

Münci Kapani kamu kavramını şöyle tanımlamıştır; “Belli bir sorun hakkında fikir ve kanaat sahibi olan kişilerden meydana gelen bir gruba veya grupları ifade eder (Kapani, 2012, s. 160-161)”. Bu tanımdan yola çıkarak kamuyu oluşturan bireylerin ortak bir payda da nasıl bir araya geldikleri üzerinde durulması gereken önemli bir konu haline gelmektedir. Dolayısıyla kamuyu oluşturan kişiler arasında var olan bir ortak ilgiden söz etmek gerekir. Bu ortak ilgi belirli sorunlar ve gereklilikler etrafında oluşmaktadır. Ayrıca bu ilginin dağılma ve başka bir biçimde yeniden oluşabilme ihtimali de vardır. Sınırsız ve çoğulcu olmasının yanı sıra bireyin kamuya katılımı gönüllülük esasına dayanmaktadır. Kamunun oluşumunda yer alan kişiler arasında fiziki yakınlık olması gerekli değildir (Işık, 2001, s. 146). Kamuoyu kavramını oluşturan ikinci kelime ise “oy”dur. Arsev Bektaş oy kelimesinin tanımını şu şekilde yapmıştır: “Tartışmalı bir konuda ifade edilen kanaat, düşünce anlamındadır (Bektaş, 2000, s. 49)”.

Kamuoyu kavramının tanımı konusunda birçok bilim dalı farklı yaklaşımlar geliştirmiştir. Dolayısıyla ortak bir kamuoyu tanımından bahsedilemese bile aynı bilim dallarında yapılan tanıma ilişkin bir uzlaşının olduğu söylenebilir (Atabek ve Dağtaş, 1998, s. 214-215) Orhan Gökçe farklı disiplinlerin kamuoyu tanımını şu şekilde açıklamaktadır;

Politika bilimciler açısından kamuoyu, devletin üç organının (Yasama, Yürütme, Yargı) davranışını belirleyen ya da kanaat önderleri tarafından belirlenen ve oluşturulan norm olarak açıklanmaktadır. Buna karşın diğer sosyal bilimlerin kamuoyu anlayışı, bireyin kendisinden hareket ederek kanaatini ve davranışını, ailesini, çalışma grubunu, içinde yaşadığı grup ve de bütün toplumu kapsayan sosyal grubun kanaat ve davranışı ile ilişkilendirmektedir. Dolayısıyla kamuoyu kavramı, kişisel ve siyasi açıdan olmak üzere iki değişik şekilde açıklanmaya çalışılmakta ya da kullanılmaktadır (Gökçe, 1996, s. 211).

Kamuoyunun oluşması için bir fikrin ya da düşüncenin çoğunluk tarafından benimsenmesine gerek yoktur. Nicelikten daha önemli olan burada niteliktir. Kamuoyu oluşturabilmek için, iyi organize olmuş sayıca azınlık olan bir topluluk, suskun insanların bir araya geldiği kalabalıklardan daha etkilidir. Ama burada önemli olan nokta, hedeflenen sonuç için suskun insanların vereceği desteğin gerekli olduğudur (İnceoğlu ve Özerkan, 1997, s. 26). İyi bir şekilde organize olmuş azınlık ya da çıkar grupları basından faydalanarak ya da çeşitli aktiviteler aracılığıyla, kamuoyundaki hâkim görüşün kendilerinin belirttikleri düşünceler ile aynı olduğu şeklinde bir algı oluşturabilirler. Ancak gerçek her zaman söyledikleri gibi olmayabilir (Atabek ve Dağtaş, 1998, s. 218).

5.3. Basının Kamuoyu Oluşturma İşlevi

Gündelik hayatta meselelerin gerçek boyutlarının açıklanmasında veya bu gerçekliğin inşa edilmesinde basın önemli bir rol üstlenmektedir. Basın aracılığıyla insanlara neyin ne olduğu aktarılmaktadır. Bu doğrultuda basın tarafından çeşitli anlamların oluşturulması ve olağan ile olağandışı olarak kabul edilenlerin arasındaki farkların belirtilmesi söz konusudur. Dolayısıyla basın belirleyici bir konuma sahiptir (Kaya, 1999, s. 23). Kamuoyu fikrinin oluşabilmesi için bir konu ya da sorun hakkında topluma bilgi aktarımı yapılması gerekmektedir. Basın günümüzde bilgi aktarımı rolünü üstlenirken dolayısıyla kamuoyunu da oluşturmakta ve şekillendirmektedir (Atabek, 2002, s. 235). Basının herhangi bir müdahaleye maruz kalmadan faaliyetlerini sürdürebilmesi aynı zamanda kamuoyunun serbest bir şekilde oluşması anlamına gelmektedir. Örneğin siyasi mekanizmanın basını kontrolü altında tutarak kamuoyuna

yön vermesi ve onu şekillendirmesi kamuoyunun serbestçe oluşumu noktasında bir engel olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla böyle bir ortamda kendiliğinden oluşan bir kamuoyu yerine oluşturulan ya da oluşması için çaba gösterilen bir kamuoyundan söz edilebilir (Öztekin, 2010, s. 127-128).

Ülke ve dünya gündeminde yaşanan tüm olayların haber olarak sunulması mümkün değildir. Dolayısıyla hangi konunun haber olacağına dair yapılan seçim ve haberin nasıl sunulacağı büyük bir önem taşımaktadır. Bu yönüyle basın bir yandan gündemi şekillendirirken bir yandan da toplumun hangi meseleler hakkında düşünmesi gerektiğine karar vermektedir (Işık ve Akbaba, 2004, s. 146) Yayınlanacak haberlerin seçimi noktasında birtakım ilkelere göre hareket etmesi beklenen basın kuruluşlarının kimi zaman bu ilkelerden uzaklaşarak ideolojik bir tutum sergilediği görülmektedir. Herhangi bir konuya ilişkin bir kanaatin oluşması ya da var olan kanaatin değişmesi noktasında belirleyici olan çeşitli değişkenler vardır. Söz konusu değişkenlerden biri de basındır. Haberin hangi sayfada yer aldığı ve ne şekilde sunulduğu, metnin uzunluğu ve yazıların büyüklüğü okuyucular için bir anlam oluşturmaktadır. Haberlerin yanı sıra köşe yazarlarının görüşleri, haberlerde yer alan fotoğraflar, konuya ilişkin yapılan anketler de kanaatleri şekillendirmektedir (Öksöz, 2007, s. 70).

İfade özgürlüğü noktasında basının önemli bir görev üstlendiği belirtilmektedir. Bu düşünceye göre toplum içindeki çeşitli birey ve grupların belirli konularda görüş belirtmeleri ve bunların basın organlarında yer alması kamuoyu oluşumuna katkı sağlamaktadır. İlgili konular hakkında kamuoyunun oluşması bir anlamda hükümetler üzerinde baskı yaratmaktadır. Kamuoyunun sesi olarak adlandırılan basın bu nedenlerle dördüncü güç olarak anılmaktadır (Yıldırım, 2018, s. 220). Ancak basının dördüncü güç olduğu düşüncesi hem basının yapısal özellikleri ile hem de kapitalist anlayış ile örtüşmeyen, aksine ters düşen bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır. Basının kapitalist ideoloji ve mekanizmalarından bağımsız olması mümkün olmamakla birlikte, basın kuruluşlarının birer haber kaynağı olan yasama, yürütme ve yargıyla yaşayabileceği olası anlaşmazlıklar bu haber kaynaklarının yitirilmesi anlamına gelmektedir. Hatta bunun da ötesinde basın kuruluşlarının çeşitli zorluklar ile karşı karşıya kalması da ihtimaller arasında yerini almaktadır (Erdoğan, 1999, s. 41-42). Ciddi ekonomik yatırımlar yapılan basın kuruluşları siyasal ve ekonomik çıkarları doğrultusunda yayın içeriklerini oluşturabilmektedir. Dolayısıyla bu çıkar ilişkisi kamuoyuna aynı doğrultuda

yön vermektedir. Burada en önemli nokta çeşitli konularda basın tarafından oluşturulan kamuoyunun toplumun ilgili kesimleri ile ne kadar alakalı olduğudur. Basında bir konu ya da sorun hakkında kamuoyunun görüşü olarak yer alan söylemlerin aslında basının kendi çıkarları doğrultusunda birlikte hareket ettiği çeşitli güç odaklarının görüşleri ile örtüştüğü ileri sürülmektedir (Atabek, 2002, s. 235-236).

Demokratik toplumlarda bile kamuoyunun oluşumu noktasında birtakım adaletsizlikler göze çarpmaktadır. Bu bağlamda toplum içindeki kimi grupların diğer gruplardan daha güçlü olduğu söylenebilir. Söz konusu bu eşitsizlik basın alanında daha net bir şekilde görülmektedir. Örneğin; gazete çıkarabilmek ve gazetenin yayın hayatına devam edebilmesi ekonomi ile doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla bu durum herkesin gazete çıkarıp yayınlamasına engel teşkil etmektedir. Buradan hareketle kamuoyunun oluşumu noktasında bazı grupların avantajlı bir konumda oldukları söylenebilir (Kapani, 2012, s. 167-168). Basın çeşitli konularda insanları harekete geçirebilme, gündemi istediği şekilde belirleyebilme, gerçek sorunlardan farklı olarak “yapay” bir dünya sunabilme gibi özellikleri sebebiyle etkili bir araçtır (Gezgin, 2002, s. 15). Basın bir konuya ilgi duyup ona önem verirse o konu ya toplumu ilgilendiren bir meseledir ya da o konu hakkında bir kamuoyunun oluşması için çaba gösterilmektedir. Dolayısıyla basın hem kamuoyunu açıklama hem de kamuoyu oluşturma rolünü üstlenmektedir (Karakoç, 2002, s. 164).

Murat Vural basın ve kamuoyu arasındaki ilişkinin nasıl olması gerektiğini şu ifadelerle vurgulamaktadır:

Basın kamuoyu oluşturmaz, kamuoyunun serbest oluşmasını sağlar. Söylem biçimlerindeki bu farklılığa dikkat çekmekte yarar bulunmaktadır. Zira, tersi durumda "basın bir toplumsal kurum olarak tek başına kamuoyunu oluşturur" demek, basının tek yanlı haber ve yorum akışı ile okuyucuyu ya da izleyiciyi, onlara başka hiçbir düşünce, duygu ya da davranış şansı tanımadan gütmesi anlamına gelir ki bu da toplumsal yapıya uymayan, zorlanması durumunda da demokratik yapı için tehlikeli sonuçlar doğurabilecek bir yaklaşımdır (Vural, 2000, s. 119).

Toplum içindeki farklı gruplar sorun veya konulara ilişkin fikirlerinin basında yer almasını isterler. Bu doğrultuda kimi zaman bir basın kuruluşunun sahibi olarak kimi zaman da var olan basın kuruluşları ile yakın ilişkiler kurarak bunu gerçekleştirirler. Dolayısıyla basın kuruluşları, siyasi ya da ekonomik çıkarları doğrultusunda gerçekleri olduğundan farklı şekilde gösterebilmekte, sadece taraflardan birine yer vermekte ya da hiç yer vermemektedir (Işık, 2001, s. 148). Demokratik yönetimlerde çeşitli gruplar kendi

fikirlerini yayarak toplumu etkilemek için basından faydalanırlar. Basın bazen çıkarları doğrultusunda gerçeklerden uzak yayınlar yapmaktadır (Gönenç, 2002, s. 154). Basının yaptığı yayınlarda objektif olup olmadığı bir soru işareti olarak karşımıza çıkmaktadır. Halk nezdinde basına duyulan güven ve yapılan haberlere olan inanılabilirliğin günden güne azaldığı belirtilmektedir. Bu durumun oluşmasındaki temel sebep, basının kamuoyunu biçimlendirmeye çalışmasıdır. Haberlerini aktarırken bazı düşünceleri ön plana çıkarmakta, onları savunmakta ve topluma benimsetmeye çalışmaktadır. Basın çıkarları doğrultusunda hareket etmemeli ve kamuoyunun serbestçe oluşumu için tarafsız olmalıdır (Işık, 2001, s. 155-156).

Totaliter rejimlerde basının kontrolü tamamen iktidarların elindedir ve dolayısıyla kamuoyunu diledikleri gibi oluşturabilirler. Farklı düşüncelerin kendine yer bulabildiği ve sağlıklı bir tartışma ortamı sonucunda meydana gelen bir kamuoyundan bahsetmek mümkün değildir. İktidar tarafından oluşturulan ve yönetilen bir kamuoyu söz konusudur. Azgelişmiş ülkelerde ise eğitim seviyesi ve okuma-yazma bilme oranları oldukça düşüktür. Bu ülkelerde basın faaliyetleri de gelişmemiştir. Dolayısıyla bu eksiklik herhangi bir konuda kanaat oluşumunu da zorlaştırmaktadır (Kapani, 2012, s. 168-171). Basın ve siyaset arasındaki ilişkiyi Caner Arabacı şu şekilde açıklamaktadır:

Basın ile siyaset arasındaki ilişki, en genel hatları ile elbette karşılıklıdır. Fakat kuşatıcı çevreyi oluşturan, basından çok siyasettir. Onun için denilebilir ki, nasıl bir siyasal rejim varsa öylesine bir basın rejimi gelişir. Hiçbir basın rejimi, asla hâkim siyasi sistemden bağımsız olamaz. O zaman basın alanında hak ve özgürlükler demek; rejimin demokratikleştirilmesi demektir. Rejimi demokratikleştirmeden, basında hak ve özgürlüklerden söz etmek mümkün değildir. Zira sistem, kendi aksayan yanlarını, ister-istemez basın üzerinde de gösterir (Arabacı, 2004, s. 109).

Kişilerin siyasal kararlar alma noktasında basın organlarının ne kadar belirleyici oldukları noktasında birçok çalışma yapılmıştır. Bunların sonucunda basının zannedildiği gibi etkili olmadığı, hatta televizyonun bile yüz yüze iletişim ile kıyaslandığında etkisiz kaldığı belirtilmektedir. Bu araştırmalar sonucunda yazılı basının kişilerin mevcut görüşlerini değiştirmekten ziyade güçlendirebileceği ileri sürülmüştür. Ayrıca kararsız olarak adlandırılan ve herhangi bir tarafın savunuculuğunu yapmayan insanlar üzerinde dolaylı bir etkinin yaratılabileceği de ifade edilmektedir. Yine de kamuoyu oluşturma noktasında basın hâlâ önemli bir araçtır. Yapılan araştırmalarda köşe yazarlarının okuyucuların düşüncelerini yönlendirebildiği belirtilmektedir (Bektaş, 2000, s. 119-120).

Basının toplumu ilgilendiren pek çok konuda hangi zaman ve koşullarda gerçeklerden, iktidarlardan ve çıkar gruplarından yana olduklarını belirlemek ancak somut verilerin değerlendirilmesiyle mümkündür (Atabek ve Dağtaş, 1998, s. 227-228).

Basın sadece siyasi meselelerde kamuoyu oluşturmamakta, kültüre ilişkin konularda da çeşitli yorumlar yaparak ideal bir yaşamın nasıl olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu noktada popüler film kahramanları ve ünlü kişiler çeşitli ürünlerin topluma ulaşması noktasında kullanılmaktadır. Hedef kitlenin çok küçük yaştaki çocuklar olduğu durumlarda birtakım olumsuz sonuçların ortaya çıkması kaçınılmaz olmaktadır (Çakır, 2004, s. 136).

5.4. Basının Kamuoyu Oluşturma İşlevine İlişkin Geliştirilen Farklı Yaklaşımlar

Basının kamuoyunu nasıl oluşturduğuna ilişkin farklı yaklaşımların varlığından söz edilebilir. Bunlar bağımlılık modeli, suskunluk sarmalı ve gündem belirleme yaklaşımıdır (Karakoç, 2002, s. 164).

Bağımlılık modeline göre medya, kişisel ve grup yapılanmalarında olduğu kadar toplumsal düzeyde de idame ettirme, değişme ve çatışma süreçlerine katılarak çok önemli roller üstlenmektedir. Bu yaklaşıma göre böyle bir ortamda kişiler, içinde bulundukları topluma dair haberlerin neler olduğunu öğrenebilmek için medyaya her geçen gün daha bağımlı hale gelmektedir (McQuail ve Windahl, 2005, s. 140).

Suskunluk sarmalı yaklaşımına göre insanlar hangi düşüncenin çoğunluğa ait olduğunu gözlemlemektedir. Kamuoyundaki hâkim düşüncenin ne olduğunu da bilirler. Dışlanmaktan korktukları için, eğer kendi düşünceleri azınlık grubun içerisinde yer alıyorsa dile getirmekten kaçınırlar. Ancak düşüncelerinin kamuoyundaki hâkim düşünce ile örtüştüğünü gördüklerinde ise açıkça belirtirler (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s. 180). Neumann'a göre herhangi bir konuya ilişkin yürütülen tartışmadaki çoğunluğun ya da azınlığın görünen gücü insanlar tarafından çarpıtılmış haliyle görülmektedir. Bu da başat medyanın bakış açısıdır. Tartışmadaki çoğunluk taraf medya tarafından desteklenirse azınlık ile kıyaslandığında konuşma isteği daha fazla olan taraf çoğunluk olacaktır. Medyanın azınlık grubu desteklemesi halinde çoğunluk sessizliğe bürünecektir. Azınlık grup medyanın olumsuz tavırlarına maruz kalırsa o da suskun kalacaktır. Azınlık grup medyanın desteğini arkasına alırsa çoğunluktan daha çok konuşacaktır çünkü kendi

düşüncesini savunma noktasında medya tarafından güçlü bir konuma getirilmiştir. (Neumann, 1997, s. 228-229).

Erol Mutlu gündem belirleme yaklaşımını ise şu şekilde tanımlamaktadır; “Halkın çeşitli güncel sorunların görece önemini algılamasının kökenini açıklamaya çalışan bir kitle iletişim kuramı (Mutlu, 2012, s. 126)”. Medyayı takip eden insanlar çeşitli konular hakkında bilgi sahibi olurken, medyanın haberlere olan yaklaşımından hangi konuların ne derece önemli olduğunu da öğrenirler. Konulardan hangisinin gündemin ilk sıralarında olduğunu ve bunların ne denli önemli olduklarını medya söylemektedir. Haberlerin sunuluş biçimi ile medyanın toplumun üzerinde duracağı ve konuşacağı konuları belirlediğini ifade eden kuram, bunun sonucunda oluşacak kamu gündeminin siyasal gündemi etkiyeceğini söyler. İkinci aşama olarak adlandırılan çalışmalarda ise, medyanın insanlara “ne düşüneceklerini” söylediği vurgulanmaktadır (Yüksel, 2001, s. 22-23).

6. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEMİ

Bu çalışmada nicel ve nitel olmak üzere iki farklı araştırma yöntemi kullanılmıştır. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları nicel içerik analizi yöntemiyle incelenirken, bu konuya ilişkin haber ve köşe yazısı kaleme alan muhabir ve köşe yazarları ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Buradan hareketle bu alt başlıkta önce içerik analizi daha sonra ise derinlemesine görüşme tekniğine değinilecektir.

6.1. İçerik Analizi

İçerik analizinin bir yöntem olarak var olması ve önem kazanması kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı ile mümkün olmuştur. Yaşadığımız dönemde de bu yöntem çoğunlukla kitle iletişim araçları ile ilgili yürütülen çalışmalarda tercih edilmektedir (Aziz, 2013, s. 129). İçerik analizinin ortaya çıkışı yirminci yüzyılın başlarına dayanmaktadır. İlk kez Columbia Gazetecilik Okulu’nun gazetelere yönelik yaptığı araştırmalarda kullanıldığı kabul görmektedir. Farklı konulardaki başlıkların çizelgesini oluşturmak, basın kuruluşlarının gelişimini takip etmek, kentlerde ve köylerde çıkan gazeteleri karşılaştırmak gibi konular çalışmanın temelini oluşturmaktadır. İçerik analizine katkıda bulunan ilk önemli isim Laswell’dir. 1915 yılından başlayarak basın ve propaganda konularında analizler yapmış ve 1927 yılında “Propaganda Technique in the World War” kitabını yayınlayarak bunları bir araya getirmiştir (Bilgin, 2000, s. 2-3). İçerik analizi için bir diğer önemli isim Bernard Berelson’dur. Berelson yöntemin belirli

bir sistematığe kavuşması için çalışmalarını yürütmüş ve içerik analizinin ana hatlarını oluşturan isim olmuştur (Gökçe, 2006, s. 35).

Büyüköztürk vd., (2012, s. 240) içerik analizini şu şekilde tanımlamaktadır;

İçerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir teknik olarak tanımlanır. Bir mesajın belli özelliklerinin objektif ve sistematik bir şekilde tanımlanmasına yönelik çıkarımların yapıldığı bir tekniktir (Büyüköztürk vd., 2012, s. 240).

İçerik analizi ile ilgili birçok farklı tanım yapılmaktadır. Bu farklı tanımları Aziz (2013, s. 131) şu şekilde açıklamaktadır;

İçerik çözümleme tekniğinin tarihsel gelişimi içerisinde farklı tanımları yapılmıştır. Bunun temel bir farklılık olmamakla birlikte bu tekniğe farklı bakış açılarından ileri geldiği söylenebilir. İçerik çözümlemesi ile ilgili olarak yapılan tanımların en eskisi, bu yöntemin bilimsel olarak kullanılmaya başlamasında yoğun katkıları olan Bernard Berelson tarafından yapılmıştır. Berelson içerik çözümlemesini, “...İletişimin açıklanan içeriğinin yansız, dizgeli (sistematik) sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniği...” olarak belirtmektedir. Berelson’un bu tanımında iki önemli özellik, “yansızlık” ve “dizgeli” olmaktır. Bu iki özellik daha sonraki tanımlarda da temel olarak alınmaktadır. İçerik çözümlemesi ile uğraşan Holsti ve Stone ise içerik çözümlemesinin tanımını, “... Bir metinde özelleştirilmiş karakteristiklerin nesnel ve dizgeli olarak kimlikleştirilmesinden çıkarımlarda bulunma” olarak yapmaktadır (Aziz, 2013, s. 131).

Krippendorff ve Neuendorff’un içerik analizine dair düşüncelerini Akdenizli (2011, s.42) şöyle özetlemektedir:

Krippendorff (1980) içerik analizini bir mesajın içeriğine ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapan bir araştırma tekniği olarak tanımlar. Daha yakın tarihte Neuendorff’un (2002) içerik çözümlemesiyle ilgili çalışmaları ön plana çıkmaktadır. Neuendorff (2002) içerik çözümlemesini nicel bir teknik olarak tanımlar. Diğer yazarların vurguladığı nesnellik, geçerlilik, güvenilirlik ve sistemlilik kriterlerinin yanında Neuendorff’un (2002) özellikle içerik çözümlemesinin nicel bir teknik olarak belirlemesi, araştırmada apriori tasarlamaya, öznelarasılığa, araştırma sonuçlarının genelliği gibi prensiplerin aranması gerekliliğini vurgulayan daha bütüncü bir yaklaşım sergilemeye çalıştığını söylemek mümkündür (Akdenizli, 2011, s. 42).

İçerik analizi temelde üç sorunun üstesinden gelmek için tercih edilir. Bunlardan ilki, çok sayıdaki metnin incelenmesi noktasıdır. Araştırmacılar örnekleme ve birden fazla kodlayıcı aracılığıyla bu metinler üzerinde çalışmalarını yürütebilir. İkinci önemli

nokta ise, içerik analizi incelenmek istenen konuya belirli bir uzaklıktan yaklaşmayı olanaklı hale getirir. Tarihi dokümanlar, hayatta olmayan birine ait yazılar, farklı ülkelerin haber yayınları bu yöntem ile analiz edilebilir. Bir diğer özelliği ise ilk bakışta fark edilmesi mümkün olmayan mesajların içerik analizi sayesinde ortaya konabilmesidir. Metnin yazarı ya da okuyucular, metinde yer alan mesajların bütünüyle farkında olmayabilir. Bunların belirlenmesi ve açıklanması içerik analizi sayesinde gerçekleşebilir (Neuman, 2012, s. 468). Bu yöntem kamusal alana dair metinlere yoğunlaşır ve bu nedenle büyük bir metnin analiz edilmesi amaçlanır. Dolayısıyla tek bir kitap ya da tek bir gazete haberinin analiz edilmesi mümkün değildir. Fazla sayıdaki metin arasından önemli olan ortak bilgilerin ortaya çıkarılması ve yorumlanması söz konusudur. Ayrıca bu yöntem, araştırmaya konu olan metinlerin her boyutuyla değil, araştırma için daha önemli olan boyutlarıyla ilgilenmektedir (Gökçe, 2006, s. 21).

İçerik analizinde belirli aşamaların uygulamaya geçirilmesi söz konusudur. Bunlardan ilki araştırmacının amaçlarını belirlemesidir. Bu sayede yürütülen çalışmanın sınırlılıkları belirlenir ve ulaşılan verilerin her yönüyle değil belirli yönleriyle ilgilenilir. Dolayısıyla zaman ve enerji kullanımından pozitif anlamda bir verim elde edilir. İkinci adım örneklemin belirlenmesidir. Araştırmada belirli sayıdaki gazete, kitap, film vb. çalışmanın örneklemini oluşturabilir. Yürütülen çalışma doğrultusunda örneklem daha büyük ya da küçük olarak belirlenebilir. Örneklemin birimlere bölünmesi, parçalar ya da kayıt birimleri ve bunların bir kategori altında toplanması üçüncü aşamayı oluşturur. Daha sonra kategorilerin frekansları alınır ve yürütülen çalışmanın amaçları doğrultusunda daha ileri istatistiksel analizler yapılabilir. Son olarak ise değerlendirme ve yorumlama aşamasına geçilir (Bilgin, 2000, s. 9).

İçerik analizinin en önemli aşamalarından birisi verileri kodlama işlemidir. Çalışmayı yürüten kişi, ulaştığı bilgileri birtakım bölümlere ayırır ve bunların ne anlama geldiğini ortaya çıkarır. Her biri farklı anlamlar barındıran bu bölümler isimlendirilir yani veriler kodlanır. Kodlama işlemi sırasında en önemli nokta, belirlenen bölümleri tanımlayan isimlerin uygun olarak seçilmesidir. Bu kodlamalar sonucunda oluşan liste çalışmada kilit bir role sahiptir. Nitel veriler üzerinde çalışırken kodlama işleminin yapılması çalışmayı yürüten kişiye büyük bir kolaylık sağlar (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 228). Kodlama aracılığıyla metinlere dair dört özellik ortaya çıkarılır. Bunlar sıklık, yönelim, yoğunluk ve alandır. Çalışmayı yürüten kişi bunlardan belirlediklerini ya da

hepsini ölçebilir. Basitçe tanımlamak gerekirse sıklık, bir şeyin kaç kez gözlemlendiği ile ilgilidir. Yönelim, metinlerin içerdiği anlam bakımından ne yönde gözlemlendiğidir. Örneğin destekleyici ya da karşıt, olumlu veya olumsuz olabilir. Yoğunluk, yukarıda tanımı yapılan yönetime dair iletinin gücünü ifade eder. Alan ise bir mesajın kapladığı yer olarak tanımlanabilir. Yazılı metinlerde alan sözcükler, cümle uzunluğu ya da paragraf sayıları üzerinden belirlenirken bir videoya ait metin ise ona ayrılan zaman ile açıklanır (Neuman, 2012, s. 469-470).

Çalışmanın son aşamasında elde edilen verilerin araştırmacı tarafından yorumlanması ve birtakım sonuçların elde edilmesi gerekmektedir. Yürütülen çalışma boyunca araştırmacılar inceledikleri olgulara dair bilgi ve deneyim elde ederler. Bu bakımdan onların düşünceleri de çalışmada önemli bir yer tutmaktadır. Ancak araştırmacının düşünceleri çalışmada yer alan diğer verilerle örtüşmek durumundadır. Araştırmada sunulan verilerle ters düşen görüşler çalışmada yer almamalıdır. Dolayısıyla çalışmada ulaşılan verilere açıklık getirmek, bunları anlamlı kılmak ve sonuçların önemine dair görüş belirtmek yorumların içerisinde değinilmesi gereken noktalardır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 238). Çalışmayı yürüten kişilerin okurlardan daha farklı bir biçimde metinlere yaklaşmaları ve bu doğrultuda birtakım sonuçlara ulaşması gerekmektedir. Aksi takdirde eleştirel yaklaşımdan uzaklaşıldığı söylenebilir ve içerik analizi anlamını yitirebilir (Krippendorff, 2004'den aktaran Paksoy ve Şentöregil, 2018, s. 244).

Diğer bilimsel çalışmalar gibi içerik analizi yapılan çalışmalarda da güvenilirlik ve geçerlilik koşullarının yerine getirilmesi gerekmektedir. İçerik analizinde güvenilirliğin sağlanabilmesi kategori sistemine ve kodlama işlemine dayanmaktadır. Bunun için oluşturulan kategorilerin net bir şekilde tanımlanması gerekmektedir. Kategorilerin nasıl oluşturulduğu ve bu kategoriler altında yer alanların neden oraya seçildiği açıkça belirtilmelidir. Kategorilere dair yorumlamaların farklı araştırmacılar tarafından aynı şekilde yorumlanması yani nesnelliğin sağlanması aynı zamanda güvenilirliğin sağlanması anlamına gelmektedir. Geçerlilik ise kategorilerin nasıl tanımlandığı ile ölçülmektedir. Araştırma aşamalarının tanımlanması noktası geçerlilik sonuçlarını etkilemektedir. Dolayısıyla geçerlilik sorunu bir bakıma tanımlama sorunu olarak görülmektedir (Gökçe, 2006, s. 83).

Çalışma kapsamında belirlenen gazetelerde Fenerbahçe Spor Kulübü'nde gerçekleşen başkanlık seçimi hakkında yayımlanan metinlere erişebilmek amacıyla Prnet Medya Takip Merkezi kullanılmıştır. İçeriklere erişim için “Aziz Yıldırım” ve “Ali Koç” anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Her iki başkan adayı hakkında yayımlanan haber ve köşe yazıları için ayrı dosyalar oluşturulmuştur. Başkan adaylarının adlarını taşıyan anahtar kelimeler aracılığıyla oluşan her iki dosyada da yer alan aynı haberler tespit edilmiş ve bunlar tek bir haber olarak değerlendirmeye alınmıştır. Ayrıca erişilen tüm metinler tek tek incelenmiş ve her iki başkan adayının da Fenerbahçe Spor Kulübü başkanlık seçimi dışında konu edildiği haberler çalışma kapsamının dışında bırakılmıştır.

Haberlerin odak noktasının Fenerbahçe başkanlık seçimi olup olmadığını anlamak için başlık, spot ve haber girişindeki ilk 5 cümleye bakılmıştır. Ayrıca haber metnlerinin en az 200, köşe yazılarının ise en az 50 kelime ile bu konuyu işlemesi gerekmektedir. Bu kriterleri karşılamayan metinler çalışmaya dahil edilmemiştir. Buradan hareketle çalışma kapsamında yer alan bütün metinler içerik analizi uygulanmadan önce incelenmiş ve kategoriler belirlenmiştir. Ardından oluşturulan kodlama kılavuzu ile birlikte metinlere içerik analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarından yola çıkarak tablolar oluşturulmuş ve bunlar yorumlanmıştır.

6.1.1. Haber metinleri ve köşe yazılarının örnekleme alınması için belirlenen kriterler

Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazılarının çalışma kapsamında incelenebilmesi için belli kriterleri karşılaması gerekmektedir. Bunlar;

1. Haberin içeriği Fenerbahçe başkanlık seçimlerinde yarışan iki adaydan en az biri ile ilgili olmalıdır. Ancak haberlerde adayların başkanlık seçimi bağlamında ele alınması gerekmektedir. Adaylardan biri olan Ali Koç'un iş dünyasındaki çeşitli görevlerinden dolayı konu olduğu haberler bu doğrultuda incelemeye alınmamıştır. Aynı şekilde 2017-2018 sezonunda Fenerbahçe Spor Kulübünün mevcut başkanı olan Aziz Yıldırım'ın yürütmüş olduğu görev dolayısıyla konu olduğu haberler araştırma kapsamının dışında tutulmuştur.
2. Bu doğrultuda başlık, spot ya da haber girişindeki ilk beş cümlede Fenerbahçe başkanlık seçimlerine değinilmesi gerekmektedir. Ayrıca haber metnlerinde 200 kelime sınırı uygulanmıştır. 200 kelimeden az olan haber metinleri çalışma kapsamının dışında bırakılmıştır. Başkan adayları olan ve aynı zamanda

çalışmanın anahtar kelimelerini oluşturan isimlerin konuya ilişkin olarak haberin içerisinde kaç kez tekrar edildiğinden ziyade başlık, spot ya da haberin ilk beş cümlesinde yer alıp almadığı dikkate alınmıştır. Bu kriter sayesinde örneklem yalnızca odak noktası Fenerbahçe başkanlık seçimleri olan haberlerin alınmasını sağlayacaktır.

3. Köşe yazılarında ise Fenerbahçe başkanlık seçimlerinden en az 50 kelime ile bahsedilmesi gerekmektedir.

6.1.2. Kodlama kılavuzuna ilişkin bilgiler

İçerik analizi kapsamında oluşturulan kodlama kılavuzunda sekiz farklı kategori yer almaktadır. Her bir metin için bu kategorilere ait değerler kodlanmıştır. Kodlama kılavuzunda yer alan kategoriler şunlardır:

- Metin Türü: İncelenen metnin haber ya da köşe yazısı olduğunu gösterir.
- Yayınlanma Tarihi: Metinlerin yayın tarihini ifade eder.
- Yayınlandığı Gazete: İçeriğin hangi gazeteye ait olduğunu gösterir.
- Haber / Köşe Yazısının Konusu: Metin içeriklerde öne çıkan konu başlıklarını ifade eder. Her metin için en fazla üç konu başlığı kodlanmıştır.
- İçeriğe Konu Edilen Adaylar: Metinlerin hangi başkan adayı ile ilgili olduğunu ifade etmektedir.
- Fotoğraf Kullanımı: Metinlerde fotoğraflara yer verilip verilmediğini göstermektedir.
- Haberin Tonu: Başkanlık için yarışan adaylara karşı nasıl bir tutum sergilendiğini ifade etmektedir. Üç farklı şekilde kodlanabilir. Bunlar; destekleyici, eleştirel ve yansız metinlerdir.
- Özel Röportaj: Başkan adayları ile yapılan özel röportajları ifade etmektedir. Farklı mecra ve yayın kuruluşlarında yapılan röportajların haberleştirilmesi bu kapsamda değerlendirilmemektedir. İncelenen gazetelerde adaylar ile özel röportaj yapıp yapılmadığı dikkate alınmaktadır.

Metin türü, metnin yayınlanma tarihi, fotoğraf kullanımı gibi kategorilerde nesnelliğin sağlanması için özel bir çaba gerekmemektedir. Ancak diğer kategorilerden farklı olarak metinlerde adaylara olan bakış açısını tespit edebilmek için belirli tanımlamaların yapılması gerekmektedir. Metin içeriklerinin destekleyici, eleştirel ya da

yansız olduğunun belirlenmesi noktasında yapılan tanımlamalar dikkate alınmış ve buna göre kodlama işlemi yapılmıştır. Bu durum içeriklerdeki bakış açısını nesnel bir şekilde değerlendirebilmeyi mümkün kılmaktadır. Bakış açısı için belirlenen tanımlar şu şekildedir:

Destekleyici metinler için yapılan tanımlar:

1. Adaylardan herhangi birinin başkan olması halinde Fenerbahçe Spor Kulübü'nün sportif başarı açısından daha iyi bir konumda olacağının belirtilmesi,
2. Bir adayın başkan olması halinde kulübün mali durumun daha iyi olacağına dair fikir belirtilmesi,
3. Projelerin karşılaştırılarak bir adayın diğerinden daha iyi olduğunun ifade edilmesi,
4. Herhangi bir adayın seçilmesi halinde hukuki meselelerde kulüp haklarının daha iyi korunacağının söylenmesi,
5. Adaylardan birinin seçilmesi halinde kulüpteki birliğin sağlanacağının belirtilmesi,
6. Adaylardan herhangi birinin olumsuz temsil edilmesine eleştiri getirilmesi ve aksi yönde (olumlu) savunulması,
7. Adaylardan birinin öne çıkarılarak kulübe olan hizmetlerinden bahsedilmesi ve bu bağlamda adayın desteklenmesi.

Eleştirel metinler için yapılan tanımlar

1. Başkan adaylarının sunduğu projelerin olumsuz temsil edilmesi,
2. Gerçekliği kanıtlanmayan iddiaların suçlayıcı bir şekilde bir başkan adayının aleyhinde kullanılması,
3. Adaylardan birinin seçimi kazanması durumunda camiadaki birlik ve beraberliğin bozulacağına dair ifadelere yer verilmesi,
4. Bir adayın seçilmesi halinde kulübün mali açıdan daha kötü olacağının belirtilmesi,
5. Herhangi bir adayın hukuki meselelerde kulübün haklarını savunamayacağının ifade edilmesi,
6. Herhangi bir adayın siyasi ve toplumsal olaylarla olumsuz bir biçimde ilişkilendirilmesi

7. Adayların geçmiş yıllarda yaptıkları açıklamalar üzerinden eleştirilmesi ya da geçmiş yıllarda yapılan açıklamalar ile örtüşmeyen davranışlarda bulunduklarının söylenmesi
8. Bir adayın diğer bir adaya olan yaklaşımının yanlış olduğunun belirtilmesi ve eleştirilmesi
9. Seçim atmosferinin sportif başarısızlıklar ile ilişkilendirilmesi ve adayların bu bağlamda eleştirilmesi
10. Başkan adaylığı için adı geçen isimlerin aday olmaması yönünde ifade belirtilmesi ve bu bağlamda bir başka adayın desteklenmesi

Yansız metinler için yapılan tanımlar

1. Bilginin olduğu gibi aktarılması ve yorumlardan kaçınılması,
2. Karalayıcı ve suçlayıcı bir dil kullanılmaması,
3. Her adaya eşit şekilde yer verilmesi ve objektif bir tutum sergilenmesi.

6.2. Derinlemesine Görüşme Yöntemi

En az iki kişinin diyalog kurarak yürüttüğü iletişim süreci görüşme olarak adlandırılır. Bir araştırma konusuna ilişkin bilgi almak amacıyla görüşülen kişilere sorular yöneltilir ve bunlara yanıtlar aranır. Bu sayede yürütülen çalışmaya ilişkin daha ayrıntılı bilgiler elde edilebilir. Kaynaklara erişim ve çalışmanın amacı doğrultusunda görüşmeler farklılık gösterebilir (Büyüköztürk vd., 2012, s. 150-151). Genellikle araştırmacılar konuya ilişkin soruları daha önceden belirler ve görüşme süresince bu soruları olduğu gibi kullanırlar. Ancak kimi zaman görüşmenin akışına göre yeni sorular da eklenebilir (Glesne, 2012, s. 141).

Derinlemesine görüşme tekniğinde sorular açık uçludur. Verilen cevaplardan yola çıkarak yeni soruların sorulması, incelenen konuya ilişkin ayrıntılı bilgiye ulaşma imkânı sağlamaktadır. Genellikle antropoloji alanında kullanılan bu teknik, sosyal bilimler alanında yapılan diğer çalışmalarda da tercih edilmektedir. Çalışmayı yürüten kişi derinlemesine görüşmeyi çoğunlukla tanımadığı bir insan ile yürütmektedir. Dolayısıyla günlük konuşmadan farklı olarak görüşmenin titizlikle sürdürülmesi gerekmektedir (Kümbetoğlu, 2012, s. 71-72). Anket yönteminden farklı olarak derinlemesine görüşme tekniğinde daha az kişi ile görüşülür ancak bu görüşmelerin süresi daha uzundur. Görüşmeler yapılmadan önce bir plan dahilinde hangi konuların konuşulacağını

belirlemek, yeterli kişi sayısına ulaşmak ve ulaşılan kişilerden araştırmaya katkı sağlayacak görüşleri alabilmek en önemli noktalardır. Derinlemesine görüşme tekniği birtakım zorluklar barındırmaktadır. Bunlar; görüşme için ayrılan zaman, görüşmenin kaydedilmesi ve analizi olarak ifade edilebilir (Arıkan, 2011, s. 69-70). Bu görüşme tekniğinin amacı objektif, herkes tarafından kabul edilen doğruları saptamak değildir. Asıl amaç görüşülen kişilerin tecrübelerinden yararlanmak ve çalışmaya katkı sağlayacak ifadelere ulaşmaktır (Tekin, 2006, s. 103). Derinlemesine görüşme tekniği birtakım amaçlar doğrultusunda tercih edilmektedir:

Bu teknik ile doğrudan gözlenemeyen, davranışlara yansımayaabilen, ancak belirli bir süreç içinde ortaya çıkabilecek anlamlara, niyetlere beklentilere bakarak, bireylerin dünyalarını nasıl oluşturdukları, dış dünyaya ilişkin algıları ile kendilerini kuşatan sosyal çevreyi nasıl değerlendirdiklerini ortaya koyma fırsatı yakalanabilir. Bireylerin anlatı ve ifadelerine yansıyanlarla, onu ve içinde yer aldığı koşulları derinlemesine anlama çabası bu tekniklerle gerçekleşebilir (Seale 1998'den aktaran Kümbetoğlu, 2012, s. 72).

Üç farklı şekilde derinlemesine görüşme yürütülebilir. Bunlar; yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmelerdir (Erdoğan, 2012, s. 221)

Katılımcının daha önceden hazırlanan kapalı uçlu sorulara cevap verdiği görüşme türü yapılandırılmış görüşmedir. Bu görüşme tekniği verileri kodlama, analiz etme ve ölçme noktasında araştırmacıya kolaylık sağlamaktadır. Ayrıca zamansal olarak bir kazanım söz konusudur. Anket yönteminden farklı olarak katılımcı görüşmeyi yürüten kişiye aynı zaman ve mekânda sorular sorabilir ve bunların cevaplarını alabilir. Ancak bu teknik görüşmeyi yürüten kişiyi bilgiye erişim noktasında sınırlamaktadır (Büyüköztürk vd., 2012, s. 150-151).

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ise daha esnek bir yapıya sahiptir. Araştırmacı yine daha önceden belirlediği soruları hazırlar ancak görüşmenin gidişatına göre farklı sorular görüşmede kendisine yer bulabilir. Bu sorular ve sorulara verilecek cevaplar görüşmenin gidişatını da etkileyebilir. Yeni sorularla daha önceden verilen cevapların detaylandırılması mümkün olabilir (Türnüklü, 2000, s. 547). Araştırmacı konuya ilişkin soruları daha önceden hazırlamış olsa da nitel çalışmaların yapısı gereği görüşme sırasında başka konuların açılması söz konusu olabilir. Görüşme yapılan kişilere genellikle daha önceden hazırlanan ve görüşmede detaylandırılan ortalama 10-15 soru yöneltilmektedir (DiCicco-Blom ve Crabtree, 2006'dan aktaran Güler, Halıcıoğlu ve

Taşgın, 2013, s. 113). Soruların yapısı açık uçlu olmasına rağmen belli bir düzen dahilinde hazırlanması gerekmektedir. Görüşülen kişiden bu sorulara kapsamlı yanıtlar vermesi istenir (Böke, 2009, s. 291). Araştırmacı görüşmede kullanacağı soruları kendi isteği doğrultusunda sıralayabilir. Bu teknik konunun tüm yönleriyle detaylı bir şekilde incelenebilmesi için geliştirilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 122) Diğer görüşme türleri ile karşılaştırıldığında yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin birtakım olumlu ve olumsuz yanlarından bahsedilebilir. Bu teknikte görüşmenin analizi kolaydır ve görüşülen kişi sorular karşısında kendi düşüncelerini açıkça belirtir. Ayrıca görüşme sırasında oluşan yeni sorular sayesinde ayrıntılı bilginin elde edilmesi mümkün hale gelir. Bütün bunlar olumlu yönler olarak sıralanabilir. Bunun yanında yeni eklenen sorularla görüşmenin uzaması, zamanın iyi kullanılamaması, asıl meseleden uzaklaşarak kontrolün yitirilmesi ve görüşmenin standart bir biçimde yürütülmemesinden kaynaklı güvenilirlik sorunu olumsuz yönler olarak ifade edilebilir (Büyüköztürk vd., 2012, s. 152).

Yapılandırılmamış görüşmelerde ise araştırmacı herhangi bir sınır olmaksızın katılımcıya bir konu ekseninde sorular yöneltir ve sorular aracılığıyla onu yönlendirir. Katılımcının bu sorulara ilişkin cevaplar vermesi beklenir ve bu cevaplar sınırlandırılmaz (Böke, 2009, s. 292). Bu görüşme tekniği bir anlamda sohbet şeklinde yürütülür ve katılımcıya açık uçlu sorular yöneltilir. Araştırmayı yürüten kişinin çalışma konusuna dair birçok şeyi bilmediği durumlarda tercih edilmektedir. Çoğunlukla etnografi, katılımcı gözlemleri ve durum çalışmalarında kullanılmaktadır (Merriam, 2013, s. 87-89).

Bu çalışmada “Fenerbahçe Başkanlık Seçimi” ile ilgili haber veya köşe yazısı kaleme alan gazeteciler ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Her gazeteci başkanlık seçimi ile ilgili meselelere kendi bakış açısı ile yaklaşmış ve çeşitli değerlendirmelerde bulunmuştur. Dolayısıyla gazetecilerin bu sürece ilişkin yorumlarında farklılıklar olması kaçınılmazdır. Hazırlanan genel sorular dışında her gazeteciye özel sorular sorabilmek ve görüşme sırasında verecekleri cevaplardan yola çıkarak kendilerine yeni sorular yöneltebilmek için bu teknik tercih edilmiştir. Konuya ilişkin detaylı bilgiye erişim noktasında yarı yapılandırılmış görüşmeler yürütmenin daha uygun olduğu düşünülmüştür. Gazetecilerin vereceği cevapları karşılaştırma amacı güdülmendiğinden ve daha önceden hazırlanan belli başlı soruların görüşmelerde kullanılması gerektiğinden diğer görüşme türleri tercih edilmemiştir.

Çalışma kapsamında görüşülen gazetecilere daha önceden hazırlanan 16 soru sorulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun olarak; belirlenen sorular dışında, verilen cevaplar ışığında ve görüşmenin akışına uygun olarak gazetecilere yeni sorular da yöneltilmiştir. Görüşmelerin çoğu gazetecilerin çalıştıkları kurumlarda ve gazetecilerin isteği doğrultusunda belirlenen mekânlarda gerçekleşmiştir. Görüşmeler telefon aracılığıyla ses kaydına alınmıştır. Görüşmeye başlamadan önce gazeteciler tarafından ses kaydı alınmasına izin verildiği sesli bir biçimde ifade edilmiş ve bu ifadeler kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler ortalama 30 dakika sürmüştür. Deşifre işleminden sonra ses kayıtları yeniden dinlenmiş ve kontrol edilmiştir. Analiz aşamasına geçildiğinde ise sorular belirli temalar altında bölümlere ayrılmış ve her soru özelinde yaklaşık olarak 5-6 gazetecinin görüşüne yer verilmiştir. Sorulara gazetecilerin genel olarak nasıl cevaplar verdiği ve her bir soru özelinde kaç farklı görüşün belirtildiği ifade edilmiştir.

6.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Fenerbahçe başkanlık seçiminin yazılı basında nasıl yer aldığını konu edinen bu çalışmanın genel olarak evrenini Türkiye’de yayımlanan ulusal ve spor gazeteleri oluşturmaktadır. Örneklem için belirlenen kriter ise tiraj rakamları olmuştur. 2017-2018 yıllarında en yüksek tiraja sahip üç spor gazetesi Fanatik, Fotomaç, AMK ve üç ulusal gazete Hürriyet, Sabah, Sözcü çalışma kapsamında ele alınmıştır. En çok okunan gazetelerin daha geniş kitleye ulaşmaları bakımından tercih edildiği söylenebilir. Ayrıca seçilen gazetelerde Fenerbahçe başkanlık seçimine ilişkin haber ve köşe yazısı kaleme alan muhabir ve köşe yazarları ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Gazeteler sahiplik yapıları bakımından ele alındığında her bir şirket özelinde bir ulusal ve bir spor gazetesi incelenmiş olacaktır. Sabah ve Fotomaç gazeteleri Turkuvaz Medya Grubu, Hürriyet ve Fanatik gazeteleri Demirören Holding, Sözcü ve AMK gazeteleri ise Estetik Yayıncılık’ın sahipliğindedir.

Başkanlık seçimi ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları yaklaşık bir yıl boyunca kamuoyuna aktarılmıştır. Ancak haber sayısının çokluğu veri seti üzerinde çalışmayı zorlaştırmaktadır. Ayrıca seçimlere son bir ay kala kamuoyunun bu konuya daha yoğun bir ilgi gösterdiği düşünülmektedir. Bu nedenle son bir ayı temsil edecek şekilde 5 Mayıs 2018 – 3 Haziran 2018 tarihleri arasında yayımlanan haberler çalışma kapsamına dahil edilmiştir. Köşe yazılarının zaman aralığı ise 21 Eylül 2017 – 3 Haziran 2018 tarihleri olarak belirlenmiştir. Fenerbahçe başkan adaylarından biri olan Ali Koç’un

“1907 Fenerbahçe Derneği” başkanlık görevinden 21 Eylül 2017’de istifa ederek resmen başkan adayı olması köşe yazılarında odaklanılan zaman örnekleminin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Yaklaşık bir yıl boyunca yayımlanan köşe yazılarının haberler ile karşılaştırıldığında sayıca daha az olması ve bu konuda görüş bildirmiş bütün yazarlar ile derinlemesine görüşme yapılabilmesi için bu zaman aralığı tercih edilmiştir.

7. İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE ELDE EDİLEN BULGULAR VE YORUMLAR

7.1. Metinlerin Dağılımı

İncelenen haber ve köşe yazılarının bütün metinler içindeki oranı, bunların gazetelere göre dağılımı, adaylar hakkında yapılan haber sayısı, adaylar hakkında kaleme alınan köşe yazılarının gazetelere göre dağılımı ve köşe yazılarının yayımlanma tarihleri bu bölümde aktarılmıştır.

Tablo 7.1: *İncelenen metinlerin dağılımı*

Metin Türü	Frekans	Yüzde
Haber	96	%70.59
Köşe Yazısı	40	%29.41
Toplam	136	%100.0

Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili son bir ayda yayımlanan haberler ve 9 aylık süreçte yayımlanan köşe yazılarının sayısı toplam 136’dır. İncelenen 136 metnin çoğunluğunu haberler oluşturmaktadır. Haberlerin oranı %70.59, köşe yazılarının oranı ise %29.41’dir. İncelenen metinlerin oranına bakıldığında köşe yazılarının sayıca az olduğu dikkat çekmektedir. Son bir ayda yayımlanan haber sayısının, 9 ay boyunca yayımlanan köşe yazılarından daha fazla olması çarpıcıdır. Haftada yaklaşık bir yazının kaleme alındığı ve 6 gazetede birçok köşe yazarının bu konu hakkında yorum yapmadığı görülmektedir. Buradan hareketle köşe yazarlarının Fenerbahçe başkanlık seçimlerine yeterince ilgi göstermediği ya da bu konu hakkında görüş belirtmekten kaçındığı söylenebilir.

Tablo 7.2. *Haber metinlerinin gazetelere göre dağılımı*

Gazeteler	Frekans	Yüzde
Fanatik	20	%20.83
Sabah	18	%18.75
AMK	16	%16.67
Hürriyet	15	%15.63
Sözcü	14	%14.58
Fotomaç	13	%13.54
Toplam	96	%100.0

İncelenen haberlerin gazetelere göre dağılımına bakıldığında en fazla haberin Fanatik (%20.83), en az haberin ise Fotomaç gazetesinde (%13.54) yer aldığı görülmektedir. Spor gazetelerinde yayımlanan toplam haber sayısı 49, ulusal gazetelerde ise 47’dir. Veri setinde yer alan haberlerin gazetelere göre dengeli dağıldığı söylenebilir.

Tablo 7.3. *Köşe yazılarının gazetelere göre dağılımı*

Gazeteler	Frekans	Yüzde
Sabah	11	%27.5
Hürriyet	10	%25
Fotomaç	7	%17.5
AMK	6	%15
Sözcü	4	%10
Fanatik	2	%5
Toplam	40	%100.0

İncelenen köşe yazılarının ise en fazla Sabah (%27.5), en az Fanatik gazetesinde (%5) yer aldığı görülmektedir. Toplam 40 köşe yazısının 25’i ulusal gazetelerde yayımlanmıştır. Spor gazetelerinde en fazla köşe yazısı Fotomaç gazetesinde (%17.5) yer almıştır. Ayrıca tablodaki sıralamaya bakıldığında Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili en az köşe yazısı kaleme alan üç gazeteden ikisi spor gazetesidir. Spor temalı yayın yapan ve sayfalarını tamamen spor içeriklerine ayıran gazetelerde bu konu hakkında daha az yazının kaleme alınması dikkat çekicidir. 9 ay boyunca yayımlanan köşe yazılarının sayıca az olmasında en önemli etkenin spor gazeteleri olduğu görülmektedir.

7.1.1. Adaylar hakkında yapılan haberlerin gazetelere göre dağılımı

Tablo 7.4. *Aziz Yıldırım Hakkında Yapılan Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı*

Gazeteler	Frekans	Yüzde
Sabah	14	%21.54
Fanatik	13	%20
Fotomaç	11	%16.92
AMK	9	%13.85
Sözcü	9	%13.85
Hürriyet	9	%13.85
Toplam	65	%100.0

Başkan adaylarından biri olan Aziz Yıldırım ile ilgili yapılan haberlere bakıldığında en fazla haberin Sabah gazetesinde (%21.54), en az haberin AMK, Sözcü ve Hürriyet gazetelerinde (%13.85) yer aldığı görülmektedir. Turkuaz Medya Grubu'na ait Sabah ve Fotomaç gazetelerinde 25 haber yayımlanmıştır. Demirören grubunun sahip olduğu Fanatik ve Hürriyet gazetelerinde yayımlanan toplam haber sayısı ise 22'dir. Sözcü ve AMK gazetelerinde ise toplam 18 haber yer almıştır. Tablonun geneline bakıldığında haber sayılarının birbirine yakın olarak dağıldığı söylenebilir.

Tablo 7.5. *Ali Koç Hakkında Yapılan Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı*

Gazeteler	Frekans	Yüzde
Fanatik	16	%26.23
AMK	11	%18.03
Sabah	10	%16.39
Hürriyet	10	%16.39
Sözcü	10	%16.39
Fotomaç	4	%6.56
Toplam	61	%100.0

Bir diğer başkan adayı Ali Koç ile ilgili yapılan haberlere bakıldığında ise en fazla haberin Fanatik (%26.23), en az haberin Fotomaç gazetesinde (%6.56) yer aldığı görülmektedir. Demirören Medya Grubu'na ait olan Fanatik ve Hürriyet gazetelerinde toplam 26 haber yer almaktadır. AMK ve Sözcü gazetelerinde yer alan haber sayısı ise 21'dir. Turkuaz Medya Grubu'nun sahip olduğu Sabah ve Fotomaç gazetelerinde

toplam 14 haberin yer aldığı görülmektedir. Birçok gazetede Aziz Yıldırım ve Ali Koç ile ilgili yayımlanan haber sayısının birbirine yakın olduğu gözlemlenmiştir. Ancak Fotomaç gazetesinde Aziz Yıldırım ile ilgili 11 habere yer verilirken, Ali Koç hakkında yapılan haberlerin sayısı yalnızca 4'dür.

Tablo 7.6. *Her İki Aday Hakkında Yapılan Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı*

Gazeteler	Frekans	Yüzde
Fanatik	9	%30
Sabah	6	%20
Sözcü	5	%16.67
Hürriyet	4	%13.33
AMK	4	%13.33
Fotomaç	2	%6.67
Toplam	30	%100.0

Haber içeriklerinde sadece bir adaya yer verilebildiği gibi her iki adayın tek bir haberde yer aldığı da görülmektedir. Çalışma kapsamında incelenen 96 haberin 30'u her iki adayı da ilgilendirmektedir. Haber içeriklerinde her iki adaya en çok yer veren gazete Fanatik (%30), en az yer veren gazete ise Fotomaç (%6.67) olmuştur. Tablo-4 ve Tablo-5'de adaylar hakkında yapılan haber sayılarına değinilmiştir. Tablolarda yer alan bilgilere göre Aziz Yıldırım ile ilgili yapılan 65, Ali Koç ile ilgili yapılan 61 haberin 30'u her iki aday ile ilgili bilgiler içermektedir.

7.1.2. Adaylar hakkında kaleme alınan köşe yazılarının gazetelere göre dağılımı

Tablo 7.7. *Aziz Yıldırım ile ilgili yayımlanan köşe yazılarının gazetelere göre dağılımı*

Gazeteler	Frekans	Yüzde
Sabah	10	%28.57
Hürriyet	9	%25.71
Fotomaç	7	%20
AMK	5	%14.29
Sözcü	2	%5.71
Fanatik	2	%5.71
Toplam	35	%100.0

Aziz Yıldırım ile ilgili kaleme alınan köşe yazılarına bakıldığında en fazla köşe yazısının Sabah (%28.57), en az köşe yazısının ise Sözcü ve Fanatik gazetelerinde (%5.71) yer aldığı görülmektedir. Tabloda dağılımın eşit bir şekilde olmadığı görülse de, Tablo-2’de belirtildiği gibi Fanatik gazetesinde kaleme alınan köşe yazılarının sayısı 2’dir. Fanatik gazetesinde yer alan iki köşe yazısında da Aziz Yıldırım’a yer verilmiştir. Yine Tablo-2’ye göre Sözcü gazetesindeki köşe yazılarının sayı 4’dür. Buradan hareketle çoğu köşe yazısında Aziz Yıldırım’dan bahsedildiği söylenebilir. Tabloda yer alan sonuçlara göre gazeteler arasındaki bu farklılık her bir gazetede yayımlanan köşe yazılarının sayısı ile doğru orantılıdır. Dolayısıyla incelenen gazetelerde yayımlanan köşe yazılarının tümünde Aziz Yıldırım’a hemen hemen aynı oranda yer verildiği görülmüştür.

Tablo 7.8. *Ali Koç ile ilgili yayımlanan köşe yazılarının gazetelere göre dağılımı*

Gazeteler	Frekans	Yüzde
Sabah	8	%28.57
Hürriyet	6	%21.43
Sözcü	4	%14.29
AMK	4	%14.29
Fotomaç	4	%14.29
Fanatik	2	%7.14
Toplam	28	%100.0

Ali Koç ile ilgili yayımlanan köşe yazılarına bakıldığında en fazla köşe yazısının Sabah (%28.57), en az köşe yazısının ise Fanatik gazetesinde (%7.14) yer aldığı görülmektedir. Gazetelerde yayımlanan köşe yazılarının toplam sayısı göz önünde bulundurulduğunda, köşe yazıları içeriklerinde Ali Koç’a çoğunlukla yer verildiği görülmektedir. Ancak diğer aday Aziz Yıldırım ile karşılaştırıldığında Ali Koç hakkında daha az köşe yazısının kaleme alındığı söylenebilir.

Tablo 7.9. *Her İki Aday ile İlgili Kaleme Alınan Köşe Yazılarının Gazetelere Göre Dağılımı*

Gazeteler	Frekans	Yüzde
Sabah	7	%30.43
Hürriyet	5	%21.74
Fotomaç	4	%17.39
AMK	3	%13.04

Sözcü	2	%8.7
Fanatık	2	%8.7
Toplam	23	%100.0

Haberlerde olduğu gibi köşe yazılarının içeriklerinde de her iki adaya yer verildiği görülmektedir. Çalışma kapsamında incelenen 40 köşe yazısının 23'ünde her iki adaydan da bahsedildiği belirlenmiştir. Köşe yazılarının içeriklerinde her iki adaya da en çok yer veren gazete Sabah (%30.43), en az yer veren gazete ise Fanatik (%8.7) olmuştur. Tablo-8 ve Tablo-9'da adaylar hakkında kaleme alınan köşe yazılarından bahsedilmiştir. Tablolarda yer alan bilgilere göre Aziz Yıldırım ile ilgili yazılan 35, Ali Koç ile ilgili kaleme alınan 28 köşe yazısının 23'ü her iki adayı ilgilendiren ifadeler içermektedir. Buradan hareketle son üç tablo göz önünde bulundurulduğunda incelenen 6 gazetenin 4'ünde Aziz Yıldırım hakkında daha çok köşe yazısının yer aldığı görülmektedir. 6 gazetenin 1'inde adaylar hakkında kaleme alınan yazı sayıları eşittir. Ali Koç ile ilgili daha çok köşe yazısının yer aldığı gazete sayısı ise 1'dir.

7.2. Köşe Yazılarının Yayınlanma Tarihi

Tablo 7.10. Köşe yazılarının yayınlanma tarihi

Yayınlanma Tarihi	Frekans	Yüzde
2017 – Eylül	2	%5
2017 – Ekim	1	%2.5
2017 – Kasım	0	%0
2017 – Aralık	1	%2.5
2018 – Ocak	9	%22.5
2018 – Şubat	3	%7.5
2018 – Mart	8	%20
2018 – Nisan	2	%5
2018 – Mayıs	10	%25
2018 – Haziran	4	%10
Toplam	40	%100.0

Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili kaleme alınan köşe yazılarının aylara göre dağılımına bakıldığında en çok köşe yazısının Mayıs ayında (%25) yayımlandığı görülmektedir. Bu süreçte sadece Kasım ayında köşe yazısı yayımlanmamıştır. 4 veya

daha fazla köşe yazısının kaleme alındığı aylar Mayıs, Ocak, Mart ve Haziran'dır. Geri kalan aylarda sayıları 1 ila 3 arasında değişen köşe yazılarının yayımlandığı görülmektedir. Çalışmada incelenen haberler 1 aylık süreci kapsadığı için bu tablo yalnızca köşe yazıları için hazırlanmıştır.

7.3. Metinlerde Başkan Adaylarına Yönelik Bakış Açıları

Gazetelerin Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili nasıl bir yaklaşım içinde olduğunu belirlemek amacıyla haber ve köşe yazılarındaki bakış açıları ele alınmıştır. Bu bakış açıları “destekleyici ya da eleştirel olmayan”, “Aziz Yıldırım’ı Destekleyen”, “Aziz Yıldırım’ı Eleştiren”, “Ali Koç’u Destekleyen” ve “Ali Koç’u Eleştiren” şeklinde kodlanmıştır. Yürütülen çalışmanın güvenilirliği açısından bu kodların hangi anlamlara geldiği ve neler ifade ettiği bu aşamada tanımlanacaktır. “Destekleyen” şeklinde kodlanan haber ve köşe yazılarında herhangi bir adayın başkan olması durumunda Fenerbahçe Spor Kulübü’nün birçok konuda daha iyi bir noktaya gelebileceği ifade edilmektedir. Bunlar sportif başarı, kulübün ekonomik durumu, hukuki meselelerde kulüp haklarının savunulması olarak sıralanabilir. Ayrıca başkan adaylarının sunduğu projelerin karşılaştırılarak bir adayın diğerinden daha iyi olduğunun belirtildiği, ilgili adayın başkan olması halinde kulüpteki birlik ve düzenin sağlanacağını ifade edildiği, adaylardan birinin olumsuz temsil edilmesine eleştiri getirilerek olumlu bir şekilde savunulduğu ve kulübe olan hizmetlerinden bahsedilerek herhangi bir adayın desteklendiği durumlarda bu metinler “destekleyen” şeklinde kodlanmıştır.

“Eleştiren” olarak kodlanan haber ve köşe yazılarında ise herhangi bir adayın olumsuz temsili söz konusudur. Yukarıda sıralanan sportif başarı, kulübün mali durumu, hukuki meselelerde kulüp haklarının savunulması gibi çeşitli konularda herhangi bir adaya yönelik eleştiri getiren metinler bu şekilde kodlanmıştır. Ayrıca başkan adaylığı için adı geçen isimlerin aday olmaması yönünde görüş belirtilerek başka bir adayın desteklendiği, adayların geçmiş yıllarda yaptıkları açıklamalar üzerinden eleştirildiği, başkan adaylarının sunduğu projelerin olumsuz temsil edildiği, herhangi bir adayın siyasi ve toplumsal olaylarla olumsuz bir biçimde ilişkilendirildiği, adayların birbirlerine olan yaklaşımının eleştirildiği, gerçekliği kanıtlanmayan iddiaların suçlayıcı bir şekilde bir başkan adayının aleyhinde kullanıldığı, adaylardan birinin seçimi kazanması durumunda camiadaki birlik ve beraberliğin bozulacağını ifade edildiği ve seçim atmosferinin sportif başarısızlıklar ile ilişkilendirilerek adayların bu bağlamda eleştirildiği haber ve

köşe yazıları da “eleştirel” olarak kodlanmıştır. “Destekleyici ya da Eleştirel Olmayan” ifadesi ise bilginin olduğu gibi aktarıldığı ve yorumlardan kaçınıldığı anlamına gelmektedir. Gerçek dışı bilgilere yer vermeyen, karalayıcı ve suçlayıcı bir dil kullanmayan, her adaya eşit şekilde yer veren ve objektif bir tutum sergileyen haber ve köşe yazıları için bu ifade kodlanmıştır.

Fenerbahçe başkanlık seçimleri ile ilgili son 1 ayda yayımlanan 96 haberin destekleyici ya da eleştirel olmadığı belirlenmiştir. Haberlerin çoğu adayların yaptığı açıklamalardan oluşmaktadır ve bunlar yoruma yer vermeyen bir şekilde okuyucuya aktarılmıştır. Adayların yaptığı konuşmalar çoğunlukla eşit bir şekilde sayfalarda yer almıştır. Ayrıca haberler 5 Mayıs 2018 – 3 Haziran 2018 tarihleri arasında kapsamaktadır. Dolayısıyla daha önceki aylarda yayımlanan haberlerin farklılık gösterebileceğini belirtmekte fayda vardır. Tabloda yer alan bulguların daha iyi anlaşılabilmesi için her iki adayı da ilgilendiren birkaç haber yorumları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Aziz Yıldırım, yaptığı açıklamalarla başkan adayı Ali Koç'a ateş püskürdü:

Fener'de başkan adayı Ali Koç sert ifadelerle Aziz Yıldırım'ı topa tuttu:

İFTİRA ATMAYACAĞIN SİZİN İÇİN ÜZÜLÜYORUM

En tehlikeli durum, söylediği yalana kendisinin inanması ve yalanı içiştirildiğinde yalan söylemeyi alışkanlık haline getirmesidir”

“İftira atarak ve korkutarak olmuyor. Vefasızlık ile suçlanmak, bölücülük yakıştırması... Bu beni kamçııyor, sizin adınıza üzülmüyorum”

BAŞKAN Aziz Yıldırım gazetecilerle sohbet etti ve Ali Koç'a cevaben açıklamalar yaptı. F.Bahçe'nin patronu, şu ifadeleri kullandı: “Bir insanın içinde bulunduğu en tehlikeli durum, söylediği yalana kendisinin inanması ve yalanı içiştirildiğinde yalan söylemeyi alışkanlık haline getirmesidir. Sana kumpas kuranlar kim, açıkla. En büyük savunucun ben olacağım. Aksi takdirde ciddiye alınmazsın.

BAŞKA bir iddia da “Tüm kesimlerle barışık bir F.Bahçe”. Bu kulüpte benim dönemimde hiç olunmadığı kadar birlik olundu. Yalan söylemeyeceksiniz, iftira atıp kulübü karalamayacaksınız. “Seçilirsem, büyük sponsorluklar getireceğim” diyorsun. Buradan sana bir teklifim var. Gel söz ver, seçilmezsen

de aynı sponsorlukları getir. Herkes senin ne kadar iyi Fenerli olabildiğini görsün.”

SPOR GAZETESİ

GENEL kurul yaklaşırken F.Bahçe'de gerginlik zirveye çıkıyor. Başkan adayı Ali Koç, Bostancı'da-

ki toplantıda Aziz Yıldırım'ı topa tuttu: “Bana bir sürü yakıştırmayı yapıldı. ‘Sponsor olmuyor, cimri’ iftiraları ile karşı karşıya kaldım. 3 Temmuz'dan itibaren açılım defterleri, bakalım kulübe kim ne kadar vermiş beraber inceleyelim. Hesap kitap nedir bilmiyorsunuz. Rakamları gerçekçi konusun.

Futbol anlayışımız değişmeli. Sürekli hoca değiştiren, kariyerinin sonuna gelmiş oyuncu alan zihniyeti değiştireceğiz. Aziz Yıldırım'a sesleniyorum. İftira atarak, korkutarak olmuyor. Size yakışmıyor! Vefasızlıkla suçlanmak, bölücülük yakıştırması ve F.Bahçe'ye ihanet ettiğime dair kapalı kapılar ardında konuşmalar olduğunu öğrendim. Bu, beni sadece kamçıyor. Sizin adınıza üzülmüyorum.”

13 MAYIS 2018 PAZAR

Görsel 7.1. AMK Gazetesi, 13.5.2018

13 Mayıs 2018 tarihinde AMK gazetesinde yayımlanan habere bakıldığında adaylara eşit bir şekilde ayrıldığı ve açıklamalara olduğu gibi yer verildiği görülmektedir. Haberin içeriğini adayların açıklamaları oluşturmaktadır ve herhangi bir adayı destekleyen ya da eleştiren bir ifadeye yer verilmemiştir. Öne çıkarılan başlıklar adayların kendi ifadeleridir.



FENERBAHÇE HİÇBİR SERMAYE GRUBUNUN EGEMENLİĞİNDE OLMAYACAK

YILDIRIM F.BAHÇE DERGİSİNDE ÜYELERE SESLENDİ

■ AZİZ Yıldırım, kongrenin Fenerbahçe için hayırlar ve uğurlar geçirmesini temennâ etti.

HESAPLAŞMAYI KÜÇÜMSEYEN İHANET EDER

SADECE 1 MİLYON ÜYE PROJESİ BİLE BAĞIMSIZLIĞI KORUR

Aziz Yıldırım, camiada 3 Temmuz'da kulübe zarar verenlerle hesaplaşmayı küçümseyenlere prim verilmemesini isteyerek, "Bilmelisiniz ki bu düşünce içinde olanlar kulübümüze ve sizlere açıkça ihanet etmektedir" dedi.

FENERBAHÇE Başkanı **Aziz Yıldırım**, kulübün hayatına yönelik saldırıların ve ebleğin camiaya mensup kişilerce normalleştirilme çabasının önüne geçmek ve düpedürlüğü olduğunu söyledi.

Fenerbahçe Kulübü'nün resmi dergisinin haziran ayı sayısındaki yazısında **Yıldırım**,

Fenerbahçe halkın takımındır

■ **YILDIRIM**, sadece 1 Milyon Üye projesinin sürdürülmesi halinde bile kulübün ekonomik ve idari bağımsızlığını sonsuza kadar muhafaza edeceğini söyledi. **Yıldırım**, "Fenerbahçe tarihin hiçbir döneminde hiçbir ayağı partinin, sosyal ve dini algıların egemenliğinde olmadı"

Gelecekte futbolcu ihraç edeceğiz

■ **YILDIRIM**, projelerini de şöyle sıraladı: **Siyah Çerçaplar Futbol Akademisi**, sportif ve mali yapıların oturması olacaktır. **Avrupa**'da futbol akademisi konusunda en yetkin bir şekilde anlaşma sağlandı. Kulübümüz, öz kaynaklarından üretimi ve aynı

"Maddi olarak sorulacak hesap miyâr Türk Liralârını asmak-tadır. Asla hesaplamaya süresini küçümseyenlere, ödemek isteyenlere, auru normalleştirmek isteyenlere prim vermeyin. Bilmelisiniz ki bu düşünce içinde olanlar kulübümüze ve sizlere açıkça ihanet etmektedir" diye konuştu.

gibi hiçbir sermaye grubunun da ekonomik egemenliği altında olmamıştır. Bunun sonu da olmayacaktır. **F.Bahçe**'nin sabitli hâli ve bu hep böyle kalacaktır. Gelmen noktada artık 2010-11 sezonundaki güçlü yapı-larımıza sağlayacak kaynakların oluştuğunu söyleyebiliriz" dedi.

ekolite eğitim almış futbolcuları istihdam ederek dışı bağımlılığı minimize indirmiş olacak. Futbolcu ihraçıyla da büyük gelirler sağlanacaktır. Böylece sportif başarıların sürekliliği ve güçlü mali yapının kalıcı bir şekilde sağlanması mümkün olacaktır."

YILDIRIM BUGÜN 1907 DERNEĞİ'NDE

■ **FENERBAHÇE** Kulübü Başkanı **Aziz Yıldırım** rakı-bi Ali Koç'un dün kongreye yaptığı 1907 Fenerbahçe Derneği'nde bugün üyelere bir araya gelecek. Başkan **Aziz Yıldırım** dün 1907 Fenerbahçe derneğini arayarak üyelere bir araya gelmek istediğini söyledi. Bunun üzerine dernek yönetimi üyelere ilgi vererek bu akşam yapılacak toplantının bilgilerini verdi.

ALI KOÇ ESKİ BAŞKANIYDI

■ **YILDIRIM** bindiği gibi 1907 Fenerbahçe derneği üyesi. Ancak dernek Ali Koç'un 14 yıllık başkanlığı nedeniyle bu tane yakın bir kurum olarak biliniyor.



DENETİM SİRKETİ KULÜP İÇİN 'BORCA BATIK' DEDİ

ALI KOÇ'TAN KULÜBÜN ESKİ SPORTİF DİREKTÖRÜ İLE İLGİLİ ÇARPICI İDDİA

■ 1907 Fenerbahçe Derneği'nde konuşan Ali Koç, kendisini dinleyen üyelere "Bâyaldan çıkar-maya hazır mısınız? Belki pazartesi günü hep birlikte gineşin doğuşunu seyrede-riz" dedi.

TERRANEO'YA HÂLÂ MAAS ÖDÜYORLAR

AZİZ YILDIRIM KAÇ 'SON KEZ' DEDİ. GİTMEME NİYETİ YOK

Ali Koç, West Bromwich'le anlaşan Terraneo'ya hâlâ 78 bin Euro maaş öndendiğini öne sürdü. Koç, "Hesap kitap bilmiyorlar. Korkarım ki belki kısa sürede bir kez daha seçime gideceğiz. Durum bu kadar vahim" dedi.



■ **ALI** Koç kongresinin sonunda kürsüye eği ve görsel birimle röportaj etti.

EKONOMİK BAĞIMSIZLIĞIMIZ RİSK ALTINDA
■ **KOÇ**, kulübün maddi durumuna değinerek şunları söyledi: "Ulusal-broza denetim firması 'borca batık' diye rapor verdi. Başkan **Aziz Yıldırım** 400 milyon Euro borcumuz var" dedi. Çok küçük gibi hissedilen hesap kitap bilmiyorlar. Ekonomik bağımsızlığımız risk altında. Korkarım ki belki kısa sürede bir kez daha seçime gideceğiz. Durum bu kadar vahim" dedi.

F.BAHÇE başkan adayı **Ali Koç**, kulübün mali açıdan çok zor durumda olduğunu belirtirken, "Korkarım kısa sürede yine seçime gideriz. Durum o kadar vahim" dedi. 1907 Fenerbahçe Derneği'nde konuşan **Koç**, kulübün mevcut transfer politikasını eleştirerek, eski sportif direktör **Giuliano Terraneo**'ya

halen ücret verildiğini öne sürdü. Koç, "Bize oyuncu satmak için peşin kendini sportif direktör olarak buldu. O bile neye uğradığını şaşırdı. Bu adamı yolladık, attık. Bize yaramadı. Bu adam halen 78 bin Euro Fenerbahçe'den maaş alıyor. Eshalide bir hilküti var ki oluyor. Yoksa neden veresin ki" dedi.

Başkan yarın başka şey söyleirse?

■ **Koç**, **Aziz Yıldırım**'ın bırakmaya niyeti olmadığını söyleyerek, "Başkan 'Son kez adayım' diyor. 2000 yılında 'Yokum' demiş. Olabilir. 2015'te 'Mahkeme kararı çıkınca kongre yapacağız' demişti. Kararı çıktıktan sonra 'Yargıtay kararına kadar bekleyeceğiz'

Söylentileri Aziz Yıldırım çıkarıyor

■ **Koç**, akşam saatlerinde Haber Türk'te katıldığı canlı yayında, kendisinin siyasete atılacağı yönündeki iddialara sert tepki gösterdi. Koç "Rimlerinince **Trans Atlantik** adayı olarak gösteriliyorum. Bu herhalde Ankara'yı etkilemek için yapılmış basit

ifadelerini kullandı. Sonra kumpas davası bağla-dı ve o zaman da 'Arak Yargı-tay kararı önemli değil' dedi ve Tazminat konusunu gündeme getirdi. E yarın başka bir şey gündeme getiririse? Bence sa-yın başkanın bırakmaya niyeti yok" diye konuştu.

ucuz bir strateji. Sanırım benim önümü kessinler diye devletin bir medet umuyorlar. 20 yıllık başkan olarak böyle bir şeyden medet ummak bence aciz içinde olmak. Net söylüyorum, bur-lan **Aziz Yıldırım** çıkarıyor" ifadele-rini kullandı.

Görsel 7.2. Hürriyet Gazetesi, 01.06.2018

1 Haziran 2018 tarihinde Hürriyet gazetesinde yayımlanan habere bakıldığında aynı gün konuşan başkan adaylarının açıklamalarına eşit bir şekilde yer verildiği görülmektedir. Adayların söylemleri başlıklara taşınırken haberin içeriği yine başkan adaylarının yaptığı açıklamalardan oluşmaktadır ve herhangi bir adayı destekleyen ya da eleştiren bir ifadeye yer verilmemiştir.

Tablo 7.11. *Köşe Yazılarındaki bakış açılarının genel dağılımı*

Bakış Açısı	Frekans	Yüzde
Destekleyici ya da Eleştirel Olmayan Köşe Yazıları	16	%40
Aziz Yıldırım'ı Eleştiren Köşe Yazıları	13	%32.5
Aziz Yıldırım'ı Destekleyen Köşe Yazıları	6	%15
Ali Koç'u Destekleyen Köşe Yazıları	4	%10
Ali Koç'u Eleştiren Köşe Yazıları	1	%2.5
Toplam	40	%100.0

Çalışma kapsamında incelenen köşe yazılarının haberlerden farklı olarak çoğunlukla destekleyici ya da eleştirel nitelikte olduğu belirlenmiştir. Eleştiri niteliğindeki yazılarda en çok Aziz Yıldırım eleştirilirken (%32.5), destekleyici yazıların ise yine Aziz Yıldırım (%15) hakkında yazıldığı görülmektedir. Tablo 7 ve 8'de belirtildiği gibi Ali Koç hakkında 28 köşe yazısı kaleme alınmıştır. Bunların 4'ü destekleyici 1'i ise eleştirel niteliktedir. Aziz Yıldırım hakkında kaleme alınan 35 köşe yazısının 13'ünün eleştirel 6'sının destekleyici olduğu belirlenmiştir. Geriye kalan yazılarda ise destekleyici ya da eleştirel ifadeler yer verilmemiştir.

7.4. Fotoğraf Kullanımı

Haberciliğin en önemli unsurlarından biri de fotoğraftır. Gazete içeriklerine bakıldığında görsellerin en az metinler kadar yer kapladığı görülmektedir. Haberin inandırıcılığı noktasında fotoğraf önemli bir role sahiptir ve aynı zamanda haberi ilgi çekici kılmaktadır. Bu ilginin oluşabilmesi ve habere görsellik kazandırılabilmesi için fotoğraflara ihtiyaç vardır (Schneider ve Raue, 2000'den aktaran Bıyık, 2007, s.92). Bu bölümde haber ve köşe yazılarındaki fotoğraf kullanımına dair elde edilen bulgular aktarılacaktır.

Haberin önemli bir unsuru olan fotoğraf kullanımına bakıldığında yalnızca tek bir haberde fotoğraf kullanılmadığı görülmüştür. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yapılan haberlerde içeriğin fotoğraf ile desteklenerek sunulduğu belirlenmiştir. Haberlerde başkan adaylarının, futbolcu ve antrenörlerin, mevcut yönetimde yer alan yöneticilerin, taraftar vb. kişilerin fotoğrafları kullanılmıştır.

Tablo 7.12. Köşe yazılarında fotoğraf kullanımının genel dağılımı

Fotoğraf Kullanımı	Frekans	Yüzde
Var	5	%12.5
Yok	35	%87.5
Toplam	40	%100.0

Köşe yazılarının büyük bir çoğunluğunda fotoğraf kullanılmadığı görülmektedir. Fotoğraf kullanılan 5 köşe yazısının 3'ü Hürriyet, 2'si ise Sabah gazetesinde yayımlanmıştır. Ayrıca fotoğraf kullanılan köşe yazılarının hemen hemen hepsinde bu konuya geniş bir yer ayrılmıştır. Bilindiği üzere köşe yazarları tek bir yazıda birkaç konudan bahsedebilmektedir. Fotoğraf kullanılan yazıların çoğunda Fenerbahçe başkanlık seçimlerine odaklanıldığı ve içeriğin görsel ile desteklendiği görülmüştür. Aşağıda yer alan görsel bu duruma bir örnektir.



Görsel 7.4: Hürriyet Gazetesi, 31.05.2018

7.5. Metinlerde Öne Çıkan Konu Başlıkları

Son bir ayda yayımlanan haberler ve son 9 aylık süreçte kaleme alınan köşe yazılarındaki konular içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Haber ve köşe yazılarının çok sayıda konuyu işleyebileceği göz önünde bulundurulmuş ve her metin için öne çıkan üç konu başlığı kodlanmıştır.

Tablo 7.13. Haber metinlerinde öne çıkan konu başlıkları

Konu Başlıkları	Frekans	Yüzde
Kulübün Ekonomik Yapısı / Borç Durumu	36	%14.4
Adayların Projeleri / Vaatleri	31	%12.4
Yeni Sezon Yapılanması	30	%12
3 Temmuz FETÖ Kumpası / Yargıtay Süreci	30	%12
Ali Koç'a Kumpas İddiası	27	%10.8
Adayların Seçim Çalışmaları	16	%6.4
Adayların Yönetim Kurulu Listesi	12	%4.8
2-3 Haziran Seçimli Genel Kurul Akışı	10	%4
Kongre Günü Yaşanan Gelişmeler	9	%3.6
Seçime ve Adaylara İlişkin Yapılan Değerlendirmeler	7	%2.8
Seçimler Nedeniyle Camiyanın Bölündüğü İddiası	6	%2.4
Kulübün Sportif Başarısı	6	%2.4
Adayların Taraftara / Camiaya Yönelik Mesajları	6	%2.4
Aziz Yıldırım'ın Geçmiş Yıllardaki Başarıları	4	%1.6
Adaylık Süreci / Serüveni	4	%1.6
Seçim Günü Yapılan Liseye Geçiş Sınavı	3	%1.2
Sandık Sayısı ve Güvenliği	3	%1.2
Adayların İzlenme Oranları	1	%0.4
Adayların İletişim Kanalları	1	%0.4
Dış Basında Fenerbahçe Başkanlık Seçimi	1	%0.4
Seçim İçin Alınan Güvenlik Önlemleri	1	%0.4
Alex De Souza'nın Türkiye Ziyareti	1	%0.4
Geçmiş Yıllarda Yapılan Seçimler	1	%0.4
Adayların Seçim Klipleri / Videoları	1	%0.4
Fenerbahçe Taraftarının Futbol Maçlarına Gitmemesi	1	%0.4
Ali Koç'un Adaylığını Geri Çekeceği İddiası	1	%0.4
Fenerbahçe'nin Borsadaki Hisseleri	1	%0.4
Toplam	250	%100.0

Son bir ayda yayımlanan haber içeriklerine bakıldığında kulübün mali durumu, adayların projeleri ve yeni sezon yapılanması gibi konu başlıklarının ön plana çıktığı görülmektedir. Finansal fair-play, sponsorluklar, oyunculara ödenen maaşlar, gayrimenkul ve araziler, kazanç ve borçlar gibi kulübün mali durumu olarak özetlenebilecek olan konular ve başkan adaylarının bu konuda yaptıkları açıklamalar

(%14.4) daha fazla habere konu olmuştur. Adayların seçilmeleri halinde hayata geçirmeyi planladıkları, söyledikleri ya da onların dışında haberlerde iddia edilen ve seçim süreçlerinin doğal bir parçası olan projeler (%12.4) ise en çok haber yapılan ikinci konu olmuştur. Başkanlık seçiminden sonra mevcut oyuncu ve antrenörlerin takımda kalıp kalmayacağı, kulübe hangi isimlerin gelebileceği gibi yeni sezon yapılanmasına dair haberler ise üçüncü sırada yer almıştır. Yalnızca bir kez haberlere konu olan başlıkların sayısı ise 9'dur (%3.6) ve bu konuların süreç içerisinde tekrar gündeme gelmediği görülmektedir.

Tablo 7.14. Köşe yazılarında öne çıkan konu başlıkları

Konu Başlıkları	Frekans	Yüzde
3 Temmuz Şike Davası / Yargıtay Süreci	8	%11.76
Seçime ve Adaylara İlişkin Yapılan Değerlendirmeler	8	%11.76
Seçim Sürecinin Futbol Takımının Başarısına Etkisi	7	%10.29
Seçimler Nedeniyle Camiyanın Bölündüğü İddiası	5	%7.35
Kulübün Ekonomik Yapısı / Borç Durumu	4	%5.88
Adayların Seçim Çalışmaları	3	%4.41
Acıbadem ile İmzalanan Sponsorluk Anlaşması	3	%4.41
Ali Koç'a Kumpas İddiası	3	%4.41
Kesinleşmeyen / Belirsiz Adaylık	3	%4.41
Kulübün Sportif Başarısı	2	%2.94
Fenerbahçe Taraftarının Futbol Maçlarına Gitmemesi	2	%2.94
Adayların Projeleri / Vaatleri	2	%2.94
Aziz Yıldırım'ın Geçmiş Yıllardaki Başarıları	2	%2.94
Alex De Souza'nın Türkiye Ziyareti	2	%2.94
Adaylara Desteğini Açıklayan Kişiler / Gruplar	2	%2.94
Adayların Siyaset İle Olan İlişkisi	2	%2.94
Sandık Sayısı ve Güvenliği	1	%1.47
Yeni Sezon Yapılanması	1	%1.47
Mevcut Yönetimin Ali Koç'a Tesis Vermemesi	1	%1.47
Kongre Günü Yaşanan Gelişmeler	1	%1.47
Seçim Günü Yapılan Liseye Geçiş Sınavı	1	%1.47
Anket Sonuçları	1	%1.47
Tatil Edilen Fenerbahçe – Beşiktaş Maçı	1	%1.47
Adaylıkların Açıklanması	1	%1.47
Adayların Taraftara / Camiaya Yönelik Mesajları	1	%1.47
Fenerbahçe Kulübünün Üye Listesi ve İletişim Bilgileri	1	%1.47

Toplam	68	%100.0
---------------	-----------	---------------

9 aylık süreçte kaleme alınan köşe yazılarında ise daha az konuya değinildiği görülmektedir. Kamuoyunda 3 Temmuz şike davası olarak bilinen süreç ve başkan adaylarının bu konudaki açıklamaları ile ilgili kaleme alınan köşe yazılarının daha fazla olduğu belirlenmiştir. Seçim sürecine ve adaylara dair yapılan genel değerlendirmeler ikinci sırada, futbol takımının elde ettiği başarısız sonuçlar ve şampiyonluğun kaçmasında seçim atmosferinin ne denli etkili olup olmadığına dair yorumların yapıldığı konu başlığı ise üçüncü sırada yer almaktadır. Haber ve köşe yazılarında ön plana çıkan konu başlıklarının birbirinden farklı olduğu görülmektedir. Bunun en önemli nedeni köşe yazılarının 9 aylık bir periyodu kapsamasıdır. Ayrıca haberlerde birçok konuya değinilmektedir ancak yazarlar için herhangi bir konu daha önemli olabilir ve ön plana çıkarılabilir. Buradan hareketle köşe yazılarında işlenen konuların kişisel tercihlere bağlı olduğu söylenebilir. 9 ay boyunca kaleme alınan köşe yazıları içeriklerinde 4 kez ve üzerinde işlenen konu sayısı yalnızca 5’dir. 21 başlığın ise en az 1 en fazla 3 köşe yazısına konu olduğu görülmüştür.

7.6. Başkan Adayları ile Gerçekleştirilen Özel Röportajlar

Fenerbahçe başkanlık seçiminde yarışan iki aday gazetelerin spor servislerine konuk olmuş ve kendileri ile özel röportajlar gerçekleştirilmiştir. Özel röportajlar ile ilgili elde edilen bulgular bu bölümde aktarılmıştır.

İncelenen 6 gazetede hem Aziz Yıldırım hem Ali Koç ile özel röportaj yapıldığı belirlenmiştir. Gazeteler özel röportaj konusunda adaylara eşit fırsat tanımış ve dengeli davranmıştır. Röportajların tümüne seçime son bir hafta kala gerçekleşmiş ve gazete sayfalarında geniş bir yer ayrılmıştır.

7.7. Bulgulara İlişkin Genel Değerlendirme

Çalışma kapsamında ele alınan 96 haber ve 40 köşe yazısı içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Seçilen gazetelerin 3’ü ulusal, 3’ü spor gazetesidir. Biri spor biri ulusal gazete olmak üzere aynı medya grubuna ait iki gazete incelenmiştir. Çalışmada incelenen gazeteler tiraj oranlarına göre belirlenmiş ve Fenerbahçe başkanlık seçimlerinin bu gazetelerde nasıl yer bulduğu irdelenmiştir.

Haber ve köşe yazıları farklı bir zaman aralığında ele alındığı için metinlerdeki bakış açıları ayrı bir şekilde değerlendirilmelidir. Fenerbahçe başkanlık seçimleri ile ilgili son bir ayda yayımlanan tüm haberlerin destekleyici ya da eleştirel olmadığı görülmüştür. Bu haberlerde çoğunlukla yoruma yer verilmemiş ve başkan adaylarının açıklamaları ön plana çıkarılmıştır. Köşe yazılarında ise destekleyici ya da eleştirel metinlerin sayısı daha fazladır. İncelenen köşe yazılarının %60'ı herhangi bir adayı destekleyen ya da eleştiren ifadeler içermektedir.

İncelenen 96 haberin %51'i spor gazetelerinde yayımlanmıştır. Bu açıdan bakıldığında ulusal ve spor gazetelerinde yayımlanan haber sayısının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Ancak kaleme alınan 40 köşe yazısının %62'si ulusal gazetelerde yayımlanmıştır. Spor temalı yayın yapan gazetelerde bu konu hakkında daha az köşe yazısının yer alması dikkat çekicidir. Ayrıca 9 aylık süreçte tüm gazetelerde yayımlanan köşe yazılarının 1 ay boyunca yayımlanan haber sayılarından daha az olması bir başka önemli sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Kamuoyunu uzun bir süre meşgul eden bir konu hakkında köşe yazarlarının neden görüş belirtmediği ya da daha az görüş belirttiği merak konusudur.

Adaylar ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazılarının sayısına bakıldığında, Aziz Yıldırım hakkında daha fazla haber ve köşe yazısına yer verildiği görülmektedir. Yalnızca Aziz Yıldırım'a yer verilen haber sayısı 35 iken bu sayı Ali Koç için 31'dir. Ayrıca sadece Aziz Yıldırım hakkında kaleme alınan köşe yazılarının sayısı 12 iken bu sayı Ali Koç için 5'dir. Haberlerde destekleyici ya da eleştirel ifadelere yer verilme de adaylardan biri olan Aziz Yıldırım'ın daha çok habere konu olduğu görülmektedir. Ayrıca Aziz Yıldırım hakkında kaleme alınan köşe yazılarının sayısı fazla olsa da bunların çoğu kendisinin eleştirildiği yazılardır. İkinci sırada ise kendisini destekleyen yazılar yer almaktadır.

İncelenen 6 gazetenin 4'ünde Ali Koç ile ilgili yayımlanan haber sayısının daha fazla olduğu görülürken toplam haber sayısına bakıldığında Aziz Yıldırım hakkında yapılan haberlerin daha fazla olduğu görülmektedir. Hemen hemen bütün gazetelerde adaylar ile ilgili yapılan haber sayısı birbirine çok yakınken Fotomaç gazetesinde Aziz Yıldırım hakkında 11, Ali Koç hakkında 4 haber yayımlanmıştır. Hürriyet ve Sözcü gazetelerinde haber sayıları arasındaki fark 1, AMK gazetesinde 2 ve Fanatik gazetesinde 3'dür. Aziz Yıldırım'ın daha çok habere konu olduğu gazetelerden biri olan Sabah gazetesinde bu fark 4, Fotomaç gazetesinde ise 7'dir.

Haberlerdeki fotoğraf kullanımına bakıldığında neredeyse bütün haberlerde içeriğin görseller ile desteklendiği görülmektedir. Ancak aynı durum köşe yazıları için söz konusu değildir. Kaleme alınan 40 köşe yazısının sadece 5'inde fotoğraf yer almaktadır. Buradaki en önemli etkenin tek bir köşe yazısında birçok konuya değinilmesi olduğu düşünülmektedir. Kimi zaman bu yazılar arasında Fenerbahçe başkanlık seçimlerine daha az yer ayrılmış ve başka konulara ait görseller kullanılmıştır.

Haber ve köşe yazılarında öne çıkan konu başlıkları farklılıklar göstermektedir. Bunun birinci ve en önemli sebebi incelenen köşe yazılarının 9 aylık bir süreci kapsamasıdır. Dolayısıyla haberlerde hiç yer almayan bir konu başlığı köşe yazılarında kendisine yer bulabilmektedir. Haberlerde öne çıkan konu başlıkları hakkında ise adayların görüşlerine sıkça yer verilmiş ve içeriği genellikle adayların yaptığı açıklamalar şekillendirmiştir.

İncelenen 6 gazetede adaylar ile yapılan özel röportajların yer aldığı görülmektedir. Her gazete iki aday ile de özel röportaj gerçekleştirmiştir. Dolayısıyla 6 röportaj Ali Koç ile, diğer 6 röportaj ise Aziz Yıldırım ile yapılmış ve toplamda 12 özel röportaj okuyucuya aktarılmıştır. İncelenen tüm gazetelerin adaylara bu noktada eşit davrandığı görülmektedir.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular genel bir çerçevede değerlendirildiği zaman haberlerde herhangi bir adayın desteklenmemesi ve hemen hemen bütün gazetelerde adaylara aynı oranda yer verilmesi bakımından Türk spor ve ulusal basının Fenerbahçe başkanlık seçiminde adaylara dengeli bir şekilde yaklaştığı ve objektif olmaya özen gösterdiği söylenebilir. Ancak haber ve köşe yazıları sayısında adaylara eşit oranda yer vermeyen gazetelerin olduğunu da belirtmek gerekmektedir. Ayrıca basın içeriğinde karşılaşılan en büyük eksiklik haberlerin tamamen adayların yaptığı açıklamalardan oluşmasıdır. Dolayısıyla muhabir ya da editörlerin gözlem yeteneklerini kullanmaları, yoruma kaçmadan olayları daha derinlemesine sunabilmeleri mümkün olmamıştır.

8. DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME YÖNTEMİ İLE ELDE EDİLEN BULGULAR VE YORUMLAR

İçerik analizi uygulanan Sabah, Hürriyet, Sözcü, Fotomaç, Fanatik ve AMK gazetelerinde Fenerbahçe başkanlık seçimleri ile ilgili haber ya da köşe yazısı kaleme

alan muhabir ve yazarlar ile görüşme yapmak amaçlanmıştır. Listede yer alan yazar ve muhabirler ile hem e-mail hem de telefon aracılığıyla iletişim kurulmuştur. Ayrıca görüşme yapılan yazar ve muhabirler listede yer alan diğer kişilere ulaşılması konusunda çalışmaya katkıda bulunmuştur.

Listede yer alan 10 köşe yazarı ve 4 muhabir olmak üzere toplam 14 kişi ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerin 8'i yazar ve muhabirlerin çalıştıkları kurumlarda yapılırken diğer 6 görüşme ise yazar ve muhabirlerin belirledikleri çeşitli mekanlarda gerçekleşmiştir. Görüşme öncesinde çalışma hakkında bilgilendirme yapılmış ve görüşmelerin ses kaydına alınması için izin istenmiştir. Ses kayıtları telefon aracılığıyla yapılmıştır. Görüşülen kişilere daha önceden hazırlanan 16 soru yöneltilmiştir ancak çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanıldığından sorulara verilen cevaplardan hareketle yeni soruların ortaya çıkması da söz konusu olmuştur.

Görüşmeler ortalama 30 dakika sürmüştür. Her bir görüşme kaydının deşifresi yapılmış ve deşifre işlemi sonrası kayıtlar yeniden dinlenerek kontrol edilmiştir. Görüşme metinlerinin uzunluğu toplam 100 A4 sayfasını geçmektedir. Bu durum dikkate alındığında soruların belirli temalar altında toplanmasına ve her soru özelinde 5 ila 8 arasında değişen muhabir ve yazar görüşüne yer verilmesine karar verilmiştir. Soru ve cevaplar temalarına göre 7 ana başlıkta toplanmıştır. Bunlar; Fenerbahçe başkanlık koltuğunun gücü ve önemi, basının Fenerbahçe başkanlık seçimindeki etkinliği, Fenerbahçe başkanlık seçimiyle ilgili basın içeriğine ilişkin görüşler, sunulan projeler bağlamında başkan adaylarının basından faydalanma biçimleri, başkan adaylarının gazeteciler ile olan iletişimi, gazetecilerin süreç içindeki etkinliği ve çalıştıkları kuruluşların bu süreçteki tutumları ile spor basının kazanımları şeklindedir.

8.1. Fenerbahçe Başkanlık Koltuğunun Gücü ve Önemi

2018 yılında Fenerbahçe Spor Kulübü'nde tarihi bir seçim süreci yaşanmıştır. Fenerbahçe başkanı olabilmek için adaylığını açıklayan Aziz Yıldırım ve Ali Koç kongrede birbirlerine rakip olmuştur. Yaklaşık bir yıl boyunca Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili haber ve köşe yazıları okuyucuya aktarılmıştır. Bu süreç bütünüyle göz önünde bulundurulduğunda Fenerbahçe başkanlık koltuğunun gücü ve önemi hakkında düşünmek daha değerli hale gelmektedir. Ülkemizde hemen hemen herkes tarafından tanınan iki iş adamının Fenerbahçe başkanı olmak istemesi, bu koltuğun neden bu kadar

önemli olduğu hususunda bir değerlendirme yapmayı gerekli kılmaktadır. Fenerbahçe başkanlık koltuğunun gücü ve önemi hakkında Sabah gazetesi yazarı Hincal Uluç şunları söylemiştir;

“Fenerbahçe başkanlık koltuğunun gücü olmasa zaten bu kadar insan peşinde olmaz. Ben 1957 yılından beri gazetecilik yapıyorum. Özellikle son zamanlarda iş adamları Ankara’daki işlerini kolay çözümlmek için Fenerbahçe başkanlığını tercih eder hale geldiler. Yani Türkiye’nin bir numaralı, iki numaralı, üç numaralı, dört numaralı kapılarını hatta randevu olmadan açtırabilmek için Fenerbahçe başkanı olmanız yeter. Meselenin esas sebebi de bu. Bu kadar zahmet, bu kadar cepten harcamalar... Çünkü karşılığı var. Düşünebiliyor musunuz? Aziz Yıldırım NATO müteahhidi bir ailenin bireyi. Ve Aziz Yıldırım Fenerbahçe stadındaki şeref tribününde Türkiye Cumhuriyeti Genelkurmay Başkanı ile yan yana, omuz omuza, kol kola resim çektiriyor. Şimdi siz o Genelkurmay Başkanlığı’na bağlı İnşaat Emlak Daire Başkanısınız, yani ihaleleri yapan. Ve görüyorsunuz Fenerbahçe başkanı yan yana. Bu nerelere gider bir hesaplayın. Adam eline sırtında gittiği kişinin ismi yazılı formayı alıyor, Başbakana gidiyor, Cumhurbaşkanına gidiyor, her türlü bakana gidiyor. Ve bütün Türkiye’ye müthiş bir algı operasyonu yapıyor. Bizim başkan bütün Türkiye’yi yönetenlerin arkadaşı. O zaman “ben o başkanla iyi geçineyim de başıma bir iş gelmesin” demez mi insan? İşte işin sırrı bu.”

Fenerbahçe’nin dört büyük kulüp arasında yer aldığını ve bu nedenle başkanlık koltuğunun önemli olduğunu belirten Hürriyet gazetesi yazarı Fuat Akdağ ise Fenerbahçe’nin eski bir tarihe ve çok sayıda taraftara sahip olduğuna vurgu yapmıştır. Bir insanın gönlüne girebilmenin kolay olmadığını belirten Akdağ, Fenerbahçe’nin milyonlarca insanın gönlünde yer aldığını ve buradan hareketle öneminin daha iyi anlaşılabilceğini söylemiştir. Sabah gazetesi yazarı Ahmet Çakar ise Fenerbahçe başkanlık koltuğunun bakanlık koltuğu kadar etkili ve güçlü olduğunu ifade etmiştir. Fenerbahçe’nin Türkiye’deki en büyük sivil toplum kuruluşlarından biri olduğunu ve Fenerbahçe başkanı olan kişinin ciddi bir kamuoyu gücünü arkasına aldığını belirtmiştir. Başarısızlıklar sonucunda yaşanan acının büyük olduğunu belirten Çakar, şampiyonluklar yaşandığı taktirde başkanın bir efsane haline geldiğini söylemiştir.

Fotomaç gazetesi yazarı Gürcan Bilgiç Fenerbahçe başkanlık koltuğunun gücü ve önemini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Esasında biraz şaka gibi gelecek ama sistemin değişmesinden sonra yani Cumhurbaşkanlığı sisteminin gelmesinden sonra artık Başbakan kalmadı biliyorsunuz. O nedenle Türkiye’nin gündeminde birinci isim elbette Cumhurbaşkanıdır ama ikinci isim sanıyorum Fenerbahçe başkanı olmuştur. Yani hitap ettiği kitle, gündemde yarattığı etki, sözlerinin yanıt bulması

açısından çok değerli bir hale geldi. İnsanların oraya başkan olmak istemesinin önceki nedeni tabi kulüp sevgisi. Yani o başka bir şey. Taraftarlık, o sevinci yaşamak, takımın şampiyon olması, işte başarılar kazanması ve onu doğru bir şekilde yönetmek elbette kulüp sevgisi. Ama sonrasında, yani bu iki dönemi geçtikten sonra zannediyorum koltuk hırsı haline de geliyor. Yani sırf Fenerbahçe başkanlığı için değil tüm büyük kulüp başkanlığı için aynı fikirdeyim. [...]"

Hürriyet gazetesi muhabiri Ahmet Ercanlar Fenerbahçe başkanlık seçiminin yaklaşık bir yıl boyunca kamuoyu gündeminde yer aldığını belirtmiştir. Bu süreçte ülkemizde yaşanan birçok gelişmenin başkanlık yarışının gölgesinde kaldığını ifade eden Ercanlar, Fenerbahçe koltuğunun gücü ve önemi hakkında şunları söylemiştir:

"[...] Fenerbahçe başkanı belki de Cumhurbaşkanı ile eşit düzeyde tanınan, o kadar güce sahip olan çok önemli bir isim oluyor genelde. İnsanları çok güçlendiren bir makam. Bu nedenle de çok konuşulan, çok tartışılan bir süreç oldu. [...]"

AMK gazetesi muhabiri Sercan Hamzaoğlu Aziz Yıldırım'ın 20 yıl boyunca başkanlık yapmasına vurgu yapmıştır:

"Tabi ki çok önemli bir güç. Bundan önceki başkan 20 yıl bu koltukta oturduysa demek ki bu gücün büyüklüğünü gördü. Sevgisini de birleştirince, camiaya olan tutkusunu da birleştirince gördüğünüz gibi 20 yıl gibi bir sürede başkanlık yapıp ayrılmadı. İşte burada gücün ne kadar büyük olduğu ortaya çıkıyor."

Sabah gazetesi muhabiri Volkan Demir ise Fenerbahçe'nin başkan odaklı bir camia olduğunu ifade etmiştir. Fenerbahçe tarihine geçmiş önemli futbolcu ve antrenörlerin olduğunu ancak en güçlü figürün her zaman başkan olduğunu ve her şeyin başkandan beklendiğini dile getiren Demir, Galatasaray camiasının teknik direktör odaklı bir camia olduğunu ve başkanların çok sık değiştiğini belirtmiştir.

8.2. Basının Fenerbahçe Başkanlık Seçimindeki Etkinliği

8.2.1. Basının seçimlere gösterdiği ilgi

Spor kulüplerinde gerçekleşen başkanlık seçimleri basın ve kamuoyu tarafından her zaman yakından takip edilmiştir. Ancak 2018 yılında gerçekleşen Fenerbahçe başkanlık seçimlerinin o güne kadar yapılan diğer başkanlık seçimlerinden farklı olarak daha yoğun bir ilgi ile takip edildiği düşünülmektedir. Bu ilginin sebeplerini ortaya koymak ayrı bir önem arz etmektedir. Yapılan görüşmeler sonucunda üç farklı görüşün ortaya çıktığı söylenebilir. Birincisi; Ali Koç'un başkan adayı olmasıdır. Ali Koç dışında farklı bir

adayın kongrede yarışması halinde basının aynı ilgiyi göstermeyeceği görüşü öne çıkmaktadır. İkincisi; Aziz Yıldırım ve Ali Koç arasında yaşanacak olan rekabettir. Aziz Yıldırım'ın geçmiş yıllarda girdiği seçimlerin hepsinden galip çıkması ve uzun yıllar kulübün başkanlığını yapması, Ali Koç'un önceki dönemlerde Aziz Yıldırım yönetiminde yer alması ve Aziz Yıldırım'a karşı kazanma ihtimalinin olduğu düşünülmeye bir rekabet ortamını doğurmaktadır. Dolayısıyla bu durum basının kongreye olan ilgisini arttırmaktadır. Üçüncüsü ise Fenerbahçe futbol takımının son yıllarda elde ettiği başarısız sonuçlar ve taraftar nezdinde mevcut yönetimin değişmesi gerektiğine olan inançtır.

Fanatik gazetesi yazarı Zafer Büyükavcı'ya göre basının seçimlere olan ilgisinin sebebi Ali Koç'un başkan adayı olmasıdır. Geçmiş yıllarda yapılan seçimlerde birçok adayın çıktığını ama Aziz Yıldırım'a rakip olamadıklarını belirtmiş ve Ali Koç'un kazanma ihtimali olan bir aday olduğunu ifade etmiştir. Hürriyet gazetesi muhabiri Ahmet Ercanlar da ilk kez Aziz Yıldırım'ı yenebilecek bir adayın çıktığını söylemiştir. Fotomaç gazetesi yazarı Gürkan Bilgiç ise Aziz Yıldırım'ın daha farklı bir aday ile yarışması halinde basının aynı ilgiyi göstermeyeceğini düşünmektedir. İlginin artması için rekabetin olması gerektiğine dikkat çeken Bilgiç, kimin kazanacağını daha önceden tahmin edilebildiği bir ortamda ilginin doğal olarak azalacağını söylemiştir.

Sabah gazetesi muhabiri Volkan Demir bu seçime kadar bu kadar güçlü iki adayın aynı anda yarıştıklarını hatırlamadığını söylemiştir. Galatasaray ve Beşiktaş gibi camialarda da güçlü başkanların olduğunu belirten Volkan Demir bu başkanların geçmiş seçimlerde kendi profillerinden daha aşağıda olan isimler ile yarıştıklarını ifade etmiştir. Aziz Yıldırım'ın geçmiş yıllarda ciddi seçimler yaşadığını ve 1 oy farkla başkan seçildiğini söyleyen Demir, Türk ekonomisine yön veren bir ailenin mensubu olan Ali Koç'un Aziz Yıldırım'a rakip olmasıyla beraber seçime ilgi gösterildiğini belirtmiştir. Volkan Demir sözlerine şöyle devam etmiştir;

“[...] Bunun en önemli sebebi iki tane çok güçlü karakterin, çok baskın karakterin karşı karşıya gelmesiydi. Elbette Fenerbahçe'nin yaklaşık beş yıla yayılan başarısızlıkları ve insanların Aziz Yıldırım'ın artık gitmesi gerektiğine yönelik kanısı seçime olan talebi de, seçime olan ilgiyi de arttırdı. Bunlar ama hep yan etkenler. Ana etken bir tarafta Aziz Yıldırım'ın bir tarafta da Ali Koç'un olmasıydı.”

AMK gazetesi yazarı Abdullah Eğilmez adayların önemli isimler olduğuna dikkat çekerek şunları söylemiştir:

“[...] Karşınızda 20 yıllık çok büyük başarılarla imza atmış, çok büyük zorluklara, baskılara, sıkıntılara göğüs germiş bir Aziz Yıldırım var. Diğer tarafta da Fenerbahçe’yi yeni bir çehreye kavuşturmak isteyen Ali Koç var. İster istemez bu mücadele basının çok fazla dikkatini çeker. Çünkü dediğim gibi 20 yıl boyunca Fenerbahçe’yi tek başına Aziz Yıldırım yönetmiş, yönetim kurulu ile birlikte. Ondan sonrasında karşısına çıkan kişi de daha önce Fenerbahçe yönetiminde görev almış ve Türkiye’nin en ünlü ailelerinden birinin mensubu. Türkiye’nin en önemli iş adamlarından bir tanesi. Kamuoyu ve basının da bu seçime daha yoğun ilgi göstermesinin nedeni bu.”

Sabah gazetesi yazarı Dilek Güngör taraftarların bir bölümünün uzun zamandır başkanlık koltuğunda oturan Aziz Yıldırım’ın değişmesi yönünde ciddi bir baskı oluşturduğunu söylemiştir. Ali Koç’un farklı projeleri olduğuna dair açıklamalar yaptığını, son dönemde Fenerbahçe futbol takımının şampiyonluk sayılarında geride kalmasından dolayı bir değişimin yaşanması için taraftarların Ali Koç’u desteklediğini ifade etmiştir. Aziz Yıldırım’ı destekleyen taraftarların da olduğunu ve Aziz Yıldırım’ın söylemlerini vefa üzerine kurduğunu belirtmiştir. Diğer kulüplerde yapılan seçimlerin bu kadar gündem oluşturmadığını ise şu sözlerle dile getirmiştir:

“[...] Bana sorarsanız Galatasaray’da, Beşiktaş’ta olan seçimlerden daha farklı, kamuoyu önünde daha fazla gündeme gelen bir seçim süreci oldu. Mesela geçen Galatasaray’ın da seçimleri oldu fakat bu kadar gündem olmadı. Belki bir tarafta Ali Koç’un olmasının önemi var. Yani sonuçta Koç ailesinden. Belki bundan dolayı yoğun bir ilgi gösterildi. Öbür tarafta yine diğer aday da çok güçlü. Bu yüzden kamuoyunu epey bir süre meşgul etti. [...]”

Fotomaç gazetesi yazarı Erman Toroğlu konuya Aziz Yıldırım’ın yönetim anlayışı üzerinden yaklaşmaktadır:

“[...] 20 sene Aziz Yıldırım başkanlık yaptı. Ve bu başkanlığı yaparken demokrat bir başkanlık yapmadı. Çok despot bir başkanlık yaptı. Hem içerde hem dışarıda. İçerde de Aziz Yıldırım; “ceketimi assam kazanırım” diyordu. Ama karşısına ceket değil paltoyu da assa kazanamayacağı bir aday çıkınca, Fenerbahçe taraftarları da isyan edince bu olay işleme geçti. Zaten Aziz Yıldırım’a yalnız Fenerbahçe taraftarı değil Türkiye’deki bütün taraftarlar isyan ediyordu. Haliyle de Ali Koç çok desteklendi. Yani Ali Koç yalnız Fenerbahçe tarafından desteklenmedi. Bir de şu var; Ali Koç soyadından dolayı etkili oldu. [...]”

8.2.2. Fenerbahçe başkanlık seçiminde basının rolü

Yaklaşık bir yıl boyunca Fenerbahçe başkanlık seçimleri ile ilgili haberleri kamuoyuna aktaran basının bu süreçte nasıl bir rol oynadığını ortaya koymak gerekmektedir. Muhabir ve köşe yazarları bu konuya farklı pencerelerden bakmaktadır. Basının seçim sürecinde önemli bir rol oynamadığını ve etkisi olmadığını düşünen kişi sayısı çoğunluktadır. Bununla beraber basının taraflı ya da tarafsız bir tutum sergilediğini düşünen yazarlar da vardır. Ayrıca iki adayın daha çok sosyal medya üzerinden süreci yönettiği ve basına çok fazla açık olmadığı düşüncesi de mevcuttur. Sabah gazetesi yazarı Ahmet Çakar “Basın fazla bir rol oynamamıştır. Sonuç olarak başkanlık seçiminde kimin başkan seçileceğine basın değil üyeler karar verir.” sözleriyle düşüncesini aktarmıştır. Sözcü gazetesi muhabiri İrfan Yirmibeş ise başkan adaylarının daha çok kongre üyeleri ile bire bir temas ettiğini ve basının bu sürece çok fazla yön vermediğini düşünmektedir. Fotomaç gazetesi yazarı Hakkı Yalçın da Fenerbahçe taraftar ve kongre üyelerinin medyanın yazdıkları ile yönleneceğini belirtmiştir:

“[...] Fenerbahçe taraftar kitlesi, Fenerbahçe kongre üyeleri medyaya zerre kadar saygı duymuyorlar zaten. Bugün Türkiye’deki tirajların, özellikle futbol medyasındaki tirajların düşmesinin sebebi Fenerbahçe taraftarlarının, Fenerbahçe okuyucusunun kenara çekilmesidir. Çünkü artık bence gördüler her şeyi, farkındalar. Okumuyorlar da. O yüzden medyanın Fenerbahçe kongresini yönlendirme şansı sıfırdı. Herkes kendi vicdanı ile yönlendi. [...]”

Sabah gazetesi yazarı Dilek Güngör basının tarafsız bir şekilde süreci yönettiğini düşünerek şunları ifade etmiştir:

“Bence basın burada iyi bir sınav verdi. Taraf tutarak bir gazetecilik yapıldığını düşünmüyorum. Hemen hemen eşit oranlarda başkan adaylarına söz verildi. Yani birinin haberi hiçbir gazetede yayınlanmayıp diğerinin haberi ön plana çıkarılmadı. Genelde eşit miktarda iki adayında haberleri yer aldı, projeleri vs. O yüzden ben basının burada taraf tuttuğunu düşünmüyorum.”

Hürriyet gazetesi muhabiri Ahmet Ercanlar basının bu süreçte taraf olduğunu düşündüğünü belirterek basının kendi istediği adayı başkan yapmaya çalıştığını ama başaramadığını söylemiştir. Medya gücünün azaldığını ve sosyal medyanın bu süreçte çok büyük rolü olduğunu düşünen Ahmet Ercanlar şunları ifade getirmiştir:

“[...] Medyanın satışlarının düşmesi, tirajlarının düşmesi, gazetelerin satmaması, televizyonların reytinglerinin düşmesi hep güven sarsılmasından kaynaklanıyor. Bu nedenle

de şunu belirteyim; medyanın rolü olmuşsa bile Fenerbahçe seçimlerinde ters yönde olmuştur. Yani Ali Koç lehine yaptıkları şeyler çok az olduğu için, aleyhine yaptıkları şeyler çok fazla olduğu için, çok fazla algı çalışması yapıldığı için bu ters bir etki yaratmıştır ve bir tepki de olmuştur. Burada tabi Ali Koç'un kendi gücü de çok önemli. Halk tarafından çok sevilmesi, Fenerbahçeliler tarafından çok sevilmesi de çok önemli ama bu kadar açık farkın en büyük nedeni biraz da buna tepkidir. Yani bu yapılanlara bir tepkidir.”

Fotomaç gazetesi yazarı Ertem Şener basın bu süreçte etkili olmadığını düşünmektedir:

“Basının hiçbir etkisi olmamıştır. Basın hiçbir şekilde burada etkin ve yetkin değildir. Burada tamamen Aziz Yıldırım ve Ali Koç karşı karşıya gelmiştir. Bu tıpkı şunun gibidir; Barcelona ile Real Madrid oynar, spiker yukarıda maçı anlatır. Bir spiker Barcelona ve Real Madrid'in oyununa, nasıl oynadığına karışabilir mi? Karışamaz. Hiçbir şekilde etkisi olmaz. Burada basın mensupları spikerler gibi olmuştur. Bir tarafta Real Madrid bir tarafta Barcelona vardır. Maçı kazanan da Ali Koç olmuştur. Burada basının hiçbir şekilde etkisi ve yetkisi yoktur.”

Fotomaç gazetesi yazarı Gürcan Bilgiç ise basının çok etkili habercilik yapamadığını ve iki adayın da basına açık olmadığını şu ifadelerle dile getirmiştir:

“Bu noktada basının böyle çok doğru, çok etkili habercilik yaptığını söylememiz çok mümkün değil. Çünkü hem Aziz Yıldırım hem Ali Koç böyle çok basına açık başkan adayları gibi hareket etmediler. Ve ne zaman ki son kulvara girildi canlı yayınlarla kendilerini ifade ettiler ya da projelerini açıklamaya başladılar. Düşün muhalif bir aday Ali Koç. Kendine medyada yer açması lazım, kendini ifade etmesi lazım. Bir kere bile bir toplantısına çağırılmadım. 35 senedir Fenerbahçe'yi yazan, muhabirliğini yapmış birisi olarak. Bizim muhabir arkadaşlar takip ettiler bazılarını ama yani bir davet edilme, bir bilgilendirme, özel bir sohbet... Bir kere bile çağırılmadım. Daha sonra gazeteleri tek tek dolaştı. O sırada sohbet etme, fikirlerini sorma, kendi fikirlerimizi belirtme fırsatı oldu. Tamamen basından soyutladı mesela kendisini Ali Koç. Sosyal medya üstünden, kendi özel toplantıları üstünden konuşmalarını yaptı. Ve onun ne düşündüğünü, nasıl bir tavırda olduğunu biz de oradan, söylediği cümleler, yaptığı konuşmalardan anlamaya çalışarak yorumladık. Aziz Yıldırım da aynı şekilde. O da televizyona çıktı orada ifade etmeye çalıştı kendisini. İşte kulübün internet sitesi üzerinden açıklamalar yaptı. Ama bu seçim süreci medya açısından hakikaten tarafların iç içe girdiği, bol bilgi akışı olduğu bir dönem değildi.”

Görüşülen gazetecilerin çoğu basının bu süreçte etkili olmadığını ifade etmiştir. Seçimde belirleyici olanın kongre üyelerinin oyları olduğu belirtilmiş ve adayların üyeler ile bire bir temas ettiği dile getirilmiştir. Basının bu süreçte yaşanan gelişmeleri okuyucuya aktardığı ve sonuca etki etmediği düşüncesi ön plana çıkmıştır. Ayrıca basının

etkin bir rol oynayamamasının sebepleri arasında adayların sosyal medyayı daha aktif kullandığı düşüncesi yer almaktadır.

8.2.3. Basının başkan adaylarına karşı tutumu

Bilindiği üzere Fenerbahçe başkanlığı için adaylığını açıklayan ilk isim Ali Koç olmuştur. Birkaç ay sonra ise Aziz Yıldırım yeniden aday olduğunu duyurmuştur. Üzerinde durulması gereken bir başka konu ise adaylıkların duyurulması ve seçim kampanyası sürecinde yazılı basının adaylara karşı nasıl bir tutum sergilediğidir. Görüşülen yazarlar arasında iki farklı görüş öne çıkmaktadır. Yazarların çoğu adaylara eşit bir şekilde yer verildiğini düşünürken, birkaç yazar bu eşitliğin sağlanmadığı görüşündedir.

Sabah gazetesi yazarı Hıncal Uluç adaylara eşit şekilde yer verildiğini düşünmektedir. Aziz Yıldırım'ın kaybetme ihtimali olduğu için medyanın dengeli davrandığını, sıradan bir adaya karşı yarışması halinde basının tek kalem Aziz Yıldırım'ı yazacağını ifade etmiştir. Seçim sonucuna dikkat çeken Hıncal Uluç, aradaki farkın bu kadar olabileceğini kimsenin tahmin etmediğini ve bu nedenle iki adaya da yer verildiğini söylemiştir. Sözcü gazetesi muhabiri İrfan Yirmibeş bazı yayın kuruluşları dışında iki adaya da mümkün olduğunca yer verildiğini belirtmiş ve şunları söylemiştir:

“[...] Her iki başkanın açıklamaları da detaylı bir şekilde gündeme getirildi. Ama bazı yayın kuruluşlarının -şu anda da bazen görüyoruz onu- Ali Koç'un açıklamalarını çok fazla büyük görmediklerine şahit olduk. Ali Koç'un kongre üyeleri ile toplantılarını haber olarak girdiler ama çok fazla büyük girmediler. Aziz Yıldırım'ın açıklamalarını daha fazla büyük girdiklerine şahit olduk. Ama mümkün olduğunca basının aynı oranda haberlerine ve açıklamalarına yer verdiğini söyleyebiliriz. [...]”

Fotomaç gazetesi yazarı Ertem Şener basının adaylara eşit şartlarda yaklaştığını düşünmektedir:

“Ben Aziz başkana da Ali Koç'a da fazlasıyla medyanın eşit şartlarda yaklaştığını görüyorum. Ama kendi taraftarları, Fenerbahçe'nin kendi camiası Ali başkanı ön plana çıkarmıştır. Basın da kim daha çok ön plandaysa onun haberini daha çok yapmıştır. Yani Ali Koç günde üç dört yerde konuşuyorsa, Aziz başkan günde bir yerde konuşuyorsa kimin haberi daha çok fazla girer? Ali başkanın daha girer. Burada basının etkisi yoktur, yine başkanların vardır. Basın eşit şartlarda davranmıştır bence.”

AMK gazetesi yazarı Abdullah Eğilmez her iki adaya da eşit yer verdiklerini şu sözlerle ifade etmiştir:

“[...] Biz iki adaya da fazlasıyla yer verdik ve ikisine de eşit davrandık. Yani Ali Koç da geldiğinde sayfalarımızda yer aldığı bölüm aynıydı, Aziz Yıldırım geldiğinde de aynıydı. Genelde birçok gazete de aynı şekilde davrandı. Bakın burada bir güç dengesi de var. 20 yıldır başkanlık yapan bir Aziz Yıldırım var. Ve Fenerbahçe’yi çağ atlatacağını anlatan Ali Koç var. [...]”

Fotomaç gazetesi yazarı Hakkı Yalçın basının adaylara eşit şekilde yer vermediğini düşünmektedir. Medyanın bu konuda tarafsız ve özgür olmadığını belirtirken kişisel dostlukların ön plana çıktığı bir seçim süreci yaşandığını söylemiştir. Aziz Yıldırım’a basında daha çok yer verildiğini ifade etmiştir. Sabah gazetesi muhabiri Volkan Demir ise Aziz Yıldırım’ın mevcut başkan olarak görevde olmasından dolayı basında daha fazla yer aldığını düşünmektedir. Spor kulübü seçimlerinde mevcut yönetimlerin basında daha fazla yer aldıklarını söyleyen Volkan Demir süreci şu şekilde değerlendirmektedir:

“[...] Seçim kampanyası süresince Aziz Yıldırım daha fazla yer buldu. Ama bu daha fazla yer bulduğunun karşılığı yüzde 90’a 10 gibi bir karşılık değil. Belki yüzde 60’a 40’dır. 65’e 35’dir. Böyledir ama bu gelenektir. İktidar her zaman daha fazla yer bulur spor sayfalarında. [...]”

AMK gazetesi muhabiri Sercan Hamzaoğlu adaylıkların duyurulması ve seçim kampanyası sürecinde yazılı basında adaylara eşit şekilde yer verilmediğini düşünmektedir:

“Basının çok ciddi bir şekilde Aziz Yıldırım’a destek verdiğini görüyorduk. Genelde Aziz Yıldırım ağırlıklıydı. Ali Koç’un biraz daha bizim olduğumuz kurum tarafından yazıları girdi. O zamanlar Sözcü’den sonra Hürriyet’te satılmadan önce objektif devam ediyordu. Hürriyet’te Doğan grubundan çıkıp Demirören grubuna geçtikten sonra oradan da desteği kesildi. Yani bir iki kurum dışında Ali Koç’a çok destek veren bir kurum yoktu Türkiye’de, tek taraflı gitti.”

8.2.4. Basının tarafsızlığı

Herhangi bir adayın basında öne çıkarılarak desteklenip desteklenmediğini irdelemek ayrı bir önem arz etmektedir. Görüşülen yazarların çoğu yazılı basın tarafından herhangi bir adayın öne çıkarılarak desteklenmediğini düşünmektedir. Sözcü gazetesi muhabiri İrfan Yirmibeş her iki aday ile ilgili çok sayıda haber yapıldığını söylemiş ve herhangi bir adayın desteklenmediğini ifade etmiştir. Yazılı ve görsel medyanın yanı sıra sosyal medya açısından bir değerlendirme yapmak gerektiğini belirten İrfan Yirmibeş, süreci daha çok sosyal medyanın belirlediğine dikkat çekmiştir. Genç taraftarların yazılı

ve görsel medyadan çok sosyal medyayı takip ettiğini ve sosyal medyanın etkisi ile Ali Koç'un çok fazla ön plana çıktığını söylemiştir. Fotomaç gazetesi yazarı Gürcan Bilgiç görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir:

“Ben düşünmüyorum öyle bir şey olduğunu. Yani Ali bey yeteri kadar yer buldu mu dersin bulmadı. Aziz bey yeteri kadar yer buldu mu dersin bulmadı. Çünkü yazılı basını ciddi bir şekilde kullanmadılar. Yani onlar da kullanmayı tercih etmediler. Daha çok görsel, televizyon programları ve sosyal medya üstünden yürüttüler. [...]”

Fotomaç gazetesi yazarı Ertem Şener basının adaylara eşit yaklaştığını şu sözlerle ifade etmiştir:

“Kesinlikle eşit. Aziz Yıldırım ve Ali Koç karşısında medyanın taraflı olma gibi bir lüksü yoktu. Çünkü Aziz Yıldırım'ın sevmeyenleri olsa bile medyada 20 yılına saygı duyan gazeteciler ve televizyoncular vardı. Ama yine Ali Koç'un da neler yapabileceğini merak eden gazeteciler ve televizyoncular vardı. İkisini bence arenada yalnız bıraktılar, karşı karşıya. Ayakta kalan kazansın dediler.”

AMK gazetesi yazarı Abdullah Eğilmez diğer gazeteler adına konuşamayacağını ancak kendi kurumlarında her iki adaya da eşit şekilde yaklaşıldığını belirtmiştir. O dönemde iki Fenerbahçe muhabirinin görev aldığını ve birinin Aziz Yıldırım'ı diğerinin Ali Koç'u takip ettiğini söylemiştir. Muhabirlerden gelen bilgileri birleştirip, eleklerinden geçirdiklerini ve en önemli maddelerinin adil davranmak olduğunu ifade etmiştir. Sabah gazetesi yazarı Ahmet Çakar herhangi bir adayın öne çıkarılarak desteklenmediğine yönelik düşüncesini “Hayır. Bence objektifti, eşitti. Aziz beyi de destekleyen vardı, Ali beyi de destekleyen vardı. Bana göre eşitti.” sözleriyle dile getirmiştir. AMK gazetesi muhabiri Sercan Hamzaoğlu ise basın tarafından öne çıkarılan bir aday olduğunu şu sözlerle ifade etmiştir:

“Evet desteklendi, Aziz Yıldırım desteklendi. Açık bir şekilde hem hükümet hem spor basınında yüzde 70-75 Aziz Yıldırım daha çok desteklendi.”

Hürriyet gazetesi muhabiri Ahmet Ercanlar bir adayın öne çıkarılarak desteklendiğini düşünmektedir:

“Evet bence Ali Koç'un aleyhinde daha çok haber çıktı. Size çok basit bir örnek vereyim. Mesela Akşam gazetesinde çıkan bir haberi hatırlıyorum. Fenerbahçe'nin teknik direktörü Aykut Kocaman yakın dostları ile birlikte bir yerde yemek yiyor. İki gün sonra Akşam'da bir haber çıktı. Galatasaray maçı öncesi Ali Koç'un yakınlarıyla yemek yiyordu diye. Sanki

Aykut Kocaman takımı satmış gibi bir haber çıkartıldı. Bunun gibi çok fazla maalesef algı haberleri yapıldı. Ali Koç'un politikaya atılmak için Fenerbahçe'yi basamak olarak kullandığı... İşte Ali Koç'un listesinde olmayan kişiler listesindeymiş gibi gösterildi, taraftarın sevmediği isimler. Buna benzer çok fazla örnek verebiliriz. Maalesef şirazeyi çok kaydırdı medya. Tamamen Aziz Yıldırım'ı desteklediler. [...]"

Fanatik gazetesi yazarı Zafer Büyükcavcı bu konudaki görüşlerini şöyle dile getirmiştir:

"Tabi ki. Nedenini söyleyeyim; sevgili Aziz Yıldırım'ın başkan olduğu sürece basınla arası çokta iyi olmadı. Aslında çok iyi oldu, çok kötü oldu. O kadar değişti ki bu durum. Bir örnek vererek anlatayım belki size de renk katar. Biz bir haber yaptık ve Fanatik tesislere giriş yasağı aldı. Zaten biz her sene üç beş kere alıyoruz bunu her kulüpten. Fanatik giremedi, benim de muhabirim Yusuf Dursun. Ertesi gün Aziz Yıldırım Samandıra'ya gidiyor, "Yusuf nerede?" diyor. "Başkan ceza verdiniz" diyorlar. "Ben Fanatik'e ceza verdim Yusuf'a mı verdim?" diyor. Şimdi anlatabildim mi? Yani Aziz Yıldırım'ın basınla arası hep böyle değişti. Biraz belki de kendi kişisel rahatsızlıkları olduğu için. Şekeri var denilir ya hep böyle birden bire coşar falan. O nedenle kırdığı çok adam oldu, sevdiği çok adam oldu. Ve dolayısıyla çok sevdiğiniz adama çok eleştiri yapamazsınız. Yaparsınız ama eleştirinin sertliği olmaz. Bunun gibi düşünün. O yüzden Aziz Yıldırım'ı çok sevenler çok arkasında durdu. Çok kızanlar çok karşısında durdu. Aynı şey Ali Koç için de geçerli. Yani bütün kulüp yöneticileri için bu geçerli. Basının bir tarafında çok kıymet verdiğiniz adamlar size destek olur, karşısında durduğunuz adamlar da size köstek olur. Bu işin doğasında vardır, gerçeği budur."

8.2.5. Adaylar hakkında basında yer alan iddialar

Başkanlık yarışında projeler kadar adaylar ile ilgili birtakım iddialar ve suçlamalar da gazetelerde yer almıştır. Gazetelerin satış rakamlarını arttırmak adına sansasyonel konuları gündemde tutarak bu sürece olumsuz bir anlamda katkıda bulunup bulunmadığı üzerinde durulması gereken bir başka önemli konudur. Fotomaç gazetesi yazarı Hakkı Yalçın basının bu sürece olumsuz bir katkıda bulunduğunu düşünmektedir:

"Kesinlikle. Zaten eskiden, bundan 20 yıl önce yalana dayalı haberlerde tirajlar artardı. Şimdi yalan ve sansasyonel haberlerde bence tirajlar tamamen düşüyor... Çünkü niye? Herkesin zaten sosyal medyası var ve güveni dibe vurmuş bir medya sistemi var. Fenerbahçe taraftarı ya da Fenerbahçe kongre üyeleri tabi ki etkileniyor, kızgınlığı oluyor. Ama eskiden gazete alarak gösterirlerdi o kızgınlığı. Şimdi başka türlü gösteriyorlar. Suçlamalar da şu oldu; suçlamalar en çok Aziz Yıldırım cephesinden geldi. Bence Aziz Yıldırım'ın kaybetme nedenlerinden biriydi o. Çünkü Ali Koç'un suçlanacak bir şeyi yoktu. Hiç temeli olmayan suçlamalardı, yakışsızdı. Şimdi sen aynı aile içinde bunu yaptığın zaman senin aile

fertlerinde sana tokadı atar. Aziz Yıldırım o tokadı yedi işte. Aziz Yıldırım'ı yönlendirenler de yanlış yaptı. İşte bu yüzden söylüyorum. Sahada yenemeyeceğini hissettiğin zaman yakışksız iftiralarla ya da yakışksız suçlamalarla Ali Koç'u küçük düşüreceğini zannediyorsan... İşte onun dersini verdi kongre üyeleri. Bence orada da kaybetti. Bunun medya ile ilgisi yok ama. Medya yaptı ama medyadan ziyade asıl tepkiyi medyaya değil Aziz Yıldırım'a gösterdiler. Zaten tirajlarımız yerde.”

AMK gazetesi muhabiri Sercan Hamzaoglu basının bu sürece olumsuz bir katkı sağladığını şu sözlerle ifade etmiştir:

“Düşünüyorum. İnternet siteleri, gazete ön kapak ve manşetlerinde tıklanıp veya satın alınması için çok sansasyon başlıklar atılıyor. Ben bunu spor basınında çok yanlış görüyorum. Özellikle internet kanadında. Yazılı, görsel bir nebze daha ortadan gidiyor ama bazı internet siteleri var ki korkunç bir şekilde başlık atıyor. İnsanları galeyana getirebilecek, argo kelimelerin ve küfürlerin neredeyse havada uçuştğu başlıklar atılıyor. Özellikle belli siteler var bunu çok yapıyor. Ben bunun çok yanlış olduğunu düşünüyorum. [...]”

Basının bu sürece olumsuz bir katkı sağlamadığını düşünen Fotomaç gazetesi yazarı Erman Toroğlu ise şunları söylemiştir:

“Hayır, çünkü bu işin köpürmesi lazım. Bu iş ne kadar köpürse o kadar iyidir. Ama köpürürken ahlaksızlık yapmayacaksınız. Yani burası huzur evleri değil, kulüpler falan. Bir şeyler köpürecek bunu da köpürtecek olan basın. Hatta kulüpler bazen hiç haber vermeyerek basını dışlıyorlar. Ama şöyle söyleyeyim; bazı kulüpler ben kendi televizyonumu kullanacağım diyor. Kullanıyor ama bir halt çıkmıyor. Sonunda ne oluyor? Öteki televizyonların kucığına oturuyorlar. O zaman ilk başta kontrollü olacaklar. Çünkü Fener Tv, Galatarasay Tv, Beşiktaş Tv yapın ama siz Türkiye'nin genel takımısınız. “Ben Fener Tv'den, Galatasaray Tv'den, Beşiktaş Tv'den yayın yaparım siz oradan alın” diyemezsiniz. Hakkınız yok.”

Hürriyet gazetesi yazarı Fuat Akdağ bazı yayın organlarında bu tür yaklaşımların olduğunu düşünmektedir:

“Hepsi için, geneli için bunu söyleyemeyiz ama bu tür yaklaşımların olduğunu kabul etmemiz lazım. Haberin ilk hali genellikle en sansasyonel halidir. Haberde doğrulatmak diye bir şey vardır. [...] İlk gelen haber, ham haber çok sansasyoneldir aslında. Ama onu doğrulattıkça o sansasyonel özelliği azalır. Bazen de artabilir tabi ama genellikle azalır. Haberin ilk halini daha sansasyonel olduğu için hemen gündeme getirmek bazı gazete ve bazı gazeteciler için söz konusu olabiliyor. O seçim sürecinde de bunlar yaşandı. Ama bunu geneli için söylememiz doğru olmaz.”

8.2.6. Basının oy kullanacak delegeler üzerindeki etkisi

“Medya bireylerin bilgi, kanaat, tutum, duygu ve davranışları üzerinde büyük oranda bir etkileme gücüne sahiptir. Yalnızca bireyler değil, onların yanı sıra toplumsal gruplar, organizasyonlar, toplumsal kurumlar, kısacası bütün toplum ve kültür medyanın gücünün etkileme alanının sınırları içindedir (Arslan, 2004, s. 4).

Buradan hareketle Fenerbahçe başkanlık seçimleri ilgili yayımlanan haber veya köşe yazılarının oy kullanacak delegelerin karar alma süreçlerine etki edebileceği düşünülmektedir. Bu süreci bütünüyle okuyucuya aktaran muhabir ve köşe yazarlarının düşüncelerine başvurulmuş ve üç farklı görüş ortaya çıkmıştır. Birincisi; basında yer alan haber veya köşe yazılarının kongrede oy kullanacak delegeleri etkilemeyeceğidir. İkinci görüş bir etkiden söz edilecekse bile bunun sınırlı olduğunu savunmaktadır. Üçüncüsü ise haber ve köşe yazılarının kongre üyelerini etkileyebileceğini düşünmektedir. Fotomaç gazetesi yazarı Hakkı Yalçın haber veya köşe yazılarının kongrede oy kullanacak delegeleri etkilemeyeceğini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Kongre üyelerini etkileyebilecek kadar etkili yazan varsa göster ben okuyayım. Ben inanmıyorum. Bazı insanlar var mesela güven duyulan. Yıllardır adam okumuştur, Fenerbahçe için söylüyorum bunu. Zaten güven duyulan bir yazar olarak “bunu seçin” ya da “bunu seçin” diyemezsin. Niye? Adam sana niye güven duymuştur? Senin tarafsız olduğuna inandığı için. Şimdi Fenerbahçe yazarı “şunu seçin” dediği zaman ben o kongre üyesi olsam “Niye bana bunu empoze ediyorsun?” derim. Bir kere akıllı yazar kongre üyelerine empoze etmez bunu seçin diye. O zaman kendi güvenini yok eder. Şu vardır; akıllı yazar yol gösterir. O kadar ince gösterir ki yolu sen onu anlarsın. Benim bir lafım vardır; bir yazarın en büyük güvencesi okurların zekasına olan güvendir. Sen buna inandığın zaman o okuyucuyu bilinçaltından yönlendirirsin. O onu alırsa alır. Mesela ben hiç topa girmem. Seçim... Buyurun. Siz seçeceksiniz benim oyum yok ki. Oyum varsa da gelip kullanırım. [...]

Hürriyet gazetesi muhabiri Ahmet Ercanlar basında yer alan haber ya da köşe yazılarının okuyucuyu etkilemeyeceğini düşünmektedir. Yıllar önce geçerli olan etkinin bugün geçerliliğini kaybettiğini ifade etmiştir. Sosyal medyadaki yüksek takipçi sayısına atıf yaparak orada yazdığı şeylerin insanları etkilediğini söylemiştir. Ancak bugün gazete satışlarına bakıldığı zaman orada çıkan yazıların insanları etkilemeyeceğini şu şekilde dile getirmektedir:

“[...] Tirajları artık 50 binlerle, 60 binlerle ölçülen ya da gerçek tirajları 5-10 bin olan gazeteler, orada çıkan yazılar insanları nasıl yönlendirebilir? Çünkü kimse okumuyor artık onları. İsim vermeyeyim, düşünün X gazete 60 bin satıyor. Bu 60 bin satan gazetenin 40 bini

bile sporu okumuyor mesela. 20 bin kişi okuyor. Bu 20 bin kişinin üçte birinin Fenerbahçeli olduğunu düşünün, 6 bin. Bu 6 binin yüzde beşinin kongre üyesi olduğunu düşünün. Ortalama ile konuşuyorum 250-300 kişi. Sen istediğin köşe yazısını yaz 250-300 kişiyi ya etkilersin ya etkileyemezsin anladın mı? Hiçbir etkin olmaz. [...]"

Sabah gazetesi yazarı Hıncal Uluç'un bu konudaki görüşleri şunlardır:

"Sanmıyorum. Yani bu kulüp kongrelerine ve seçimlere herkes neye oy vereceğini bilerek gidiyor. Yani üç tane kararsızın oyu değişir ya da değişmez bilmem. Ama zaten dört misli fark atınca o oylarında kıymeti yok."

Hürriyet gazetesi yazarı Fuat Akdağ ise basında yer alan haber ve köşe yazılarının okuyucuları etkilemesi gerektiğini şu sözlerle ifade etmiştir:

"Etkilemelidir de zaten. Yani köşe yazarının işi odur. Kendi fikirlerini öne sürerek oradaki izleyiciyi, okuyucuyu yönlendirebilmek. Dolayısıyla tabi ki bu oldu. Bu olmalıdır da. Zaten basının yapması gereken, köşe yazarının yapması gereken bir şeydir bu. Ama doğru yönlendirmek tabi ki. Hani yanlış yönlendirmek, sansasyonel olacağım diye doğru olmayan şeyleri ortaya koymaktan bahsetmiyorum. Orada bir fikir yazısından, bir içerikten bahsediyorum. Doğru içerikten bahsediyorum."

Sabah gazetesi yazarı Dilek Güngör kendi gözlemlerinden yola çıkarak basında yer alan yazılar ile kongre üyelerinin etkilenebileceğini dile getirmiştir:

"[...] Mesela Aziz Yıldırım bir televizyon programına çıktı ve Metris'in önüne gitti. Bir sene sonra Metris'in önünde, çok duygusal bir programdı. "Bir sene sonra oradayım" diye hatta baya bir duygulandı kendisi de. Onun üzerine ben üç tane kongre üyesinin "Bu seçimde Aziz Yıldırım'a vermeyecektim ama şimdi bu programı gördükten sonra acayip tüylerim diken diken oldu. Biz ailecek tekrar Aziz Yıldırım'a oy vereceğiz" dediğini çok net biliyorum. Tabi ki etkiliyor. Başkanların oradaki performansı ya da işte televizyondaki yorumları, gazetede dediğim gibi haberler. Adam bakıyor "ben bunu atlamışım" ya da "bu konuda böyle düşünüyormuş" diyor. Bir tane kongre üyesi çevrilebilir yani, olmuştur muhtemelen."

Fotomaç gazetesi yazarı Erman Toroğlu etkinin sınırlı olabileceğini şu sözlerle ifade etmiştir:

"Ben pek etkileyeceğini zannetmiyorum, yani belli oranda etkilemiştir. Çünkü zaten adaylar ne yapacaklarını, ne yapmayacaklarını açıklıyorlar. Yani burada basının fazla bir şeyi olamaz. [...]"

8.2.7. Spor yazılı basınının dijital medya karşısında güç kaybedişi

Görüşme gerçekleştirilen gazeteciler başkanlık seçimi sürecinde sosyal medyanın belirleyici olduğunu ve başkan adaylarının bu mecralar üzerinden Fenerbahçe taraftarları ve kongre üyelerine ulaşmayı tercih ettiğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla basının sosyal medya karşısında etkisiz kaldığına ilişkin görüşler üzerinde değerlendirme yapmak yürütülen çalışma için anlamlı hale gelmektedir. Ayrıca yarı yapılandırılmış görüşme tekniği sayesinde verilen cevaplardan yola çıkılarak yeni soruların sorulması mümkün olmuştur. Bu bölümde sosyal medya özelinde gazetecilere yöneltilen ek sorulara ve cevaplara yer verilmiştir. Yazılı basının güç kaybetmesi noktasında sosyal medyanın nedenli etkili olduğu ve basının bu konuda özeleştirisi yapmasının gerekliliği ile ilgili Sabah gazetesi muhabiri Volkan Demir şunları söylemiştir:

“Türk spor medyası son 10 yılda aslında bu gerçeği gördü ama buna göre önlemler almadı. Mesela haber internet siteleri çıktı. Sizin sayfanıza özel olarak hazırladığınız haberi alıp sitesinde yayınlatabiliyor herhangi bir spor sitesi. Neden? İşte ülkemizde internet kanunu gibi eksikler olduğu için. Telif hakları vs. çok fazla gelişmemiş olduğu için bu süreçte çok ciddi yara aldı yazılı medya. Çünkü internet medyası onun ekmeğini yedi kısacası. Herhangi bir internet sitesinin bir muhabiri yok. Haberi ben buluyorum, haberi Sabah gazetesi basıyor. O adam Sabah gazetesini açıyor, o haberi redakte edip ya da internet üzerinde varsa kopyalayıp kendi sitesine koyuyor. Bunun hiçbir hukuki sorumluluğu yoktu. İşte yeni yeni internet yasası ile ilgili bir çalışma var. Ama atı alan Üsküdar’ı geçti. Şu an gazetelerden daha fazla hit alan internet siteleri var. Sosyal mecralarda daha fazla etkileşim alan futbol siteleri, spor siteleri var. Bu da yazılı medyayı en çok etkileyen durum oldu. Özeleştirisi şöyle yapabiliriz; daha kaliteli işler yapılabilir miydi? Yapılabilirdi. Daha kaliteli personel çalıştırılabilir miydi? Çalıştırılabilirdi. Ama şunu söylememiz lazım; bunlar yan etkenler. Ana etken internet medyasının yazılı medyanın yaratmış olduğu, pişirmiş olduğu ekmeği yemesi. Bu da son 10 yılda çok şiddetli bir şekilde artmıştı. Şu anda yeni düzenlemeler ile bunun önüne geçilmeye çalışılıyor ama artık çok kolay gözükmüyor.”

Basının özeleştirisi yapması gerektiğini vurgulayan Sözcü gazetesi muhabiri İrfan Yirmibeş şu ifadeleri kullanmıştır:

“Spor basınının özeleştirisi yapması gerekiyor. Aslında spor basınındaki anlayışın tamamen değişmesi gerekiyor. Spor basını, artık Türkiye’de spor basını da diyemeyiz aslında futbol basını. Spor gazetelerini veya sayfalarını açtığımız zaman sadece futbol var. Ama ne voleybol ile ilgili ne basketbol veya diğer branşlar ile ilgili çok fazla haber yer almıyor. Ama Avrupa’ya bakıyorsunuz, Avrupa gazetelerini açtığınız zaman The Telegraph veya L’Equipe’i açtığınız zaman Fransa bisiklet turu birinci haber olabiliyor. Düşünebiliyor

musunuz Türkiye’de bir spor gazetesinde Cumhurbaşkanlığı bisiklet turunun birinci haber olduğunu? Göremezsiniz. Çok fazla haberde yer almaz. Bu Cumhurbaşkanlığı bisiklet turu olmasa belki hiç haber olmaz, kutu haber olarak kullanılır. [...] Biz nerede yanlış yapıyoruz? Tabi burada tirajların düşmesi anlamında sosyal medyanın da çok büyük etkisi var. Siz bir haber yapıyorsunuz, diyelim ki bir transfer haberi vereceksiniz. Haberi gazetenize veriyorsunuz ama bazı muhabir arkadaşlarımız var bunu kendi sosyal medyasından yazıyor. Şimdi sen bunu kendi sosyal medyanda yazdığın zaman bu haber eskimiş oluyor, bayatlamış oluyor. İnsanlar bu haberi okumuş oluyorlar. Bir gün sonra niye bir daha gazete alma ihtiyacı duysun ki? Çünkü bu sosyal medyada eskimiş. Sen taze bir haber vermek zorundasın. [...]”

Kampanya sürecinde başkan adaylarının sosyal medyayı tercih etmeleri basına karşı bir tepki olarak yorumlanabilir mi şeklindeki soruyu Gürcan Bilgiç şöyle cevaplamıştır:

“Ben öyle düşünmüyorum yani çünkü çağ ona gidiyor, dünya ona gidiyor. Artık bizde ölçülebilir bir hale geldik. Eskiden 500 bin tirajı vardı gazetenin. Gürcan Bilgiç yazı yazıyordu kaç kişi okuyordu belli değil. Değil mi? Ama şimdi koyuyor Sabah gazetesi internet sitesine ya da Fotomaç gazetesi. Kaç tane tıkladığın çıkıyor. Yani seni kaç kişinin okuduğunu görüyor orada. Aslında biz her yazı yazdığımız gün karne alıyoruz. O nedenle çağ ile alakalı. Artık yani haberleri, yorumları kağıt üstünden ya da yazılı medya üstünden takip eden sayısı eskisi gibi değil azaldı yani.”

Hürriyet gazetesi muhabiri Ahmet Ercanlar ise sosyal medya platformlarının kurulduğu ülkelerde gazete satış rakamlarının nasıl olduğunu Türkiye ile karşılaştırarak açıklamaktadır:

“Amerika’da medyada tirajlar düştü mü bakmak lazım? Gazeteler kapanıyor mu? New York Times ne durumda? Kaç satılıyor? Kaç tıklanıyor? Önce buna bakmak lazım. Bir de Türkiye’ye bakmak lazım. Sosyal medyadan sonra Türkiye’de medya ne durumda diye. Ya da İngiltere’ye bakmak lazım. Ya da İspanya’ya, Fransa’ya bakmak lazım. Bir karşılaştıralım. Ortaya çıkan sonuca bakalım hep beraber. O zaman şunu anlayacaksınız; Türkiye’de sosyal medya medyayı yenmedi. Gazeteciler medyayı yok etti. Ve patronlar gazeteleri yok etti, medyayı yok etti. Bu sonuca varabilirsiniz. Sosyal medya bir yan unsur olarak güzel olabilirdi ama Türkiye’de gazetecilik gerçek anlamda yapılamadığı için, gazeteciler özgür olamadığı için ya da dürüst olamadığı için bazıları da dürüstçe davranamadıkları için, kendi çıkarlarına uygun davrandıkları için insanların güvenleri sarsıldı. Ve New York Times tiraj kaybına uğruyorsa bile çok az uğruyordur. Türkiye’deki gibi 500 binlerden 50 bine düşmedi. Yani yüzde 90’lık bir tiraj kaybı olmadı hiçbir yerde. Çok düşük olmuştur olmuşa da. Ya da aynı şekilde devam ediyordur birçok yerde. Demek sorun Türkiye’de medyayı yönetenlerde, medya patronlarının iş adamı olmasında, politikacılara çok fazla bağlı olmasında. Spor medyasında ise eğitim düzeyinin çok düşük

olması, yeterince dürüst haberler yapılamaması ve tarafsız kalınamaması. [...] Eskisi gibi gazetecilerin her yazdıkları doğru kabul edilmiyor. İnsanlar araştırıyor. Ve maalesef spor medyası özellikle çağın çok fazla gerisinde kaldı. Çünkü eğitim düzeyi düşük bir spor medyası var. [...] İletişim fakültesinden gelen kaç tane genç var gazetelerde? Bir bakalım, oranını çıkartalım. Şu an spor medyasında bin kişi çalışıyorsa bunun 150-200 tanesi iletişim fakülteli ya da 250 tanesi en fazla. 750 tanesi alaylı dediğimiz. Office boymuş “Aa bu çocuk çok cevval ya bunu muhabir yapalım” diyorlar mesela. Anlatabildim mi? Böyle bir şey yok. Eğitimsiz bir şekilde, eğitim düzeyi düşük bir spor medyası ortaya çıkmış durumda. Bu da çıkarıcı, toplumun çıkarlarından çok kendi çıkarlarını düşünen, maddiyatçı bir durum ortaya çıkartmış. En büyük sorunlardan bir tanesi bu bana göre.”

Fenerbahçe Spor Kulübü’nde yaşanan bu seçimin gazetelerin daha güçlü olduğu bir dönemde yaşanması halinde basının nasıl bir rol oynayacağına ilişkin soru hakkında Hıncal Uluç şunları söylemiştir:

“Şimdi gazetelerin etkileri kalmadı artık. Medyanın ne mal olduğu ortaya çıkınca gazetenin etkisi de kalmadı. Evvelden Namık abi, Necmi abiler bir şeyler yazdılar mı millet “vay anasını” der şöyle bir toparlanırdı. Şimdi kimsenin umurunda değil. Kim bilir ne menfaati vardır da yazmıştır? Kim bilir kaç yazmıştır? Ya da işte Beşiktaşlıdır, Galatasaraylıdır ondan yazmıştır. Vatandaş okuduğu gazete ve gazeteciye inancını yitirdi. Onun için artık eskisi gibi gazetelerin şeyi yok.”

8.3. Fenerbahçe Başkanlık Seçimiyle İlgili Basın İçeriğine İlişkin Görüşler

8.3.1. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yayımlanan haberlerde yoruma yer verilmemesi

Çalışma kapsamında incelenen gazetelerde Fenerbahçe başkanlık seçimleri ile ilgili yapılan haberlerin çoğunlukla yoruma yer vermeyen bir şekilde okuyucuya aktarıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Siyasi konularda bu durumun genellikle böyle olmadığı düşünüldüğünde basının neden böyle bir yol izlediği üzerinde düşünmek bulguların anlam kazanması bakımından önemli hale gelmektedir. Sözcü gazetesi muhabiri İrfan Yirmibeş yorum ve değerlendirmeyi yapan kişilerin köşe yazarları olduğunu, muhabir olarak yorum yapmamaya özen gösterdiklerini söylemiştir:

“[...] Muhabir o kişinin ağzından, Aziz Yıldırım’ın veya Ali Koç’un ağzından ne çıkıyorsa onu bire bir yansıtmakla mükelleftir diye düşünüyorum ben. Hem Ali Koç’un hem Aziz Yıldırım’ın toplantılarında kongre üyelerine anlattıkları hedefleri, neler vadettiklerini yorum yapmadan haber yaptık. Tabi köşe yazarları Ali Koç gelirse nasıl bir Fenerbahçe olacak, Aziz Yıldırım gelirse neler değişecek veya neler değişmeyecek, Ali Koç gelirse neler değişecek bunu yorumlarına yansıtarak dile getirdiler. Eğer muhabir olarak sadece muhabir görüşü

bizden istenirse bir köşe yazarı şeklinde onu yorum yaparak kamuoyuna aktarıyoruz ama diğer türlü haberlerde çok fazla yorum yapmadan dile getiriyoruz. [...]"

Fotomaç gazetesi yazarı Erman Toroğlu siyaset ve futbolun aynı dikkat genişliğine sahip olmadığını şu sözlerle ifade etmiştir:

"[...] Belli bir yerde yorum yapıyorsunuz çünkü bu Fenerbahçe'yi ilgilendiren bir şey. Galatasaray'ı ilgilendirmiyor, Beşiktaş'ı ilgilendirmiyor. Ama siyaset öyle değil. Siyasette Ak Parti, CHP, MHP, diğer partiler bütün Türkiye'yi ilgilendiriyorlar. Onun içinde haliyle onlar da yorum alanı fazla. Galatasaray'lı adam diyor ki: "Banane Fener'den kardeşim. Onun iç sorunu" Haliyle de Fenerbahçe'nin iç sorunu şeklinde yorum yapılıyor. Ama siyasette öyle değil. Siyasetteki her karar bütün Türkiye'yi ilgilendiriyor. Fenerbahçe'deki bir olay bütün Türkiye'yi ilgilendirmiyor."

Sabah gazetesi muhabiri Volkan Demir muhabirin görev tanımı hakkında yıllardır devam eden bir tartışma olduğuna dikkat çekmiştir. Muhabirin sadece haberi hazırlayan kişi mi yoksa o haberin alt metninde yatan mesajları okuyucuya aktaran kişi mi olduğu noktasında iki ayrı düşüncenin var olduğunu belirtmiş ve şunları söylemiştir:

"[...] Aynı zamanda bir televizyon kanalında, A Spor'da Fenerbahçe üzerine yorumlar da yapıyorum. Ama gazetede görevimden bahsedersen, gazetede görevim muhabirlik. Haber vermek. Ben birinci taraftan yanayım. Yani ben Fenerbahçe seçimi özelinde Ali beyin de söylediğini, Aziz beyin de söylediğini eksiksiz bir şekilde aktarıysam ben görevimi yapmışımdır. Onu okuyan okuyucu kendi köşe yazısını kendisi yazacak. Diyecek ki; "Ali Koç burada bunu anlatmaya çalışıyor, Aziz Yıldırım burada bunu anlatmaya çalışıyor." Şimdi ben insanları o haberin içine ekleyeceğim bir yorumla yönlendirmeye çalışırsam - benim şahsi fikrim bu, farklı düşünenler olabilir- ben görevimi yapmamış olurum. Ya da görevimi kötüye kullanmış olurum. [...]"

Fanatik gazetesi yazarı Zafer Büyükavcı Fenerbahçe başkanı olabilmek için iki güçlü adayın yarıştığına dikkat çekmiştir. Aziz Yıldırım'ın İlhan Cavcav'dan sonra en uzun süre koltukta kalan başkan olduğunu hatırlatmış ve tarihe geçtiğini söylemiştir. Diğer aday Ali Koç'unda önemli bir isim olduğunu belirtmiş ve "[...] Adaylar o kadar güçlüydü ki, o kadar hakkının verilmesi gerekiyordu ki o yüzden işte insanlar her şeyi hesaplayarak gitmek zorunda kaldılar. [...]" ifadelerini kullanmıştır.

Sabah gazetesi yazarı Hıncal Uluç başkanlık seçimleri ile ilgili haberlerde yoruma yer verilmemesini şöyle açıklamaktadır:

"Bizim medyamız her dalda, yani çıkıp sahnede stand-up yapan sanatçıyı bile kendi siyasi fikrine göre değerlendiriyor. O hale geldik artık. Burada da neyin ne olduğunu bilemedikleri,

göremedikleri için mümkün olduğu kadar kenarda kalıp ona göre haber vermeyi ve yorum yapmayı tercih ettiler. Hepsi bu kadar basit.”

8.3.2. Köşe yazarlarının tarafsızlığı

Belirlenen 6 gazetede yayımlanan köşe yazıları incelendiğinde herhangi bir adayı destekleyen ya da karşıt yazıların çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Görüşülen yazarlara köşe yazarlarının tarafsızlığı hakkındaki fikirleri sorulmuştur. Verilen cevaplarda köşe yazarlarının tarafsız olamayacağı ve herhangi bir konudaki taraflı görüşün açıklanmasında bir sakınca olmadığı görüşü öne çıkmaktadır. Fotomaç gazetesi yazarı Ertem Şener’in bu konudaki görüşleri ise şunlardır:

“Bu konuda tarafsızlık diye bir şey yoktur. Zaten tarafsızlık aslında tarafsızlıktır. Ben mesela Ali Koç’u destekliyorsam bu benim tarafsızlığımdan kaynaklanır. Yani bu bana kalemimin vermiş olduğu özgürlüktür. Vicdanı hür bir şekilde bir şeyleri düşünebiliyorsam onu yazma zorunluluğu hissederim. Ben eğer Ali Koç’un daha iyi şeyler yapabileceğini düşünüyorsam bu benim tarafsızlığımdan kaynaklanır. Medya felsefesi diye bir şey vardır, basın felsefesi diye. Bu felsefeye girer. Çok derindir konu. Ben Aziz Yıldırım’ın hata yaptığını, 20 yılda çok iyi işlerin yanında hatalar yaptığını ama hataların, eksilerin artıları geçmeye başladığını düşünmeye başladığım zaman kalemimin yönü Ali Koç’a dönüyorsa o zaman bu benim için farklı özelliklerin bir araya gelmesine sebep olur. Nedir bu? Fenerbahçe’nin menfaatlerini düşünmem, sporunun menfaatlerini düşünmem. Diğer menfaatler başka bu başka. O altı kırmızı kalem ile çizilmesi gerekir. Bu çok önemli ve hassas bir konu bence.”

AMK gazetesi yazarı Abdullah Eğilmez bir inanç ve bakış açısı doğrultusunda herhangi bir adayın savunulmasının gayet normal olduğunu söylemiştir. Ancak bu durumun karşılığında bir menfaat söz konusu olursa bunun gazetecilik etiğine yakışmayacağını belirtmiştir. Ayrıca köşe yazarı görüşünün kurumu değil kendisini bağladığını da sözlerine eklemiştir. Fotomaç gazetesi yazarı Erman Toroğlu’nun bu konudaki görüşleri ise şunlardır:

“Köşe yazarları tarafsız olmalı ama ne kadar? Öyle bir yer gelir ki taraf tutarsınız. Yani tarafsız olacağım diye bitaraf da olmayacaksınız. İnandığınız adaya da ben bu adaydan tarafım diyeceksiniz. Mesela ben bu seçimlerde çok net Ali Koç tarafındaydım. Hatta biraz fazla iddialydim bana şimdi diyorlar ki; “boyunun ölçüsünü aldın mı? [...]”

Fanatik gazetesi yazarı Zafer Büyükavcı köşe yazarlarının taraf olabileceğini şu şekilde dile getirmektedir:

“[...] Hakaret etmediği sürece müdahale etme şansım yok bir yönetici olarak. Ve bu açıdan bakarsak köşe yazarları bence taraf olabilir, olmalı. Doğru ya da yanlış. İmzasını atabildiği

sürece, tetikçilik yapmadığı sürece, kendi fikirlerini yazabildiği sürece taraf olmalıdır. Kendi fikri olmalı köşe yazarının. Zaten onu diğerlerinden ayıran nokta bu. Kendi fikri yoksa o yazıyı da yazmasın zaten.”

Fotomaç gazetesi yazarı Gürcan Bilgiç tarafsızlığın mümkün olmadığını şu sözlerle ifade etmiştir:

“Bakın tarafsızlık diye bir şey yoktur, köşe yazısında da yoktur. Objektif olunabilir ama mesela ben de taraftım. Yani Ali Koç’un gelmesini istiyordum çünkü onun ufkunun, vizyonunun Fenerbahçe’yi daha büyüteceğini inanıyorum. Ve yazılarımı yazarken de görüşlerimi belirtirken de bunları açık açık yazdım orada. Aziz beyi eleştirdim, misyonunun bittiğine inandım. Kulübü iyi bir yere götürmediğine inandım, kötü yönettiğini belirttim ve bu değişimin olması gerektiğini söyledim köşe yazımda. Yani köşe yazarı tarafsız değildir. Haberler objektif olur, yorum da tarafsızlık diye bir şey olmaz. Orada fikrini belirteceksin. Bir taraf doğru yapmışsa yani beğenmediğin bir taraf bile olsa onu söyleyeceksin. O da meslek ahlakıdır yani tarafsızlıkla ilgisi yoktur.”

Sabah gazetesi yazarı Hıncal Uluç köşe yazarlarının tarafsız olamayacağını söylemiştir. Tarafsız olan kişinin zaten spordan hoşlanmayacağını belirtmiştir. İnsanın doğasında her şeyi müsabakaya çevirmek olduğunu ve bu nedenle spor yazılarında tarafsızlığın mümkün olmadığını ifade etmiştir. Hıncal Uluç objektif olmanın önemli olduğunu vurgu yaparak sözlerine şu şekilde devam etmiştir:

“[...] Ben 50 yıllık gazeteciyim. Hayır efendim ben Galatasaraylıyım. Bunu da iftiharla söylüyorum. Türkiye’de de ilk söyleyen adamım ben. Herkes tarafsız ayağına her türlü taraflıyken, ben onları gayet iyi bilirken okurun karşısına ben tarafsızım diye çıkıldı. Kimse kimseyi aldatmasın dedim. İşte ben Galatasaraylıyım. Sarı-kırmızı kaşkolümü taktım, gittim basın tribününe oturdum. Resimlerim çıktı bu ne diye. Evet.. Siz de takın herkes bilsin. Hıncal Uluç’un Galatasaraylı olduğunu bilerek okuyor Hıncal’ı okuyan. Ha bu adam Galatasaraylı deyip ona göre değerlendiriyor. Ama ötekini tarafsız diye okuyor. Halbuki o Hıncal’dan beş beter taraflı. Aldatmaya hakkınız var mı? Ondan sonra ötekiler de başladılar taraflarını açıklamaya. Şimdi dengelendi iş. Önemli olan taraflı tarafsız olmak değil. Önemli olan olabildiğince objektif olmak. [...]”

AMK gazetesi muhabiri Sercan Hamzaoglu spor basınında tarafsızlığın söz konusu olmadığını, herkesin bir düşüncesi ve tarafı olduğunu dile getirmiştir. Herhangi bir yazarın mevcut yönetim ve başkanın doğru bir profil olduğunu düşünmesi halinde yazılarını o çizgide sürdüreceğini, bir başka yazarın ise o profilin doğru olmadığını görerek aleyhte yazı yazabileceğini, bunun yanlış olmadığını ve düşüncelerin yazılara özgürce yansıtılabileceğini ifade etmiştir. Sabah gazetesi yazarı Dilek Güngör köşe

yazarlarının tarafsız olması gerektiğini söylemiştir. Fenerbahçe başkanlık seçimi ile ilgili yazılan yazıları çok takip etmediğini ancak taraf tuttuklarını düşünmediğini belirtmiştir. Köşe yazarının objektif olmak zorunda olduğunu düşünen Dilek Güngör herhangi bir aday hakkında olumsuz bir şey yazıldığında diğer adayın desteklenmiş olduğunu ve bu durumun doğru olmadığını düşünmektedir.

8.4. Sunulan Projeler Bağlamında Adayların Basından Yararlanma Biçimleri

Adayların seçilmeleri halinde hayata geçirmeyi planladıkları, söyledikleri ya da onların dışında haberlerde iddia edilen projeler yazılı basında kendisine yer bulmuştur. Bu bağlamda hangi adayın basından daha iyi yararlandığı noktasında yazar ve muhabirlerin görüşlerine başvurulmuştur. Çoğu yazar ve muhabir projelerin insanlara aktarılması noktasında Ali Koç'un basından daha iyi yararlandığını düşünmektedir.

Sabah gazetesi yazarı Dilek Güngör projeler bağlamında Ali Koç'un daha fazla gündem olduğunu ve öne çıktığını ifade etmiştir. Dilek Güngör sözlerine şöyle devam etmiştir:

“[...] Gazeteler Ali Koç'u ön plana çıkardı diye söylemiyorum. Aziz Yıldırım'ın da projeleri vardı ama Aziz Yıldırım'ın projeleri “yaptıklarım yapacaklarımın teminatıdır” şeklinde bir şeydi. Ben stadı yaptım, onu yaptım, işte gençlerle ilgili şunu başardım... Biraz daha seçim kampanyasını onun üzerine kurmuştu. Ama Ali Koç biraz daha farklı, daha şirketleşme, Fenerbahçe'yi bir CEO'ya emanet etme... Bunlar başarılı oldu mu seçim sonrasında, başkanlık koltuğuna oturduktan sonra? Çokta başarılı olmadı gerçi o projelerin bir kısmı. Ama Ali Koç'un daha somut, daha farklı projeleri vardı. O yüzden de milletin daha çok ilgisini çekti belki. Fenerbahçe'yi bir şirket gibi yönetiyor olmak ya da başına “Daha kurumsallaştıracağım, bir CEO atayacağım” dedi. O mesela basının daha çok ilgisini çekti, enteresan geldi millete. O yüzden o projeler daha çok yer buldu.”

Hürriyet gazetesi yazarı Fuat Akdağ seçim sürecinde Aziz Yıldırım yönetiminin çok fazla proje ortaya koymadığını ve o güne kadar yapılanların referans gösterildiği bir kampanya sürecinin yaşandığını belirtmiştir. Ali Koç ve ekibinin yeni projeler ortaya koyduğunu, bu projelerin doğal olarak bütün medyada yer aldığını ifade etmiştir. Sabah gazetesi yazarı Ahmet Çakar ise Aziz Yıldırım'ın 20 yıl boyunca yapacaklarını yaptığını ve yapacak fazla bir şey kalmadığını söylemiştir. Ali Koç'un yeni ekonomik kaynaklar ve projeler ile geldiğini, bu nedenle de projeler bağlamında basında daha fazla yer bulduğunu dile getirmiştir.

Fanatik gazetesi yazarı Zafer Büyükavcı ise bu konudaki görüşlerini şu sözlerle ifade etmiştir:

“[...] Ali Koç’un söylediği sözler yeni sözlerdi. Dolayısıyla çok kıymet gördü. Aziz Yıldırım’ın dezavantajı buydu. O 20 yıldır aynı şeyleri söyledi ve dolayısıyla eskidi. Bazı şeyleri eskidi. [...] Hep söylediği şeyleri yeniden söyledi. Çok kıymetliydi belki projeleri ama eskimiş olduğu için kıymet görmedi. Ama Ali Koç yeni bir aday, yeni bir soluk, yeni bir nefes. Dolayısıyla söylediği her söz çok daha olumlu karşılandı ve olumlu olduğunda dolayısıyla Ali Koç’un projeleri basında da çok daha geniş yankı uyandırdı.”

Sabah gazetesi muhabiri Volkan Demir projeler konusunda Aziz Yıldırım’ın daha net olduğunu söylemiştir. Yıldırım’ın bir futbol akademisinden bahsettiğini ve detaylarına inebildiğini, arazisinden söz ettiğini, Belçikalı bir futbol adamıyla anlaştığını belirtmiştir. Volkan Demir ayrıca o dönem mevcut başkan olan Aziz Yıldırım’ın Fenerbahçe başkanlık koltuğunun gücünü kullandığına ve bakanlık seviyesindeki önemli makamlarla görüşerek bazı sözleri daha rahat alabildiğine dikkat çekmiştir. Bu nedenle de projelerin detaylarına daha rahat inmiş olabileceğini belirtmiştir. Ali Koç’un mali durum başta olmak üzere kulübün iç yapısını bilmediğinden dolayı projeleri daha üstün körü geçmiş olabileceğini söylemiştir. Volkan Demir sözlerine şöyle devam etmiştir:

“[...] Ali bey fotoğrafı biraz daha net göremediği için daha üstü kapalı geçti projeleri ile ilgili. Ama aşağı yukarı zaten iki taraf da aynı şeyleri söyledi aslında. Bir taraf Belçikalı bir sportif direktör düşünüyordu. Diğer taraf Comolli’yi getirdi. Bir taraf Gebze futbol akademisi diyordu diğer taraf yeni bir akademi diyordu ama telaffuz etmiyordu. Şimdi onu da telaffuz ediyorlar. Gebze’deki arazi ile ilgili yeni yönetimin çalışmaları var. Aslında birbirlerine paralel düşüncelere sahipler. [...]”

Fotomaç gazetesi yazarı Hakkı Yalçın sunulan projelerin hayata geçirilmesi noktasında her zaman şüphelerin olabileceğini söylemiş ancak Ali Koç’un duruşu ve soyadından dolayı etkili olduğunu ifade etmiştir. Proje adına güven veren kişinin Ali Koç olduğunu ve kongre üyelerinin ona inandığını dile getirmiştir. Sabah gazetesi yazarı Hıncal Uluç ise hiçbir seçimde projelerin dinlenmediğini söylemiştir. Türkiye’nin her seçimde lidere oy veren bir ülke olduğunu hatırlatmış ve seçimleri projelerin değil liderlerin kazandığı ya da kaybettiğini ifade etmiştir.

8.5. Adayların Gazeteciler ile Olan İletişimi

Seçim sürecinde başkan adaylarının gazeteciler ile nasıl bir iletişim içerisinde olduğunu süreci yakından takip eden yazar ve muhabirlerden öğrenmek amaçlanmıştır.

Verilen cevaplara bakıldığında çeşitli görüşlerin ortaya çıktığı söylenebilir. Bunlar arasında herhangi bir adayın gazeteciler ile daha iyi iletişim kurduğu, her ikisinin de iyi ya da kötü iletişim kurduğu, iletişimin sınırlı olduğu ve sadece seçim dönemlerinde gazeteciler ile daha iyi ilişki kurulduğu gibi görüşler belirtilmiştir. Hürriyet gazetesi muhabiri Ahmet Ercanlar Aziz Yıldırım'ın gazeteciler ile daha fazla iletişim içerisinde olduğunu şu sözlerde ifade etmiştir:

“Aziz Yıldırım medya ile çok fazla iletişim kuran bir insan değil normalde. Ama bu seçim sürecinde şunu gördük; bir anda o iletişim arttırdı. Mesela Hürriyet'teki müdürüm Mehmet Arslan ile 9 yıl boyunca hiç konuşmamıştı. Seçim süreci boyunca konuşmaya başladı. Hiçbir şekilde telefonlarına çıkmıyordu, ilişki kurmuyordu. Bir anda ilişki kurmaya başladı. Yine buna benzer birçok medya kuruluşunda hiç görüşmediği, hiçbir iletişim kurmadığı insanlarla iletişim içinde oldu. Ve bunu çok fazla arttırdı. Ali Koç ise bütün toplantılarını medyaya kapattı. Yani son bir haftaya kadar hiçbir medya mensubunu toplantılarına almadı, genelde kapalı devre hazırlandı. Bunun da sebebini şöyle açıkladı; Fenerbahçe'nin bir şampiyonluk mücadelesi vardı. “Bu şampiyonluk mücadelesine zarar vermek istemiyoruz, medyada çok fazla yer almak istemiyoruz, çok fazla polemige girmek istemiyoruz” gibi bir açıklama yaptı. Ben Aziz Yıldırım'ın daha fazla gazeteciler ile iletişim içerisinde olduğunu gördüm, hissettim. Ali Koç'un biraz daha azdı.”

Fotomaç gazetesi yazarı Hakkı Yalçın da seçim dönemlerinde diyalogun arttığını ifade etmiştir. Ancak bu durumun her zamanki ilişkisinin bir göstergesi olmadığını belirtmiş ve şunları söylemiştir:

“[...] Seçim zamanları adaylar farklı resimlerin içine girerler. Bence Ali Koç daha iyi kullandı. Çünkü Aziz Yıldırım'ın vidaları gevşemiş ilişkileri de vardı. İnandırıcı olmadı Aziz Yıldırım. Ali Koç daha sağlam durdu. Yürüyüşü ile, tavıyla. Bak “Nasılsınız?” demek bile... Ben çok dikkat ederim buna. Ali Koç'un “Nasılsınız?” demesi ile Aziz Yıldırım'ın “Nasılsınız?” demesi arasındaki fark, medyadaki ilişkilerinde de vardır normal hayatta da vardır. Ali Koç bir adım hep öndeydi zaten.”

Fanatik gazetesi yazarı Zafer Büyükavcı seçim süreçlerinde bütün başkan adaylarının gazetecileri çok sevdiğini söylemiştir. O süreçte adayların gazeteleri, gazetecilerin kulüpleri ziyaret ettiğini ancak seçimler bittikten sonra tekrar eski ortama geri döndüğünü belirtmiştir. Zafer Büyükavcı sözlerine şöyle devam etmiştir:

“[...] Seçim sürecinde bizler onlar için önemli birer iletişim uzmanıyız. Onlar bizimle iyi olacaklar biz onlarla röportajlar yapacağız, projelerini dinleyeceğiz ve halka aktaracağız. Bizim işimiz bir kamu görevi sonuçta. Dışarıdaki insanı bilgilendirmek. Ama biz aynı

kişilerden seçim sonrasında da bu yakınlığı görmek istiyoruz. Çünkü bizler kötü insanlar değiliz. Kötü işler de yapmıyoruz. Bu tutarsızlıkta onların ayıbı olsun o zaman.”

Gazeteciler ile olan iletişimin sınırlı olduğunu düşünen Sabah gazetesi muhabiri Volkan Demir şunları söylemiştir:

“Gazeteciler ile olan iletişimi iki başkanın da çok sınırlıydı. Ben Fenerbahçe’yi takip eden gazetecilerden bahsediyorum, kendimden bahsediyorum en başta. Yanlış bilmiyorsam Ali beyle de üç kez Aziz beyle de üç kez görüştüm seçim sürecinde. Bence daha fazla görüşmeleri, daha fazla kendilerini anlatmaları gerekiyordu. Ama artık dijital medya diye bir gerçek hayatımıza girdi ve bu gerçekle tüm Fenerbahçe taraftarına aynı anda ulaşabilme imkânınız var. Sadece Fenerbahçe seçimlerinde değil genel olarak yazılı medya yıllardır kan kaybeder bir durumda. O yüzden biraz sınırlıydı, eskiye oranla daha azdı. Daha fazla görüşmeleri ve daha fazla aktarımda bulunmaları gerekiyordu diye düşünüyorum.”

AMK gazetesi muhabiri Sercan Hamzaoglu ise çok iyi bir iletişim olmadığını düşünmektedir. Spor basınının genel anlamdaki en büyük sorunun iletişimsizlik olduğunu ve haber yapma anlamında çok zor bir dönemden geçildiğini ifade etmiştir. Sabah gazetesi yazarı Ahmet Çakar ise mevcut başkan Aziz Yıldırım’ın iletişim anlamında zaten kötü olduğunu, Ali Koç’un ise çok fazla gazeteciler ile iletişim kurmadığını söylemiş ve her iki adayın kötü bir iletişim süreci geçirdiklerini belirtmiştir.

8.6. Gazetecilerin Süreç İçindeki Etkinliği ve Çalıştıkları Kuruluşların Bu Süreçteki Tutumları

8.6.1. Gazetecilerin başkan adayları ile olan iletişimi

Görüşülen yazar ve muhabirlere seçim sürecinde adaylar ile direkt iletişim kurup kurmadıkları sorulmuştur. Bazı yazar ve muhabirler her iki adayla bazıları ise tek bir aday ile iletişim kurduğunu söylemiştir. Her iki adayla iletişim kurmadığını belirten yazarlar da vardır. Fotomaç gazetesi yazarı Gürcan Bilgiç sadece Ali Koç ile iletişim kurduğunu ifade etmiştir:

“Bir tek Ali Koç ile gazeteyi ziyaret ettiğinde iletişim kurdum. Başka olmadı yani. Aziz Yıldırım’la da olmadı. O da ziyaret etti ama ben yoktum. Ama eskiden medyanın önde gelen isimleri, Fenerbahçe yazarları, muhabirleri ile en azından bir sohbet toplantısı, bir yemek, çay, kahve, bir kahvaltı düzenlerdi başkan adayları. Kendilerini ifade etmek ve o sorulara direkt cevap vermek adına. Bu süreçte ikisi de yapmadılar öyle bir şey.”

Fotomaç gazetesi yazarı Erman Toroğlu ve Sabah gazetesi yazarı Hıncal Uluç her iki adayla da görüşmediğini belirtmiştir. Erman Toroğlu “İşim olmaz benim, bu işlere

girmem. Karşı taraftan konuşma talebi gelirse hay hay. Ama ben konuşma talebini iletmem. [...]” ifadelerini kullanırken Hıncal Uluç da “Ben hiç o işlere girmem. Hiçbir seçimde, ne siyasi ne sanatsal ne sportif hiçbir seçimde... Uzaktan bakıp neyse düşüncem onu yazarım.” şeklinde düşüncelerini dile getirmiştir.

Sözcü gazetesi muhabiri İrfan Yirmibeş her iki adayla da iletişim kurduğunu şöyle anlatmıştır:

“Tabi bizim gazeteye geldiler ve kendileri ile röportaj yaptık. Bu röportajlarda istediğimiz soruları kendilerine sorduk. Yapmak istedikleri projeleri sorduk. Onlar da bize eğer seçilirlerse neler yapmak istedikleri konusunda açıklamalar yaptılar. Biz direkt iletişim kurabildik. [...]”

8.6.2. Çalıştıkları kurumların adaylara olan yaklaşımları ile ilgili gazetecilerin düşünceleri

Görüşülen yazar ve muhabirlere sorulan bir başka soru ise çalıştıkları gazetelerin herhangi bir adaya karşı olumlu ya da olumsuz bir yaklaşımı olup olmadığıdır. Çoğunlukla çalıştıkları basın kuruluşlarının her iki adaya da eşit davrandığını belirtmişlerdir. Hürriyet gazetesi yazarı Fuat Akdağ “[...] Eleştiri ile olumsuz tavır almak arasındaki farkı iyi belirlememiz lazım.” sözleriyle çalıştığı gazetenin herhangi bir adaya karşı olumlu ya da olumsuz bir tavır içinde bulunmadığını belirtmiştir. Sabah gazetesi yazarı Dilek Güngör ise “Bizim gazete de objektif davrandı diye düşünüyorum. Herkese eşit mesafede davrandı.” sözleriyle bu konudaki görüşünü dile getirmiştir. AMK gazetesi muhabiri Sercan Hamzaoglu ise her iki adaya da eşit yaklaşıtlarını şu sözlerle ifade etmiştir:

“İki tarafa da eşit gittik biz. Adaylar belirlenince, Fenerbahçe seçim süreci başlayınca bizim şirketimizin spor müdürü sayın Bahadır Çoşışler bize “Biz iki adaya da eşitiz. Biz de Aziz Yıldırım ne kadar yer alacaksa Ali Koç da aynı yeri alacak. Bu eşitlik doğrultusunda politikamıza devam edeceğiz” dedi ve Türkiye’de bunu tek yapan gazete Sözcü gazetesi oldu.”

8.6.3. Yayımlanan metinlere ilişkin editoryal süreç

Başkanlık seçimleri ile ilgili kaleme alınan haber ya da köşe yazılarında editoryal sürecin nasıl işlediğini belirlemek ayrı bir önem arz etmektedir. Görüşme yapılan toplam 14 muhabir ve köşe yazarının 13’ü editoryal müdahale ile karşılaşmadığını belirtmiştir.

Hürriyet gazetesi muhabiri Ahmet Ercanlar ise o süreçte maruz kaldığı müdahaleyi şu sözlerle anlatmıştır:

“Karşılaştım. Yani şöyle; bazı şeyler görülmedi. Bazı şeyler haber yapılmak istenmedi. Yaptığım bazı haberler sonrası on gün boyunca imzam çıkmadı mesela gazetede. Haberlerim girmedi. Büyük olaylar oldu yani. Haberlerim girmediği için sosyal medyada trend topic oldum. Çok büyük sıkıntılar yaşandı. Editoryal müdahale ile karşılaştım ama sonunda dengeyi bulduk.”

8.7. Spor Basınının Kazanımları

Kamuoyunun yoğun ilgi gösterdiği Fenerbahçe başkanlık seçimlerinden spor basınının nasıl bir kazanım elde ettiği merak konusudur. Seçimin ilk kez stadyumda yapılması ve kongreye yoğun katılım olması sebebiyle yeni bir tecrübe kazanıldığı düşüncesi ön plana çıkmaktadır. Ancak spor basının bu süreçte bir kazanım elde etmediğini düşünen yazarlar da vardır. Fotomaç gazetesi yazarı Hakkı Yalçın bu konudaki görüşünü şöyle ifade etmiştir:

“Spor basınının kazanımı ne olabilir? Bence yeni bir kan geldiği zaman okuyucu sayısında bir artış oluyor. Çünkü niye? Artık Aziz Yıldırım’ın yerine ya da yanlışı ile eskimiş ve artık heyecan vermeyen bir başkanın yerine yeni bir başkan. Söylemler falan... Bunun yansıttığı pozitif bir enerjinin olduğunu düşünüyorum. [...]”

Fanatik gazetesi yazarı Zafer Büyükcavcı statta yapılan bir kongreyi takip etmenin yeni bir tecrübe olduğunu belirtmiştir. Kongreye çok iyi hazırlanıldığını ve hiçbir kargaşanın yaşanmadığını, basının giriş yapabileceği ya da yapamayacağı alanların belli olduğunu söylemiştir. Baştan sona güzel bir kongre olduğunu ve basının mutlaka bir kazanım elde ettiğini ifade etmiştir. Hürriyet gazetesi yazarı Fuat Akdağ ise görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

“Tabi ki bir kazanım elde etti. Ben bunu hatta bir yazımda da ele almıştım. İki tane güçlü başkan adayının büyük bir çekişmesi olacak dolayısıyla da bu spor medya mensubu için çok keyifli bir süreç. Hem gazetelerde hakikaten bu rekabetin takip ediliyor olması gazete satışlarına, televizyon izlenmelerine, reytinglere büyük katkısı olduğunu düşünüyorum. Tabi ki oldu.”

Sabah gazetesi muhabiri Volkan Demir spor basının bir kazanım elde ettiğini düşünmektedir:

“Kesinlikle. [...] Tarihte var mı stadyumda yapılan seçim? Türkiye’de yok diye hatırlıyorum. Bir Bursaspor’un var ama katılım bu kadar yüksek değil. Onlar salon bulamadığı için

stadyumda yapmışlar. Burada salon var, salon yetmediği için stadyumda yapılan bir seçim var. Benim açımdan da çok enteresan oldu. Üyelerin arasında dolaşıyoruz, herkes farklı bir havada. Çok enteresandı yani. Şimdi sabah giriyorsun orada bir de her şey açık. Aziz bey de açık, Ali bey de açık. Orada net bir şekilde gözlemleyebiliyorsun her şeyi. Öncesinde neler planladıklarını, nasıl hamleler yaptıklarını, seçim ile ilgili nasıl çalışmalar yürüttüklerini. [...]"

Sözcü gazetesi muhabiri İrfan Yirmibeş spor basının bir kazanım elde ettiği düşünülmektedir:

"[...] Belki de Fenerbahçe tarihinin en fazla kongre üyesinin katıldığı bir başkan seçimiymiş. Stadın bir tribünü tamamen doluydu. 20 bini aşkın kongre üyesi oy kullandı. Benim için önemli bir andı muhabirlik geçmişim için. Biz o gün akşam saatlerine kadar kongreyi takip ettik. Dediğim gibi 17 yıl içerisinde ben ikinci başkanı gördüm. Normalde üç yılda bir Fenerbahçe başkanlığı yapılır. Düşünün 3 yılda bir Fenerbahçe başkanlığı yapılıyor ve 17 yıl içerisinde ilk defa yeni bir başkan gördüm. Bu benim için ayrı bir önem arz ediyordu."

Sabah gazetesi yazarı Hıncal Uluç yaşanan kongre süreci ile beraber spor basının bir kazanım elde etmediğini şu sözlerle dile getirmiştir:

"Spor basının kazanacak, kaybedecek hiçbir şeyi kalmadı. Senin yerinde olsam ben tezimi bu spor basını niye bu hallere düştü diye yapardım. Ben sana sorayım. Okuduğun herhangi bir şey, haber ya da yorum. İnanıyor musun? Bitti, başka sorum yok."

9. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma kapsamında 2-3 Haziran 2018 tarihlerinde gerçekleşen Fenerbahçe başkanlık seçiminde basının kamuoyu oluşturma işlevi bağlamında nasıl bir rol oynadığı detaylı bir şekilde incelenmiştir. Güçlü bir sivil toplum örgütü olan Fenerbahçe Spor Kulübünde yaşanan bu seçim; milyonlarca kişinin seçim sürecini takip etmesi, basının yoğun ilgi göstermesi ve ülkenin önde gelen isimlerinin taraf olarak fikirlerini beyan etmeleri bakımından önemli bir olaydır. Ayrıca bugüne kadar spor basını alanında yapılan araştırmaların çoğu belirli konular etrafında toplanmaktadır. Bunlar genelde şiddet, eril söylem, fanatizm, ırkçılık, cinsiyet ayrımı, milliyetçilik, ekonomi politik gibi konular olarak ifade edilebilir. Literatür taraması sonucunda spor kulüplerinde gerçekleşen başkanlık seçimleri hakkında bugüne kadar yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Tekrarlanan konuların dışına çıkılması bakımından bu çalışmanın alan yazına farklı bir konuyu getirdiği söylenebilir.

Çalışmanın kuramsal bölümünde futbolun tarihi ve endüstriyel futbol, Fenerbahçe tarihi, spor basını tarihi, basının kamuoyu oluşturma işlevi, metot bölümünde ise içerik analizi ve derinlemesine görüşme konuları yer almıştır. Metin analizine odaklanan bölümde ise daha önceden belirlenen 6 gazetede Fenerbahçe başkanlık seçimleri ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve daha sonra ise metin analizine tabi tutulan gazetelerde çalışan muhabir ve köşe yazarları ile yapılan derinlemesine görüşmelerin analizleri sunulmuştur.

Fenerbahçe başkanlık seçiminin yazılı basında nasıl yer aldığına odaklanan bu çalışmada, Sabah, Sözcü, Hürriyet, Fotomaç, AMK ve Fanatik gazetelerinin başkan adayları ve seçim süreci ile ilgili yayımladığı haber ve köşe yazıları incelenmiştir. Her medya grubundan biri spor biri ulusal gazete olmak üzere iki gazete seçilmiştir. Bu gazeteler tiraj oranlarına göre belirlenmiştir. İncelenen haberler son 1 ayı, köşe yazıları ise 9 aylık bir süreci kapsamaktadır. Yayımlanan köşe yazılarının sayıca haberlerden daha az olması ve bu konuda görüş belirtmiş tüm yazarlara ulaşılabilmesi amacıyla bu farklı zaman aralıkları tercih edilmiştir. İncelenen haber ve köşe yazılarına Prnet Medya Takip Merkezinin veri tabanı üzerinden ulaşılmış ve toplam 136 haber metni ve köşe yazısı çalışmada yer almıştır.

Metinlerin gazetelere göre dağılımına bakıldığında son 1 ayda yayımlanan haber sayısının 96 olduğu görülmektedir. Spor gazetelerinin yanı sıra ulusal gazetelerde de bu konuya geniş bir şekilde yer ayrılmıştır. Ulusal gazetelerde spor haberlerine ayrılan alan sınırlı olsa da incelenen gazetelerde Fenerbahçe başkanlık seçimlerine spor gazeteleri kadar ilgi gösterildiği belirlenmiştir. Spor gazetelerinde yayımlanan haber sayısı 49, ulusal gazetelerde ise 47'dir. Fenerbahçe başkanlık seçimlerine ilişkin haberler her gazete özelinde ortalama iki günde bir okuyucuya aktarılmıştır. 9 ayda yayımlanan köşe yazılarının sayısı ise toplam 40'dır. Haberlere oranla daha geniş bir zaman aralığının tercih edilmesi ve seçilen gazetelerin en yüksek tiraja sahip gazeteler olmalarına rağmen bu konu hakkında kaleme alınan köşe yazısı sayısının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bir başka önemli nokta ise ulusal gazetelerde bu konu hakkında daha fazla sayıda yazının yayımlanmış olmasıdır (f:25). Tematik yayın yapan ve bütün sayfalarında spor dünyasında yaşanan gelişmelere yer veren spor gazetelerinde Fenerbahçe Spor Kulübünde gerçekleşen başkanlık seçimi ile ilgili 9 ayda sadece 15 köşe yazısının kaleme alınmış olması dikkat çekicidir. Ulusal gazetelerde birçok köşe yazarının bu konu

hakkında görüş belirttiği görülürken spor gazetelerinde bu sayı oldukça sınırlıdır. Birkaç kez bu konu hakkında yazan yazarların yine ulusal gazetelerde çalıştıkları görülmektedir. Bu yönüyle bakıldığında spor gazetelerinde çalışan yazarların çoğunlukla bir kez bu konuya değindikleri görülmektedir. Ayrıca bu konu hakkında en çok yazı kaleme alan kişi AMK gazetesi yazarı Sercan Hamzaoglu'dur (f:5).

Adaylar özelinde yapılan haber sayılarına bakıldığında 96 haberin 65'inde Aziz Yıldırım, 61'inde ise Ali Koç hakkında bilgiler yer almaktadır. Haber sayıları bağlamında yazılı basının adaylara hemen hemen aynı oranda yer verdiği ve bu anlamda dengeli bir yaklaşım içinde olduğu görülmektedir. Son bir ayda yayımlanan haber sayılarına bakıldığında gazeteler tarafından herhangi bir adayın çoğunlukla öne çıkarılmadığı belirlenmiştir. Ancak Fotomaç gazetesi için aynı durum söz konusu değildir. Fotomaç gazetesinde yayımlanan 13 haberin sadece 4'ü Ali Koç hakkında bilgiler içermektedir. Diğer gazetelerde her iki adaya da hemen hemen aynı oranda yer verildiği görülmektedir. Bu yönüyle Fotomaç gazetesinin adaylara eşit şekilde yer vermediği ve diğer gazetelerde olduğu gibi dengenin kurulamadığı belirlenmiştir.

Gazetelerin adaylara yönelik bakış açılarının nasıl olduğu incelenmiş ve tüm haber metinlerinin destekleyici ya da eleştirel olmadığı görülmüştür. Haber içeriklerinde adayların açıklamalarına geniş bir şekilde yer verilmiş ve yorumlardan kaçınılmıştır. Adayların taraftar ve kongre üyeleri ile bir araya geldiği toplantılarda, katıldıkları televizyon programlarında ya da kendileri ile gerçekleştirilen özel röportajlarda yaptıkları açıklamalar manşet ve içerikleri oluşturmuştur. İncelenen köşe yazılarında ise haberlerden farklı olarak eleştirel ya da destekleyici metinlerin daha fazla olduğu görülmüştür (f:24). Köşe yazılarında en çok eleştirilen ve desteklenen aday Aziz Yıldırım olmuştur.

Elde edilen veriler ışığında derinlemesine görüşme gerçekleştirilen köşe yazarı ve muhabirlere köşe yazarının tarafsızlığı hakkında sorular yöneltilmiştir. Çoğunlukla köşe yazarının tarafsız olamayacağı ve herhangi bir konu hakkında kişisel yorumunu yapmasında bir sakınca olmadığı cevabı alınmıştır. Haberde yorum yapmamaya özen gösterdiklerini belirten muhabirler ise adayların yaptıkları açıklamaları olduğu gibi aktarmakla yükümlü olduklarını söylemişlerdir. Destekleyici ya da eleştirel yorumların köşe yazılarında yapılabileceği düşüncesi ön plana çıkmıştır.

Haber yazımında üzerinde durulan ve genel olarak kabul gören düşünce haberde yoruma yer verilmemesi gerektiğidir. Bu görüşün temelinde objektiflik olgusu yer almaktadır. Haberi yazan kişinin görüşlerini belirterek yorumda bulunması objektiflik ilkesi ile örtüşmeyeceğinden haberde yoruma yer verilmemesi gerektiği belirtilmektedir (Bülbül, 2000, s. 215). Köşe yazılarında ise haberlerden daha farklı bir durum söz konusudur. Haber metinlerinde herhangi bir konunun verilere dayandırılması ve gerçeklerin olduğu gibi aktarılması gerekmektedir. Köşe yazılarında yapılan yorumlar yazarın herhangi bir konuda kendi düşüncelerini belirttiği ifadelerdir. Haberlerde yer alan bilgilerin gerçekliği kanıtlanmalıdır ancak yorumlar kişiden kişiye farklılık gösterebileceği için bunların ne kadar doğru olduğuna ilişkin bir eleştiri yalnızca belirli bir noktaya kadar getirilebilecektir. Ayrıca gazetede konuları itibarıyla muhabir ile köşe yazarları arasında birtakım farklılıklar söz konusudur. Bir olayın haberleştirilmesinde belirleyici olan etkenlerden biri de sahiplik yapısıdır. Haberi yazan kişi bu durumu göz önünde bulundurmak zorundadır. Aynı durum köşe yazarları içinde geçerli olsa da kimi durumlarda gazetede hâkim ideoloji ile örtüşmeyen köşe yazılarının kaleme alındığı görülebilir (Özkır, 2016, s. 40-41).

Haberin önemli unsurlarından biri de fotoğraftır. Çalışmada incelenen haberlerin neredeyse tamamında fotoğraf kullanılmıştır (f:95). Köşe yazılarında ise bu durum doğal olarak tam tersidir. 40 köşe yazısının yalnızca 5'inde fotoğraf kullanılmıştır. Aynı köşe yazısında gündemi meşgul eden ve birbirinden bağımsız birçok konuya yer verilebilmekte ve öne çıkan konu başlığına dair fotoğraflar tercih edilmektedir. Ayrıca spor gazetelerinde yayımlanan köşe yazılarının hiçbirinde fotoğraf kullanılmadığı belirlenmiştir.

Haber ve köşe yazılarında öne çıkan konu başlıkları arasında farklılıklar görülmektedir. Haber içeriklerinde 27, köşe yazılarında ise 26 konu başlığı belirlenmiştir. Haberlerde öne çıkan konu başlıkları kulübün ekonomik yapısı ve borç durumu, adayların projeleri ve yeni sezon yapılanmasıdır. Köşe yazılarında öne çıkan konu başlıkları ise 3 Temmuz Fetö kumpası / Yargıtay süreci, seçime ve adaylara ilişkin yapılan değerlendirmeler ve seçim sürecinin futbol takımının başarısına olan etkisidir. Haberlerde öne çıkan konuların seçim sürecinin doğal bir parçası olduğu söylenebilir. Siyaset, sanat ya da farklı alanlardaki seçim dönemlerinde adayların mali konular hakkında yaptıkları açıklamalar, sundukları projeler ve nasıl bir gelecek tasarladıkları çeşitli haberlere konu

olmaktadır. Dolayısıyla öne çıkan konu başlıkları seçim atmosferinin doğal bir parçasıdır ve diğerleri ile benzerlikler taşımaktadır.

Köşe yazıları 9 aylık bir zaman diliminde ele alınmıştır. Süreç içinde birçok konu ön plana çıkmış ve değişen gündeme göre çeşitli konularda yazılar kaleme alınmıştır. Bu zaman aralıkları göz önünde bulundurulduğunda haber ve köşe yazılarında farklı konuların ön plana çıkması gayet doğaldır. Ayrıca köşe yazarları için öncelikli olan konular haberlerde yer alan konular ile benzerlik taşımayabilir. Haber içerikleri daha çok güncel meselelerden oluşmaktadır ancak köşe yazarları gündemden bağımsız ve kendi hassasiyetleri çerçevesinde yazılar kaleme alabilir. Dolayısıyla zaman aralığı dışında belirleyici olan başka etkenler de dikkate alınmalıdır.

Seçim sürecinde adaylar ile özel röportajlar da gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında incelenen tüm gazetelerde her iki aday ile röportaj yapıldığı görülmüştür. Röportajların tümü başkanlık seçimine bir hafta kala yayımlanmıştır. İçeriklerin uzunluğu çoğunlukla 2 ila 3 sayfa arasında değişmektedir. İncelenen 6 gazetenin özel röportaj konusunda adaylara eşit yaklaştığı ve söz hakkı tanıdığı görülmektedir. Siyasi seçim dönemlerinde basın kuruluşlarının kendi ideolojilerine yakın adayları destekledikleri ve tek taraflı bir yayın politikası benimsedikleri görülebilmektedir. Dolayısıyla detaylı değerlendirmeler ya da özel röportajlar tek bir aday üzerine yoğunlaşmaktadır. Buradan hareketle yazılı basının Fenerbahçe başkanı olabilmek için yarışan adaylara daha farklı bir tutum sergilediği görülmektedir.

Muhabir ve yazarlar ile gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerde ise Fenerbahçe Spor Kulübünün başkan odaklı bir camia olduğu vurgulanmıştır. Aziz Yıldırım'ın 20 yıl boyunca görevde kaldığı belirtilirken diğer spor kulüplerinde başkanların sık sık değiştiği belirtilmiştir. Ayrıca her spor kulübü için ön plana çıkan figürler değişiklik göstermektedir. Bazı kulüplerde antrenörlerin bazılarında ise oyuncuların ön planda olduğu görülmektedir. Fenerbahçe Spor Kulübü'nün 100 yılı aşkın geçmişinde öne çıkan birçok önemli futbolcu ve antrenörün olduğu bilinmektedir. Ancak en baskın ve güçlü kişinin başkan olduğu, her şeyin kendisinden beklendiği ifade edilmiştir.

Seçim süreçlerinde adaylar ve gazeteciler birbirlerine ihtiyaç duymaktadır. Bu durum siyaset, spor ve diğer birçok alandaki önemli makamların başkanlık seçimleri için geçerlidir. Basın kuruluşları içerik üretme, adaylar da kendilerini ifade etme ve halkla

ilişki kurma gayesi içindedir. Ancak görüşülen yazar ve muhabirler Fenerbahçe başkanı olabilmek için yarışan Ali Koç ve Aziz Yıldırım'ın yazılı basını etkili bir şekilde kullanmadığını söylemiş ve eleştirmiştir. Taraftar ve kongre üyeleri ile daha çok sosyal medya platformları üzerinden iletişime geçtikleri belirtilmiştir. Görüşülen gazetecilere göre sosyal medyanın sağladığı iletişim ortamı ve gücü bu seçim özelinde yazılı basını gölgede bırakmıştır. Yine bazı yazar ve muhabirler adaylar tarafından herhangi bir toplantıya davet edilmediğini belirtmiş ve bu durumu eleştirmiştir. Bunun dışında gazeteciler ile sadece seçim süreçlerinde diyalog kurulduğu, diğer zamanlarda iletişimin kötü yönetildiği görüşü de ön plana çıkmaktadır.

Sonuç olarak incelenen 6 gazetede yayımlanan haberlerin büyük ölçüde dengeli bir şekilde okuyucuya aktarıldığı görülmüştür. Hemen hemen bütün gazetelerde adaylara aynı oranda yer verilmiş ve her iki aday ile de özel röportaj yapılmıştır. Köşe yazılarında ise destekleyici ve eleştirel yorumlar ön plana çıkmıştır. Köşe yazılarının bir yorum yazısı olduğu düşünüldüğünde, yazarların konuya ilişkin düşüncelerini açıklaması ve herhangi bir adayı desteklemesi ya da eleştirmesi söz konusu olabilir. Görüşme gerçekleştirilen yazar ve muhabirler de köşe yazılarında tarafsızlığın mümkün olmadığını vurgulamıştır. Ayrıca yazarların konuya ilişkin düşünceleri çalıştıkları kurumun ideolojisini yansıtmayabilir. Bu nedenle eleştirel veya destekleyici yazıların varlığı yayın organının objektif olmadığı anlamına gelmeyecektir. Derinlemesine görüşmeler sonucunda basının Fenerbahçe başkanlık seçiminde etkin bir rol oynamadığı düşüncesi öne çıkmaktadır. Muhabir ve yazarlar yazılı basının aksine sosyal medyanın bu süreçte belirleyici bir rol oynadığını vurgulamıştır. Ayrıca her iki adayın yazılı basını etkili kullanmadığı ve süreci sosyal medya üzerinden yönettiği belirtilmiştir. Okuyucunun spor basınına güven duymadığı ve bu nedenle gazetede yayımlanan haber veya köşe yazılarının kongrede oy kullanacak delegelerin karar alma süreçlerini etkilemeyeceği görüşü ön plana çıkmıştır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- Akşar, T. (2005). *Endüstriyel Futbol*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Akşar, T. ve Merih, K. (2006). *Futbol Ekonomisi*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Aladanlı, B. ve Çördük. Ü. (2009). *Futbol Tarihi ve Sporda İlkler*. İstanbul: Yeşil Elma Yayıncılık.
- Arabacı, C. (2004). Basın ve Siyaset Üzerine. M. Işık (Ed.), *Medyada Yeni Yaklaşımlar* içinde (105-128). Konya: Eğitim Yayınları.
- Arık, M. B. (2004). *Top Ekranda*. İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Arikan, R. (2011). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Atalay, A. (1998). *Spor Gazeteciliği*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Authier, C. (2002). *Futbol A.Ş.* (Çev: A. Berktaş). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Aziz, A. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bektaş, A. (2000). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bilgin, N. (2000). *İçerik Analizi*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Boniface, P. (2007). *Futbol ve Küreselleşme*. İstanbul: Ntv Yayınları.
- Böke, K. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Bülbül, R. (2000). *Genel Gazetecilik Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Çakır, H. (2004). Medya ve Etik. M. Işık (Ed.), *Medyada Yeni Yaklaşımlar* içinde (129-140). Konya: Eğitim Yayınları.
- Coşkun, H. (2008). *Fenomen: Aziz Yıldırım ve Liderlik İletişimi*. İstanbul: İmaj Yayınları.
- Dağlaroğlu, R. (1987). *1907-1987 Fenerbahçe Spor Kulübü Tarihi*. İstanbul: Dur Ofset.
- Deringör, H. (2005). *Fenerbahçe Cumhuriyeti ve Cumhurbaşkanları*. İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Dikici, T.S. (2015). *Futbol*. Ankara: Sinemis Yayınları.
- Doğan, Y. (2007). *Fenerbahçe Cumhuriyeti – Dün Bugün Yarın ve Daima*. İstanbul: Doğan Kitap.

- Ebcim, N. (2007). *Fenerbahçe'nin Yüz Yılı – Kara Deryalarda Bir Fenersin*. İstanbul: İleri Yayınları.
- Erdoğan, İ. (1999). Dördüncü Gücün İlettiği. K.Alemdar (ed.) *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar* içinde (s.33-42). İstanbul: Afa Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi Araştırma Tasarımları Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005) *Öteki Kuram*. Ankara: Erk
- Ertuğrul, C. (2013). *Fenerbahçe Tarihi: Tüm Maçlar ve İstatistikler 1907-2012*. İstanbul: Sokak Kitapları.
- Galeano, E. H. (2006). *Gölgede ve güneşte futbol* (Çev: E. Önalp, M. N. Kutlu). İstanbul: Can Yayınları.
- Glesne, C. (2012). *Nitel Araştırmaya Giriş*. (Çev: A. Ersoy ve P. Yalçınoglu). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gökçatı, M. A. (2008). *Bizim İçin Oyna*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güler, A., Halıcıoğlu M.B. ve Taşgın, S. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Habermas, J. (2012). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. (Çev: T. Bora ve M. Sancar). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hatipoğlu, D. ve Aydın, M. (2007) *Bastır Ankaragücü: Kent, kimlik, endüstriyel futbol ve taraftarlık*. Ankara: Epos Yayınları.
- Hiçyılmaz, E. (1985). Türkiye’de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğinin Tarihi. içinde *Spor Basını ve Basında Spor*. İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları.
- Hiçyılmaz, E. (2011). *Fenerbahçe Mazinde Bir Tarih Yatar*. İstanbul: Destek Yayınevi.
- Irak, D. (2015). Sporun Burjuvallaşması: Kitle İletişim Çağında Burjuvazinin Dönüşümü. F. Akcan, N. Bulgu (Ed). *Oyunun Ötesinde: Spor Sosyolojisi Çalışmaları* içinde (s. 289-302). İstanbul: Nota Bene
- Işık, M. ve Akbaba, E. (2004). Medyada Haber Seçimi. M. Işık (Ed.), *Medyada Yeni Yaklaşımlar* içinde (141-156). Konya: Eğitim Yayınları.
- İnceoğlu, Y. ve Özerkan, Ş. (1997). *İletişimde Etkileme Süreci: Seçim Kampanyalarından Örneklerle*. İstanbul: Pan Yayıncılık.
- Montague, J. (2018). *Oyunun Efendileri: Futbolun Süper Zenginlerinin Ölenemez Yükselişi*. (Çev: D. Yurdesin). İstanbul: İthaki Yayınları.

- Kahraman, A. (1995). *Osmanlı Devletinde Spor*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı.
- Kapani, M. (2012). *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Kaya, R. (1999). Medya, Toplum, Siyaset. K.Alemdar (ed.) *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar içinde* (s.23-32). İstanbul: Afa Yayınları.
- Klose, A. (2001). Televizyon futbolu. R.Horak ve W. Teiter ve T. Bora (Ed). *Futbol ve kültürü içinde*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kümbetoğlu, B. (2012). *Sosyoloji ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- McGill, C. (2006). *Futbolun kârhanesi: futbol taraftarların elinden nasıl kayıyor?* (Çev: C. Cemgil). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Mcquail, D. ve Windahl, S. (2005). *İletişim modelleri: kitle iletişim çalışmalarında*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. (Çev: S. Turan). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Meydan, S. (2006). *Sarı Lacivert Kurtuluş Savaşı'nda Fenerbahçe ve Atatürk*. İstanbul: Truva Yayıncılık.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2013). Spor Haberciliği Modülü. Ankara.
-(1991). *Milliyet Spor Ansiklopedisi*. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Sofos Yayınları.
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*. (Çev: S. Özge). İstanbul: Yayın Odası Yayınları.
- Neumann, E. (1997). Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı. S. İrvan (Ed.) *Medya, Kültür, Siyaset içinde* (s. 223-232). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Öztekin, A. (2010). *Siyaset Bilimine Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Perin, M. (1985). Türkiye’de Spor Gazeteciliği ve Haberciliğinin Tarihi. içinde *Spor Basını ve Basında Spor*. İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları.
- Perin, M. (1985). Türkiye’de spor gazeteciliği ve haberciliğinin tarihi. Spor basını ve basında spor 1985 Yılı 7. seminer tutanakları. İstanbul: Hürriyet Ofset.
- Sert, M. (2000). *Gol Atan Galip – Futbola Sosyolojik Bir Bakış*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Somalı, V. (1989). *Teknik-Taktik Yönleriyle Futbol ve Tarihi*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Stemmler, T. (2000) *Futbolun Kısa Tarihi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

- Talimciler, A. (2003). *Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi: Fanatik ve Fotomaç Gazeteleri Örneğinden Hareketle Türkiye Futbol Medyası*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Tanrıkulu, A. (2002). *Fenerbahçe Tarihi - Efsaneleriyle Kahramanlarıyla Rakamlarıyla*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
-(1985). *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Türkiye Futbol Federasyonu. (2003). *Türk Futbol Tarihi* (2.baskı). İstanbul.
- Wahl, A. (2005). *Ayaktopu - Futbolun Öyküsü*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Yamak, O. (2002). *Futbolda Yaşayan Efsane Fenerbahçe - Doksan Dört Yıllık Öykü*. İstanbul: Sinerji Yayınları.
- Yaşar, T. (2008). *Fenerbahçe Tarihi – Türk Futbolunun Asırlık Çınarı*. İstanbul: Nokta Yayınları.
- Yıldırım A. ve Şimşek H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurtsever, G. (2011). *Fenerbahçe: Değişim ve Dönüşüm*. İstanbul: Tortuga Yayınları
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın gündem belirleme gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

MAKALELER

- Akdenizli, B. (2011). İran Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinin Türk Yazılı Basınında Sunumu. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 37-62.
- Akkaya, C. (2008). Küreselleşme ve Futboldaki Dönüşüm. *Ethos*, 1(4), 1-14.
- Alver, F. (2008). Kapitalist üretim sürecinde ırkçılık, futbol ve medya. *İletişim kuram ve araştırma dergisi*, 26, 223-248.
- Arık, M. B. (2008). Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 197-222.
- Arslan, A. (2004). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-12.
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 19, 223-238.
- Büyükbaykal, G. (2004). *Geçmişten Günümüze Türkiye'deki Yazılı Spor Basınında Futbolun Yeri ve Önemi*. İstanbul: İÜ İletişim Fakültesi Yayınları.

- Cenikli, A., Dalkılıç, M., Yiğit, E., Bozkurt, V. (2017). Modern Futbolun Tarihi. *Diyelektolog Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi*, 14, 53-63.
- Doğan, C. (2005). Türkiye’de Futbol Ekonomisi. *İktisat Dergisi*, 463-468, 25-32.
- Erdoğan, İ. (2008). Futbol ve futbolu inceleme üzerine. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26(2), 1-58.
- Gezgin, S. (2002). Medyanın Toplumsal İşlevi ve Kamuoyu Oluşumu. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(12), 11-20.
- Gökçe, O. (1996). Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 14, 211-227.
- Gökdemir, Ö. (2005). Avrupa Futbol Sektörünün Ekonomik Gelişimi ve Türk Futbol Sektörü. *İktisat Dergisi*, 463-468, 18-24.
- Gönenç, A.Y. (2006). Futbol Fanatizmi ve Yazılı Basın. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 24, 25-34.
- Gönenç, E. Ö. (2002). Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Etkisi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 14, 151-158.
- Güler, L. ve Demir, V. (1995). Spor ve Medya İlişkisi ve Türkiye’de Spor Medyası. *Marmara İletişim Dergisi*, 9, 285-306.
- Güngör, A. (2014). Avrupa futbol pazarının ekonomik boyutu ve Avrupa futbol kulüplerinde finansal performans analizi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 133-160.
- Işık, M. (2001). Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu: Bir Örnek Olay Olarak 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri Sonrasındaki Anap-Rp Koalisyon Görüşmelerine Basının Yaklaşımı. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 142-158.
- Karakoç, E. (2002). Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu Örnek Olay: Susurluk. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2 (2), 150-167.
- Kaya, A.Y. (2002). Dünya’da ve Türkiye’de Basının Gelişimi İle Türk Basınında Sporun Haber Öğeleri Açısından İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(3), 161-167.
- Öksüz, O. (2007). Kamuoyu Oluşum Sürecinde Basın-Siyaset Etkileşiminin Etik Açından Değerlendirilmesi: “Kıbrıs Müzakerelerinin Hürriyet Gazetesinde Sunumu”. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5(1), 66-81.

- Özkır, Y. (2016). Türkiye’de Köşe Yazarlığı Olgusunun Tarihsel İzleği. *Marmara İletişim Dergisi*, 26, 37-53.
- Özsoy, S. (2011). Spor Basınının Tarihi ve Türkiye’de 1950’den Günümüze Yaşanan Değişim. *Marmara İletişim Dergisi*, 18, 208-223.
- Paksoy, A. F. ve Şentöregil, M. (2018). Türk Basınında Suriyeli Sığınmacılar: İlk Beş Yılım Analizi (2011-2015). *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11 (1), 237-256.
- Sönmez, M. (2002). Arsadan Borsaya Futbolun Ekonomi Politigi. *Toplumsal Tarih*, 102, 60-63.
- Şen, H. (2013). Futbolun Değişen Yapısı Üzerine Sosyolojik Bir Analiz. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 88-106.
- Talimciler, A. (2008). Futbol değil iş: endüstriyel futbol. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 89-114.
- Tekin, H. H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *Sosyoloji Dergisi*, 3(13), 101-116.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 6(4), 543-559.
- Vural, A. (2000). Basın, kamuoyu ve üniversite, *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 17 (17), 117-126.
- Yıldırım, E. (2018). Medyanın Sonu ve Medya Patikaları, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 30, 217-225.

TEZLER

- Bıyık, A. (2007). Yazılı Basında Görsel Unsurların Haber Dizaynındaki Önemi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oflaz, İ. E. (2017). Futbol Endüstrisi ve Borsa İstanbul’da İşlem Gören Futbol Kulüplerinin Finansal Analizi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TELEVİZYON YAYINI

Ateş, V. (Sunucu). (2018, 21 Mayıs). Akılda Kalanlar. [Televizyon yayını]. İstanbul: Habertürk.

İNTERNET KAYNAKLARI

http-1:<https://www.yenisafak.com/foto-galeri/spor/kulup-kisaltmalarinin-anlami-ne-8546?page=1> (Erişim Tarihi: 10.11.2018)

http-2:<http://www.aljazeera.com.tr/gorus/milyarderler-kulupleri-kar-etmek-icin-almiyor> (Erişim Tarihi: 26.11.2018)

http-3:<https://www.sabah.com.tr/galeri/spor/gelmis-gecmis-tum-fenerbahce-baskanlari-644946679370> (Erişim Tarihi: 26.11.2018)

http-4:<https://www.fenerbahce.org/detay.asp?ContentID=40785> (Erişim Tarihi: 26.11.2018)

http-5:<https://www.ntvspor.net/foto-galeri/aziz-yildirim-20-yil-sonra-koltugu-devretti-5b13d0ec0c0c6e2160dd92b6/1> (Erişim Tarihi: 26.11.2018)

http-6:<https://www.sabah.com.tr/spor/futbol/2018/02/14/fenerbahceyle-gecen-20-yil-aziz-yildirim> (Erişim Tarihi: 26. 11. 2018)

http-7:<https://fenerbahceliyiz.net/ali-y-koc-kimdir/ali-y-koc> (Erişim tarihi: 28.11.2018)

http-8:<https://www.haberturk.com/fenerbahce-nin-yeni-baskani-ali-koc-oldu-her-seyin-basladigi-o-gun-1998718-spor> (Erişim tarihi 28.11.2018)

http-9:<https://www.cnnturk.com/spor/futbol/fenerbahce-krasnodar-macinda-ali-koc-surprizi?page=1> (Erişim tarihi 28.11.2018)

EKLER

EK-1: SPOR GAZETELERİNDE YAYIMLANAN VE İÇERİK ANALİZİ KAPSAMINDA KODLANAN HABERLER		
Tarih	Gazete	Başlık
05.05.2018	Fanatik	KOÇ:SONUNA KADAR DEVAM
08.05.2018	Fotomaç	F.BAHÇE'YE REAL MADRİD MODELİ
10.05.2018	Fanatik	ALİ KOÇ'A KUMPAS VARSA SONUNA KADAR YANINDAYIM
10.05.2018	Fanatik	ISLA'NIN YERİNE RAFAEL SİLVA
13.05.2018	AMK	SİZİN İÇİN ÜZÜLÜYORUM
13.05.2018	Fotomaç	YILDIRIM KOÇ'U TOPA TUTTU
13.05.2018	Fanatik	AZİZ YILDIRIM' DAN ALİ KOÇ'A SALVOLAR
13.05.2018	AMK	SİZİN İÇİN ÜZÜLÜYORUM
14.05.2018	Fanatik	KOÇ'TAN YILDIRIM'A ÇOK SERT YANITLAR
14.05.2018	AMK	GERÇEK YÜZÜNÜ GÖRDÜK
22.05.2018	Fanatik	KRİTİK TARİH 4 HAZİRAN
22.05.2018	Fanatik	ALİ KOÇ'TAN SERT SÖZLER
23.05.2018	Fotomaç	FENER'E YENİ KALECİ: KRUL
23.05.2018	Fanatik	FENERBAHÇE'DE OPERASYON BAŞLADI
24.05.2018	AMK	BANA KUMPAS KURULABİLİR
25.05.2018	AMK	BREMER'E HÜCUM
26.05.2018	Fanatik	KELEPİR YILDIZLAR
26.05.2018	Fanatik	BU YILDIZLAR TAM FENERLİK
26.05.2018	AMK	KOÇ'TAN DEV LİSTE
27.05.2018	AMK	ALİ KOÇ RÜZGARİ
28.05.2018	Fanatik	AYKUT KOCAMAN'I İSTERİM AMA...
28.05.2018	Fanatik	FENERBAHÇE BAŞKANI AZİZ YILDIRIM KONGRE ÖNCESİ İLK RÖPORTAJINI FANATİK'E VERDİ: SON KEZ ADAYIM
28.05.2018	AMK	HODRİ MEYDAN
28.05.2018	AMK	WENGER DANIŞMAN KORKUT HOCA
29.05.2018	Fotomaç	BİR SAYIN CUMHURBAŞKANI BİR DE BEN FETÖ İLE SAVAŞIYORUZ
29.05.2018	Fotomaç	110 FUTBOLCU İZLİYORUZ
29.05.2018	AMK	FETÖCÜ DEMEDİM
29.05.2018	Fanatik	KAZANAN FARK ATAR
30.05.2018	Fotomaç	CUMHURBAŞKANIMIZ SAYESİNDE KURTULDUK

30.05.2018	Fanatik	ADINI ANMAYACAĞIM
30.05.2018	AMK	DÜNYA MARKASI FENERBAHÇE
31.05.2018	Fanatik	AZİZ YILDIRIM: FENERBAHÇELİ VEFALIDIR
31.05.2018	Fanatik	ALİ KOÇ: 4-5 HOCA ADAYIMIZ VAR
31.05.2018	Fotomaç	SORULACAK HESABIM VAR
01.06.2018	Fanatik	YILDIRIM YORGUN KOÇ GERĞİN
01.06.2018	Fanatik	2 ADAY TEK TAKTİK
01.06.2018	AMK	YENİDEN SMOLOV
01.06.2018	AMK	SEÇİLİRSEK UYKU UYUMAYACAĞIZ
01.06.2018	AMK	BİZDEKİ COŞKU ONLARDA YOK
01.06.2018	Fotomaç	AZİZ YILDIRIM 3 TEMMUZ'LA İLGİLİ İSTEYECEKLERİ TAZMİNATI AÇIKLADI: MİLYAR AŞACAK
02.06.2018	Fotomaç	TARİHİ KONGRE BAŞLIYOR
02.06.2018	Fotomaç	FENER İÇİN YÜKSELME VAKTİ
02.06.2018	Fanatik	REYTINGLERDE ALİ KOÇ FARKI
02.06.2018	Fanatik	TARİHİ KONGRE BAŞLIYOR
02.06.2018	AMK	FENERBAHÇE'DE TARİHİ KONGRE
03.06.2018	Fotomaç	KADIKÖY'DE TARİHİ GÜN
03.06.2018	Fanatik	BÜYÜK GÜN
03.06.2018	AMK	KARAR ANI

EK-2: ULUSAL GAZETELERDE YAYIMLANAN VE İÇERİK ANALİZİ KAPSAMINDA KODLANAN HABERLER		
Tarih	Gazete	Başlık
12.05.2018	Hürriyet	KASAYA GÖRÜLMEMİŞ BİR PARA KOYACAĞIZ
13.05.2018	Sözcü	DAHA ÖNCE NEREDEYDİN
13.05.2018	Sabah	YILDIRIM BOMBARDIMANI
13.05.2018	Hürriyet	101 KİŞİ KİM AÇIKLAYIN
14.05.2018	Sözcü	GERÇEK YÜZÜNÜ GÖRÜN
14.05.2018	Hürriyet	O SÖZLER YILDIRIM'IN DEĞİL
22.05.2018	Sabah	KOCAMAN BELİRSİZLİK
23.05.2018	Sözcü	SOKAKTA GEZEMEYECEK
23.05.2018	Hürriyet	VE AYKUT KOCAMAN İSTİFA EDİYOR
24.05.2018	Sözcü	DÜELLONUN ADI KUMPAS
25.05.2018	Sözcü	NE VERİRLERSE 1 MİLYON FAZLASI
26.05.2018	Sözcü	KOÇ'TAN İDDİALİ KADRO
26.05.2018	Hürriyet	BAYRAK SALLAMAK YETMEZ / PROJEM KÜFÜRSÜZ BİR STAT
26.05.2018	Sabah	GELİRLERİMİZ %100 ARTACAK
27.05.2018	Sözcü	HALKIN TAKIMINI ÖZLEDİK
27.05.2018	Sabah	MEKTUP GELMEDİ YÜZDE 90 GİTTİ!
28.05.2018	Sözcü	TRİBÜNDE WENGER KULÜBEDE KORKUT
28.05.2018	Hürriyet	AYKUT KOCAMAN'LA DEVAM ETMEK İSTERDİM AMA...
29.05.2018	Sözcü	YA KOCAMAN YA KORKUT
29.05.2018	Sabah	BİZE 6 YIL LAZIM
29.05.2018	Sabah	BENİM VAADİM YOK
29.05.2018	Hürriyet	FB HİSSELERİNDE SEÇİM RÜZGARİ
29.05.2018	Hürriyet	HESAPLAŞACAĞIM
30.05.2018	Sözcü	ALİ KOÇ PROJELERİNİ SÖZCÜ'YE ANLATTI
30.05.2018	Sabah	TÜRKİYE'DE SPORUN YENİDEN ORGANİZE EDİLMESİ LAZIM
30.05.2018	Sabah	MARKAMIZ EROZYONA UĞRADI
30.05.2018	Hürriyet	HESAPLAŞMAZSAK ŞİKE DİYECEKLER
30.05.2018	Hürriyet	ŞARTLAR NORMAL OLURSA BEN KAYBETMEM
30.05.2018	Sabah	FENERBAHÇE BATMAZ
31.05.2018	Sözcü	HESAPLAŞMADAN BIRAKMAYACAĞIM
31.05.2018	Sabah	BAŞARISIZLIK YOK
31.05.2018	Sabah	ALEX BÜYÜK BİR RÜYA

31.05.2018	Hürriyet	EN BÜYÜK VAADİM ŞAMPİYONLUK
01.06.2018	Sözcü	İNANMASAM GELMEZDİM
01.06.2018	Sabah	SADIK TARAFTAR ÖDÜLLENDİRİLECEK
01.06.2018	Sabah	BAŞKANA SAYGI DUYUYORUM
01.06.2018	Hürriyet	HESAPLAŞMAYI KÜÇÜMSEYEN İHANET EDER
02.06.2018	Sözcü	TARİHİ DÖNEMEÇ
02.06.2018	Sabah	12 BİN OY ALAN KAZANIR
02.06.2018	Hürriyet	BUGÜN DÜELLO YARIN SEÇİM
03.06.2018	Sözcü	FENERBAHÇE KAZANACAK
03.06.2018	Sabah	YÜKSEK TANSİYON
03.06.2018	Sabah	BAŞKAN BENİ ÖPTÜ AMA BİR YERE GİTMİYORUM
03.06.2018	Sabah	ARTIK SÖZ SIRASI KONGRE ÜYELERİNDE
03.06.2018	Sabah	DERBİ GİBİ KONGRE
03.06.2018	Hürriyet	BAŞKANLIĞI AÇIK ARTTIRMAYA ÇIKARMIŞSINIZ
03.06.2018	Hürriyet	SEN NE VERİYORSAN BİZDE VERECEĞİZ HODRİ MEYDAN!

EK-3: SPOR GAZETELERİNDE YAYIMLANAN VE İÇERİK ANALİZİ KAPSAMINDA KODLANAN KÖŞE YAZILARI		
Tarih	Gazete	Başlık
01.01.2018	AMK	SERCAN HAMZAOĞLU
25.01.2018	Fotomaç	GÜRCAN BİLGİÇ
30.01.2018	Fotomaç	HAKKI YALÇIN
31.01.2018	Fanatik	ZAFER BÜYÜKAVCI
02.02.2018	Fotomaç	HAKKI YALÇIN
15.02.2018	AMK	SERCAN HAMZAOĞLU
05.03.2018	Fotomaç	ERMAN TOROĞLU
22.03.2018	AMK	ABDULLAH EĞİLMEZ
29.03.2018	AMK	SERCAN HAMZAOĞLU
03.04.2018	Fotomaç	ERTEM ŞENER
17.05.2018	AMK	SERCAN HAMZAOĞLU
20.05.2018	AMK	SERCAN HAMZAOĞLU
24.05.2018	Fotomaç	GÜRCAN BİLGİÇ
31.05.2018	Fotomaç	GÜRCAN BİLGİÇ
02.06.2018	Fanatik	MEHMET DEMİRKOL

EK-4: ULUSAL GAZETELERDE YAYIMLANAN VE İÇERİK ANALİZİ KAPSAMINDA KODLANAN KÖŞE YAZILARI		
Tarih	Gazete	Başlık
26.09.2017	Hürriyet	AHMET HAKAN
27.09.2017	Sabah	DİLEK GÜNGÖR
14.10.2017	Sabah	MELİH ALTINOK
10.12.2017	Sözcü	RAHMİ TURAN
03.01.2018	Sözcü	RAHMİ TURAN
15.01.2018	Sabah	GÜRCAN BİLGİÇ
21.01.2018	Hürriyet	JALE ÖZGENTÜRK
24.01.2018	Sabah	HINCAL ULUÇ
28.01.2018	Sabah	MELİH ALTINOK
11.02.2018	Hürriyet	AHMET HAKAN
22.03.2018	Sabah	HINCAL ULUÇ
23.03.2018	Hürriyet	AHMET HAKAN
27.03.2018	Sabah	HINCAL ULUÇ
27.03.2018	Hürriyet	FUAT AKDAĞ
30.03.2018	Sabah	HINCAL ULUÇ
20.04.2018	Sabah	AHMET ÇAKAR
27.05.2018	Hürriyet	FATİH ÇEKİRGE
29.05.2018	Sözcü	SONER YALÇIN
29.05.2018	Hürriyet	AHMET HAKAN
30.05.2018	Sabah	DİLEK GÜNGÖR
31.05.2018	Sözcü	YILMAZ ÖZDİL
31.05.2018	Hürriyet	ERTUĞRUL ÖZKÖK
31.05.2018	Hürriyet	FATİH ÇEKİRGE
02.06.2018	Hürriyet	AHMET HAKAN
03.06.2018	Sabah	VOLKAN DEMİR

EK-5: GÖRÜŞME GERÇEKLEŞTİRİLEN GAZETECİLERİN LİSTESİ

Gazeteci Adı	Çalıştığı Kurum
Hıncal Uluç	Sabah Gazetesi
Gürcan Bilgiç	Sabah Gazetesi
Volkan Demir	Sabah Gazetesi
Dilek Güngör	Sabah Gazetesi
Ahmet Çakar	Sabah Gazetesi
Fuat Akdağ	Hürriyet Gazetesi
Ahmet Ercanlar	Hürriyet Gazetesi
İrfan Yirmibeş	Sözcü Gazetesi
Hakkı Yalçın	Fotomaç Gazetesi
Ertem Şener	Fotomaç Gazetesi
Erman Toroğlu	Fotomaç Gazeteci
Zafer Büyükavcı	Fanatik Gazetesi
Sercan Hamzaoğlu	AMK Gazetesi
Abdullah Değilmez	AMK Gazetesi

EK-6 GÖRÜŞME SORULARI

1. Fenerbahçe camiası 2018 yılında tarihi bir seçim süreci yaşadı ve iki güçlü aday karşı karşıya geldi. Bu süreci göz önünde bulundurduğunuzda Fenerbahçe başkanlık koltuğunun önemi ve gücü hakkında neler söylersiniz?
2. Bugüne kadar yapılan spor kulübü başkanlık seçimlerinden farklı olarak kamuoyu ve basın bu seçimlere daha yoğun bir ilgi gösterdi. Sizce bunun sebepleri nelerdir?
3. Fenerbahçe Spor Kulübü'nde gerçekleşen başkanlık seçiminin sonuçlarına bakıldığında sizce basın spor haberciliği bağlamında nasıl bir rol oynamıştır?
4. Adaylığını açıklayan ilk isim Ali Koç oldu. Birkaç ay sonra ise Aziz Yıldırım yeniden aday olduğunu duyurdu. Adaylıkların duyurulması ve seçim kampanyası sürecinde yazılı basında adaylara eşit şekilde yer verildiğini düşünüyor musunuz?
5. Siyasi konularda genellikle medya kuruluşlarının ideolojileri haberlere yansımaktadır. Ancak çalışma kapsamında incelenen gazetelerde Fenerbahçe başkanlık seçimleri ile ilgili yapılan haberlerin çoğunlukla yoruma yer vermeyen bir şekilde okuyucuya aktarıldığı sonucuna ulaştık. Sizce basın neden böyle bir yol izledi?
6. İncelenen köşe yazılarında ise herhangi bir adayı destekleyen ya da karşıt yazıların çoğunlukta olduğunu belirledik. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz? Köşe yazarları tarafsız olabilir mi ya da olmalı mı?
7. Bizim çalışmamızın sonuçlarından bağımsız düşünürsek, sizce yazılı basın tarafından herhangi bir aday öne çıkarılarak desteklendi mi?
8. Adayların seçilmeleri halinde hayata geçirmeyi planladıkları, söyledikleri ya da onların dışında haberlerde iddia edilen projeler yazılı basında kendisine yer buldu. Bu bağlamda hangi adayın basından daha iyi yararlandığını düşünüyorsunuz?
9. Seçim sürecinde başkan adaylarının gazeteciler ile olan iletişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?
10. Başkanlık yarışında projeler kadar adaylar ile ilgili birtakım iddialar ve suçlamalar da gazetelerde yer aldı. Gazete satış rakamlarını arttırmak adına basının sansasyonel konuları gündemde tuttuğunu ve bu sürece olumsuz bir katkı sağladığını düşünüyor musunuz?
11. Yapılan araştırmalarda haber ve/veya köşe yazılarının okuyucuların düşüncelerini yönlendirebileceği belirtilmektedir. Sizce bu süreçte yayımlanan haber veya köşe yazıları oy kullanacak delegelerin karar alma süreçlerini etkilemiş midir?

12. Seçim sürecinde haber kaynaklarınız kimlerdi?
13. Seçim sürecinde adaylar ile direkt iletişim kurabildiniz mi?
14. Çalıştığınız gazetenin herhangi bir adaya karşı olumlu ya da olumsuz bir yaklaşımı olduğunu düşünüyor musunuz?
15. Başkanlık seçimleri ile ilgili kaleme aldığınız haber ya da köşe yazılarında editoryal bir müdahale ile karşılaştınız mı?
16. Kamuoyunun yoğun ilgi gösterdiği Fenerbahçe başkanlık seçimlerinden spor basınının bir kazanım elde ettiğini düşünüyor musunuz?



EK-7: METİN İÇERİKLERİNDE YER ALAN KONULARIN AÇIKLANMASI	
Konu Başlıkları	Açıklamalar
Kulübün Ekonomik Yapısı / Borç Durumu	Kulübün mali durumu, finansal fair-play, sponsorluklar, oyunculara ödenen maaşlar, kulübün sahip olduğu gayrimenkul ve araziler, kazanç ve borçlar gibi finansal konular hakkında yayımlanan haber veya köşe yazıları
Adayların Projeleri / Vaatleri	Adayların seçilmeleri halinde hayata geçirmeyi planladıkları, söyledikleri ya da onların dışında iddia edilen projeler ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları
Yeni Sezon Yapılanması	Başkanlık seçiminden sonra mevcut oyuncu ve antrenörlerin takımda kalıp kalmayacağı, kulübe hangi yeni isimlerin geldiği / gelebileceği ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları
3 Temmuz Şike Davası / Yargıtay Süreci	Kamuoyunda 3 Temmuz şike davası olarak bilinen süreç hakkında yayımlanan haber ve köşe yazıları
Ali Koç'a Kumpas İddiası	Başkan adaylarından Ali Koç'un 101 kişi tarafından Fetö üyesi olmakla Cimer / Bimer'e şikâyet edildiği ve adayların bu konuya ilişkin yaptığı açıklamaların yer aldığı haber ve köşe yazıları
Adaylıkların Açıklanması	Fenerbahçe Olağan Genel Kurulunda başkan olmak için yarışacak kişilerin kesin bir şekilde adaylıklarını duyurması ile ilgili kaleme alınan haber ya da köşe yazıları
Adayların Seçim Çalışmaları	Başkan adaylarının kongre üyeleri ve/veya taraftarlar ile bir araya geldiği toplantılar, etkinlikler ve burada yaptıkları açıklamalar hakkında yayımlanan haber ve köşe yazıları
Adayların Yönetim Kurulu Listesi	Başkan adaylarının yönetim kurulu listesinde olabileceği iddia edilen kişiler, adı geçen kişilerin ve başkan adaylarının bu konudaki açıklamaları ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları
2-3 Haziran Seçimli Genel Kurul Akışı	İki gün boyunca devam eden kongre sürecinde konuşmaların yapılacağı, oyların kullanacağı gün ve saatlere ilişkin bilgilerin yer aldığı haber ve köşe yazıları
Kongre Günü Yaşanan Gelişmeler	2-3 Haziran seçimli olağan genel kurulda yapılan konuşmalar, kongrenin düzenlendiği alanda yaşanan gelişmeler ile ilgili kaleme alınan haber ve köşe yazıları
Seçim Süreci ve Adaylara İlişkin Yapılan Değerlendirmeler	Ülke çapında tanınan kişilerin, Fenerbahçe camiasının önde gelen isimlerinin, eski futbolcuların, uzmanların, başkan adaylarının ve köşe yazarlarının seçim sürecine yönelik yaptıkları değerlendirmelerin yer aldığı haber ve köşe yazıları
Seçimler Nedeniyle Camianın Bölündüğü İddiası	Başkanlık yarışının camiaya zarar verdiğinin iddia edilmesi, başkan adaylarının ve camianın önde gelen kişilerinin,

	gazetecilerin bu konudaki değerlendirmeleri ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları
Kulübün Sportif Başarısı	Fenerbahçe Spor Kulübü'nün mücadele ettiği tüm branşlarda elde ettiği başarı ve başarısızlıklar, başkan adaylarının sportif konularda yaptığı açıklamalar ile ilgili yayımlanan haber ya da köşe yazıları
Adayların Taraftara / Camiaya Yönelik Mesajları	Başkan adaylarının kongre üyelerine ve/veya taraftarlara seslenerek yaptığı açıklamalar ile ilgili yayımlanan haber ya da köşe yazıları
Aziz Yıldırım'ın Geçmiş Yıllardaki Başarıları	Mevcut başkan Aziz Yıldırım yönetiminde Fenerbahçe Spor Kulübü'nün maddi ve sportif başarılar olmak üzere elde ettiği tüm kazanımlardan bahsedildiği haber ve köşe yazıları
Adaylık Süreci / Serüveni	Başkan adaylığını açıklayan kişilerin bu kararı nasıl aldıklarına ve neden aday olduklarına değinilen haber ya da köşe yazıları
Seçim Günü Yapılan Liseye Geçiş Sınavı	Fenerbahçe olağan kongresinin yapıldığı gün stadyumun yanında bulunan okulda LGS sınavının yapılması, velilerin stadyumdan gelen seslere tepki gösterdiği ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları
Sandık Sayısı ve Güvenliği	Geniş bir katılımın öngörüldüğü seçimde sandık sayısının yeterliliği, güvenlik endişesi ve başkan adaylarının bu konuda yaptığı açıklamalar ile ilgili kaleme alınan haber ve köşe yazıları
Adayların İzlenme Oranları	Adaylar tarafından yapılan görüntülü açıklamaların internette ya da televizyonda ne kadar izlendiğine ilişkin yayımlanan haber ve köşe yazıları
Adayların İletişim Kanalları	Adayların resmi web sitesi ve sosyal medya hesapları ile ilgili bilgiler içeren haber ve köşe yazıları
Dış Basında Fenerbahçe Başkanlık Seçimi	Fenerbahçe başkanlık yarışının dış basında nasıl yankı bulduğuna dair kaleme alınan haber ya da köşe yazıları
Seçim İçin Alınan Güvenlik Önlemleri	Kongre öncesi ve sırasında alınan güvenlik önlemleri ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları
Alex De Souza'nın Türkiye Ziyareti	Fenerbahçeli eski futbolcu Alex De Souza'nın Türkiye'yi ziyaret etmesinin ardından adaylar arasında yaşanan seçim malzemesi tartışması ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları
Geçmiş Yıllarda Yapılan Seçimler	Kulüp tarihinde geçmiş yıllarda yapılan seçimlere ilişkin bilgilerin yer aldığı haber ya da köşe yazıları
Adayların Seçim Klipleri / Videoları	Seçim kampanyası için adayların yayımladığı klip/video görüntüleri ile ilgili kaleme alınan haber ve köşe yazıları
Fenerbahçe Taraftarının Futbol Maçlarına Gitmemesi	Futbol takımının oynadığı maçlarda seyirci sayısının az olması, bu durumun başkanlık seçimi ile ilişkilendirilmesi ve adayların

	konuya dair yaptığı açıklamaların yer aldığı haber ya da köşe yazıları
Ali Koç'un Adaylığını Geri Çekeceği İddiası	Adaylığını açıklayan Ali Koç'un adaylıktan geri çekileceğine dair ortaya atılan iddialar ve Ali Koç'un bu konudaki açıklamalarının yer aldığı haber ya da köşe yazıları
Fenerbahçe'nin Borsadaki Hisseleri	Başkanlık seçiminin Fenerbahçe hisselerine olan etkisi hakkında kaleme alınan haber ya da köşe yazıları
Seçim Sürecinin Futbol Takımının Başarısına Etkisi	Futbol takımının elde ettiği başarısız sonuçlar ve şampiyonluğun yitirilmesinde seçim atmosferinin ne denli etkili olup olmadığına yönelik kaleme alınan haber ve köşe yazıları
Acıbadem ile İmzalanan Sponsorluk Anlaşması	Mehmet Ali Aydınlar ile Aziz Yıldırım'ın bir araya gelerek sponsorluk anlaşması imzalaması ile ilgili yayımlanan haber ve köşe yazıları
Kesinleşmeyen / Belirsiz Adaylık	Başkan adaylığı için basında adı geçen isimlerin ya da mevcut başkan Aziz Yıldırım'ın aday olup olmayacağına dair kaleme alınan haber ve köşe yazıları
Adaylara Desteğini Açıklayan Kişiler / Gruplar	Herhangi bir adayın kişi ya da gruplar tarafından destekleneceğinin ifade edildiği, kişi ya da grupların yaptığı açıklamaların yer aldığı haber ve köşe yazıları
Adayların Siyaset ile Olan İlişkisi	Adayların siyaset ile ilişkilendirildiği ya da siyaset hakkında yaptığı açıklamaların yer aldığı haber ve köşe yazıları
Mevcut Yönetimin Ali Koç'a Tesis Vermemesi	Mevcut yönetimin Ali Koç'a seçim çalışmaları kapsamında kullanabilmesi için kulüp tesisini vermediğine dair kaleme alınan haber ya da köşe yazıları
Anket Sonuçları	Seçim öncesinde kimin kazanacağına yönelik yapılan anket çalışmaları hakkında yayımlanan haber ve köşe yazıları
Tatil Edilen Fenerbahçe – Beşiktaş Maçı	Tatil edilen Fenerbahçe-Beşiktaş maçında yaşanan olayların Fenerbahçe seçimleri ile ilişkilendirildiği haber ve köşe yazıları
Fenerbahçe Kulübü'nün Üye Listesi ve İletişim Bilgileri	Başkan adaylarından Ali Koç'un seçim çalışmaları kapsamında kongre üyelerinin iletişim bilgilerine ihtiyaç duyması ile ilgili yayımlanan haber ya da köşe yazıları

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Sezer KÜÇÜKERTUĞRUL
Yabancı Dil: İngilizce
Doğum Yeri ve Yılı: İstanbul-TÜRKİYE / 28.09.1994
E-Posta: sezerkucukertugrul@anadolu.edu.tr

Eğitim Geçmişi:

- 2016, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı