

Spor gazetelerinde kamusal gündem: *Fotomaç, Fanatik ve Fotospor* örneği

Özlem Barış*

Öz

Kitle iletişim araçları, kamusal gündemi inşa eden en önemli unsurlardan biridir. Bu araçların kamu gündemini belirlemesi kamusal gündemin her yerde yankılanmasına imkân sağlamaktadır. Bir ülkede meydana gelen olaylardan tüm dünya haberdar olabilmektedir. Her meslek grubundan okuyucu dünyadaki gelişmeleri kolaylıkla takip edebilmektedir. Okuyucuların özellikle takip ettiği haberler ekonomi, günlük yaşam, siyaset, sanat, spor gibi konulardır. Spor söz konusu olduğunda diğer okuyucular gibi sporcular da gündemi medya aracılığıyla takip etmektedir. Ayrıca gündem takibinin ötesinde etkilenmeler meydana gelebilmektedir. Futbolcular gündem içerisindeki enformasyona bağlı olarak karşılaşma öncesi veya sonrasında futbol sahalarında destek, tepki ve anma gibi çeşitli davranışlarda bulunabilmektedirler. Bu tepkiler spor gazetelerinde sıklıkla yer almaktadır. Futbolcuların kamusal gündemlerden etkilenerek sahada çeşitli davranışlar sergilemelerinin ardından bu davranışların spor gazetelerinde yer almasının bir diğer anlamı medyadaki gündemlerden etkilenen futbolcuların aynı zamanda kitle iletişim araçlarını etkilemesi olmaktadır. Kitle iletişim araçları tarafından etkilenen kamusal gündem süreç içerisinde bir döngü oluşturmaktadır. Bu durum da kitle iletişim araçlarının yalnızca gündem belirlemediğini aynı zamanda gündemden etkilenme yaşadığını göstermektedir. Bu çalışma 2020 yılı itibarıyla futbol gündemine yansımış ve futbolcular tarafından davranışa dönüştürülmüş kamusal gündem öğelerini *Fotomaç, Fanatik ve Fotospor* adlı spor gazeteleri aracılığıyla betimsel içerik analizi yöntemi ile ortaya koymaktadır. Elde edilen 244 haber davranış tekrarı ile meydana gelen süreklilik neticesinde kategorilere ayrılan kamusal gündemler çerçevesinde ayrılarak yorumlanmaktadır. Bu sayede kamu gündemi ile birey davranış arasındaki etkileşimli ilişki açığa çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Spor, futbolcu, gazete, gündem, spor gazeteleri

The public agenda in the sports newspapers: Example of *Fotomaç, Fanatik and Fotospor*

Abstract

The mass media is one of the most important tools in setting the public agenda. By doing this, the media contributes to widening its impact even more. The whole world can be aware of events occurring in a country. Readers from all professions can easily follow the developments in the world. The news that readers especially follow are topics such as economy, daily life, politics, art and sports. When it comes to sports, athletes, like other readers, follow the agenda through the media. In addition, effection beyond the follow-up of the agenda also occur. Football players' behaviour vary between support, reaction and celebration before and after the match depending on the information conveyed through the public agenda. Those behavioural patterns are found frequently in sports newspapers. This means that not only the public agenda has an impact on football players' behaviour, but also football players influence the mass media. Through the descriptive content analysis method, this study highlights the public agenda items that influenced football players and that were reflected in the sports newspaper *Fotomaç, Fanatik and Fotospor* as of 2020. 244 news pieces were found, categorized based on the different public agendas and analysed. In this way, the interactive relationship between public agenda and individual behavior was revealed.

Keywords: Sports, footballer, newspaper, agenda, sports newspapers

* Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, E-posta: ozlembrs2606@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-5010-7776

Giriş

Medya kamunun ilgisini belirli noktalarda toplama ve belirli bir bakış açısı yaratılması konusunda aktif rol oynamaktadır. Gerek Avrupa gerekse de Türkiye’de medya tarihsel açıdan kamunun ihtiyacı ve faydası yönünde haberlerle kamunun gündemine etki etmektedir (Öztay, 2020, s. 236). Gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının toplumsal bir gündem belirlemede aktif rol oynadığı kanısı genel anlamıyla kabul edilmiş görüştür. Bu yaklaşım kitle iletişim araçlarının bireylerin ne üzerinde düşünmesi gerektiğini şekillendiği yargısına odaklanmaktadır. Böylelikle medya araçlarının etkisinin güçlü olduğu varsayımı desteklenmektedir (Özçetin, 2020, s. 118). Yaklaşım kitle iletişim araçlarının izleyicinin bir konuya ne kadar değer vermeleri gerektiğini belirttiğini de öne sürmektedir. Yani kitle iletişim araçları toplumun gündemini oluşturmaktadır. Gündemi belirlenen kamu McCombs ve Shaw’a göre medyanın etkisini haberdar etme, bilgilenme, tutum oluşturma ve davranışa yöneltme adımları ile harekete çevirmektedir (İrvan, 2001, s. 23).

Gündem belirleme etki faktörleri bireylerin yaş, cinsiyet, meslek, eğitim durumu, kitle iletişim aracı kullanma alışkanlıkları ve enformasyon kaynaklarının çeşitliliğine göre farklılık göstermektedir. Bunun yanında toplumun sosyo-kültürel yapısı kitle iletişim araçlarının yapısında belirleyici olur (Öztay & Koç, 2020, s. 231). Diğer taraftan kitle iletişim araçları ile kamusal gündemin zaman zaman uyuşmadığı da görülmektedir (Güz, 1996, s. 982-997). Aynı şekilde kitle iletişim araçlarından edinilen bilgiler kamunun gündemini oluşturmaktadır. Bu süreç kamuoyu oluşumu olarak da ifade edilir ve medyanın bireylerin tutum ve kanaatlerin oluşmasında önemli bir rolü üstlendiği görülür (Yurdakul, 2016, s. 84). Gündemden etkilenen bireyler oluşturdukları değer yargıları davranışlarına yansıtılmaktadır.

Spor gazeteleri genellikle okuruna spor camiasından, karşılaşmalardan, sporcu hayatlarından kesitler sunmaktadır. Ayrıca kamusal gündemden de bilgiler vermektedir. Kamusal gündem kavramı kamuoyunun erişebildiği, yorumladığı, genel normları içeren bir alanın gündemi olarak “kamusal alan” kavramı ile açıklanabilmektedir. Bu kavram Jürgen Habermas’ın ileri sürdüğü kamuoyuna benzer bir alanı tanımlamaktadır (Habermas, 2015, s. 96). Kamusal gündem söz konusu olduğunda kitle iletişim araçları gibi birleşenlerin önemi artar (Hülür & Yaşın, 2017, s. 19). Toplum ve devlet örgütlenmesini içeren kamuoyu gündeminde yer alan konular zaman zaman futbolcuların sahada çeşitli tepkiler göstermesine neden olmaktadır. Bu tepkiler desteleme veya karşı çıkma şeklinde davranışlara yansımaktadır. Bu davranışlar spor gazetelerinde habere dönüşmektedir. Kamusal gündemden etkilenen futbolcuların sahada genellikle pankart açma, kıyafet giyme, bireysel kolektif davranışlar sergileme, sesli sessiz tepki-destek verme gibi davranışlarda bulunmaktadır. Spor gazetelerinde futbolcuların kamu gündeminden etkilenerek sergiledikleri davranışlar spor gazetelerinde sıklıkla yer almaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarından etkilenerek davranış sergileyen futbolcuların aynı zamanda okurlar için birer enformasyona dönüşmesi kitle iletişim araçları tarafından oluşturulan gündemlerin bireylerden etkilendiğini göstermektedir.

Bu çalışma kamusal gündemden etkilenerek sahada futbolcu davranışına dönüşen gündemlerin *Fotomaç*, *Fanatik* ve *Fotospor* gazetelerinde habere dönüşmesini güncel olması sebebiyle 1 Ocak-20 Kasım 2020 tarihleri arasında internet sitelerinden yayınladıkları haberler üzerinden açığa çıkarmaktadır. Böylelikle çalışma kitle iletişim araçlarıyla oluşturulan gündemlerin futbolcular tarafından davranışa dönüştüğünü ve bu davranışların spor gazetelerini etkilediğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Gazetelerden elde edilen verilerin tekrarlanması ile oluşturulan Afet, Askeri Harekât, İrkçılık, Resmi Günler, Belirli Günler ve Haftalar, Kadına Şiddet ve Çocuklar, Kişisel Anma kategorileri çerçevesinde spor gazetelerinde yer alan haberler betimsel içerik analizi yöntemi ile sayısal frekansa dönüştürülerek yorumlanmaktadır. Araştırma kapsamında futbolcuların davranış gösterdiği 244 haber incelenmektedir. Bu haberlerin çoğunluğunu %22,54 oranında Afete yönelik davranışlar oluşturmaktadır. İkinci

sırayı Askeri Harekâtlar kategorisi %20,48 oranında almaktadır. Üçüncü sırada ise %18,10 oranıyla yer alan kategori Belirli Günler ve Haftalar bulunmaktadır.

1. Spor gazeteleri ve gündem belirleme

Spor haberleri ilk kez gazetelerde, 5 Mayıs 1773'te ABD'de yer almıştır. *Gazette* adlı yayın İngiltere'de yapılan bir boks maçına muhabir yollamıştır. Modern anlamda ilk spor gazetesi ise 1833 yılında yayınlanmış olup İngiltere'de profesyonel atletler tarafından Pazar günleri çıkarılan *Bell's Life* adlı yayındır (Atalay, 2004, s. 41-73). Spor gazetelerinin Türkiye'de ilk faaliyetleri ise *Servet-i Fünun Dergisi*'nde eskrim konusunda gerçekleşmeye başlamıştır. Ali Ferruh Bey tarafınca yazılan bu yazı Türk basınında yayımlanan ilk spor yazısı niteliği kazanmıştır (Büyükbaykal, 2004, s. 37). Bugünkü anlamda ilk spor yazısı Selanik'te çıkan *Asır* gazetesinde yer almıştır. İlk spor gazetesi de "*Futbol*" adıyla 11 Ekim 1910'de yayınlanmaya başlamıştır (Çakır, 2008, s. 172). 1950'li yıllara kadar gazetelerin belirli sayfalarında spor haberleri yer almıştır. Genel anlamda gazetelerin son sayfaları spor haberlerinin yer aldığı bölüm olmuştur. 1952 yılında ilk kez *Türk Spor* adıyla bir spor gazetesi çıkarılmıştır (Kaya, 2002, s. 164). 1980'lerde ise kitlelerin siyasi arenadan uzak tutulması amacıyla haberleri artmış renk ve görsel kullanımı da bu dönemde aşırılaşmıştır.

Türkiye'deki basının ekonomik dönüşümleriyle birlikte 1990'lı yıllar spor tüm kitlelerin spora yoğunlaşmasına ve spor gazetelerinin artmasına neden olmuştur. 1989 yılında günümüzdeki spor gazetelerine yakın örneği ile *Fotospor* çıkarılmaya başlanmıştır. 1991 yılı ise *Taraftar* ve *Fanatik* gazeteleri yayın hayatına giriş yapmıştır. 28 Haziran 1996'da *Taraftar* ve *Fotomaç* gazeteleri *Fotomaç* gazetesinde birleşmiştir. İnternet gazeteciliği resim, görüntü, ses, video içeriklerinin yanı sıra hızlı bir erişim imkânı sağlamıştır (Kuyucu, 2020, s. 448). İnternet teknolojisinin gelişmesi sonucunda spor gazeteleri diğer gazeteler gibi dijital yayın yapar hale gelmiştir (Budak, 2019, s. 231). İnternetin her an her yerde zaman, mekân sınırı tanımayan yapısı spor gazetelerinin de diğer kitle iletişim araçlarına nazaran daha fazla ilgi görmesine neden olmuştur. Ayrıca internet gazeteciliği aracılığıyla video, ses gibi içerikler daha kolay sunulur hale gelmiş yaşanan gelişmeler "son dakika" başlığı ile anlık haber sitelerine düşmüştür. Bu aktif ve güncel siteler kitleleri kendine çekerken reklam verenlerin de bu alanlara kaydığı gözlenmiştir (Kazaz, 2007, s. 224).

Spor gazetelerinin enformasyon edinme alanında farklı işlevleri bulunmaktadır. Okuru eğlendirme, bilgilendirmenin yanında halkın rahatlaması, deşarj olması ve huzurlu olabilmesine de imkân tanımaktadır (Basmacı, 2020, s. 133). Spor gazeteleri okurlarına dünya ve ülke çapında bilgiler sunmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle gazete içerikleri bu bilgileri kendi okurunun ilgisini çekecek şekilde haberleştirmektedir. Teknolojik gelişmenin beraberinde getirdiği küreselleşme yerelliğin zayıflamasına ve ortadan kalkmasına yol açmış ve küresel değerler dünyanın her tarafında hakim olmaya başlamıştır (Hülür, 2000a, s. 29). Küreselleşmenin bir sonucu olarak yaşam biçimleri arasındaki farklılıklar azalmakta ve kaybolmaktadır (Hülür, 2000b, s. 115). Spor gazeteleri de küresel dünya gündeminden etkilenmiştir. Spor sık sık kamuoyu gündeminde önemli bir yer tutmaktadır (İlhan & Çimen, 2011, s. 225). Spor gazeteleri sporla ilgili gelişmelerin ve olayları gündemine almaktadır. Bu gündem genellikle güncel spor karşılaşmalarını, karşılaşmalarda meydana gelen pozisyonları, karşılaşmaların oyuncularını, hakemleri, antrenörleri, sporcuları konu edinmektedir. Karşılaşma sonuçları, transfer haberleri, sporcuların özel hayatları da spor gazetelerinin gündemlerinde yer alabilmektedir. Ayrıca kamusal gündemi sarsan ve büyük ölçüde önem taşıyan ekonomik, politik, kültürel gündemler de spor gazetelerinin gündeminde yer almaktadır. Bu durum spor gazetelerinin içeriklerinin çeşitlenmesine yarasa da genel anlamda tüm spor gazeteleri benzer haberleri okurlarına servis etmektedir (Evans vd., 2020, s. 85). Böylelikle birbirlerinden farklı olmayan spor gazeteleri çıkmaya başlamaktadır.

Kamusal gündemin medya aracılığıyla şekillendirilmesine ilişkin ortaya atılan model, temeli Walter Lippman'ın 1920'lere dayanan ve bireyin doğrudan deneyimlediği dünya ile deneyimlemediği dünyanın bilgisini birbirinden ayırdığı (Hülür & Yaşın, 2016, s. 10), çalışmasından hareketle "Gündem Belirleme Modeli", ilk olarak 1972'de M. McCombs ve D. Shaw tarafından kuramsal olarak ortaya konulmuştur. Bu yaklaşım kitle iletişim araçlarının izleyicinin bir konuya ne kadar değer vermeleri gerektiğini belirttiğini öne sürmektedir. Yani kitle iletişim araçları toplumun gündemini oluşturmaktadır. Böylelikle zihinsel bilgi değişimi yapılmaktadır (Yegen, 2014, s. 25). Yaklaşım genellikle seçim dönemlerinde adayların toplum ve kendi gündemine aldığı tavır belirlenerek aday için imaj tesisi yapmaktadır (Atabek, 2012, s. 155). Yaklaşımın göre seçmenler bir konunun önemli olduğuna ikna edildiğinde oy verme esnasında o konuda tutarlı görüş belirleyen adayın tercih edildiği savunmaktadır. Seçim dönemlerinde seçmenler kitle iletişim araçlarının etkisine açık hale gelmektedir. Önemli gündemin konusu hem kitle iletişim araçlarıyla hem seçmenle hem de politikacılar ile paralel olmalıdır. Kitle iletişim araçlarının seçim dönemlerinde seçmen etkileyen yoğun bir gücü bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları kendi gündemlerinden konuları seçerek izleyiciye bu haberleri iletmektedir. Böylelikle suni bir gündem oluşturulmaktadır. Bununla birlikte kamuoyunun gündemi de meydana getirilmektedir. Dolayısıyla kamuoyu gündeminin belirlenmesi kitle iletişim araçlarının sınırlı etki düşüncesi ortadan kalkarak yerini güçlü etkiye bırakmıştır (Özçetin, 2018, s. 117). Alanda yapılan çalışmalar da bu yönde sürdürülmüştür.

Gündem Belirleme Yaklaşımı kitle iletişim araçlarının gündemini kamuoyunun gündemi ile karşılaştırarak kitle iletişim araçlarının etkisini ortaya koymaktadır. Medya araçları iktidar ve kitle arasında köprü görevi görüp kitleleri manipüle etmektedir (Vatandaş, 2020, s. 65). Politika ve gerçek dünya arasındaki bağlantıda medyanın önemli bir rolü bulunmaktadır (Yüksel & Dingin, 2020, s. 436). Bu görüş medyanın kamuoyunun nasıl düşüneceğini değil ne hakkında düşünmesi gerektiğini belirlediğini savunmaktadır (Yakubu, 2015, s. 15-16). Öte yandan kamuoyu gündemi belirlenirken kamu da gündemin belirlenmesinde önemli bir değişken olmaktadır. Bu bağlamda gündemi belirlenen kamuoyu aynı zamanda gündemin belirlenmesinde belirli ölçüde etkilidir. Kitle iletişim araçlarının bu etkisi kamuoyu etkileşimiyle birlikte bir döngü içerisinde devam etmektedir.

2. Dijital spor gazeteleri ve kamu etkileşimi

Küreselleşme ile başlayan teknoloji gelişimiyle birlikte iletişim teknolojilerinde de farklılaşma meydana gelmiştir. Kamunun gündemden haberdar olma şekli de teknolojiye bağlı olarak dijitalleşmiştir. Böylelikle bireyler çevrim içi teknolojilere adapte olmuştur (Demir & Ayhan, 2020, s. 3). Dünyada dijital spor gazeteleri 1990'ların ortalarında gelişmeye başlamıştır. İlk dijital spor gazetesi olan ESPN'in 1995'te ilk web sitesini oluşturmuştur. Ardından bloglar ve takımlara özgü siteler meydana gelmiş bu sitelerin hiçbiri reklam almamıştır. Türkiye'de bu tarih 2000'li yılların ortalarına ve sonlarına uzanmaktadır (Kara, 2002, s. 59). İlk web siteleri statik ve karşılıklı etkileşim imkânından yoksun olarak ortaya çıkmaktadır.

1990'lı yıllar internetin ortaya çıkması ile statik kitle iletişim araçlarının yavaş yavaş önemini kaybetmeye başladığı yıllar olmuştur. Özellikle gazetelerin haber toplama, yayma gibi pratiklerinin değişimine neden olan internet gazeteciliği okurlarına daha güncel ve ucuz haberler sunmaktadır. İnternetin sunduğu alansal profesyonelleşme ve çoklu içerik imkânı okurun internet üzerinden bu haberlere yoğunlaşmasını arttırmaktadır. Dijital spor gazeteleri de okurlarına çoklu içerik paylaşımı, (ses, video, yazı) navigasyonel etkileşim, (önceki sayfa sonraki sayfa) fonksiyonel etkileşim (içerik üreticilerine erişme), ve uyarlanabilir etkileşim (ilgisel kişiselleştirme) özellikleri sunmaktadır. Diğer taraftan okura yalnızca yorum ve ankete katılma biçimleri ile spor gazetelerinde etkileşim kurabilmektedir (Deuze, 2003, s. 214). Yine de bu durum dijital spor gazetelerinin geleneksel ile karşılaştırıldığında daha katılımcı olduğunu göstermektedir.

Spor gazetelerinde yer alan karşılaşma yorumları, mevcut durum analizleri, köşe yazıları, sıklıkla güncellenen son dakika haberleri, özgün haber içerikleri, canlı karşılaşma gelişmeleri ve sonuçları hiper-metinsellikte birlikte site dışı enformasyona ulaşma imkânı spor gazetelerini çekici kılabilmektedir (Çevikel, 2007, s. 43). Böylelikle dijital spor gazeteleri daha fazla okur kapasitesine erişme imkânı bulmaktadır. Spor günümüzde yalnızca bir etkinlik alanı olarak kalmayıp, ekonomik, siyasi, kültürel alanlarda da aktif rol oynamaktadır. Küresel ve kitlesel hale gelen spor faaliyetleri artık tüm toplumun ilgilendiği bir sosyal olgudur. Bu nedenle kamusal gündem içerisinde spor her zaman önemli bir yer tutmuştur. Spor gazeteleri de zaman zaman kamusal gündem içerisinde yer alan sosyal, ekonomik, kültürel vb. olaylara yer vermektedir (Ergen, 2018, s. 506). Aynı zamanda sporcular içinde buldukları toplumdan ve toplumsal gündemden etkilenerek destek veya tepki belirten çeşitli davranışlar sergileyebilmektedir. Bu etkilenmeler en genel anlamıyla sporcunun toplumla ilişkilerini içselleştiren öznel yargılarının, anlayışının, karakteristik özelliğinin, tutumlarının izlenimini, yorumunu oluşturmaktadır. Spor gazeteleri de bu haberlere yer vererek sporcuların olumlu kişilik özelliklerini ön plana çıkarmaktadır. Böylelikle sporcuların toplum tarafından benimsenme, desteklenme, “iyi insan” olarak nitelendirilmesine katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla spor gazeteleri sporcunun başarılı olmasına ek olarak kamunun gündeminde yer alan konularda da sempatik ve ilgili olarak nitelendirilmesini, pozitif algı yaratmasını sağlamaktadır (Lewis & Weaver, 2015, s. 224). Bunlardan en yaygınlarının başında basın açıklaması yapma gelmektedir. Sporcuların karşılaşma öncesinde veya sonrasında gündeme gelen olay hakkında basın mensupları aracılığıyla düşüncelerini paylaşmasıdır. Daha sonra ise sosyal medya içeriği paylaşma yer almaktadır. Burada sporcuların herhangi bir zaman diliminde meydana gelen gündemle ilgili Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal mecralardan düşüncelerini belirten içerik paylaşımları yer almaktadır. Bir diğer etkilenme belirtisi sporcuların yazılı/sembollü kıyafet giymesidir. Sporcuların karşılaşmaya gündem hakkında yazılar semboller içeren tişört, bant giyerek çıkması bu etkinin önemli bir belirtisidir. Sporcular ayrıca bireysel/kolektif davranış sergileyebilmektedir. Genellikle sporcular karşılaşma esnasında, öncesinde veya sonrasında toplu halde ya da tek başına gündeme ilişkin sembolik hareketler gerçekleştirmektedir. Pankart/bayrak açma da sıkça karşılaşılan etkilenmelerdendir. Sporcular karşılaşma öncesinde ya da sonrasında gündem konusu ile ilgili üzeri yazılı pankart veya bayrak açabilmektedir. Bir diğer etkilenme de sesli – sessiz destek/teпки vermedir. Sporcular karşılaşma öncesinde veya sonrasında gündeme ilişkin konular için belirli zaman sınırında sessizlik sağlama ya da önceden karar verilmiş bir marşın seslendirmektedir. Yaygın görülen bir diğer etkilenme olan gelir bağısı yapma neticesinde sporcular oynanan karşılaşma gelirlerini ve lisanslı ürünlerini gündem konusu için bağışlamaktadır. Son olarak bilinen etkilenmelerden bir diğeri kampanya başlatmadır. Bu etkilenme ile sporcular gündeme ilişkin konular için ülke çapında yardım kampanyası başlatmaktadır.

3. Araştırma tasarımı

Araştırmada en az 15 yıllık spor gazetesi yayın geçmişleri bulunduğu için *Fanatik*, *Fotomaç* ve *Fotospor* gazetelerinin internet sitesi üzerinden güncel olması sebebiyle 1 Ocak-20 Kasım 2020 tarihleri arasında yayınladığı tüm haberler betimsel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Fotomaç gazetesi 1991’de Dinç Bilgin tarafından yayınlanmaya başlamış, 2005 yılında *Pas Fotomaç* adıyla yayınlanmaya devam etmiştir. 2007’de Çalık Holding tarafından alınmış logosu *Pas Fotomaç* olarak kalmıştır. Günümüzde berliner formatla İstanbul merkezinden yayın yapılmaktadır (Sabahçı, 2018, s. 188). İlk yayını 20 Kasım 1995 yılında yapan *Fanatik* gazetesinin 1996’da *Fanatik Basket* adıyla bir ek çıkardığı bilinmektedir. Sahipliğini Demirören Holding’in yönettiği gazete ESM (European Sports Magazines) üyesi olmuştur. Berliner formatta çıkarılmaktadır (Özsoy, 2011, s. 97). 1968’de Haldun Simavi’ nin çıkardığı ve Türk spor basınının bilinen ilk spor dergisi, *Fotospor* adındadır. 1989 yılında Birol Nadir aynı

adla ilk günlük spor gazetesini çıkarmıştır. 2005 'de *Efsane Fotospor* adını alarak ABC Medya grubunca çıkarılmaya başlanmıştır. Günümüzde bilinen formatla İstanbul merkezinden yayın yapılmaktadır (Atabeyoğlu, 1991, s. 55-60).

Çalışmada örneklem olarak yalnızca futbolcuların sahada gerçekleştirdiği davranışa dönüşen kamusal gündemler ele alınmaktadır. Oluşturulan kategoriler gazete haberlerinde sıkça yer verilen futbolcuların saha içinde gösterdikleri davranışların tekrarı neticesinde meydana gelmiştir. Böylece kategoriler araştırmada incelenen gazetelerden elde edilen veri setinden oluşturulmuştur. Kategorilendirme aşamasından sonra oluşturulan temalar başka araştırmacılar tarafından incelenmiştir. Araştırma şu kategoriler çerçevesinde sınıflama yapılarak gerçekleştirilmiştir.

Afetler: Deprem, sel, yangın, çığ vb. doğal veya doğal olmayan afetlere ve verilen kayıplara yönelik gerçekleştirilen davranışlar bu başlık altında incelenecektir.

Askeri harekâtlar: Türkiye ve kardeş ülkelerde meydana gelen askeri Harekât ve operasyona yönelik gerçekleştirilen davranışlar bu başlık altında incelenecektir.

Belirli gün ve haftalar: Hastalıklar ve Farkındalık, Madenciler, Engelliler, Polis, Sağlık Çalışanı Haftaları, Öğretmenler Günü gibi belirli gün ve haftalara yönelik davranışlar bu başlık altında incelenecektir.

Resmi günler: 19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 30 Ağustos Zafer Bayramı Gibi resmi günlere yönelik davranışlar bu başlık altında incelenecektir.

Kadına şiddet ve çocuklar: Kadına şiddet, taciz, tecavüz ve kadın cinayetlerine, çocuk şiddeti ve çocuk istismarına yönelik davranışlar bu başlık altında incelenecektir.

İrkçılık: İrkçılığa yönelik gerçekleştirilen davranışlar bu başlık altında incelenmektedir.

Kişisel anma: Hayatını kaybeden futbolcular, teknik direktörler gibi kişilerin anılmasına yönelik davranışlar bu başlık altında incelenecektir.

Betimsel içerik analizi araştırmacı tarafından bir konunun genel eğilimlerinin ve sonuçların açıklanması amacıyla kullanılan sistematik derleme yolunda ilerleyen nitel yaklaşımlar içerisinde yer alan bir yöntem olmaktadır (Albayrak & Çiltaş, 2017, s. 260). Araştırmacı konuyu nicel nitel karma fark etmeksizin belirlediği ölçütler doğrultusunda incelemektedir. Süreç sistematikleştirilen verilerin kategorileşmesi ve yorumlanması olarak devam etmektedir. Bu eğilim araştırmacının elde ettiği veriler ışığında betimsel bir çerçevede ortaya koyduğu konunun yaklaşım şeklini açığa çıkarma amacı güder. Araştırma genellikle seçilen konuda meydana gelen hareketlerin kavramsal olarak tartışılmasını, çerçevelenmesini sağlamaktadır. Araştırmacı elde ettiği bulguların frekanslarının yorumlamasını gerçekleştirerek konunun veriler etrafında yorumlanmasını sağlayarak bakış açısı oluşturmaktadır. Bu bakış açısının eleştirel bir çerçevede sunulması beklenmektedir (Değirmenci & Doğru, 2017, s. 125).

Betimsel içerik analizi araştırmacılar tarafından ortaya konan çalışmaların da incelenip yorumlanabildiği bir yöntemdir. Tanımlayıcı çalışmalarda verilerin fazlalığı derinlemesine yorum imkânı sağlamamaktadır (Çalık & Sözbir, 2014, s. 33).

4. Bulgular

Tablo1'de incelenen her üç gazeteden elde edilen bulguların genel görünümü yer almaktadır. Tabloya göre gazeteler 1 Ocak -20 Kasım 2020 tarihleri arasında en fazla %22, 54 oranında (55 haber) Afetler'e yönelik futbolcu davranışına dönüşmüş gündem yer aldığı görülmektedir.

Tablo 1.

Fanatik-Fotomaç-Fotospor gazetelerinin genel olarak yer verdiği futbolcu davranışına yansıyan kamusal gündem oranları

Genel	Afetler	Askeri Harekât	Irkçılık	Resmi Günler	Belirli Günler ve Haftalar	Kadına Şiddet ve Çocuklar	Kişisel Anma	Toplam
	55	50	24	24	44	15	32	244
Yüzde	%22,54	%20,48	%9,82	%9,82	%18,10	%6,15	%13,10	(%100)

İkinci sırada %20,48 oranında Askeri Harekâtlar'a yönelik futbolcu davranışına dönüşmüş haber yer almıştır. Üçüncü sıra %18,10 oranında 44 haber ile Belirli Gün ve Haftalar'a yönelik futbolcu davranışına dönüşen haberlerin olmuştur. Dördüncü sırada %13,10 oranında Kişisel Anma'ya yönelik (32 haber) futbolcu davranışına dönüşmüş gündem haberi yer almıştır. Beşinci sırayı %9,82 oranında (24 haber) Irkçılığa yönelik futbolcu davranışına dönüşen gündem haberi ve aynı oranda Resmi Günler'e yönelik futbolcu davranışına dönüşen gündem haberi paylaşmaktadır. Son ve 6. Sırayı ise %6,15 oranında (15 haber) Kadına Şiddet ve Çocuklar'a Yönelik futbolcu davranışına dönüşmüş gündem haberi almaktadır.

Haber yoğunluğuna bakıldığında incelenen haberlerin en fazla %41,80'inin *Fanatik* gazetesinde yer aldığı görülmektedir. İkinci sırayı %38,11 ile *Fotomaç* Gazetesi almaktadır. Son Sırada ise %20,09 oranıyla *Fotospor* Gazetesi almaktadır.

Tablo 2.

1 Ocak-20 Kasım 2020 tarihleri arasında gazetelerin belirlenen gündemlere dair davranışa dönüşen sporcu haberlerini yayınlama oranları

Afetler	Askeri Harekât	Irkçılık	Resmi Günler	Belirli Günler Haftalar	Kadına Şiddet ve Çocuklar	Kişisel Anma
<i>Fanatik</i> (%21,57)	<i>Fotomaç</i> (%32,26)	<i>Fanatik</i> (%8,60)	<i>Fanatik</i> (%10,76)	<i>Fanatik</i> (%18,63)	<i>Fanatik</i> (8,83)	<i>Fotospor</i> (%27,6)

Belirlenen kategorilerin 1 Ocak-20 Kasım 2020 tarihleri arasında en fazla hangi gazetede habere dönüştüğü Tablo 2'de yer almaktadır. Futbolcu davranışına dönüşen Afetler kategorisi en fazla %21,57 oranında *Fanatik* gazetesinde yer almıştır. Askeri Harekâtlar kategorisine en fazla yer veren gazete %32,26 oranıyla *Fotomaç* gazetesi olmuştur. Irkçılık kategorisi ise %8,60 oranıyla en fazla *Fanatik* gazetesinde yer bulmuştur. Resmi Günler kategorisi en fazla %10,76 oranında *Fanatik* gazetesinde yer almıştır. %18,63 oranıyla Belirli Günler ve Haftalar kategorisi de *Fanatik* gazetesinde yer almıştır. Kadına Şiddet ve Çocuklar'a yönelik davranışlar kategorisi %27,6 oranıyla *Fotospor* gazetesinde yer almıştır.

Tablo 3.

Fanatik-Fotomaç-Fotospor gazetelerinin yer verdiği futbolcu davranışına yansıyan kamusal gündem oranları

Gazete	Afetler	Askeri Harekât	İrkçılık	Resmi Günler	Belirli Günler Haftalar	Kadına Şiddet ve Çocuk	Kişisel Anma	Toplam
Fanatik	22	18	13	11	19	9	10	102
Yüzde	(%21,57)	(%17,64)	(%12,74)	(%10,78)	(%18,63)	(%8,83)	(%9,81)	(%41,80)
Fotomaç	13	30	8	10	17	4	11	93
Yüzde	(%13,97)	(%32,26)	(%8,60)	(%10,76)	(%18,28)	(%4,30)	(%11,83)	(%38,11)
Fotospor	10	2	3	3	8	2	11	40
Yüzde	(%25)	(%5)	(%7,6)	(%7,6)	(%20)	(%5)	(%27,6)	(%20,09)

Fanatik Gazetesi 1 Ocak 20 Kasım 2020 tarihi aralığında sahada futbolcu davranışına yansıyan 102 kamusal gündeme yer vermiştir. Bu gündemler içerisinde Afetler'e yönelik sergilenen davranış haberleri %21,57 oranıyla (22 haber) en fazla olarak saptanmıştır. İkinci sırada %18,63'lük oranla (19 haber) Belirli Günler ve Haftalar'a yönelik gerçekleştirilen davranış haberleri yer almaktadır. Üçüncü sıra %17,64 oranında (18 haber) Askeri Harekâtlar'a yönelik sergilenen davranış haberleridir. Dördüncü sırayı İrkçılığa yönelik gerçekleştirilen davranış haberleri %12,74 (13 haber)oranıyla almaktadır. Beşinci sırada Resmi Günler için sergilenen davranışlar bulunmaktadır. Genel içerisinde %10,78 oranıyla(11 haber) temsil edilmektedir. Altıncı sırada Kişisel Anma'ya yönelik gerçekleştirilen davranışların haberleri %9,81 oranıyla (10 haber) yer almıştır. Yedinci ve son sırayı %8,33 oranıyla (9 haber) Kadına Şiddet ve Çocuklar'a yönelik sergilenen davranış haberleri almaktadır.

Fotomaç Gazetesi'nde belirlenen tarihlerde yer alan futbolcu davranışına yansıyan 93 kamusal gündem haberinin %32,26'sını Askeri Harekâtlar kategorisinde (30 haber) bulunmaktadır. İkinci sırada %18,28'lik oranla Belirli Günler ve Haftalar'a yönelik gerçekleştirilen davranış haberleri (17 haber) yer almaktadır. Üçüncü sıra %13,97 oranıyla Afetler'e yönelik futbolcu davranışına yansıyan kamusal gündem haberi (13 haber) almaktadır. Dördüncü sırada ise %11,93 oranıyla (11 haber) Kişisel Anma amacıyla davranışa dönüşmüş kamusal gündem haberleri almıştır. Beşinci sırayı %10,76 oranıyla (10 haber) ResmiGünler'e yönelik futbolcu davranışına dönüşmüş kamusal gündem haberleri almaktadır. Son sırada %4,30 oranı ile Kadına Şiddet ve Çocuklar'a Yönelik sergilenen davranış haberleri (4 haber) yer almıştır.

Fotospor Gazetesi belirlenen tarihlerde %27,30 oranında (11 haber) futbolcular tarafından davranışa dönüştürülmüş Kişisel Anma'ya yönelik kamusal gündem haberine yer vermiştir. İkinci sırada %25 oranıyla (10 haber) Afetler'e yönelik futbolcular tarafından davranışa dönüştürülmüş kamusal gündem yer almaktadır. Üçüncü sırayı %20 oranıyla Belirli Günler ve Haftalar kategorisinde yer alan (8 haber) kamusal gündemler almıştır. Dördüncü sırayı %7,6 oranıyla İrkçılık ve Resmi Günler kategorisi (3 haber) paylaşmaktadır. Aynı şekilde beşinci sırayı da %5 oranında Kadına Şiddet ve Çocuklar'a yönelik ve Askeri Harekâtlar'a yönelik davranışa dönüştürülmüş kamusal gündem haberleri (2 haber) paylaşmaktadır.

Sonuç

Her üç gazetede 1 Ocak 20 Kasım tarihleri arasında daha fazla haber yayınlanabilirken toplamda 244 davranışa dönüşmüş haberin yer almasının sebebi Covid-19 nedeniyle liglerin ertelenmesi, karşılaşmaların taraftarsız gerçekleşmesi olmaktadır.

Belirlenen tarihler arasında incelenen üç gazeteden elde edilen toplam 244 futbolcular tarafından davranışa dönüştürülen gündem haberinden çoğunluğu %22,54 oranıyla Afetler'e yönelik olarak belirlenmiştir. Çoğunluğun afetlere yönelik olarak ortaya çıkmasının en büyük sebepleri 2020 yılı itibariyle Elazığ, Malatya, İzmir gibi büyük çaplı hasarların ve kayıpların yaşandığı depremlerin meydana gelmesi ve yine 2020 Mart itibariyle Covid-19'un Türkiye'de vakalar halinde görülmeye başlaması olmaktadır. Ulusal ve uluslararası gazetelerde kendine yer bulan bu olaylar futbolcuların da sahada bu olaylara tepki vermesine neden olmuştur. Askeri Harekâtlar kategorisinin %20,48 oranında sahada futbolcu davranışına yansıyan haber oluşturmasının nedeni ise Türkiye'nin Suriye'de başlattığı 2020 tarihli operasyonlarda çok sayıda şehit vermesinden kaynaklanmaktadır. Üçüncü sırada %18,10 oranıyla yer alan sahada futbolcu davranışına dönüşmüş Belirli Günler ve Haftalar kategorisinin sebebi Covid-19 nedeniyle toplu halde kutlanamayan Belirli Günler ve Haftalar'a futbolcuların yoğun hassasiyet göstermesidir. Diğer taraftan her üç gazetenin ortak noktalarından biri belirlenen tarih aralığında futbolcu davranışına dönüşmüş kamusal gündemlerden en az yoğunluğun Kadına Şiddet ve Çocuklar'a yönelik olmasıdır. Bu durum futbol takımlarının ve futbolcuların bu konuda fazla hassasiyet göstermediğini ortaya koymaktadır.

Araştırma Türkiye gündeminde yer alan konuların sahada futbolcu davranışına dönüştüğünü ortaya koyarak gündemin yalnızca kitle iletişim araçlarının şekillendirilmesiyle oluşmadığını aynı zamanda bireyleri çeşitli davranışlara yönelttiğini de göstermektedir. Diğer taraftan davranışa dönüşen bu gündemler yenilenerek medya gündemine malzeme olmaktadır. Bu durum temelini Walter Lippmann'ın oluşturduğu ve McCombs ve Show tarafından geliştirilen ve medyanın kamuoyunun ne hakkında düşünmesi gerektiğini belirlediğini savunan Gündem Belirleme Yaklaşımı'nın 21.yy'da güçlü etkilerden ziyade karşılıklı etkiler çalışmalarıyla konumlandırılabilceğini göstermektedir. Kitle iletişim araçlarına hâkim olan kullanıcılar ayrıca haberin aktörü haline gelerek aktif bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla gündemin inşasında kitle iletişim araçları ve birey etkileşiminin önemli olduğu söylenebilmektedir. Genel alanyazın ile karşılaştırıldığında spor medyasının diğer medya alanlarındaki benzerliği medya ve kamuoyu arasında muhakkak bir etkileşimin bulunduğu yönündedir. 1972'de McCombs ve Show'ın ortaya koyduğu Kitle İletişim Araçlarının Gündem Belirleme İşlevi adlı çalışmada yer alan Gündem Belirleme Yaklaşımı'nın temel tezi haber manşet, birinci sayfa ve haber sırasında yer verilen enformasyonun kamuoyu gündemini düzenleme amacı güttüğü yönündedir. Yaşın, Aksel ve Cengiz de 2018'de yayınladıkları "Medyalar Arası Gündem Belirleme Araştırmalarında Yöntem ve Kuram" adlı çalışmada medya gündemlerinin siyaset ve seçim kampanyalarında kamuoyu şekillendiren bir tutum bulduğunu belirtmektedir. Spor medyasında ise genel anlamda okura bilgi vermenin yanında eğlendirme amacı ile magazinleşme görülmektedir. Bu nedenle enformasyonlarda siyaset ve seçim kampanyaları mücadelesi mikro düzeyde tutulmaktadır. 2012'de Necdet Atabek tarafından yayınlanan "Gündem Belirleme Yaklaşımı" adlı çalışmada medyada yer alan enformasyonun kamuoyunun gündemini belirlemede uzun süreli ve dolaylı etkileri bulunduğu belirtilmektedir. Spor medyasında gündem ise spor karşılaşmalarına ve sporcu davranışlarına göre hızlı değişimler göstermektedir. Yaklaşımına göre medya kamuoyu gündemini belirlemeyi amaç edinmektedir. Öte yandan bu etkileşim faktörü spora odaklanmayan siyasi, ekonomik, kültürel, günlük yaşamı konu edinen enformatik gündemlerden farklıdır. Kamuoyunun neyin üzerine düşünmesi gerektiği belirlenmektedir. Spor medyasının aktörlerinin spor ve sporcu odaklı olması spor medyasında kamuoyu etkileme amacının minimum tutulmasına imkân vermektedir. Kamuoyu ve spor gündemi arasındaki ilişki bu doğrultuda incelendiğinde her

ikisinin de birbirini etkilediği görülmektedir. Bu nokta ile alışma alanyazının diğer gündem araştırmalarından ayrılmaktadır.

Kaynakça

- Albayrak, E. & Çiltaş, A. (2017). Türkiye’de matematik eğitimi alanında yayınlanan matematiksel model ve modelleme araştırmalarının betimsel içerik analizi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(9), 258-283.
- Atabek, N. (2012). Gündem belirleme yaklaşımı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7, 155-174.
- Atabeyoğlu, C. (1991). *Türkiye’de spor yazarlığının 100. yılı (1891-1991)*. İstanbul: Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayını.
- Atalay, A. (2004). *Spor, medya ve serbest zaman*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Basmacı, G. (2020). İnternet spor gazeteciliğinde kadın bedeninin temsili: Sporx gazetesi. *International Journal of Social and Humanities Sciences*, 4(1), 129-144
- Budak, E. (2019). Türk medyasında dijital spor yayıncılığı üzerine bir araştırma. *Spor Yayıncılığı*, 4(8), 226-245.
- Büyükbaykal, G. (2004). *Geçmişten günümüze Türkiye’deki yazılı spor basınında futbolun yeri ve önemi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Çalık, M. & Sözbilir, M. (2014). İçerik analizinin parametreleri. *Eğitim ve Bilim*, 39(174), 33-38.
- Çakır, H. (2008). Türk basınında ilk spor gazetesi: Futbol. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 169-196.
- Çevikel, T. (2007). İnternette spor medyası: Spor siteleri üzerine bir değerlendirme. *Bilgi Toplumuna, XII. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri* (s. 43-45) içinde. Erişim adresi (20 Mart 2020): <https://silo.tips/download/nternette-spor-medyasi-spor-steler-zerne-br-deerlendirme>
- Değirmenci, A. & Doğru, M. (2017). Türkiye’de sosyobilimsel konularla ilgili yapılan çalışmaların incelenmesi: Bir betimsel analiz çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44, 123-138.
- Demir, Y. & Ayhan, B. (2020). Sosyal medyanın gündem belirleyicileri: Twitter’da gündem belirleme süreci üzerine bir sosyal ağ analizi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 51, 1-19
- Deuze, M. (2003). The web and its journalism: Considering the consequences of different types of news media online. *New Media & Society*, 5(2), 203-230.
- Ergen, Y. (2018). Twitter örneğinde sosyal medya gündemi: Bir gündem belirleme aracı olarak futbol. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26(3), 502-520.
- Evans, A., Blackwell, J., Dolan, P. & Fathen, J. (2020). Sport in the face of the covid-19 pandemic: Towards an agenda for research in the sociology of sport. *European Journal For Sport And Society*, 17(2), 85-90.
- Güz, N. (1996). Türk basınında gündem oluşturma. *Yeni Türkiye Dergisi*, 12, 982-997.
- Habermas, J. (2004). *Kamusal alan* (M. Özbek, Der. & Çev.). İstanbul: Hil Yayın.
- Hülür, H. (2000a). Küreselleşme ve toplum bilimsel kuramlaştırma sorunu. *Selçuk İletişim*, 1(2), 27-36.
- Hülür, H. (2000b). Toplumsal bilim söyleminde yerellik. *Selçuk İletişim*, 1(3), 103-116.
- Hülür, H. & Yaşın, C. (2016). İzleyiciden kullanıcıya yapı-özne sarkacı. H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), *Yeni medya kullanıcının yükselişi* (s. 7-39) içinde. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Hülür, H. & Yaşın, C. (2017). Yeni medya ve geleceğin gazeteciliğini çerçevelemek. H. Hülür & C. Yaşın (Ed.), *Yeni medya: Geleceğin gazeteciliği* (s. 141-154) içinde. Ankara: Ütopya Yayınevi.

- İlhan, E. & Çimen, Z. (2011). Spor alanlarında şiddet ve spor medyasının etkileri: Spor yazarlarının algıları. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 3(5), 225-230.
- İrvan, S. (2001). Gündem belirleme yaklaşımının genel bir değerlendirmesi. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9, 69-10.
- Kara, H. (2002). İnternet, gazetecilik ve yeni olanaklar. S. Yedig & H. Akman (Ed.), *İnternet çağında gazetecilik* (s. 59-60) içinde. İstanbul: Metis Yayınları.
- Kaya, A. Y. (2002). Dünya’da ve Türkiye’de basının gelişimi ile Türk basınında sporun haber öğeleri açısından incelenmesi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 2(3), 161-167.
- Kazaz, M. (2010). Geleneksel habercilikten internet haberciliğine geçiş sürecinde spor basını. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(4), 220-229.
- Kuyucu, M. (2017). İnternet gazeteciliğinin geleneksel gazetelerle savaşı: İnternet gazeteciliği geleneksel gazeteciliği bitirdi mi? Üniversite öğrencilerinin internet gazeteciliği ile ilgili görüşleri üzerine bir güncelleme. 1. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı* (s. 448-468) içinde. Erişim adresi (19 Mayıs 2020): <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11467/1640/M00841.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lewis, A. & Weave, J. (2015). More than a game: Sports media framing effects on attitudes, intentions, and enjoy mentnicky. *Communication & Sport*, 3(2), 219-242.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 2(36),176-187.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle iletişim kuramları: Kavramlar, okullar, modeller*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Özsoy, S. (2011). Spor gazetelerinin başlıklarında militarist ve şiddet içerikli metaforlar. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1, 88-114.
- Öztay, O. H. (2020). Osmanlı’nın siyasal hayatında basının rolü: 19. YY örneği. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(29), 235-246.
- Öztay, O. H. & Koç, F. (2020). An investigation on the history of written communication and its cultural impacts. *Turkish Studies - Social*, 15(7), 229-240.
- Sabahçı, B. (2018). Spor haberlerinde nefret ve ayrımcı söylemler: www.fotomac.com.tr, www.fanatik.com.tr ve www.fotospor.com haber sitesi örneği. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 186-203.
- Vatandaş, S. (2020). Covid-19 pandemisi ve “gündem belirleme” işlevi açısından gazete manşetleri. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 1, 61-78.
- Yakubu, B. A. (2015). İkinci aşama gündem belirleme çalışması: 2012 Gana genel seçimlerindeki siyasal kampanyaların gazete haberlerinde çerçeveslenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yaşın, C., Yağcı Aksel, S. & Cengiz, C. (2018). Medyalar arası gündem belirleme araştırmalarında yöntem ve kuram. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 47, 21-25.
- Yegen, C. (2014). Medyanın kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme rolü üzerine: Sarai Sierra haberleriyle oluşturulan yapay gündem. *Dicle Üniversitesi SBE Dergisi*, 6(12), 21-46.
- Yurdakul, H. (2016). Medya ve siyaset perspektifinden kamuoyu. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 81-90.
- Yüksel, E. & Dingin, A. E. (2020). Does “it” work in Turkey? A network agenda-setting research. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(1), 435-450.

EK: Sahaya yansıyan kamusal gündem örnekleri**1-Sahaya yansıyan afetler için haber örneği**

Elazığ ve Malatya depremi sebebiyle futbolcular “Geçmiş olsun Elazığ-Malatya” pankartı açmıştır. *Fanatik/27 Şubat 2020*

2-Sahaya yansıyan askeri harekâtlar için haber örneği

Bahar Kalkanı operasyonunda sırasında İdlib’de şehit olan 33 asker için futbolcular beyaz ay yıldızlı, kırmızı tişört giymiştir. *Fotomaç/28 Şubat 2020*

3-Sahaya yansıyan belirli günler ve haftalar için haber örneği



Dünya Çocuk Hakları Günü'nde futbolcular sahaya UNİCEF tişörtleriyle çıkarak 'Çocuk Hakları Günü'nü kutlamıştır. **Fotomaç/20 Kasım 2020**

4-Sahaya yansıyan kişisel anma davranışları için haber örneği



Spor spikeri Dilay Kemer'in kanser hastalığı nedeniyle vefat etmesi sonrasında futbolcular sahaya üzerinde Dilay Kemer'in fotoğrafı bulunan tişörtler giymiştir. **Fotospor/2 Kasım 2020**

5-Sahaya yansıyan ırkçılık tepkileri için haber örneği



George Floyd'un ırkçı polisler nedeniyle nefessiz kalarak yaşamını yitirmesi sonrasında futbolcular sahada G F harfleri oluşturmuştur. **Fotospor/4 Haziran 2020**

6-Sahaya yansıyan resmi günler haber örneği



19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı'nın Covid-19 virüsü nedeniyle tören yapılarak kutlanamaması sebebiyle futbolcular sahada Türk bayrağı açmıştır. **Fanatik/20 Mayıs 2020**

7-Sahaya yansıyan kadına şiddet ve çocuk olayları için haber örneği



Kadına yönelik şiddeti engellemek ve toplumsal farkındalığı artırmak için futbolcular “Kadına Şiddete Dur” yazılı tişört giymiştir. *Fanatik/19 Temmuz 2020*