



KADIN SPORCULARIN TWİTTER VE HABER KANALLARINDAKİ TOPLUMSAL CİNSİYET ANALİZİ

Gökmen KANTAR* - Gözde ERSÖZ** - Meltem INCE YENİLMEZ*** - Deniz ÇETİNKAYA**** - Efe SIVIŞ*****

Öz

Medyanın kadın sporculara yer verme biçimi ile ilgili, farklı boyutlarda yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmaların büyük bir çoğunluğunda, kadın sporcuların medyada erkek sporculara oranla sayıca daha az temsil edildiği ve temsillerin toplumsal cinsiyet içeriğine sahip olduğu ortaya konulmuştur. Birçok araştırmada, erkek sporlarının medyada sunum biçimlerinin hegemonik erkekliği yansıttığı ve kadın sporlarının da bu bağlamda daha az sunulduğu ve önemsizleştirildiği ortaya konulmuştur. Bu çalışmanın amacı, kadın sporcuların yer aldığı haberlerde toplumsal cinsiyet vurgusunu ortaya çıkarmak ve bu haberlerin yazılı basında yer alma sıklığını tespit etmektir. Bu bağlamda oluşturulan hipotezler şunlardır: 1) Kadınların yer aldığı spor haberleri nicelik olarak erkeklerin yer aldığı spor haberlerinden daha azdır 2) Kadınların yer aldığı spor haberlerinin yazılı metinlerinde toplumsal cinsiyet vurgusu vardır 3) Kadınların yer aldığı spor haberlerinin görsel metinlerinde toplumsal cinsiyet vurgusu vardır. Bu çalışmada, kadınların yer aldığı spor haberlerine yer verme sıklığı ile tarzlarındaki farklılıklar göz önüne alınarak inceleme 2020 yılının Aralık ayında sosyal medya hesaplarında yer alan spor haberlerini ve kadın sporcuların yer aldığı spor haberini nitel araştırma yöntemlerinden söylem ve içerik analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın Aralık ayında yapılmasının nedeni, bu dönemde birçok kadın voleybolcumuzun başarılarına imza atarak sosyal medya hesaplarında haber sayılarının fazla olmasıdır. Çalışma sırasında haber web siteleri ve twitter hesaplarında kadın sporcuların yer aldığı haberlerin yanı sıra diğer spor haberlerinin de tanımlayıcı istatistikleri hesaplanmıştır. Kadın sporcuların yer aldığı haberlere yazılı ve görsel olarak içerik analizi uygulanacaktır. İçerik analizinin kullanımı, haberi yazan ve sunanların, bir anlamda üreticilerin anlatmak istediklerinin metin içindeki özelliklerin sayılarak ya da tanımlanarak açığa çıkarılması sürecidir ve bu yöntem, popüler kültürdeki erkeksi bakışın yaygınlığının ortaya konmasında kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kadın sporcular, Sosyal medya, Spor haberleri, Toplumsal cinsiyet, İçerik analizi.

Gender Analysis of Women Athletes on Twitter and News Channels

Abstract

Studies on many aspects of how female athletes are covered in the media exist. The overwhelming majority of these research have found that gendered depictions of female athletes in the media are less common than those of male athletes. Numerous studies have shown that the media's portrayal of men's sports reflects hegemonic masculinity, while women's sports are underrepresented and trivialized in this setting. The purpose of this study is to identify the gender bias in news stories concerning female athletes and to estimate how frequently these stories appear in print media. The following are the hypotheses developed in this context: 1) There are fewer

* Doç.Dr., Namık Kemal Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, gkantar@nku.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5120-110X>

** Doç.Dr., Marmara Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Eğitimi Bölümü, gozde.ersoz@marmara.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4848-1929>

*** Prof. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisat Bölümü, melteminceyenilmez@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4689-3196>

**** Muhasebe Müdürü, Erke Dış Tic. Ltd, denizzcetinkaya@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1797-041X>

***** Doç.Dr., Fenerbahçe Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, efesivis@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-1553-3454>

sports news stories about women than about males. 2) Sports news articles featuring women place a strong focus on gender in their written contents. 3) The visual texts of sports news stories involving women place a strong focus on gender. In this study, the analysis of sports news in social media accounts and sports news including female athletes was carried out in December 2020, taking into consideration variations in the frequency and manner of adding sports news involving women. Due to the enormous volume of news on our female volleyball players' social media accounts around this time and the fact that several of them had success, the study was conducted in December. On news websites and Twitter accounts, descriptive data of other sports news and news about female athletes were calculated for the study. The news stories on female athletes will be subjected to written and visual content analysis. By counting or describing the elements in the text, content analysis is a procedure that reveals what the news' writers, presenters, and producers intend to say. This method will be used to demonstrate the prevalence of the masculine gaze in popular culture.

Keywords: Female athletes, Social media, Sports news, Gender, Content analysis.

1. Giriş

Biyolojik, fizyolojik ve genetik cinsiyetleri insanların yapısına göre erkek ya da kadın olarak nitelenirken (Bayhan, 2013), aynı zamanda toplumsal düzlemde bireyden beklenenlere ve toplumda bireye biçilen konumu, toplumsal rolleri de anlatır (Koivula, 1995). Doğumun ilk yıllarından itibaren biyolojik cinsiyetimiz ekseninde bir takım davranış kalıplarına maruz kalmaktadır. Örneğin doğacak çocuğun ebeveyni tarafından, çocuğun cinsiyetine göre eşyalarının renklerinin ve biçimlerinin belirlenmesi ile başlayan süreç, çocuktan yaşamı boyunca sahip olması istenecek davranışlar, tutumlar, roller örgüsünü inşa etme ile devam eder (Vatandaş, 2007). Çocuklar için belirlenen toplumsal dünya zamanla belirginleşir; giyim tarzı, saçın şekli ve boyu, hitaplar, oyuncaklar, çocuğa yönelik davranışlardaki sevecenlik biçimi ve dozajı, çocuk için cinsiyetine göre uygun bulunan veya uygun bulunmayan davranışlar, çocuk için düşünülen ve arzulan meslekler, çocuğun cinsiyetine göre yapabileceği sporlar vs. tüm bunlar söz konusu inşa eyleminin sonraki bazı aşamalarını teşkil eder (Metheny, 1965, Akt. Riemer & Visio, 2003). Toplumsal cinsiyet kavramı, kadın ve erkeğe toplum tarafından verilen rolleri anlatmak için kullanılır ve kadın ve erkeğin davranışlarında toplum tarafından dayatılan kültürel kalıpları ifade eder (Ecevit, 2011).

Toplumun tüm kurumlarında kendini gösteren bu erkek hegemonyası, spor alanında da önemli ölçüde kendini hissettirmektedir. Spor ortamları, erkeğin fiziksel üstünlüğü üzerinden gücünü ve üstünlüğünü gösterdiği bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır (Eitzen & Sage, 1997). Güçlü ataerkil anlayışına sahip toplumlarda kadınlar, spora katılım konusundaki cesareti kendilerinde uzun bir süre bulamamışlardır (Giulianotti, 2005). Wensing ve Bruce (2003) kadın sporcuların kültürel olarak tanımlanan toplumsal cinsiyete ilişkin yargılarıyla nasıl ifade edildiğini beş maddede açıklamışlardır: (a) toplumsal cinsiyeti belirginleştirmek: spor haberinde olayı kadın olayı/kadın sporu olarak nitelendirilmesi (erkek sporuna göre ikinci konumda); (b) zorunlu heteroseksüellik: kadın sporcunun heteroseksüel rolü bağlamında sunulması (cinsellik sembolü, anne, eş, kız arkadaş, kız, abla); (c) uygun kadınlık vurgusu: odağın geleneksel kadınlık olması (narinlik, duygusal dengesizlik, bağımlılık, edilgenlik); (d) çocuksulaştırmak: kadın sporcunun daha küçük sıfatlarla sunulması (bebek, kız); (e) kadın sporcuların yer aldığı haberlerde vurgunun sporcunun sportif yeteneği ve performansından daha çok özel yaşamına dair yapılması. Kadın sporcuların yer aldığı haberlerin bu şekilde sunulması var olan ataerkil yapının ve spor kurumundaki toplumsal cinsiyet ideolojisinin yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır (Wensing & Bruce 2003, Akt. Arslan & Koca, 2006). Bireylerin spora başlama nedenleri onların faaliyet gösterdikleri spora ilgi duymaları, o branşta yetenekli olmalarından dolayı olduğu gibi toplumsal cinsiyet odaklı olabilmektedir. Çocuk ve gençlerin spora katılımları incelendiğinde kadına ve erkeğe özgü olan, toplumsal cinsiyet kalıplarına uygun olarak belirlenen spor branşlarına yöneldiklerini görmekteyiz (Koivula, 1995).

Metheny (1965) tarafından yürütülen bir çalışmada, spor branşları kadınların katılımına uygun olmayan, kısmen uygun olan ve tamamen uygun olan şekilde üç farklı şekilde sınıflandırmış ve spor ortamlarında toplumsal cinsiyet övgü yargılar tüm açıklığıyla bu çalışmada ortaya konulmuştur (Metheny, 1965; Akt. Riemer & Visio, 2003). Bu çalışmada fiziksel temasın bulunduğu ve mücadele içeren spor branşları, boks, halter, sırıkla atlama, uzun mesafe yarışları ve tüm takım sporları (voleybol hariç) kadınlar için “kadınların katılımına uygun olmayan” sınıfta yer alırken; kısa mesafe yarışları ve uzun atlama, gülle atma, cirit atma, cimnastik gibi orta derecede sporlar “kısmen uygun” bulunmuş ve artistik buz pateni, kayak, golf ve tenis, bowling, voleybol, yüzme ve dalış gibi rakip ile arasında bir engelin olduğu, bir sportif alet kullanarak, çok fazla kuvvet gerektirmeyen fiziğin ön plana çıktığı, sporcu estetik açıdan hoş gösteren sporlar ise kadınlar için “tamamen uygun” görülmüştür. Toplumsal kalıplar kadınları zayıflık ve estetiğin ön plana çıktığı spor branşlarına yönlendirirken; erkekleri boks, güreş, karate, futbol gibi gücün, mücadelenin ön plana çıktığı dayanıklılık ve kuvvet isteyen ve dövüş sporları gibi temas içeren spor branşlarına yönlendirmektedir. Toplumsal cinsiyet kalıpları yalnızca kadını değil erkeği de kadınsı olarak nitelendirilen spor branşını seçtiğinde dışlayıp ikincilleştirilmektedirler (Sancar, 2013). Toplumda erkek sporu olarak görünen spor dallarını yapan kadın sporcular “erkeksi” ya da “lezbiyen” olarak nitelendirilip toplumun negatif yargılarına maruz kalmaktadır (Kavasoğlu & Yaşar, 2016). Toplumsal cinsiyet bağlamında yapılan araştırmalar spor ve egzersiz katılımın erkeksi veya kadınsı davranış kalıplarıyla ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Chalabaev vd., 2013; Koca vd., 2005; Emir vd., 2015; Koca & Bulgu, 2005; Bulgu vd., 2007). Özellikle rekabet içeren, yarışma sporları, toplumsal cinsiyet yargıları bağlamında erkeklik ve kadınlıkla ilgili kuvvetli mesajlar taşımakta ve spor, maskülen cinsiyet rolü özellikleri gerektiren bir erkek etkinliği olarak kabul edilip, üstün sportif performans erkeklikle aynı kabul edilmektedir (Akkaya & Kaplan, 2014).

Toplumsal cinsiyet ve spor konusu çerçevesinde medyada kadın sporcuların sunumu ile ilgili çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. 1980’li ve 1990’lı senelerde, “kadın, spor ve medya” konulu çalışmalarda, medyanın spor haberlerinde erkek sporculara daha çok yer verdiği belirtilmiştir (Bernstein, 2002). Bu bulgu birçok çalışma tarafından destek bulunmuştur ve kadın sporcuların haberlerinde toplumsal cinsiyet kalıplarına dair içeriklere ağırlıklı olarak yer verildiği de ayrıca çalışmalarda belirtilmiştir (Bishop, 2003; Jefferson, 1998). 2000 Yaz Olimpiyat Oyunları’nda yazılı medyada kadının sunumunu haber sayısı, büyüklüğü, sayfadaki yeri, kullanılan fotoğraflar ve fotoğraf büyüklüğü bakımından ele alan bir çalışmada (Capranica vd., 2005), Belçika, Danimarka, Fransa ve İtalya’da yayınlanan gazeteler incelenmiş ve gazete haberleri 1996 Atlanta Oyunları zamanında yapılan yazılı medya haberleri ile karşılaştırılmıştır. Araştırma neticesinde 2000 Olimpiyat Oyunlarında kadının 1996 Atlanta Oyunları’na göre medyada daha fazla yer almaya başladığı sonucuna varılmış ve bu sonuç Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC)’nin olimpiyat oyunlarına kadınların katılımını arttırmak için geliştirdikleri stratejilerden dolayı olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Arslan ve Koca (2006) tarafından yürütülen bir çalışmada, 2004 yılı Ağustos ayında Hürriyet, Zaman ve Cumhuriyet gazetelerinde yer alan toplam 2103 spor haberi incelenmiş ve haberlerin % 8.56’sının kadın sporcuların, %79.98’inin ise erkek sporcuların yer aldığı haberlerden ve %11.46’ sının da hem erkek hem kadın (karma) spor haberlerinden oluştuğu ortaya konulmuştur. Medyada kadın spor haberlerinin sayısal olarak artışı değil, sunum biçimlerinin içeriği de çok önemlidir. Arslan ve Koca (2006) tarafından yapılan çalışmada ayrıca, kadın sporcuların yer aldığı spor haberleri üzerinde içerik analizi yapılmış ve bu inceleme sonucunda kadın sporcuların yer aldığı spor haberlerinin %20’ sinde belirgin olarak toplumsal cinsiyet rolleri (zorunlu heteroseksüellik) ile ilişkili ifadelerin yer aldığı anlaşılmıştır. Haber içeriği ve toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının incelendiği bir diğer çalışmada ise, 1996 Atlanta Yaz Olimpiyat oyunları ile

1998 Nagano Kış Olimpiyatlarına katılan Amerika Birleşik Devletleri takımların yer aldığı haberler incelenmiştir. Söz konusu çalışmada erkeklerin ağırlıklı olarak yaptığı spor branşlarında faaliyet gösteren kadın sporcuların haberlerde kadın ve erkek sporcuların karşılaştırıldığı ve kadın sporcuların atletik performansına çok az vurgu yapıldığı, kadın sporlarında yer alan kadın sporcuların ise spor performanslarına vurgu yapılırken kadınsı kalıp yargılarının da kuvvetlendirildiği bulunmuştur. Birçok çalışmada, erkeksi olarak nitelendirilen sporlarının medyada sunum şekillerinin erkekliğin üstünlüğünü yansıttığı (Pedersen, 2002) ve kadınsı olarak nitelendirilen spor branşlarının da bu bağlamda daha az sunulduğu ve önemsizleştirildiği bulunmuştur (Jefferson, 1998).

Medyanın haberlerde kadın sporculara yer verme şekli farklı kadınlık ve erkeklik tanımlarının ve deneyimlerinin inşa edildiği önemli bir araç olduğu düşünülmektedir. Örneğin, Öktem (2004) orta mesafe koşucusu olan, eski atlet Süreyya Ayhan'a yönelik yapılan spor haberlerini söylem çözümlemesi ile incelediği araştırmasında, medyanın sporcu kadını tanımlarken seçtiği ifadelerle sporcu kimliğinden çok kadınlık vurgusu yaptığını, kadının üstün sportif performans göstermesinin sıra dışı bir durum olarak nitelendirdiğini ve bu şekilde sporda kadını ikincil konuma sokan yargıları pekiştirdiğini belirtmiştir. Alan yazında yer alan kadın sporcularının yer aldığı medya haberleri incelendiğinde konu ile alakalı benzer çalışmalara çok yer verilmediği görülmektedir. Türkiye'de kadının spor ortamlarındaki yerine ilişkin pek fazla veri bulunmaması bu tür araştırmaların yapılmasının önemini arttırmaktadır. Hall (1988), sporda toplumsal cinsiyet kavramının yer aldığı araştırmaların yapılmasının önemini vurgulamaktadır. Bazı spor branşlarının yapısı itibariyle çok fazla erkeklik ve kadınlıkla ilgili mesajlar taşıdığı bilinmektedir. Birçok spor branşı erkeksi (boks, futbol, güreş...vb) erkeksi; bazı spor branşları ise (dans, bale, cimnastik vb) kadınsı cinsiyet rolü özellikleri gerektiren bir etkinlik olarak görülmektedir (Theberge, 1993).

Toplumsal cinsiyet kalıplarının yeniden üretilmesinde önemli olarak görülen medyada kadının sunumu ile ilgili çalışma sayısı sınırlı olduğu için bu konuda yapılmış daha çok araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bilgiler ışığında bu araştırmanın amacı, internet haber portallarında yer alan spor haberlerinin sıklığını ve içeriğini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında aşağıdaki araştırma problemleri anlaşılmaya çalışılmaktadır:

1. Kadın sporculara yönelik internet haberleri ne kadar sıklıkla sosyal medya ve internet haberlerinde yer almaktadır?
2. İnternet ve sosyal medyadaki spor haberlerinin içeriği kadın spor haberleri çerçevesinde toplumsal cinsiyet bağlamında nasıldır?
3. Kadın spor haberlerinin söylem analizi nasıldır?

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma nitel araştırma yöntemlerinden söylem ve içerik analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi, ele alınan herhangi bir kaydedilmiş iletişim biçiminin içeriğine odaklanmaktadır. Söz konusu kaydedilmiş iletişim biçimi, kitap, dergi gibi her türlü yazılı metin ya da yazıyla aktarılmış her türlü sözel anlatım olabileceği gibi televizyon programları, reklamlar gibi görsel öğeler de olabilir. Söylem analizi ise hem yazılı metinlerde hem de sözlü bağlamlarda insanlar arasında kullanılan dilin incelenmesi anlamına gelen geniş bir ifadedir (Gül & Nizam, 2021). Bu araştırmada sporculara yönelik sosyal medya paylaşımları ve internet haberlerinin söylem ve içerik analizi yapılmıştır.

2.2. Katılımcılar

Bu araştırmada Alexa verilerine göre Türkiye’de internet ortamında en çok tıklanan ilk iki haber portalının internet haberleri, facebook ve twitter paylaşımları ve TRT Spor ile NTV spor haberlerinin söylem içerikleri araştırmamızın örneklemini oluşturmuştur. 29 Kasım 2021-29.12.2021 tarihleri arasında internet haber portalında yer alan spor haberlerinin sıklığı ve içeriği, söylem şekli araştırmada incelenmiştir. Araştırmada belirlenen zaman diliminde kadın sporculara internet ortamında ne sıklıkla ve ne şekilde yer verildiğini tespit etmektir.

2.3. Verilerin Toplanması

Araştırma için sosyal medya siteleri incelenmiş, bunlar arasında spor haberleri ile ilgili en çok paylaşımın olduğu ve yorumların yapıldığı sosyal medya mecraların tespit edilmiştir. Bu bağlamda Alexa verilerine göre en çok tıklanan Yeni Akit ve Hürriyet gazeteleri, facebook ve twitter sosyal medya hesapları, TRT Spor ve NTV Spor haberleri veri toplamak için seçilmiştir. Seçilen sosyal medya adreslerinde 29 Kasım 2021-29.12.2021 tarihleri arasında yer alan spor haberleri incelenmiş ve toplanan veriler nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi yöntemi ile irdelenmiştir.

2.4. Verilerin Analizi

Araştırmada, sorulan araştırma problemlerini ortaya koymak amacıyla, Türkiye’de internet ortamında en çok okunan ilk iki ulusal gazetede yer alan kadın spor haberleri 29 Kasım 2021-29.12.2021 tarihleri arasında nitel araştırma yöntemlerinden niteliksel ve niceliksel içerik analizi ile değerlendirilmiştir. İçerik analizi, belli bir materyalin dikkatle, detaylı ve sistematize bir şekilde anafikrini, kalıplarını ve ön yargılarını belirlemek için incelenerek yorumlanmasıdır (Berg & Lune, 2015). İçerik analizi hem nitel hem nicel analizi kapsamaktadır ve sosyal bilimlerde bilhassa gazete, dergi, kitap gibi yazılı materyalin analizinde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Araştırmada sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan içerik analizi kitle iletişim araçlarındaki haberlerin içeriğini ve bu içerikteki yönlendirici ya da gizli anlatımları ortaya çıkaran bir yöntemdir. İçerik analizi çok sayıda kelime ve metni az sayıda içeriğe sahip aşikâr kurullarla kodlanmış kategorilere yoğunlaştıran, sistematik ve yinelenebilir bir teknik olarak tanımlanmıştır (Weber, 1990).

Yapılan çalışma içerisinde yayınlanan haber metinlerinde kullanmış oldukları dil Bardin’in ‘‘ Yıldız Falı ‘‘ içerik analiz yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Böylece sentaksa ve sözcüklere ilişkin analizde, anlam öğelerinin sınıflaması ve sayımı yerine, anlamın belirtenleri üstünde durulacak ve mesajın kodu (vokabüler, gramer özellikleri, anlam birimleri) incelenmiştir. Bir metnin kodunu incelemek için bir takım uzlaşım kurallarının konması ve karşılaştırma imkânlarının bulunması gereklidir. Bu kurallara ilişkin olarak spor haber sitelerinin kullanmış oldukları yazı metinlerinin içerisinde tespit edilmiştir.

Buna göre kurallara bağlı kalınarak, bu metinlerdeki;

- Mevcut sözcüklerin toplam sayısı (O)
- Farklı sözcüklerin toplam sayısı (V)
- Bu iki grubun oranı (O/V: Mesajda kullanılan vokabülerin zenginlik derecesi gösterir) haber metinlerinin taşıdığı kelime hazinesi ortaya çıkarılacaktır.

Vokabüler birimlerinin sınıflandırılmasında,

Dolu sözcükler; yani sıfat, isim, fiil gibi anlam taşıyıcı sözcükler ve Araç sözcükler; yani zamir, bağlaç, zarf, öntakı gibi ayırımına gidilerek nitel bir analiz yapılmıştır. Terimlerin doluluk durumu yani anlam taşıyıcı olanları ile araç niteliğinde olanların dağılımı nitel olarak değerlendirilmiştir. İsim, fiil ve

sıfatlar taşıyıcı, sözcükler; zarf, edat, ünlem ve bağlaç gibi diğer kelimeler ise araç sözcükler olarak gruplandırılmıştır. Metinlerde bu kelime grupları, toplam kelime sayısına oranı bakımından da incelenmektedir. Bu analiz yöntemi ile haber metinlerinin taşıdığı kelime hazinesi, ortaya çıkarılmıştır. Bardin'in formülü haber içeriklerine uygulanarak cümle kurgusu ve vurgusu açısından metinler incelenerek; spor haber sitelerinin ortaya koymuş olduğu, spor haber dili incelenmiştir. Terim sayılarının terim çeşitlerine oranlanması ile Bardin'in, yıldız falı formülü uygulanarak dil zenginliği konusunda net sonuca varılmıştır.

Söylem analizi, konuşma ve metinler aracılığıyla oluşan anlam ürünleri ile ilgilenen geniş kapsamlı sosyal ve kültürel araştırmalar içinde kullanılan bir araştırma yöntemidir. Çalışmamız içerisinde zaman zaman Teun A. Van Dijk'in söylem analizi ve Bardin'in içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Bu çalışma içerisinde, ek olarak TRT Spor ve NTV Spor internet ve sosyal medya haberlerinde kullanılan spor dilinin özelliklerini tespit edebilmek amacıyla Van Dijk'in eleştirel söylem analizi ve Bardin'in içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma 29 Kasım 2021-29.12.2021 tarihleri arasında Türkiye'de internet ortamında en çok okunan ilk beş ulusal gazetede yer alan spor haberlerini kapsamaktadır. Dolayısıyla çalışma belli bir zaman aralığı, sınırlı sayıda gazete, Türkiye özelini ve spor haberlerini ele almaktadır. Tüm zamanlar, tüm gazeteler, diğer ülkeler ve diğer konu başlıkları açısından bir genelleme yapmadığı için sınırlılıkları bulunmaktadır. İnternet haberleri dışında ulusal yayın yapan medyada başka bir mecrada ve gazetelerin basılı yaptıkları haberler araştırmaya dâhiledilmemiştir.

2.6. Araştırma Etiği

Çalışmaya ait veriler 2020 yılının Aralık ayında sosyal medya hesaplarında yer alan spor haberlerini ve kadın sporcuların yer aldığı spor haberidir. Bu çalışma için Namık Kemal Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler 3. Yayın Etiği Kurulu'na müracaat edilmiş ve Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan etik açıdan uygun olduğu kararı alınmıştır.

3. BULGULAR

Alexa verilerine göre Türkiye'de internet ortamında en çok tıklanan gazete Yeni Akit gazetesidir. Bu gazetede ki veriler incelendiğinde Tablo 1' de yer alan verilere ulaşılmıştır. Söz konusu gazete ağırlıklı olarak erkek futbolu üzerine (%97) haber yapmaktadır. Kadın sporu üzerine yapılan haberler futbol, voleybol, halter ve güreş üzerine çok düşük bir düzeydedir. Bu veriler incelendiğinde internette yer alan haberlerde sadece kadın spor haberleri özelinde değil futbol dışında kalan spor dallarına da çok az yer verildiği görülmüştür. Spor haberlerinin genel olarak içeriğine bakıldığında Gençlik ve Spor Bakanlığı, Federasyonlar, Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi gibi spor kurumlarının haberlerine sıklıkla yer verildiği, erkeklerin yer aldığı spor dallarında ise otomobil sporları, basketbol ve güreş sporlarının yine çok az olmakla beraber en çok yer verilen spor branşları olduğu belirtilmektedir.

Tablo 1. Yeni Akit gazetesinde yer alan spor haberlerinin frekans ve içerik analizi

Haber içerikleri	f	%
Erkek Futbol Haberi	1118	96,5
Otomobil Sporları	9	0,8
Erkek Basketbol	6	0,5
Gençlik ve Spor Bakanlığı Haberi	4	0,3
Erkek Güreş	4	0,3
Bedensel Engelliler Spor Federasyonu Haberi	2	0,2
Erkek Voleybol	1	0,1
Snooker Turnuvası	1	0,1
Erkek Yüzme	1	0,1
Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi	1	0,1
Para Taekwondo	1	0,1
Erkek Motosiklet	1	0,1
Karate Federasyon Seçim Sonucu	1	0,1
Kick Boks Federasyon Haberi	1	0,1
Erkek Bisiklet	1	0,1
Erkek Bilardo	1	0,1
Halter Kadın ve Erkek Karma Haber	1	0,1
Kadın Futbol	1	0,1
Kadın Voleybol (Cumhurbaşkanı'nın tebrik mesajı)	1	0,1
Kadın Futbol	1	0,1
Kadın Güreş	1	0,1
Toplam	1158	100

Alexa verilerine göre Türkiye’de internet ortamında en çok tıklanan ikinci gazete Hürriyet gazetesidir. Hürriyet gazetesi web sitesi itibarıyla haberleri Tokyo 2020, futbol, basketbol ve voleybol gibi bölümlere ayırmış ve zaman dilimine göre haberlere erişimi sınırlandırmıştır. Dolayısıyla araştırmada belirtilen zaman diliminde facebook, twitter ve internet haberleri incelenmiş; internet haberlerini ayrıştırabilmek için #basketbol ve #voleybol hashtagları kullanılmıştır. 29 Kasım 2021-29.12.2021 tarihleri arasında futbol branşında yine erkek futbol haberlerinin liglere, ülkelere göre ayrıştırıldığı ve basketbol ve voleybol haberlerine nazaran daha sıklık ve ayrıntılı bir şekilde futbol haberlerine yer verildiği Hürriyet gazetesinde de görülmüştür. Futbol, basketbol ve voleybol haberleri dışındaki diğer spor haberlerine ise sadece Tokyo başlığı altında yer verildiği ve diğer spor branşlarının internet haberlerinde görünürlüğünün çok fazla kısıtlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Hürriyet internet haber içerik ve frekans analizi

Haber İçeriği	Cinsiyet	f	%
Basketbol	Kadın	10	16,7
	Erkek	30	50,0
Voleybol	Kadın	15	25,0
	Erkek	5	8,3
Toplam		60	100,0

Hürriyet gazetesinin facebook sosyal medya aracında spor haberlerinin yayınlandığı Spor Arena ek sayfasında yer alan spor haberleri incelendiğinde 29 Kasım 2021-29.12.2021 tarihleri arasında yine ağırlıklı olarak futbol haberlerinin yer aldığı görülmektedir (%90,5). Bu haberleri erkek basketbol (%4,8) ve otomobil sporları izlemektedir (%4,8). (Tablo 3)

Tablo 3. *Hürriyet facebook haber içerik ve frekans analizi*

Haber İçeriği	f	%
Erkek Futbol	76	90,5
Erkek Basketbol	4	4,8
Otomobil Sporları	4	4,8
Toplam	84	100,0

Hürriyet gazetesinin Spor Arena twitter sayfasında yer alan spor haberleri incelendiğinde diğer internet ve sosyal medya haberleri ile benzer bir şekilde erkek futbol haberlerinin çok fazla yer aldığı (%93,5), bunu erkek basketbol (%2,6) ve kadın voleybol (%1,8) izlediği görülmektedir. Benzer bir şekilde Hürriyet gazetesinin Spor Arena twitter sayfasında hem kadınlara hem de diğer spor branşlarından haberlere çok az yer verilmiştir.

Tablo 4. *Hürriyet twitter haber içerik ve frekans analizi*

Haber İçeriği	f	%
Erkek Futbol	1434	93,5
Erkek Basketbol	40	2,6
Kadın Voleybol	28	1,8
Kadın Futbol	8	0,5
Gençlik ve Spor Bakanlığı	6	0,4
Kayak kadın ve Erkek (Karma)	4	0,3
Otomobil Sporları	4	0,3
Erkek Yüzme	2	0,1
Kadın Basketbol	2	0,1
Kadın Boks	2	0,1
Kadın Aerobik Cimnastik	2	0,1
Kadın Taekvando	2	0,1
Toplam	1534	100

Bu çalışmada Yeni Akit ve Hürriyet gazetesinin internet ve sosyal medya haberlerine ek olarak, TRT Spor, A Haber ve NTV Spor haber siteleri incelenmiş ve Misli. Com Sultanlar Ligi ile ilgili haber metinlerinin analiz edilmiştir. Elde edilen veriler doğal dil kullanımı, retorik ve gündem konularını ele alış biçimleri incelenerek aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir. Haber internet siteleri incelendiğinde TRT Spor 'un Sultanlar Ligi sürecince oynanan her maça haber sitelerinde yer verdiği, NTV Spor 'da bir röportaj haberi ve A Haber Spor un ise sitelerinde lig ile ilgili hiçbir habere yer vermediği görülmüştür.

Spor Haber Sitelerinde Kadın Spor Haberlerde Doğal Dilin Kullanımı

Dil zenginliği düzeyi Tablo 5' te aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 5. Dil zenginliği düzeyi

Haber Siteleri	TRT Spor	NTV Spor
Terim Sayısı '0'	1882	422
Terim Çeşidi 'V'	502	221
Kelime Çeşidi 0/V	3,74	1,90

Haber Sitelerindeki haber yazıları incelendiğinde terim sayısının, terim çeşidine oranı olan vokabüler birikimin düzeyinin genel ortalaması TRT Spor da 3.74 , NTV Spor da 1,90 'dır. Ortaya çıkan bu sonuçlara bakıldığında dil zenginliği açısından TRT Spor sade bir dil kullanırken NTV Spor haber yazılarında daha zengin bir dil kullanmıştır. Haber yazılarının terimin sayısının yüksekliği ile daha çok tekrar yapıldığını terim çeşidindeki azlık ile de basit ve sade bir konuşma ile seçmen üzerinde yüksek bir etki yapmak hedeflendiği bilinmektedir. TRT Spor da terim çeşidinin azlığı ve kelime tekrarlarının çokluğu ile verilen mesajların kalıcı olması yönünde olumlu bir tercihtir. Misli.com Sultanlar Ligi haber sitelerinde haber metinlerinde kullanılan sözcük ve sözcük türleri Tablo 6' da aşağıda karşılaştırmalı olarak verilmiştir.

Tablo 6. Vokabüler zenginliğin genel ortalama

Haberlerin Kelime Hazinesi	Terim Türü	Terim Sayısı (0)	Terim Sayısı Oranı %	Terim Çeşidi (V)	Terim Çeşidi Oranı %
Amaç Sözcükler					
	İsimler	1301	75,3	304	63,5
	Sıfatlar	92	5,32	34	7,28
	Fiiller	335	19,38	120	29,22
TRT SPOR	Toplam	1728	100	458	100
Araç Sözcükler					
	Zamir	10	6,5	7	31,11
	Zarf	42	27,27	9	24,44
	Edat	44	28,57	12	22,22
	Bağlaç	54	35,06	12	17,79
	Ünlem	4	2,6	4	4,44
	Toplam	154	100	44	100
Haberlerin Kelime Hazinesi	Terim Türü	Terim Sayısı (0)	Terim Sayısı Oranı %	Terim Çeşidi (V)	Terim Çeşidi Oranı %
Amaç Sözcükler					
	İsimler	211	61,7	98	56
	Sıfatlar	35	10,23	12	6,86
	Fiiller	96	28,07	65	37,14
NTV SPOR	Toplam	342	100	175	100
Araç Sözcükler					
	Zamir	39	48,75	21	45,65
	Zarf	12	15	13	28,26
	Edat	8	10	8	17,4
	Bağlaç	21	26,25	4	8,69
	Ünlem	-	-	-	-
	Toplam	80	100	46	100

İncelenen haber yazılarında toplam 2304 sözcük vardır ve bunların 723'ü farklı sözcüklerdir. Bu durumda oran yaklaşık olarak 3,18'dir. Bu oran fazla bir tekrar düzeyini yansıtır. Temel Kelime

hazinesi açısından sözcük türleri yüksek olmakla birlikte isim 1512 kez, fiil 431 kez ve sıfatlar 127 kez olmak üzere yüksek oranda kullanılmıştır ve toplam da amaç sözcük sayısı 2070, araç sözcük sayısı ise 234'dür. Yapılan haber yazılarında strateji olarak verilmek istenilen mesajın iyice anlaşılması ve kalıcı etki yapması belirlenmiştir. Sözcük türlerinin sayısal ve yüzdesel oranları ile karşılaştırmalı bir şekilde Tablo 7'de ayrıntılı bir şekilde verilmiştir.

Tablo 7. En çok kullanılan amaç sözcüklerinin dağılımı

	<i>Sıra</i>	<i>İsimler</i>	<i>f</i>	<i>Sıfatlar</i>	<i>f</i>	<i>Füller</i>	<i>f</i>
TRT SPOR	1	Lig	52	Çok	14	Etmek	23
	2	Set	40	Bu	18	Olmak	21
	3	Voleybol	29	İkinci	6	Kazanmak	11
	4	Sultan	34	Büyük	3	Yenmek	11
	5	Misli	32	Lider	3	Vermek	10
	6	Maç	27	Güzel	3	Karşılaşma	8
	7	Eczacı	28	İki	2	Gelmek	4
	8	Vakıf	27	Turuncu	2	Gitmek	4
	9	Hafta	27	Zorlu	1	Oynamak	3
	10	Takım	13	Orta	1	Yapmak	3
	<i>Sıra</i>	<i>İsimler</i>	<i>f</i>	<i>Sıfatlar</i>	<i>f</i>	<i>Füller</i>	<i>f</i>
NTV SPOR	1	Voleybol	9	Bir	11	Olmak	6
	2	Maç	3	Çok	9	Almak	6
	3	Takım	9	Orta	3	Etmek	5
	4	Spor	7	Büyük	2	Oynamak	3
	5	Oyuncu	6	Öz	2	Bulmak	3
	6	Erdem	5	İnanılmaz	2	Yapmak	3
	7	Eda	5	Bu	1	İstemek	3
	8	Zaman	5	Birçok	1	Geçmek	2
	9	Saha	2	Zorlu	1	Kazanmak	1
	10	Kadın	2	Çekingen	1	Gelmek	1

Haber yazılarında ki doluluk oranı, amaç sözcükleri (2070) kullanım açısından incelendiğinde; birinci sırada isimler İkinci sırada fiiller üçüncü sırada ise sıfatlar olarak belirlenmiştir. En çok kullanmış olan isim sözcüğü "Lig" (52 kez), Fiil sözcüğü "Etmek" (28 kez), sıfat sözcüğü "Bu" (18 kez) sözcük türleri görülmektedir. Spor kanallarının haber sitelerinde en çok kullandıkları araç sözcükler, sözcük türleri sayısal ve yüzdesel oranları ile karşılaştırmalı şekilde Tablo 8' de ayrıntılı bir şekilde verilmiştir.

Tablo 8. En sık kullanılan araç sözcüklerinin dağılımı

	<i>Sıra</i>	<i>Edat</i>	<i>f</i>	<i>Bağlaç</i>	<i>f</i>	<i>Zarf</i>	<i>f</i>	<i>Zamir</i>	<i>f</i>	<i>Ünlem</i>	<i>f</i>
TRT SPOR	1	Sadece	7	Ve	22	Daha	6	Şöyle	4	Valla	4
	2	Kadar	6	De	9	Önde	5	Herkes	2	Aman	1
	3	Önce	4	Ama	8	Sonra	5	Kendi	3	Kutlu	1
	4	Mı	4	Aslında	2	Öne	4	Şu	2	Helal	1
	5	li	3	Ardından	2	Böyle	3	O	2		
	6	Her	2	Hem	2	En	2	Bana	1		

7	Gibi	2	Ya	1	Şimdi	2	Benim	1		
8	Göre	2	Vesileyle	1	Çünkü	2	Sen	2		
9	Ün	1	Bile	1	Tekrar	2	Biz	1		
10	Sanki	1	Oysa	1	Böylelikle	1				
Sıra	Edat	f	Bağlaç	f	Zarf	f	Zamir	f	Ünlem	f
1	Her	5	Ve	13	Asla	3	Ben	6		
2	Önce	1	De	3	Uzun	2	Biz	5		
3	Nasıl	1	Ama	4	Neler	1	Bunu	4		
4	Kadar	1	Öte	2	Tekrar	1	Bura	4		
NTV SPOR	5				Artık	1	Kendi	3		
	6				İçerisinde	1	Onlar	1		
	7				Beri	1	Siz	1		
	8				Böyle	1	Benim	1		
	9				Çünkü	1	Şu	1		
	10						Bana	1		

En çok kullanılan araç sözcükler ‘134 kez’ incelendiğinde birinci sırada bağlaçlar ‘75 kez’, ikinci sırada zamirler ‘59 kez’, üçüncü sırada zarflar ‘54 kez’, dördüncü sırada edatlar ‘52 kez’, beşinci sırada ise ünlemler ‘4 kez’ yer almaktadır. Haber yazılarında 35 kez ve bağlacı en çok kullanılırken, sırası ile 6 kez Ben kişi zamiri, 6 kez Daha zarfı, 7 kez sadece edatı ve 4 kez valla ünlemi diğer kullanılan araç sözcüklerdir.

Spor haber sitelerinde haber metinlerinde gündem konularını ele alınma biçimleri Tablo 9 ve Tablo 10’ da aşağıda verilmiştir.

Tablo 9. En sık kullanılan spor kavramları

1	Voleybol	38
2	Maç	30
3	Takım	22
4	Sayı	17
5	Spor	16
6	Oyuncu	16
7	Deplasman	12
8	Yendi	10
9	Mağlup	10
10	Karşılaşma	8
11	Saha	8
12	Galibiyet	7
13	Hücum	6
14	Galip	6
15	Oynama	6
16	Mola	6
17	Mücadele	6
18	Skor	6
19	Teknik	5
20	Antrenör	5

21	Kaptan	4
22	Pasör	4
23	Pozisyon	4
24	Görev	4
25	Kulüp	4
26	Forma	3
27	Performans	3
28	Rekor	3
29	Voleybolcu	3
30	Olimpiyat	2
31	Branş	2
32	Amatör	2
33	Şampiyona	2
34	Şampiyon	2
35	Smaçör	2

Haber metinlerinde 38 kez Voleybol, 30 kez Maç, 22 kez Takım, 17 Kez sayı en çok kullanılan spor terimleri olmuştur. Haber metinleri incelendiğinde yalın bir dil kullanılarak daha çok genel bir kamuoyuna ulaşımı hedef belirlenmiş, sadece sporla ilgili kesimlerin anlayabileceği voleybol terimlerine yer verilmemiş. En sık kullanılan takım isimleri ise Tablo 10' da aşağıda verilmiştir.

Tablo 10. *En sık kullanılan takım isimleri*

1	Sultanlar	34
2	Misli	32
3	Eczacıbaşı	28
4	Vakıfbank	27
5	Fenerbahçe	24
6	Vitra	23
7	Belediye	20
8	Opet	14
9	Galatasaray	13
10	İlbank	12
11	KaleSpor	10
12	Sarıyer	9
13	Ptt	7
14	Kuzeyboru	7
15	Nilüfer	6
16	Beşiktaş	5
17	Yeşilyurt	3

Takım isimleri kullanım açısından incelendiğinde Misli.Com Sultanlar Ligi ismi sebebiyle en sık Sultanlar (34 kez) , Misli (32 kez) kavramları kullanılmış. Maç takvimi sürecinde neredeyse oynadıkları maç sıklığı sebebiyle de Eczacıbaşı (28 kez), Vakıfbank (27 kez), Fenerbahçe (24 kez) takım isimleri en sık kullanılan takım isimleri olmuştur.

4. SONUÇ

Bu araştırmanın amacı, kadın sporcuların yer aldığı internet haberlerde toplumsal cinsiyet vurgusunu incelemek ve bu haberlerin sosyal medya yazılı basınında yer alma sıklığını tespit etmektir. Bu bağlamda çalışmanın hipotezleri: 1) Kadınların yer aldığı spor haberleri nicelik olarak erkeklerin yer aldığı spor haberlerinden daha azdır. 2) Kadınların yer aldığı spor haberlerinin yazılı metinlerinde toplumsal cinsiyet vurgusu vardır. 3) Kadınların yer aldığı spor haberlerinin görsel metinlerinde toplumsal cinsiyet vurgusu vardır.

Türkiye’de internet ortamında en çok tıklanan gazete Yeni Akit gazetesindeki veriler incelendiğinde ağırlıklı olarak erkek futbolu üzerine (%97) haber yapıldığı görülmüştür. Kadın sporu üzerine yapılan haberler futbol, voleybol, halter ve güreş üzerine çok düşük bir düzeydedir. Bu veriler incelendiğinde internette yer alan haberlerde sadece kadın spor haberleri özelinde değil futbol dışında kalan spor dallarına da çok az yer verildiği görülmüştür. Yeni Akit gazetesinde spor haberlerinin genel olarak içeriğine bakıldığında Gençlik ve Spor Bakanlığı, Federasyonlar, Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi gibi spor kurumlarının haberlerine sıklıkla yer verildiği, erkeklerin yer aldığı spor dallarında ise otomobil sporları, basketbol ve güreş sporlarının yine çok az olmakla beraber en çok yer verilen spor branşları olduğu belirtilmektedir. Yeni Akit gazetesinde 4. FIVB Dünya Kulüpler Şampiyonu olan Vakıf Bankası Voleybol Kadın Takımının başarısının haberinde takımın erkek antrenör ve idarecilerinin fotoğrafı ile haber yapıldığı, söz konusu başarıya imza atan sporcuların fotoğraflarına yer verilmediği görülmüştür.

Türkiye’de internet ortamında en çok tıklanan ikinci gazete olan Hürriyet gazetesinin web sitesi haberleri Tokyo 2020, futbol, basketbol ve voleybol gibi bölümlere ayırmış ve haberlerin içerikleri karışık yer verilmiştir. Dolayısıyla araştırmada belirtilen zaman diliminde facebook, twitter ve internet haberleri incelenmiş; internet haberlerini ayrıştırabilmek için #basketbol ve #voleybol hashtagları kullanılmıştır. Hürriyet gazetesinde 29 Kasım 2021-29 Aralık 2021 tarihleri arasında futbol branşında yine erkek futbol haberlerinin liglere, ülkelere göre ayrıştırıldığı ve basketbol ve voleybol haberlerine nazaran daha sıklıkla ve ayrıntılı bir şekilde yer aldığı görülmüştür. Futbol, basketbol ve voleybol haberleri dışındaki diğer spor branşları haberlerine ise sadece Tokyo başlığı altında yer verildiği ve diğer spor branşlarının internet haberlerinde görünürlüğünün çok fazla kısıtlı olduğu tespit edilmiştir. Hürriyet gazetesinin facebook sosyal medya aracında spor haberlerinin yayınlandığı Spor Arena ek sayfasında yer alan spor haberleri incelendiğinde 29 Kasım 2021-29 Aralık 2021 tarihleri arasında yine ağırlıklı olarak futbol haberlerinin yer aldığı görülmektedir (%90,5). Bu haberleri erkek basketbol (%4,8) ve otomobil sporları izlemektedir (%4,8). Hürriyet gazetesinin Spor Arena twitter sayfasında yer alan spor haberleri incelendiğinde diğer internet ve sosyal medya haberleri ile benzer bir şekilde erkek futbol haberlerinin çok fazla yer aldığı (%93,5), bunu erkek basketbol (%2,6) ve kadın voleybol (%1,8) izlediği görülmektedir. Benzer bir şekilde Hürriyet gazetesinin Spor Arena twitter sayfasında hem kadınlara hem de diğer spor branşlarından haberlere çok az yer verilmiştir. Bu çalışmada Yeni Akit ve Hürriyet gazetesinin internet ve sosyal medya haberlerine ek olarak, TRT Spor, A Haber ve NTV Spor haber siteleri incelenmiş ve Misli.com Sultanlar Ligi ile ilgili haber metinlerinin analiz edilmiştir. Haber internet siteleri incelendiğinde TRT Spor ’un Sultanlar Ligi sürecince oynanan her maça haber sitelerinde yer verdiği, NTV Spor ’da bir röportaj haberi ve A Haber Spor un ise sitelerinde lig ile ilgili hiçbir habere yer vermediği görülmüştür. Haber Sitelerindeki haber yazıları incelendiğinde terim sayısının, terim çeşidine oranı olan vokabüler birikimin düzeyinin genel ortalaması TRT Spor da 3.74 , NTV Spor da 1,90 ‘dır. Ortaya çıkan bu sonuçlara bakıldığında dil zenginliği açısından TRT Spor sade bir dil kullanırken NTV Spor haber yazılarında daha zengin bir dil kullanmıştır. Haber yazılarının

terimin sayısının yüksekliği ile daha çok tekrar yapıldığını terim çeşidindeki azlık ile de basit ve sade bir konuşma ile seçmen üzerinde yüksek bir etki yapmak hedeflendiği bilinmektedir. TRT Spor da terim çeşidinin azlığı ve kelime tekrarlarının çokluğu ile verilen mesajların kalıcı olması yönünde olumlu bir tercihtir.

İncelenen haber yazılarında toplam 2304 sözcük vardır ve bunların 723'ü farklı sözcüklerdir. Bu durumda oran yaklaşık olarak 3,18'dir. Bu oran fazla bir tekrar düzeyini yansıtır. Temel Kelime hazinesi açısından sözcük türleri yüksek olmakla birlikte isim 1512 kez, fiil 431 kez ve sıfatlar 127 kez olmak üzere yüksek oranda kullanılmıştır ve toplam da amaç sözcük sayısı 2070, araç sözcük sayısı ise 234'dür. Yapılan haber yazılarında strateji olarak verilmek istenilen mesajın iyice anlaşılması ve kalıcı etki yapması belirlenmiştir. Haber yazılarındaki doluluk oranı, amaç sözcükleri (2070) kullanım açısından incelendiğinde; birinci sırada isimler İkince sırada fiiller üçüncü sırada ise sıfatlar olarak belirlenmiştir. En çok kullanmış olan isim sözcüğü "Lig" (52 kez), Fiil sözcüğü "Etmek" (28 kez), sıfat sözcüğü "Bu" (18 kez) sözcük türleri görülmektedir. En çok kullanılan araç sözcükler '134 kez' incelendiğinde birinci sırada bağlaçlar '75 kez', ikinci sırada zamirler '59 kez', üçüncü sırada zarflar '54 kez', dördüncü sırada edatlar '52 kez', beşinci sırada ise ünlemler '4 kez' yer almaktadır. Haber yazılarında 35 kez ve bağlacı en çok kullanılırken, sırası ile 6 kez Ben kişi zamiri, 6 kez Daha zarfı, 7 kez sadece edatı ve 4 kez valla ünlemi diğer kullanılan araç sözcüklerdir. Haber metinlerinde 38 kez Voleybol, 30 kez Maç, 22 kez Takım, 17 Kez sayı en çok kullanılan spor terimleri olmuştur. Haber metinleri incelendiğinde yalın bir dil kullanılarak daha çok genel bir kamuoyuna ulaşımı hedef belirlenmiş, sadece sporla ilgili kesimlerin anlayabileceği voleybol terimlerine yer verilmemiştir. Takım isimleri kullanım açısından incelendiğinde Misli.Com Sultanlar Ligi ismi sebebiyle en sık Sultanlar (34 kez) , Misli (32 kez) kavramları kullanılmış. Maç takvimi sürecinde neredeyse oynadıkları maç sıklığı sebebiyle de Eczacıbaşı (28 kez), Vakıfbank (27 kez), Fenerbahçe (24 kez) takım isimleri en sık kullanılan takım isimleri olmuştur.

5. TARTIŞMA

Ülkemizde spor haberlerinde en çok takip edilen gazeteler incelendiğinde yapılan haberlerin daha çok erkek futbolu üzerinden yapıldığı; kadın sporu üzerine yapılan haberlerin futbol, voleybol, halter ve güreş branşlarında yapıldığı, kadınlarda dahi futbol dışında habere az yer verildiği ve kadın spor haberlerinin erkeklerden önemli ölçüde az yer aldığı görülmüştür.

Medyada kadın sporcuların yer aldığı haberler ile ilgili farklı araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmaların çoğu kadın sporcuların medyada erkek sporculara göre daha az sıklıkla haber yapıldığına yöneliktir (Çimen & Meşeci, 2019; Jefferson, 1998). Buna ek olarak kadın sporcuların bulunduğu haberlerin içeriklerinin incelendiği araştırmalar da alan yazında mevcuttur (Bishop, 2003; Jefferson, 1998; Koca & Arslan, 2006; Pedersen, 2002).

Arslan ve Koca (2006) tarafından gerçekleştirilen kadın sporcuların yer aldığı gazete haberlerine dair çalışma incelendiğinde araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda toplam spor haberlerinin %8.56'sının kadın sporculara, %79.98'inin erkek sporculara ait olduğu saptanmıştır. Haberlerin %11.46'sının hem kadın hem de erkek yani karma spor haberlerinden oluştuğu görülmüştür. Kadın sporculara yönelik haberlerin içerik analizi sonucunda, haberlerin %20'sinde toplumsal cinsiyet rollerinin (zorunlu heteroseksüellik) belirgin olduğu yani kadın sporcuların yer aldığı haberlerde anne, babaanne, eş, kız kardeş ve ev kadını gibi toplumsal cinsiyet rollerinin kullanıldığı anlaşılmıştır. Buna ek olarak, haberlerde yer alan fotoğrafların %12.90'nında toplumsal cinsiyet vurgusu öne çıkarken, %24.19'unun da haber ile alakalı olmadığı ortaya konulmuştur.

Çimen ve Meşeci (2019) tarafından gerçekleştirilen başka bir araştırmada üç yılı aşkın bir süredir hem ulusal ligde hem de Avrupa kupalarında başarı hikâyelerine sahip Kastamonu Belediyesi kadın hentbol takımının spor medyasında yer alma konusundaki genel durumu nasıl etkilediği belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda basında yer alan haberlerin sıklığına göre futbol branşı %51.08 ile birinci sırada yer alırken, hentbol branşının %26.89'yla ikinci sırada yer aldığı belirlenmiştir. Bu iki branşı basketbol (%6.78), bisiklet (%1.19) ve voleybol (%1.05) izlemiştir. Cinsiyete göre yapılan hesaplamalara göre erkek sporları %60.46, kadın sporları %32.15 ve cinsiyet içermeyen spor haberleri ise %6.17 oranında medyada yer almıştır.

Bu çalışmada Yeni Akit gazetesinde 4. FIVB Dünya Kulüpler Şampiyonu olan Vakıf Bankası Voleybol Kadın Takımının başarısının haberinde takımın erkek antrenör ve idarecilerinin fotoğrafı ile haber yapıldığı, söz konusu başarıya imza atan sporcuların fotoğraflarına yer verilmediği görülmüştür. Konu ile ilgili alan yazın incelendiğinde 1996 Atlanta Oyunları'nda ABD' de altın madalya alan dört kadın takımına yönelik haberlerin incelendiği başka bir araştırmada kadın sporcuların bulunduğu haberler erkek sporları ve kadın sporları çerçevesinden ele alınmıştır. Erkek sporu olarak nitelendirilen sporlarda medyada yer alan haberlerde kadın ve erkek sporcuların karşılaştırıldığı ve kadın sporcuların sportif performansına çok az değinildiği, kadın sporlarında yer alan kadın sporcuların ise sportif performanslarına vurgu yapılırken kadınsı yargılara daha çok yer verildiği görülmüştür (Jones, vd., 1999).

Capranica vd. (2005) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada 2000 Yaz Olimpiyat Oyunları'nda yazılı medyada kadınların temsili Belçika, Danimarka, Fransa ve İtalya'da yayımlanan gazete haberleri haber sayısı, büyüklüğü, sayfadaki yeri, kullanılan fotoğraflar ve fotoğraf büyüklüğü açısından karşılaştırarak incelenmiştir. Bu araştırma neticesinde, 1996 Atlanta Oyunları'na göre 2000 Olimpiyat Oyunları'nda kadının medyada daha çok yer almaya başladığı görülmüştür. Bu araştırmadan elde edilen veriler Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin spor etkinliklerine kadının temsiliyi arttırmak ve kadın sporcuların başarılarını medyada yayımlamak amacıyla gerçekleştirdiği eylemlerin bir sonucu olarak yorumlanmıştır.

1980'li ve özellikle 1990'lı yıllarda, "kadın, spor ve medya" konulu araştırmalar incelendiğinde, medyanın genel olarak erkek sporcuların yer aldığı haberleri daha çok sıklıkla yapıldığı görülmüştür (Bernstein, 2002). Araştırmalar sonucunda kadınların spor haberlerinde daha az yer alması, yer aldıkları haber içeriklerinde başarıları ve sporculuklarından ziyade cinsiyetleri üzerinde toplumsal cinsiyet kalıpları çerçevesinde haberler yapıldığı görülmüş, bu durumun temel nedeninin toplumda egemen olan toplumsal cinsiyet ideolojisi olduğu düşünülmektedir (Arslan & Koca, 2006).

Sonuç olarak, medyada çıkan kadın sporcuların yer aldığı haberlerin sayısı çok az olduğu, yer alan haberlerin belirli spor dallarına (örn. Voleybol) yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Buna ek olarak, kadın sporcuların yer aldığı haberler ve fotoğraflarda toplumsal cinsiyet vurgusunun ağırlıklı olduğu alan yazındaki çalışmalar ortaya koymuştur.

6. ÖNERİLER

Bu araştırma sonucunda uygulamaya yönelik ve gelecekteki araştırmalara yönelik aşağıda önerilere yer verilmiştir.

- Bu çalışmada ele alınan konular, nitel araştırma yöntemleri kullanılarak, spor ajanları (sporcu, antrenör, spor yöneticisi, spor medyası çalışanları) ile görüşmeler yapılarak daha kapsamlı ele alınabilir.

- Veriler nicel araştırma yöntemlerinden konu hakkında hazırlanan bir ölçek veya anket ile ortaya konulabilir.
- Üniversitelerin iletişim ve medya ile alaklı bölümlerinde toplumsal cinsiyet dersleri verilerek, toplumsal cinsiyet kavramı gençlere öğretilir.
- Medya çalışanlarına toplumsal cinsiyet yargıları içeren haberler konusunda bilgiler verilebilir.
- Cinsiyet farklılıklarının oluşmaya başladığı yaş dönemlerine kadar (10-11 yaş) kız ve erkek çocuklarının beraber spor yaptıkları ortamlar yaratılarak çocukların toplumsal cinsiyet kalıplarını kırmaları sağlanabilir.
- Toplumsal cinsiyet kavramı üzerinde ilköğretim, lise ve üniversitelerde dersler verilerek konu hakkında insanların bilgi düzeyi geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Akkaya, C., & Kaplan, Y. (2014). Toplumsal cinsiyet bağlamında spor medyasında kadın. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2(Special Issue 2), 177-182.
- Arslan, B., & Koca, C. (2006). Kadın Sporcuların Yer Aldığı Günlük Gazete Haberlerinin Sunum Biçimine Dair Bir İnceleme. *Spor Bilimleri Dergisi*, 17(1), 1-10.
- Bayhan, V. (2013). Beden sosyolojisi ve toplumsal cinsiyet. *Doğu-Batı*, 16 (63), 147-164.
- Bernstein, A. (2002). Is it time for a victory lap? Changes in the media coverage of women in sport. *International Review of Sociology of Sport*, 37(3-4), 415-428.
- Berg, L.B., & Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (H. Aydın, Eds.). Eğitim Kitabevi.(Orjinal çalışma 2011 yılında yayımlanmıştır)
- Bishop, R. (2003). Mission in action: Feature coverage of women's sports in Sports Illustrated. *Journal of Sport Sociology Issues*, 27(2), 184-194.
- Bulgu N., Koca-Aritan C., & Aşçı F.H. (2007). Daily life, women and physical activity. *Hacettepe Journal of Sport Sciences*, 18(4), 167-81.
- Capranica, L., Minganti, C., Billat, V., Hanghoj, S., Piacentini, M. F., Cumps, E., & Meeusen, R. (2005). Newspaper coverage of women's sports during the 2000 sydney olympic games. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 76(2), 212-22.
- Chalabaev, A., Sarrazin, P., Fontayne, P., Boiché, J., & Clément-Guillot, C. (2013). The influence of sex stereotypes and gender roles on participation and performance in sport and exercise: Review and future directions. *Psychology of Sport and Exercise*, 14, 136-144.
- Çimen, Z., & Meşeci, O. (2019). Sportif başarı hikayeleri spor medyası hakkında bildiklerimizi değiştirebilir mi? Kadın hentbolu örneği. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(4), 181-189.
- Demir, Z. (2008). *Bir dini söylem analizi (Psikolojik bir yaklaşım)* (Tez No. 221218) [Yüksek lisans tezi, Cumhuriyet Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Ecevit, Y. (2011). Toplumsal cinsiyet sosyolojisine başlangıç. Ecevit, Y. & Karkıner, N. (Ed.). *Toplumsal cinsiyet sosyolojisi içinde* (ss.2-30). Anadolu Üniversitesi.
- Eitzen, D.S., & Sage, G.H. (1997). *Sociology of north american sport* (6th ed.). McGraw-Hill.

- Ekşi, H., & Çelik, H. (2008). Söylem Analizi. *Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27, 99-117.
- Giulianotti, R. (2005). *Sport: A critical sociology*. John Wiley & Sons.
- Gül, S. S., & Nizam, Ö. K. (2021). Sosyal bilimlerde içerik ve söylem analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 181-198.
- Hall, M.A. (1988). The discourse of gender and sport: From femininity to feminism. *Social Sport J*, 5(4), 330-340.
- Jefferson L.H. (1998). Inside sport or on the margins. *International Review of Sociology of Sport*, 33(1), 19- 32.
- Jones, R., Murrell, A.J., & Jackson, J. (1999). Pretty versus powerful in the sports pages. *J Sport Soc Issues*, 23(2), 183-192.
- Kavasoğlu, İ., & Yaşar, M. (2016). Toplumsal cinsiyet normlarının dışındaki sporcular. *Spor Bilimleri Dergisi*, 27(3), 118-132.
- Koca, C., & Bulgu, N. (2005). Spor ve toplumsal cinsiyet: Genel bir bakış. *Toplum ve Bilim*, 103, 163-184.
- Koca, C., Aşçı, F. H., & Kirazcı, S. (2005). Gender role orientation of athletes and nonathletes in a patriarchal society: A study in Turkey. *Sex Roles*, 52 (3-4), 217-225.
- Koivula, N. (1995). Ratings of gender appropriateness of sports participation: Effects of gender-based schematic processing, *Sex Roles*, 33 (7/8), 543-557.
- Metheny, E. (1965). *Connotations of movement in sport and dance*. Wm. C. Brown.
- Öktem, M.G. (2004). *Sporcu Kadının Türk Yazılı Basınındaki Temsili: Süreyya Ayhan Örneği. Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma*. Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Pedersen, P.M. (2002). Examining equity in newspaper photographs: A content analysis of the print media photographic coverage of interscholastic athletics. *Int Rev Soc Sport*, 37(3-4), 303-318.
- Riemer, B. A., & Visio, M. E. (2003). Gender typing of sports: an investigation of Metheny's classification. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 74, 193-204.
- Sancar, S. (2013). Erkeklik. Ecevit, Y., & Karkıner, N. (Ed.). *Toplumsal cinsiyet çalışmaları içinde* (ss.168-191). Anadolu Üniversitesi.
- Sözen, E. (2014) *Söylem, belirsizlik, mübadele, bilgi/güç ve refleksivite*. Paradigma.
- Theberge, N. (1993). The construction of gender in sport: Women, coaching and the naturalization of difference, *Social Prob*, 40(3), 301-313.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin algılanışı. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (35), 29-56.
- Weber, R. (1990), *Basic content analysis, series: Quantitative applications in the social sciences*. Sage.
- Wensing, E.H., & Bruce, T. (2003). Bending rules: Media representation of gender during an international sporting event. *Int Rev Soc Sport*, 38(4), 387- 396.