

TÜRK SPOR MEDYASINDA KADIN

Selami ÖZSOY

Abant İzzet Baysal Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

ÖZ

Bu araştırmada, Türkiye'deki spor medyasında çalışan kadınların sektör içindeki konumları sorgulanmış ve çalışma koşulları irdelenmiştir. Araştırmada nitel araştırma tekniklerine göre hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak beş kadın spor gazetecisi ile görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilere göre kadın spor gazetecilerinin mesleğe başladıkları dönemdeki ortamlarıyla günümüz arasında olumlu bir fark olduğu saptanmıştır. Spor medyasında kadın sayısının artmasının meslektaşları ve okuyucu gözünde ilk başta yadırgandığı ancak daha sonraki dönemde bir kabullenme sürecinin başladığı kaydedilmiştir. Kadın spor gazetecileri, ilk dönemlerde spor servisi yöneticilerinin kendilerinden spor olaylarını kadın gözüyle yansıtmalarını beklediğini, ancak daha sonra bilginin ve yorum gücünün cinsiyetin önüne geçtiğini vurgulamıştır.

Anahtar Kelimeler: Spor gazeteciliği, Kadın

FEMALE SPORTS JOURNALISTS IN TURKEY

ABSTRACT

In this study, the positions of the female sports journalists in Turkey in the sector were questioned and their working conditions were examined. Five female sports journalists were interviewed by utilizing a semi-structured interview form which was developed by the researcher. According to the data from the interviews, it was determined that the environment for the female sports journalists improved in a positive way compared to their prior experiences. It was recorded that female sports journalists were at first regarded in a different light but this later turned positive with the increase in the number of female sports journalists. Female sports journalists mentioned that they were at first anticipated by the sports services managers to reflect the news with the perspective of a female but later it was accepted that knowledge and power of commentary could surpass gender.

Key Words: Sports journalism, Women

GİRİŞ

Spor medyası bir varlık olarak düşünülse ve “Cinsiyeti nedir?” diye bir soru yöneltileseydi, büyük olasılıkla dünyanın her yerinde cevabı aynı olurdu. Sporun tarihsel kökenlerine inildiğinde Eski Yunan’da kadınların spor yapmasını engelleyen anlayış, tarih içinde ne kadar evrilsede günümüzde sporda erkek egemen bir yapı olduğu tartışılmaz bir gerçekliktir.

Kadınların spor içindeki yeri, hem bedensel engellerden, hem de kültürel gerilikten ötürü hep engellere karşı mücadeleyle edinilmiş bir yerdir ve bu özel mücadele tarih boyunca devam etmiştir (Aslanoğlu, 2005). Dünya üzerinde bilinen en eski spor etkinliği olan antik olimpiyatlarda, anlatılara göre, kadınların izleyici olarak dahi katılımına izin verilmezdi (Koryürek, 2003). Eski Yunan’da kadınları spor alanlarından dışlayan anlayış, 20. yüzyılın başlarında da devam etmiş, modern olimpiyat oyunlarının kurucusu Fransız Baron Pierre de Coubertin’in olimpiyatlarda sadece erkeklerin yarışmasını savunan yaklaşımı da spor kültürünün erkek egemenliği üzerine kurulmasına zemin hazırlamıştır. Dünya sporunun gelişmesinde ve yaygınlaşmasında önemli bir yeri olan Coubertin, kadınların her türlü sporu yapmalarını ancak yarışmalara alınmamalarını savunmuştur (Fuller, 2006; Guttmann, 1991). Coubertin’in tutucu yaklaşımının etkisi belli bir düzeyde kalsa da, günümüze kadar gelen tarihsel sürece bakıldığında kadınların elit performans sporlarına katılımında erkeklerin gerisinde kaldığını görmekteyiz. Türkiye’den örnek vermek gerekirse, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü (GSGM)’nin Temmuz 2009 kayıtlarına göre Türkiye’de özerk spor federas-

yonları tarafından lisans almış sporcuların %38’i, faal sporcuların da %39’u kadındır (www.gsgm.gov.tr).

GSGM verileri spora katılımında kadın ve erkek arasında bir fark olduğunu göstermekle birlikte, son yıllarda dünya genelinde, kadınlar için yeni olanakların oluşması, kadınlar için yeni yasal düzenlemelerin yapılması, kadın hareketinin etkisi ve sağlık ve fiziksel uygunluk (fitness) hareketlerinin artmasıyla birlikte kadınların spora katılımında bir artış olduğu da belirtilmektedir (Koca ve Bulgu, 2005). Örneğin, İstanbul’da yaşayan sporcu kimliği olmayan ve spor tesislerine giderek spor yapan yetişkin kadınlar üzerinde yapılan bir araştırmada katılımcıların en çok yüzme (%34), step (%35), aerobik (32), yürüyüş (25), tenis (13), aletli çalışma (%11), koşu (%10) yaptığı saptanmıştır (Amman, 2005: s.102).

Spordaki erkek egemen yapı, geride bıraktığımız yüzyılda daha keskin bir şekilde hissedilirken, günümüzde kadınların sporu izlemeye olan ilgisinde de bir artış görülmektedir. Futbol yıllardır sponsorların erkek hedef kitleye mesajlarını en iyi ulaştırdığı alan olma özelliğine sahiptir. Ancak FIFA’nın verileri, kadınların erkek egemenliğinde olan futbol izleyiciliği konusunda atağa geçtiklerini göstermektedir. 2002 yılında Kore ve Japonya’da yapılan FIFA Dünya Kupası’nda Japonya’daki maçlarda tribünlerin %51’ini erkekler, %49’unu kadınlar doldurmuştur (Rowe, 2004: s.103). Amerika Birleşik Devletleri’nde spor pazarlaması üzerine yapılan bir araştırmada, erkekler kadar kadınların da gazetelerde spor haberlerini yoğun olarak takip ettiği ortaya çıkmıştır (Burnett, 1993).

Türkiye’de de kadınların futbola ilgisinde az da olsa bir artış olduğu gözlen-

mektedir. Sezon sonlarında caddelerdeki şampiyonluk kutlamalarında ekranlara yansıyan görüntülere bakıldığında coşkuyu en fazla yaşayanların çoğunlukla kadın olduğu görülmektedir (Yalçın, 2006: s.30). 1996 yılında İngiltere’de yapılan Avrupa Şampiyonası’na Türkiye’nin ilk defa katılımıyla başlayan, Galatasaray’ın 2000 yılındaki UEFA Kupası şampiyonluğunun ardından 2002 yılında Japonya-Kore’deki Dünya Kupası’nda elde edilen üçüncülük derecesiyle devam eden futbolda ulusal düzeydeki başarılar dizisinin, ülke çapında kadınların futbola olan ilgisinde bir artışa neden olduğu gözlenmektedir.

Spor Medyası ve Kadın

Spor gibi erkek egemenliğinde olan diğer bir alan da medyadır. Birbirlerine ihtiyaç duyan ve birbirlerini tamamlayan iki alan olan medya ve spor, hayatın birçok alanından daha fazla erkeklerin hâkimiyetinde kalmıştır. Spor medyasının okuyucuya yansıttığı haber ve yorumlarında kahramanlar çoğunlukla erkeklerden oluşmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde yayınlanan Globe and Mail Gazetesi’nin 1924 yılından 1992 yılına kadar Kış Olimpiyatları ile ilgili yayınlarındaki cinsiyet ayrımcılığı ile ilgili yapılan içerik analizinde, kadın sporcuların erkek sporculara göre daha az yer bulduğu görülmüştür (Urquhart ve Crossmann, 1999). Aynı çalışmada fotoğrafların büyüklüğü ve çeşidi, spor dalı, yer ve yazının kaynağına göre yapılan analizde erkek sporcularla ilgili yazıların 4 kat (144’e 647), erkeklerin fotoğraflarının da üç kat daha fazla (131’e 346) yer aldığı tespit edilmiştir. Yazıların kadın muhabirlere oranla 6 kat daha fazla oranla (75’e 431) erkek muhabirler tarafından yazıldığına da dikkat çekilmektedir.

Kadınların çok az yer aldığı spor medyasına en çok ilgi, erkekler tarafından gösterilmektedir. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü’nün yaptığı araştırmaya göre (2000), televizyonda geneli futbol içerikli olan spor programlarını izleyenler arasında kadınlar en düşük grubu oluşturmaktadır (%2). Spor magazin programlarını izleyenler arasında kadınların oranı %5’e yükselmektedir. Sabah Gazetesi için TNS Piar tarafından yapılan Gençliğin Sesi Araştırması’na göre gazetelerin spor bölümlerini erkekler %56.3, kadınlar ise %11.2 oranında takip etmektedir. Televizyondaki spor programlarını erkekler (%69.9), kadınlara göre (%10.9) daha çok takip etmektedir. Radyo Televizyon Üst Kurulu’nun (RTÜK) Televizyon İzleme Eğilimleri araştırmasına göre Türkiye’de televizyon programlarının izlenme sıklığının sosyo-ekonomik göstergelere göre dağılımında spor programlarının %71.4 oranında erkekler, %14 oranında kadınlar tarafından izlendiği saptanmıştır (RTÜK Araştırması, 2009: s.122). Medyanın kadınlar üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir çalışmada (Koparan, 2007) araştırmaya katılan kadınların sadece %0.9’unun gazetelerdeki spor sayfalarını okudukları belirlenmiştir. Yine aynı çalışmada katılımcıların %89’unun televizyondaki spor programlarını hiç izlemediği, %10.9’unun ara sıra izlediği, %6.2’sinin sürekli izlediği saptanmıştır. Türk toplumunun spor medyasıyla ilgili algılarını ölçmek üzere yapılan çalışmada (Taşmektepligil, 2005), spor sayfalarını takip edenlerin oranının erkeklerde %61, kadınlarda %18 düzeyinde olduğu ortaya çıkmıştır. Futbol Kamuoyu Araştırması’nda (Türkiye Futbol Federasyonu [TFF], 2005) futbolla ilgili haber ve yorumları sürekli iz-

leyenlerin oranı erkeklerde %56.7 iken, kadınlarda %14.6'ya düşmektedir. Kadınların %75'i futbolla ilgili haber ve yorumları ara sıra izlediklerini kaydetmiştir.

ABD'de 285 spor editörü üzerinde kadın sporlarının medyada yer almamasının nedenleriyle ilgili yapılan araştırma göre, editörlerin çoğunun okuyucuların meraklarıyla ilgili araştırma yapmakta başarısız olduğunu, birçoğunun kadınların sportif potansiyelinin erkeklerle göre düşük olduğuna inandığı ortaya çıkmıştır (Hardin, 2005). Aynı çalışmada, ABD'de kadın gazete okuyucularının %27'si düzenli olarak spor sayfalarını okuduğunu belirtirken, erkeklerde bu oran %58 olmuştur.

Futbolun en fazla ilgi gören spor branşı olması ve erkeksi yapısı, spor gazeteciliği ve televizyonculuğunda kadınlarla ilgili haberlerin daha az yer almasına neden olmaktadır. Örneğin, 1992 yılında Avustralya'da bir televizyon kuruluşunda kadın sporlarına verilen yer, spora ayrılan toplam sürenin %1.2'sidir. Yine Avustralya'da gazetelerde spor sayfalarında kadın sporlarına %4.5 oranında yer ayrıldığı saptanmıştır (Rowe, 1996: s.221). Türkiye genelinde yayınlanan 3 gazete üzerinde yapılan çalışmada (Arslan ve Koca, 2006) gazetelerde yer alan spor haberlerinin %8.56'sının kadın sporcuların yer aldığı haberlerden, %79.98'inin erkek sporcuların yer aldığı haberlerden ve %11.46'sının karma spor haberlerinden oluştuğu ve haberlerin toplumsal cinsiyet doğrultusunda sunulduğu ortaya çıkmıştır.

Yazar Vivet Kanetti (2001), Türkiye'de başarı kazanan kadın sporcuların medyadayı bulamadığı için popülerleşemediğini savunmaktadır.

"Dünyada birçok televizyon şampi-

yon kadınların her biriyle saatlerce yayın yaparken, basınımız onları ve yerli şampiyon kadınlarımızı görmüyor, göstermek istemiyor. Muhtemelen bu şampiyonlar da Türk toplumuna şırıngalanmak istenen "kadın doğası" palavrasını varlıklarıyla yalanladıkları, o çerçevenin dışına taşıttıkları, çoktan hayatın ve dünyanın fethine çıktıkları için, muhtemelen başkalarına kötü örnek olmasınlar diye..." (s. 11).

Medyada kadın sporlarına yok denebilecek ölçüde az yer verilmesinin yanı sıra, kadınlarla ilgili haberlerin sunum tarzı da önem taşımaktadır. Milli atlet Süreyya Ayhan örneğinde Türk yazılı basınında sporcu kadının nasıl temsil edildiğiyle ilgili bir çalışmada (Öktem, 2004), kadının spordaki başarısının basında sıra dışı ve rastlantısal bir durum olarak aktarıldığı, kadınlığa ilişkin tanım ve bilgilerin sporcu kimliğinden önce sunulduğu saptanmıştır.

Toplumsal Cinsiyet Algısı ve Spor Medyası

Cinsiyet kimliklerinin sadece biyolojik olmadığı ve toplumsal olarak kurgulanan kimlikler olduğu yaklaşımından hareketle "toplumsal cinsiyet" kavramı ortaya atılmıştır. Toplumsal cinsiyet, kadının ve erkeğin toplumsal ve kültürel olarak belirlenen toplumsal rol ve sorumluluklarını ifade etmektedir. Toplumsal cinsiyet biyolojik farklılıklardan bağımsız olarak, kadın ve erkek olarak toplumun kadını nasıl gördüğü, nasıl algıladığı, nasıl düşündüğü ve kadının nasıl davranmasını beklediği ile ilgili bir kavramdır. Cinsiyet doğal bir kavram iken toplumsal cinsiyet sosyo-kültürel insan icadıdır ve zamana kültüre ve aileye göre değişir. Toplumsal cinsiyet kültürel, eril ve dişil niteliklere, davranış modellerine işaret eder (Bhasin,

2003). Toplumsal cinsiyet algısında kadınlar ve erkekler, yaradılışları, karakterleri, dış görünüşleri, düşünüş biçimleri, yetenekleri ve hatta tüm kişilik yapıları açısından birbirlerinden farklıdır (Connell, 1998).

Spor, erkekliğin toplumsal inşasında temel alanlardan biri olarak kabul edilmektedir (Koca, 2007). Spor tarihine bakıldığında kolaylıkla görülebilecek olan ve günümüze uzanan erkek egemen yapı, medya aracılığıyla yeniden üretilmektedir. Yoğun ilgi gören futbol, basketbol, voleybol gibi takım sporlarında erkek branşlarının kadın branşlara göre daha fazla izlendiği bir gerçekliktir. Medya bu süreçte toplumsal cinsiyet algısı doğrultusunda erkek spor dallarını topluma daha fazla yansıtarak bu dengesiz dağılımı desteklemektedir. Rowe (1996)'a göre medyadaki spor haberlerinde kadın sporlarının büyük ölçüde mevcut olmayışı ve kadınların bedenlerinin cinsel açıdan değer biçilecek nesnelere yer alması, kültüre kök salmış iş gücü ve ev gibi alanlardaki toplumsal ve maddi eşitsizliklerin anlamlı bir yeniden üretimidir.

Sosyoloji, psikoloji ve spor alanında yapılan birçok araştırma, sporla ilgili yayınlarda erkek ve kadınların eşit şekilde yer almasının önemini vurgulamaktadır. Medya, kullandığı kelime ve görsellerle spor branşlarının yayılmasına önemli bir etki yapmaktadır. Medyanın sadece ne söylediği değil, neyi söylemediği de önem taşımaktadır. Medyadaki kadın sporlarıyla ilgili haberlerin, erkek sporlarına göre azlığı, tüm dünyada benzer yapıdadır. ABD'de liselerde görev yapan 244 spor direktörünün sportif faaliyetlerine yönelik gazete yayınlarını değerlendirdiği araştırma, cinsiyet ayrımcılığının spor medyası için de geçerli olduğunu doğrulamaktadır.

Araştırma, kız öğrencilerin spor faaliyetleri ile ilgili haberlerin, sayı ve nitelik olarak erkeklerin haberlerine göre daha az olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu araştırmaya göre medyanın sportif faaliyetlerde kız ve erkeklerle ilgili eşit ağırlıkta yayın yapmaması, dolaylı olarak katılımcıların sayısı, katılımcıların tatmini, kariyer seçimi ve başarıları üzerinde etki yapmaktadır (Whisenant ve Pedersen, 2004).

Sporun genelindeki erkek egemen yapı, spor medyasının yapısına da yansımış, sporla ilgili haberlerin objelerinin çoğunluğunun erkeklerden oluşması; spor medyasındaki muhabir, yazar, editör gibi görevlerin de çoğunlukla erkekler tarafından yürütülmesi sonucunu doğurmuştur. Sport Council'in raporuna göre 1988 Seul Olimpiyat Oyunları'nda görev yapan 120 spor gazetecisinin sadece 2'si kadındı. 513 üyeye sahip olan İngiltere Spor Yazarları Birliği'nde kadın üye sayısı 24'tür. Günlük veya pazar gazetelerinde kadın yönetici bulunmamaktadır. 1990 yılında yapılan Commonwealth Oyunları'na akredite olan 90 İngiliz spor gazetecisinden sadece 2'si kadındı (Hargreaves, 1994).

Türkiye'de medyada kadınların çalışanlarının sayısı erkeklere göre azınlıktadır. Türkiye'de Medyada Kadınların Temsil Biçimleri Araştırması'nda (Kadınların Medya İzleme Grubu [MEDİZ], 2008) medyada yöneticilerin %15'inin kadın, %85'inin erkek olduğu, köşe yazarlarının %12'sinin kadın %88'inin erkek olduğu, televizyonların siyasi tartışma programlarına katılan konukların %11'inin kadın %89'unun erkek olduğu, haber kaynaklarının %18'inin kadın %82'sinin erkek olduğu, genel yayın yönetmenlerinin %100'ünün erkek olduğu ortaya çıkmıştır (MEDİZ, 2008).

Türkiye’de spor sahalarında da görev yapan ilk kadın muhabir, mesleğe 1947 yılında Associated Press haber ajansında başlayan Eleni Küreman’dır. 1990’lara kadar spor alanında görev yapan kadın muhabire rastlamak çok zordu (Çoban, 2009). 1990’lardan sonra Türkiye’de radyo ve televizyonda TRT’nin yayın tekelinin kalkıp özel radyo-televizyon kuruluşlarının sayısının günden güne artması, sektörün yetişmiş eleman kaynağı olan iletişim fakülteleri mezunlarına yeni iş imkânları doğurmuştur. İletişim fakültelerinin yarı yarıya olan kız - erkek öğrenci dengesi, mezuniyet sonrasında medyaya bu şekilde yansımaya da medyanın erkek baskın yapısında kırılmalar başlamıştır. 1990’lardan sonra sektöre dışarıdan yatırım yapan sermaye sahiplerinin yol açtığı değişimle medyada yeni iş alanları açılmıştır. Basın alanına ve sonrasında televizyon, radyo ve elektronik medya alanına çok büyük meblağlar tutan yatırımlar yapılmış ve sektör kısa bir süre içinde genişlemiş, bu sayede yeni süreçte kadın spor gazetecileri de yazılı ve görsel medyada boy göstermeye başlamıştır.

Ancak yine de spor gazeteciliğindeki mevcut durum, erkeklerin baskın yapısını göstermektedir. Türkiye’deki spor medyası çalışanlarının niteliği üzerinde yapılan bir araştırmada (Özsoy, 2002) aktif çalışan spor gazetecilerinin %96’sının erkek olduğu saptanmıştır. Türkiye’deki spor gazetecilerinin en büyük sivil toplum örgütü olan Türkiye Spor Yazarları Derneği’nin (TSYD) 2009 Temmuz ayı itibarıyla Türkiye genelinde 980 üyesi bulunmaktadır. Bu üyelerin sadece 9’u kadındır. Derneğin üyelerinin 800’ü İstanbul’dadır. İstanbul dışındaki kentlerdeki üyelerden sade-

ce 1’i kadındır (Türkiye Spor Yazarları Derneği [TSYD], 2009). 2007 yılı itibarıyla Türkiye genelinde spor medyasında 25 kadın çalışmaktadır. Bunların 7’si yazılı basında muhabir, 5’i yazar, 1’i yönetici, 12’si de televizyonda sunucu olarak görev yapmaktadır (Kum, 2007: s.32). Bunların dışında foto muhabiri olarak görev yapan 5 kadın spor gazetecisi de vardır (Çoban 2009).

Amerika Birleşik Devletleri’nde kadın spor gazetecileri, kendi aralarında birlik oluşturarak mesleki sivil toplum örgütü etrafında birleşmişlerdir. Amerika Birleşik Devletleri’nde 600 üyeli Kadın Spor Gazetecileri Birliği (Association for Women in Sports Media [AWSM]) mesleki dayanışma için çalışmalar yapmaktadır. AWSM üyeleri üzerinde yapılan bir iş doyumunu çalışmasında (Smucker ve diğ., 2003) kadınların iş, ücret, iş çeşidi, çalışma arkadaşlığı ve denetim konularında yeterli doyum düzeyinde oldukları ancak görevde yükselme fırsatları konusunda yeterli iş doyumuna sahip olmadıkları saptanmıştır. Türkiye’de sayısı çok az olan kadın spor gazetecilerinin herhangi bir dayanışma örgütü bulunmadığı gibi, kadın spor gazetecilerinin çalışma koşulları veya iş doyumuna yönelik bir araştırmaya da rastlanmamıştır. Toplumsal cinsiyet düzeni içinde sporun erkek egemen yapısı ve medyadaki çalışma koşullarının zorluklarının Türkiye’deki kadın spor gazetecilerinin sayısının artmasındaki başlıca engellerden olduğu bilinmektedir.

Bu araştırmada Türkiye’deki futbol ağırlıklı spor medyasında kadın spor gazetecilerinin geçmişten bugüne çalışma koşulları ve mesleği yerine getirirken karşılaştıkları olumlu ve olumsuz durumlar değerlendirilmiştir.

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma tekniklerine göre araştırmacı tarafından oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak, yine araştırmacı tarafından seçilen 5 kadın spor gazetecisi ile görüşmeler yapılmıştır. Görüşme esnasında konuyla ilgili ek soruların yöneltilebilmesi ve derinlemesine çözümlenmelere olanak sağlanabilmesi için nitel araştırma ve bireysel görüşme tercih edilmiştir. Görüşme yapılan kadın spor gazetecileri muhabir, yazar, yorumcu gibi spor gazeteciliğinin alt dallarından birer temsilci olacak şekilde seçilmiştir. Bunun dışında yaygın medyanın yanı sıra yerel basında çalışan kadın gazetecilerden de bir katılımcı çalışmaya dâhil edilmiştir. Görüşmeler, araştırmacı tarafından katılımcıların işyerlerine yakın sohbet ortamlarında yapılmıştır.

Görüşmelerde kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu, temel olarak şu sorulardan oluşmuştur: Spor gazeteciliği mesleğine nasıl başladınız? Mesleğe başladığınız dönemde ve sonrasında kadın olmanızdan kaynaklanan zorluklar veya avantajlar yaşadınız mı? Stadyum veya salonlara spor müsabakalarını takip etmek için gittiğinizde zorluklar yaşıyor musunuz? Yöneticileriniz, haber yaparken veya yorum yazarken kadın bakış açısını ön plana çıkarmanız gibi talep veya yönlendirmelerde bulunmakta mıdır? Türkiye'deki spor medyası ortamını nasıl değerlendiriyorsunuz? Son dönemde dünyada ve Türkiye'de kadın spor gazetecilerinin sayısındaki az da olsa artışın nedeni ne olabilir? Çalışma ortamlarında cinsel tacize uğradınız mı, uğrayan arkadaşlarınız oldu mu? Yurt içi ve yurt dışı deplasman görevlerinde zorluklar yaşıyor musunuz?

Görüşmelerden elde edilen veriler betimsel analiz ile çözümlenmiştir. Bu aşamada araştırmada elde edilen veriler incelenerek anlamlı bölümlere ayrılmaya ve her bölümün kavramsal olarak ne anlam ifade ettiği bulunmaya çalışılmıştır. Görüşme kayıtları deşifre edildikten sonra veriler araştırmacı ve spor yöneticiliği alanından iki akademisyen tarafından kodlanmıştır. Kodlar arasındaki ortak yönler saptanarak 7 tema belirlenmiştir. Elde edilen temalar, metinde şu başlıklarla verilmiştir:

1. İlk dönemdeki zorluklar ve “spora renk katan” unsur anlayışı
2. Spora “kadınsı” bakış açısı yönlendirmesi
3. “Kadınlar futboldan anlar mı?” yaklaşımı
4. Kadın spor gazetecisinin “deplasman” zorlukları
5. “Anne” spor gazetecisi olmak
6. Kadınların yükselmesini önleyen “cam tavan”
7. Erkeklerin rahatsız edici tutumları.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Katılımcılar, 1-25 yıl süreyle spor medyasında yazar, muhabir ve yönetici olarak görev yapmış ve halen çalışmakta olan kadın spor gazetecileridir. Katılımcıların K5 hariç hepsi lisans mezunudur ve yine K5 hariç hepsi evli ve çocuk sahibidir.

İlk Dönemdeki Zorluklar ve “Spora Renk Katan” Unsur Anlayışı

Türkiye'deki spor medyasında gazete ve dergilerde kadın çalışanların yer alması 1990'lı yıllardan sonraya rastlamaktadır. Özel televizyon kuruluşlarının olmadığı 1990 öncesi dönemlerde gazete ve dergi-

lerin sporla ilgili bölümlerinde erkekler neredeyse tüm görevleri üstlenmişti ve kadınlara açık görev pozisyonları neredeyse hiç bulunmamaktaydı. Kadın gazeteciler, haber veya röportajlarda konulara “renk katan” unsurlar olarak kullanılmıştır:

“Benim gazeteciliğe başladığım 1980’lerde röportaja gönderilen kızlar vardı. Bunlar gerçek anlamda muhabir değildi. Ellerine sorular veriliyor, gidip sorup geliyorlar, daha sonra da birileri yazıyordu. Futbolcularla poz veriyorlardı. Bir defasında bir fotoğraf çıkmıştı, Fenerbahçeli futbolcularla barda oturuyorlar, bir tanesinin iç çamaşırı görünüyordu. Bunu görünce çok bozuldum bir kadın olarak. Görmediniz mi, bu böyle basılır mı dedim? Cevap olarak yöneticilerin öyle istediğini söylediler. Kızlar o dönemde poz veren güzel bir objeydi. Genç olacak, mini etek giyecek, güzel olacak, tamamen görsel bir obje olarak görüyorlardı. Bilgili filan olmasına gerek yoktu” (K4).

K2, tribündeki kadınların sayısının artmasına vurgu yapmaktadır:

“O kadar çok futbolu seven kadın var ki. 1980’lerde neredeyse hiç kadın yoktu. ‘Buraya gel abla’, ‘ablalar var küfretmeyelim’ diyen insanlar vardı. Şimdi öyle bir durum yok. Artış takdire şayan. Bu yarın öbür gün medyaya yansiyabilir” (K2).

Spor alanında kadın çalışanın en az düzeyde olduğu alan medyadır. Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Merkez Teşkilatı’nda toplam 798 personelin 254’ü, yani %10’u kadındır (Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü [GSGM], 2009). Buna karşın Temmuz 2009 itibarıyla Türkiye Spor Yazarları Derneği’ne üye olan 980 spor yazarının sadece 9’unun kadın olduğu dikkate alındığında (TSYD, 2009) %1’lik kadın oranının çok düşük olduğu görülmektedir. Spor gazetecisi Ayşe Yeşin “Ben bu işe başladığımda kadınlara spor muhabirliği kapısı neredeyse kapalıydı. 20 yıl içinde sayının artmasıyla aralandı. Yürekerlerinde meslek aşkını yaşayanların katılımıyla ardına kadar açılacağını düşünüyorum” diyerek gelecek için umutlu olduğunu vurgulamıştır (Kum, 2007: s.33). Türkiye’de spor

Tablo 1. Katılımcılar ve görüşme hakkında bilgiler

| | Mesleki Kıdemi | Medya | Görev | Eğitim | Görüşme yeri ve süresi |
|-------------------------|----------------|-------------------|----------------|----------------------|------------------------|
| Katılımcı 1 (K1) | 15 yıl | Televizyon-Gazete | Muhabir | İletişim Fakültesi | İstanbul/50 dk. |
| Katılımcı 2 (K2) | 16 yıl | Gazete | Yazar-Yönetici | Filoloji Bölümü | İstanbul /70 dk |
| Katılımcı 3 (K3) | 25 yıl | Televizyon-Gazete | Yazar-Yorumcu | İletişim Fakültesi | İstanbul / 50 dk |
| Katılımcı 4 (K4) | 20 yıl | Gazete | Yazar | Fen Fakültesi | İstanbul/ 60 dk |
| Katılımcı 5 (K5) | 1 yıl | Gazete | Muhabir | Üniversite öğrencisi | Bolu/40 dk. |

medyasının yöneticilerinin kadınların yazar veya muhabir olarak görev almalarında, mesleki beceri ve yeterlilikten farklı kriterler gözettiler belirlenmiştir. Yapılan görüşmelerden kadınların meslekte görülme başlandığı dönemlerde bazı gazetelerin spor sayfalarında kadınların “göz doyuran” unsurlar olarak kullanılmaya çalışılmasına yönelik bir tepki olduğu anlaşılmaktadır:

“İlk bu işe başladığım zamanlarda istediler ki, aptal aptal yazılar yazayım. Diyeceğim ki, ofsaytı ben anlamadım, futbolcular da çok yakışıklı. Özellikle bilmem kimin bacakları çok güzeldi. Bunları yazmamı istiyorlardı. Oysa futbolun kuralları vardır, buna göre oynanır. Kadın bakış açısı, erkek bakış açısı olmaz” (K4).

Türkiye’de 2000’li yıllarda özel televizyon kuruluşlarının artmasıyla birlikte her kanalda spor haberlerinin verilmesi gündeme gelmiştir. Rekabet ve izlenme oranı yarışında öne çıkmak isteyen kanallar, gazete örneğinde olduğu gibi ekrana renk katması ve “güzel” görüntü oluşturmak kaygısıyla, spor haberleri ve programlarında kadınlara yer vermeye başlamışlardır. Genel yapısı itibarıyla “erkeksi” bir görünüme sahip olan medya, son dönemde kadın aktörlerin aktif rol almasıyla bir dönüşüm sürecine girmiştir:

“Stadyumlardaki büyüklük atmosferi biraz daha renklendirmek genç hanımlarla mümkün diye düşündü bazı medya direktörleri. Böyle bir renge de ihtiyacımız var dediler. Kızlar da fark ettiler yıllar sonra ‘bunu erkekler bile anlıyorsa biz de anlayabiliriz’ dediler. Biraz kenar süsü olarak başladı ama kimsenin kenar süsü kalmaya niyeti yok” (K3).

Erkeklerin yoğunlukla görev yaptığı spor medyasında göreve başlayan kadın-

lar ilk başlarda yadırganmıştır. Spor alanı dışında yazılar yazan Duygu Asena, bir söyleşisinde şunları söylemiştir: “Bir gazeteci olarak futbolla ilgilendiğimde basın tribününe girdiğimde gazeteci arkadaşlar şaşkın şaşkın bakıp, beni tanıyanlar ‘Senin burada ne işin var’ derlerdi bana. Ben bir gazeteciyim ama kadını. Artık bu sözü etmiyorlar, ama ikinci bir kadın gitse ona edecekler” (Sert, 2002, s.147).

Türkiye’nin ilk spor muhabirlerinden Serap Özaksoy, bir röportajında kendisini kabul ettirmekte yaşadığı zorlukları anlatırken, “1975’te muhabirliğe başladığımda bir ilktim. Zor oluyordu tabii. Vefa Stadı’nda maça gittiğimde insanlar tribünden bana ‘Elinin hamuruyla bu işlere niye karışyorsun?’ diye laf atarlardı” demiştir. Muhabir Ayşe Yeşin’in ifadeleri de kadın spor gazetecilerinin kendilerini kabul ettirme sürecini yansıtmaya açınsından çarpıcıdır:

“İlk kez gittiğim tüm spor tesislerinde kimlik kartımı göstermek zorunda kaldım. Çünkü görevliler bayan muhabire alışık değildi ve kanıt istiyorlardı. Gazeteye telefon açan okuyuculara sizin sekreter değil de muhabir olduğunuzu anlatmak zorunda kalıyorsunuz. Bunları aşmak için sizin çabanız yeterli değil. Toplumun bakış açısının değişmesi lazım” (Kum, 2007: s.32-33).

Kadınların spor medyasında yer almaya başlamaları, sadece meslektaşları tarafından değil, spor müsabakalarının oynandığı stadyumlarda da yadırganmıştır. Mesleğin ilklerinden olan kadın spor gazetecilerinin yaşadıkları, taraftarlar veya tesis görevlilerinin de yaşadığı dönüşümü göstermesi açısından dikkat çekicidir.

K4, mesleğe başladıklarında fiziki mekânların erkeklere göre düzenlenmesinin sorunlardan biri olduğunu vurgulamıştır:

“Benim mesleğe başladığım dönemde kadın tuvaleti yoktu. Büyük sıkıntıydı. Mesela tuvalete sıkışmamak için sekiz saat öncesine kadar sıvı alımını durdurman gerekiyordu. Buna rağmen soğuk oluyordu mesela, tuvalet ihtiyacı olduğunda rica ediyordun, kapıdaki arkadaş. Erkekleri bitiriyorlar, seni sokuyorlardı. Kapıda birisi bekliyordu. Girdikten sonra yine birileri gelmeye başlıyor. Ben içerden sesleri duyuyordum: ‘Kim var orda niye giremiyorum?’ Kadın yazar var diye cevap veriyorlardı. Sonra kadın yazar kapının önündeki bir sürü erkeğin arasından çıkıyordu” (K4).

Türkiye’deki spor tesisleri, 1990’lı yıllara kadar özellikle futbol gibi erkek egemen branşlarda kadınlar göz ardı edilerek düzenlenmiştir. Özellikle büyükşehirlerin dışında kalan merkezlerdeki stadyumlarda taraftarlar ve görevliler için tuvaletlerde kadınlara ayrı bölüm yer almamaktaydı. Ancak 1990’lardan sonra yapılan stadyumlarda tuvaletler erkek ve kadın olarak düzenlenmiştir. Spor salonları, spor dışındaki faaliyetlerde de sıkça kullanıldığından kadınlara yönelik düzenlemeler gözetilmiştir.

Spora “Kadınsı” Bakış Açısı Yönlendirmesi

Yapılan görüşmelerde yazarlık yapan katılımcılar, yazarlığa başladıkları ilk zamanlarda yöneticilerin kendilerinden cinsiyet üzerinden farklı bir bakış açısı getirmeleri beklediklerini bildirmiştir. Ancak bu noktada iki farklı görüş ortaya çıkmıştır. Bir görüş kadın olmanın farklılığını savu-

nurken, diğer görüş kadın kimliğinin spor yazarlığında önem taşımadığını vurgulamaktadır. K1’in savunduğu görüşe göre kadınların, spora toplumsal cinsiyetlerinden kaynaklanan farklı bakış açısı vardır. Buna göre, kadın spor gazetecisinin varlığı, spora bakış açısı, bilgi zenginliği veya yorum gücü gibi liyakate dayalı bir ölçütten dolayı değil, daha çok toplumsal cinsiyet farklılığına dayanmaktadır:

“Kadının bakışıyla kadının duygusallığı futbol olsun başka konularda olsun bakış açısı çok farklı erkeklerden. Erkek de okurken kadın bakışını görmek istiyor. Daha yumuşak bir bakışı var. Siz o bakışınızı samimiyetle yansıtıyorsanız başarılı olabilirsiniz. Çok bilgili olmayabilirsiniz. Zaten çok da bilgili olmaya gerek yok” (K1).

Görüşmelerde elde edilen bulgular bazı kadın spor yazarlarının kendilerine kadınsı bir rol benimseyerek, yazılarını yazarken erkeklerden farklı bir tarz kullanma çabasında olduklarını da göstermektedir. Örneğin, K3 genelde spor yazarlarının benimsediği bol teknik ve taktik içerikli tarz yerine, kadınsı veya annelik özelliklerini ön plana çıkarmayı yeğlediğini belirtmiştir:

“Bir erkek yazara benzememeye özen gösterdim. Dolayısıyla teknik analizlerle taktik önerilerden kendimi sıyrıp şefkatli bir kadın yavrularına nasıl bakarsa o role büründüm. Tribündeki halime benzemeye çalıştım” (K3).

K3’ün ifadeleri, medyadaki toplumsal cinsiyet algısının haber ve yorum sunumlarındaki başka bir boyutunu göstermesi açısından önemlidir. Arslan ve Koca (2006), medyada kadın sporcuların haberlerinin sporculuk yönleri yerine toplumsal cinsiyet doğrultusunda sunulduğunu saptarken, K3 de toplumun bek-

lentisi doğrultusunda gazete yazılarında kendisine toplumsal cinsiyete uygun bir rol üstlendiğini vurgulamaktadır.

Spor medyasında sadece “kadın” kimliğiyle yer almaya itiraz eden diğer görüşe göre futbol ya da diğer alanlarda kadın bakış açısı beklentisi yoktur:

“Bir kadının da bir gazeteci olarak bu işi yapabileceğini kanıtlamaya çalıştım. Sürekli bu konuda çekişmeler oldu. Sen kadın açısından bak, kadın açısından futbol dendi. Kadın açısından futbol yoktur. Futbol futboldur. Başbakanı eleştiriyorsanız, kadın açısından eleştirir misiniz? (K4).

“Sırf kadın olsun diye mankenlere mini etek giydirip futbol konuşurmak da olmaz. O kadınlıkla futbolda bir yere gelemesin. Bana şunu soruyorlar, saçınızı özellikle mi kısa kestiriyorsunuz filan diye. Onunla alakası yok tabi. Özellikle kadın olduğumu vurgulamak için kırmızı rujlar sürüp dekolte giyinmek gibi bir ihtiyaç da duymuyorum. Çünkü orda önemli olan futboldur. Benim oradaki kıstasım yazar kimliği. Vurgulayacağım tek şey bilgim ve varsa farklı bir bakış açısı. Cinsiyet ayırımından çok futbola bakış ayırımı olmalı” (K2).

Toplum tarafından öğretilmiş ve birey tarafından da kabul edilmiş cinsel kimlik için toplumsal cinsiyet terimi kullanılmaktadır. Toplumsal cinsiyet algısının yerleştiği kültür ortamlarından biri olan medyanın spor haberleriyle ilgili birimlerini yöneten erkeklerin genel ön kabulünün, kadınların erkeklerden farklı bakış açısına sahip oldukları ve sayfaya/ekrana koydukları yazı, yorum, söyleşi gibi ürünlerde bu farklılığı yansıtmaları şeklinde olduğu anlaşılmaktadır. Medyadaki spor servisi yöneticilerinin bu beklentisi, bazı kadın spor

gazetecileri tarafından kabul görmekte, bazıları tarafından ise reddedilmektedir.

“Kadınlar Futboldan Anlar mı?” Yaklaşımı

Avrupa’dan Asya’ya, Afrika’dan Güney Amerika’ya kadar tüm kıtalarda yaşayan insanlar için futbol hayatın içine gömülmüş bir fenomendir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de futbola olan ilgi, herhangi bir araştırmaya ihtiyaç kalmadan belki sadece birkaç gözlemlerle bile ortaya konulabilir. Yapılan birçok araştırma aynı sonuca ulaşmaktadır. Türkiye Futbol Federasyonu tarafından 2005 yılında yapılan Futbol Kamuoyu Araştırması’nda katılımcıların %47.8’i futbolla ilgili haber ve yorumları sürekli izlediğini ifade etmiştir. Erkeklerde sürekli izleyenlerin oranı %56.7 iken, kadınlarda %14.6’ya düşmektedir. Erkeğin “alanında” algılanan futbola kadınların girmesi, çoğu kültürde yadırganmış, bazen de aşağılanmış. Görüşme yapılan spor gazetecileri, erkeklerin bir kısmının zihninde yerleşik olan “kadınlar futboldan anlamaz” görüşünün doğru olmadığını savunmaktadır:

“Bulduğumuz ortamda ‘Kadın ne anlar, o mu bilecek?’ anlayışını kırmak çok zor. Kadınların futboldan anlaması gerekli mi? Futbolu anlayarak bilerek isteyerek girmedim işin içine ama işiniz olduğu zaman mecburen anlıyorsunuz” (K1).

“Futbol erkeksi bir spor ama erkeklerin tekelinde olan bir şey değil. Kadınlar da sevebilir. Artık tribünlerde çok kadın var. Futbol maçına giderseniz, futbolu sevmemeniz diye bir şey yok. Kadınlar da maça girmemiş ya da götürülmemişlerdir” (K2).

Stadyumlarda futbol maçlarına giden kadınların kendilerini futbol kültürü içinde

nasıl konumlandıklarının çözümlendiği bir araştırmada, kadınların futbol kültürünün erilliği nedeniyle içinde yer alamamakta olduğu ve futbol maçlarına bir erkeğin götürmesiyle gidebilmekte olduğu saptanmıştır (Biber, 2004). Erkeklerle bağimli bir şekilde gelişen futbol ilgisinde, spor kültüründeki erkek egemen anlayışın yansımaları görülmektedir:

“Ben bu işe ilk başladığımdan bu yana hala erkekler bu işi kadınlardan daha iyi anlar görüşü hâkimdi. Bize bakış açısı ‘sen hem futbolcu değilsin, hem de kadınsın’ şeklindeydi. Yazılarımı kendi başıma bile yazmam başkaları tarafından tuhaf bulundu” (K4).

Özellikle futbolculuktan gelen bazı spor yazarlarının kendi yazılarını yazmak yerine fikirlerini aktararak yazı yeteneği daha güçlü gazetecilere yazdırdığı bilinmektedir. Bu açıdan bakıldığında kadın spor gazetecisinin mesleki yeterliliği, kadınların medyada yer bulmaya başladığı ilk dönemlerde, kadınları yetersiz gören medya kültürünün içinde yadırganmıştır:

“Kadınlar da spor yazarlığı yapabilir görüşünü doğrulamış bulunuyoruz. Bunu gazete yönetimlerinin kabul etmesi çok zordu. Ama böyle bir şey başarmış durumdayız. Yazdıklarının birçok yazar tarafından kullanıldığını görüyorsun. Herhangi bir konuda ‘Bu nasıl oluyor? Dörtlü savunma iyi değil mi?’ diye senden fikir almaya çalışıyorlar” (K4).

K4’e göre, kadın spor gazetecileri mesleğin içinde verdikleri var olma mücadelesinden başarılı çıkmıştır. Bu görüşe destek veren spor yazarı Ebru Kılıçoğlu, cinsiyetin değil, yazı yazma yeteneği ve spor bilgisinin önemli olduğunu vurguladığı bir röportajında “Süper Lig’de bir takımı kümede tutacak kadar futbol bil-

gim olduğuna inanıyorum. Süper Lig’deki bazı teknik adamlardan daha iyi futbol bilgim olduğu kanaatindeyim” ifadelerini kullanmıştır (Kum, 2007). Erkeklerin egemenliğinde olan bir alanda fikir alınan bir konuma gelmek, spor gazeteciliğini meslek olarak seçmeyi düşünen kadınları teşvik edici bir unsur olacaktır.

TGRT Haber televizyon kanalının spor müdürlüğünü yürüten Hülya Ergenekon, (Ergenekon, 2009) kadınların futboldan anlamayacağı şeklindeki görüşe şöyle karşı çıkmaktadır.

“Ben spor müdürü olduktan sonra bir başka spor servisi müdürü şu eleştiride bulunmuş: ‘Kimdir bu hanım kızlar? Ne kadar spor bilgisine sahiptirler? Neden kadın spor müdürü? Acaba ekranda göz doldurmak için mi spor müdürü oldu bu hanım kızımız?’ Sanki bizim hiç mesleki geçmişimiz yok. ‘Kadınlar bu işe bulaşmasın’ mantığı var hala bu piyasada. Aslında bu mantık benim “Erkekler yemek yapmasın” demem kadar komik olur (s.47).”

Medyanın merkezindeki kadınlara yönelik yadırgama algısı, İstanbul dışına çıkıldığında şiddetini daha da arttırmaktadır. Taşrada spor gazeteciliği yapan K5, küçük bir kentteki kadın spor gazetecisinin dikkat çektiğini vurgularken “Yerel bir gazetede ‘stadda bayan gazeteci var’ diye haber yaptılar beni” diyerek yadırganmanın derecesini anlatıyordu. Toplumsal cinsiyet algısının bir taşıyıcısı olan yerel spor gazetecisinin sahadaki spor gazetecisini haber değeri taşıyan bir unsur olarak görmesinin nedeni, toplumsal cinsiyetin kadınlar için biçtiği değer yargılarının küçük yerleşim yerlerinde daha keskin bir şekilde hissedilme-

sidir. Zihinlerde yerleşmiş bu kalıp algılar yüzünden Türkiye’de büyük şehirlerin dışındaki yerleşim yerlerinde kadınlar spor gazeteciliği mesleğini tercih etmemektedir.

Kadın Spor Gazetecisinin “Deplasman” Zorlukları

Spor gazetecileri, futbol veya diğer branşlarda sürekli takip ettikleri takımların rakip sahalarda yaptıkları müsabakaları da izlemek için sık seyahat yapmaktadır. Bu seyahatler lig müsabakalarının devam ettiği dönemlerde maç günü öncesi ve bir gün sonrasını kapsarken, liglerin olmadığı dönemlerde ise takımların 10-15 günlük kamplarını içermektedir. Gazetecilerin takip ettiği kulüplerin başarı düzeyine göre yurt dışı seyahatler de sıkça yapılmaktadır. Özellikle kamp gibi ortamların muhabirler için önemi; yönetici, teknik adam ve sporcu gibi haber kaynaklarıyla yakın diyaloglar kurmak için fırsat oluşturmasıdır. Ancak yapılan görüşmelerden anlaşılmaktadır ki, genel anlayış ve gelenekten kaynaklanan kaygılar dolayısıyla kadın spor muhabirlerinin seyahatlerde meslektaşlarıyla uyumu konusunda zorluk çektikleri de görülmektedir. Şehir dışı görevler, kadın spor gazetecilerinin meslek hayatlarında yaşadıkları sıkıntılı dönemlerin başında gelmektedir:

“Deplasmana gittiğinizde akşam olunca yalnızsınız. Erkekler bara gidiyor. Akşama kadar beraber olduğunuz arkadaşlarınız akşam olunca birden yok oluyor veya çok düşüncelileri seni bırakmak istemiyor, seninle birlikte bir yerlere gitmek istiyor. Bu sefer de sen onları kısıtladığını düşünüyorsun. Orda sen olmasan daha rahat davranacaklar. Onun için bir kadın arkadaşın olsa onunla gidersen,

bazı şeyleri onunla paylaşırsın. Odanda onunla kalırsın” (K1).

Kadın muhabir çalıştırmak, gazete veya televizyon şirketleri için yurt içi ve yurt dışı seyahatlerde fazladan masraf anlamına gelmektedir. Az masrafla çok iş üretmeyi düşünen medya kuruluşları, iş seyahatleri için erkek gazetecileri görevlendirmeyi tercih etmektedir:

“Gittiğim deplasmanlarda masrafları şirketler karşıladığı için tercih edilen şey iki erkeği birden göndermektir. Ama ben olduğum zaman mecburen tek kalacağım, böylece masraf artacak. Beni tercih etmeyip deplasmana başka bir arkadaşımı gönderdiklerini ben bilmiyorum ama belki de olmuştur” (K1).

Erkek çalışanların yoğun olduğu spor medyasında kadınlar, zaman zaman kendi hemcinsleriyle çalışmanın özlemini duymaktadırlar:

“Zaman zaman bir kadınla çalışmayı özlüyorum. Deplasmana gidiyorum bakıyorum etrafımda hep erkek. Bir erkekle paylaşamayacağım birçok şey var. Bir kadın arkadaşım olsa bir ilaç isteyebilirim çok rahat. Onun için bir kadınla çalışmayı istediğim çok zaman oluyor. Erkekler daha kaba” (K1).

“Anne” Spor Gazetecisi Olmak

Kadınların iş hayatında yaşadığı zorluklar, çalışma koşullarının ağırlığı nedeniyle spor gazeteciliğinde daha şiddetli şekilde görülmektedir. Futbol müsabakaları, 1990'lardan sonra naklen yayın yapan kuruluşların televizyonda seyircinin en fazla ekran başında olduğu saatleri talep etmesi ile akşam saatlerinde oynanmakta olduğundan, spor gazetecileri de gündüz mesaisine ek olarak geceleri de çalışmak zorunda kalmaktadır. Kamu veya özel sektörde çoğu iş kolunun din-

lenme zamanı olan hafta sonları, spor gazetecileri için en yoğun çalışma dönemidir. Ulusal veya dini bayram tatilleri de medya sektörü için dinlenme zamanı anlamı taşımamaktadır. Mesleğin ağır koşulları, kadın çalışanlar için özellikle çocuk sahibi olduklarında daha ağır hissedilmektedir:

“Kadın olmasaydım ve bebekli olmasaydım hala çalıştığım derginin başında olabilirdim. Doğum izninde olmak işverenin gözünde iyi bir durum değildi. Bugüne kadar görmemiştim ama çok yakında gördüm” (K2).

“Küçük oğlumu emzirdiğim için futbol takımının kampına götürmek zorunda kaldım. Futbol takımının antrenörü Mustafa Denizli'nin antrenman düzenini çok bozdu oğlum. Ben bir taraftan çekim yaptığım için ilgilenemiyordum. 2002 Dünya Kupası sırasında ikinci oğlumdaki 45 gün boyunca ayrı kaldım. Birbirimizi o kadar özlemişiz ki, döndüğümde birbirimize sarılırken komşularım bakamadı içeriye kaçtı. Bir gün Fenerbahçe kulübündeydim, 'servise gelmeyeyim' dedim, 'hayır başka kimse yok geleceksin' dediler. Mecbur çocuğumla geldim. Anne olunca zor” (K1).

Spor gazeteciliğinin normal çalışma saatlerinin dışına taşan belirsiz çalışma saatleri, ağır çalışma koşulları, evli ve çocuk sahibi kadınlara ek zorluklar getirmektedir. Kadınlar çalışan anne olmanın verdiği zorlukları aşabilmek için çocuklarını iş yerine taşımak gibi çözümler üretmektedir. Anne olduğu için yöneticilik görevini sürdüremediğini ifade eden K2 ve çocuğunu çalışma saati dışındaki görev için iş yerine götürmek zorunda kaldığını ifade eden K1'in yaşadığı sıkıntılar, kadınların mesleğe girmesini ve yükselmesini engelleyen faktörlerdendir.

Kadınların Yükselmesini Önleyen “Cam Tavan”

İnsanların mesleki hayatlarında en fazla yükselebileceği görünmez sınır, “cam tavan” deyimiyle nitelenmektedir. Kadın olmak, haber kaynaklarıyla olan iletişimde kadın spor gazetecilerinin önüne çoğu zaman bir engel olarak çıkmaktadır. Türkiye’de üç büyük kulüp muhabirliği üzerinden yapılan spor gazeteciliğinde sınırlı haber kaynaklarıyla yakın diyaloglar kurmak, spor muhabirleri için bir zorunluluktur. Katılımcıların görüşlerine göre muhabir – haber kaynağı yakın diyalogunun iki ayrı cinsiyet arasında kurulmasının, algılanan toplumsal değerlerle çatışacağı endişesi, birçok kadının spor muhabirliğini seçmesinin önündeki engellerden biridir. Spor gazeteciliğinde muhabirler her gün “iyi” haber aramakta ve gazetecilikte “atlatma” tabir edilen “diğer muhabirlerde olmayan” haber bulma yarışına girmektedir. Böyle bir yarışın yaşandığı bir ortamda kadın spor gazetecilerinin erkeklerin arasından sıyrılıp başarılı olma şanslarının az olduğu görülmektedir.

Olimpiyat Oyunları’nda kadınların yarışmasını istemeyen modern olimpiyatların kurucusu Coubertin’in yaklaşımını, erkeklerin bir kadın tarafından geçilme korkusuna bağlayan görüş (Fuller, 2006: s.6), haber bulmak için yarışan erkek muhabirlerin, kadın muhabirlere geçilme korkusuyla örtüşmektedir:

“Erkeklerde benden daha iyisini nasıl yapar diye bir düşünce oluyor. Yanında oturuyorsunuz, siz haber atlatıyorsunuz. Çok kıskanıldığımı hissediyorum. Kadınsanız önünüze bir engel konuyor. Kadın için bu kadar yeter daha fazla olmasın deniyor (K1).

“Şimdi her gazetede bir tane kadın var. Çoğalmamızı istemezler. Aman bulaşmayalım şimdi kadınlar da kendi kendine bir şeyler yapıyorlar gibi görüyorlar” (K2).

Toplumsal cinsiyet kavramında kadınlık ve erkeklik algıları, birbirlerini dışlayacak biçimde karşıtlık içinde oluşturulmaktadır. Bu karşıtlık, bir tarafın diğerine üstün ve egemen olduğu hiyerarşik bir karşıtlıktır (Koca, 2006). Erkeğin üstün görüldüğü gizli algı, toplumsal gerçeklikle iç içe olan spor gazeteciliği alanında da geçerli olduğundan, erkek spor gazetecileri, kadın spor gazetecilerinin gelişmesini ve mesleki alanda ilerlemesine her zaman olumlu gözle bakmayabilmektedir. Bu ilerlemenin gerçekleştiği durumlarda erkekler tarafından kadınlara gizli ve dolaylı engellemeler konulduğu durumlar da yaşanmaktadır. Erkek gazetecilerin zihinsel şemalarında kadın gazetecilere yönelik kalıp yargıların değişmesi için kadınların spor medyasındaki sayılarının artması gerekmektedir.

Erkeklerin Rahatsız Edici Tutumları

Birçok meslek grubunda olduğu gibi spor gazeteciliğinde de çalışma ortamlarında erkeklerden kadınlara yönelik taciz olaylarının yaşandığıyla ilgili söylentiler bulunmaktadır. Görüşme yapılan kadın muhabirler, muhatap oldukları sporcu, antrenör, kulüp yöneticisi gibi haber kaynaklarından zaman zaman özel arkadaşlık teklifleri geldiğini vurgulamaktadır. Yaşanan bu tip olaylar çoğunlukla toplum baskısıyla ört bas edilmektedir. Ancak gün yüzüne çıkmasa da yaşanan bazı olumsuzluklar, kadın spor gazetecilerinin meslek hayatlarını sonlandırmaya kadar varan noktalara ulaşmaktadır:

“İki kadın arkadaşımı hatırlıyorum. Kulüp yöneticilerinin askıntı olan davranışları yüzünden mesleği bırakmak zorunda kaldılar. Bu arkadaşlarıma özel ilgi gösteriyorlardı. Kulübe gelmedikleri zaman soruyorlardı. İş rahatsız edici boyuta gelince haber için kulübe gidemediler, işlerinden oldular” (K4).

“Sizden olmazsa kimseden olmaz. Sizde bir ışık varsa, karşınızdaki alabileceği bir ışık görüyorsa olur o zaman. Ben hiç yaşamadım, yaşayan arkadaşım var mı bilmiyorum. Ben çok rahat yaşayabildim. O kadar çok ortama girip çıktım ki. Bir sürü insan sarkıntılık edebilirdi, asılabilirdi. Bütün futbolcular çapkındır derler, aslında bütün erkekler çapkındır. Sen iş verirken herkes çapkın olur” (K1).

“Sadece maçları değil, takımların antrenmanlarını da izliyoruz. İlk zamanlarda antrenman esnasında dönüp bakıyordı bayan gazeteci geldi diye. Hoca dâhil herkes bana bakıyordu. Takip ettiğim kulübün oyuncuları, benimle tanışmak için çaba gösterdi. İlk zamanlarda bir futbolcu çektiğim fotoğraflardan birini maille göndermemi istemişti, daha sonra baktım 10 futbolcu beni Facebook’una eklemiş” (K5).

Küçük yerleşim yerlerinde görev yapan kadın spor gazetecilerinin yaşadığı sıkıntılarının başında haber kaynaklarının kadın spor gazetecisi ile çok nadir karşılaşmaları gelmektedir. Çoğunluğunu futbolcuların oluşturduğu haber kaynakları, kadın spor gazetecilerine özel arkadaşlık teklifleriyle yaklaşabilmektedir:

“Futbolcular röportajlarda bize daha özenli davranmaya, kendini beğendirmeye çalışıyor. Sonuçta karşı cins”(K5).

Kadın spor gazetecileri; röportaj, fotoğraf çekimi, haber takibi gibi mesleğinin

gereklerini yerine getirirken, çoğunluğu erkek olan haber kaynaklarıyla yakın diyalog kurmak zorundadır. Günümüzde dünyada olduğu gibi Türkiye’de spor gazetecileri için en önemli haber kaynakları olan spor yöneticilerinin çoğunluğu erkektir. K5, röportaj sırasındaki algılarını ifade ederken, kadın spor gazetecisi olmanın getirdiği sınırlılığı vurgulamaktadır:

“Bir yöneticiyle konuşurken bir erkek gazeteci daha samimi konuşabilir ama ben daha düzeyli olmak zorundayım. Erkek gazeteci bu samimiyetle haberi cim-bızla çekip alırken, ben daha düzeyli olmak zorundayım, böyle olunca da haberi alamıyorum. Sizin başkanlarınız, yöneticileriniz, futbolcularınız kadın olmadıkça sizin erkeklerden başarılı olma şansınız yok” (K1).

K1, haber kaynaklarıyla diyalogunda yakınlık ölçüsünü kaçırdığı takdirde “yanlış” anlaşılma ihtimalini kafasında taşıdığı- nı ima ederken, bir yandan da mesleki bir sınırlamayı da dile getirmektedir. Katılımcı, meslektaşlarıyla gireceği mesleki yarışta erkeklerden daha başarılı olamayacağı önyargısını taşıırken, erkek egemen kültürün üzerinde kurduğu baskıyı da gözler önüne sermektedir.

SONUÇ

Araştırmaya katılan kadın gazetecilerin yorumları göstermektedir ki, spor gazeteciliği dünyada olduğu gibi Türkiye’de de erkek egemenliğinde olan bir meslek alanıdır. Farklı bir bakış açısı, değişik bir renk olması düşüncesiyle öncelikle gazete ve dergilerde görev almaya başlayan kadın spor gazetecilerinin sayısı Türkiye’de 1990’lı yıllardan sonra artış göstermiştir. İlk dönemlerde spor servisi yöneticilerinin kadın spor gazetecilerinin spor olaylarını kadın gözüyle yansıtmaları-

nı beklediği, ancak daha sonra bilginin ve yorum gücünün cinsiyetin önüne geçtiği saptanmıştır. Halen Türkiye’de gazete ve dergilerde birçok kadın spor gazetecisi; yönetici, muhabir, yazar, editör ve yönetici olarak görev yapmaktadır. Televizyon kuruluşlarında da birçok spor programı kadınlar tarafından sunulmaktadır.

Görüşmelerden elde edilen verilere göre kadın spor gazetecilerinin mesleğe başladıkları yıllardaki ortamlarıyla günümüz arasında olumlu bir fark vardır. Örneğin, 10 yıl öncesine kadar basın tribünlerinde kadın tuvaleti bulunmadığı, ancak kadın spor gazetecilerinin sayısının artmasıyla spor alanlarında kadınlara yönelik düzenlemelerin yapıldığı vurgulanmıştır. Kadın spor gazetecisi sayısının artmasının meslektaşları ve okuyucu gözünde ilk başta yadırgandığı ancak daha sonraki dönemde bir kabullenme sürecinin başladığı kaydedilmiştir. Okuyucu ve izleyicilerin çoğunluğunun erkeklerden olduğu bir dünyada kendilerini kabul ettirmek için mücadele veren kadın spor gazetecileri, mesleklerini yerine getirirken çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu zorluklardan birisi cinsel tacizdir. Birçok meslek kolunda olduğu gibi kadınların iş ortamlarında yaşadıkları taciz gibi olumsuzlukların, kadın spor gazetecilerinin başına da geldiği vurgulanmıştır. Futbolcu veya kulüp yöneticisi gibi haber kaynaklarından gelen iş dışındaki ısrarcı arkadaşlık teklifleri karşısında işinden ayrılmak zorunda kalan kişilerin olduğu da kaydedilmiştir.

Gazeteciliğin temel görevlerinden biri olan muhabirlik, belirsiz çalışma zamanında yoğun emek ve çaba gerektiren zorlu bir iştir. Çalışma saati anlayışı gözetmeden haber takibi yapmak, düzenli bir çalışma hayatının genel geçer ilkelerine uymamaktadır. Zor koşullarından dolayı ka-

dın spor gazetecileri daha çok gazete veya televizyon binasında yerine getirilen editörlük gibi iç görevlerde bulunmayı tercih etmektedirler. Kulüpleri takip için çıkarılan yurt içi ve yurt dışı deplasman yolculukları da spor muhabirliğini seçen kadınlar için zorluklar taşımaktadır. Erkek çalışma arkadaşlarıyla uyum veya konaklama yerlerinde tek kişi kalma zorunluluğu gibi gider arttırıcı unsurlar, yaşanan sıkıntılardan bazılarıdır. Taşrada görev yapan kadın spor gazetecisi, akşama sarkan çalışma saatlerinin kendisini zorladığını, görev için gittiği yerlerde futbolculardan arkadaşlık teklifleri geldiğini vurgulamıştır.

Futbolun yaygın olduğu spor dünyasında erkeklerin alanında “kadın futbol otoritesi” olma fikri, henüz genel kabul görmekten uzaktır. Kadın spor yazarlarından, “kadın gözüyle müsabaka” yaklaşımı beklentisi, zamanla değişmeye başlamıştır. Erkek egemen medya ve spor ortamında, teknik ve taktik konularda görüş bildirmek, bir kadın spor gazetecisine biçilmiş uygun bir rol olarak algılanmamaktadır. Yazıları ilk çıktığı zamanlarda kulüp rekabetinden dolayı taraftarlardan hakarete varan olumsuz tepkiler alan kadın spor yazarları, bunun zamanla azaldığını vurgulamaktadır.

Türkiye’de özel televizyonların sayısının artmasıyla televizyonlardaki spor haberleri veya programlarını sunmaları için kadınlara görev verilmesine sıkça rastlanır olmuştur. Görüşme yapılan kadın spor gazetecileri, televizyonda kadın sunucu ve yorumcuların artmasını ise erkek izleyicilerden geldiği varsayılan “görsel unsur” talebini karşılamak ve reytingleri yükseltmeyi amaçlayan yöneticilerden kaynaklandığını vurgulamışlardır.

Beş kadın spor gazetecisi ile yapılan görüşmelerden elde edilen verilerle

gerçekleştirilen bu çalışma, katılımcıların görüşleri ile sınırlıdır. Görüşmeci ve yazarın erkek olması da konuya bakış açısından bir sınırlama olarak düşünülebilir. Bu sınırlamalarla birlikte, Türkiye’de kadın spor gazetecileriyle gerçekleştirilen bu çalışma, uygulamaya ve araştırmaya yönelik aydınlatıcı bulgular sunmaktadır.

Spor gazeteciliğinde kadın çalışan sayısının artması için iletişim fakültelerinde spor gazeteciliği ile ilgili akademik programlar düzenlenebilir. İletişim fakülteleri ve beden eğitimi ve spor yükseköğretim kurumlarının yürütecekleri ortak projelerle spor mediasındaki kadın çalışanların güncel durumları ortaya konulabilir. Ayrıca, spor mediasındaki kadın çalışanlarla ilgili yapılacak bundan sonraki çalışmalarda erkek spor gazetecilerinin görüşleri de dâhil edilerek bir analiz yapılabilir.

Yazışma Adresi (Corresponding Address):

Dr. Selami Özsoy

*Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
Spor Yöneticiliği Bölümü
Gölköy Kampüsü – 14280 BOLU
E-posta: selamio@gmail.com*

KAYNAKLAR

- Amman T. (2005). *Kadın ve Spor*. İstanbul: Morpa Yayınları.
- Arslan B, Koca C. (2006). Kadın sporcuların yer aldığı günlük gazete haberlerinin sunum biçimine dair bir inceleme. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 17(1), 1-10.
- Arslanoğlu K. (2005). *Futbolun Psikiyatrisi*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları

- Genel Müdürlüğü. (2006). Popüler Kültür Ürünlerinde Kadın İstihdamını Etkileyebilecek Ögeler. Ankara.
- Bhasin K. (2003). Toplumsal Cinsiyet: Bize Yüklenen Roller. (A Coşkun Çev.). İstanbul: Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV) Yayını.
- Biber İ. (2004). Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma Sempozyumu: Sahada Kız Gibi Dolaşmak (Cilt 3). 177-184.
- Burnett J. (1993). Sports marketing: A new ball game with new rules. *Journal of Advertising Research*, 33 (5). 25 Şubat 2009, EBSCO veri tabanından.
- Connel RW. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çoban O. (2009, Mayıs). Kadın foto muhabirleri Eleni Küreman'ın açtığı yoldan ilerliyor. *Cihan Haber Dergisi*, 28, 6-9.
- Ergenekon, H. (2009). Rakiplerimizin çoğu köpürtülmüş. *Sports Marketing*, 23, 46-51.
- Fuller L. (2006). *Sport, Rhetoric, and Gender*. New York: Palgrave Macmillan.
- Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü. İllere göre sporcu sayıları. 20 Mayıs 2009, <http://www.gsgm.gov.tr/>
- Guttmann A. (1991). *Women's Sports*. New York: Columbia University Press.
- Hardin M. (2005). Survey finds boosterism, freebies remain problem for newspaper sports departments. *Newspaper Research Journal*, 26 (1). 66-72, 19 Şubat 2009, EBSCO veri tabanından.
- Hargreaves J. (1994). Sporting females: Critical issues in the history and sociology of women's sports. London: Routledge. 20 Temmuz 2009, EBSCO veritabanından.
- Kanetti V. (2001). *Koş Süreyya Koş, Şampiyon Olacağız*. İstanbul: Gendaş Yayınları.
- Koca C, Bulgu N. (2005). Spor ve toplumsal cinsiyet: Genel bir bakış. *Toplum ve Bilim*. 103, 163-184.
- Koca C. (2006). Beden eğitimi ve spor alanında toplumsal cinsiyet ilişkileri. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2), 81-99.
- Koparan N. (2007). Medyanın Kadınlar Üzerindeki Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Koryürek C. (2003). *Olimpiyadlar*. İstanbul: Stil Matbaacılık.
- Kum T. (Nisan, 2007). Futbolun hanım sultanları, *Futboletra*. 25, 30-34.
- MEDİZ. Kadınların medya izleme grubu. 21 Temmuz 2009, <http://www.mediz.org/Kategori/7/1/Mediz.aspx>
- Öktem M.G. (2004). Sporcu kadının Türk yazılı basınındaki temsili: Süreyya Ayhan örneği. Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma Sempozyumu Kitabı. 3, 164-176.
- Özsoy S. (2006). Spor gazeteciliğinin bugünkü durumu ve mesleki nitelikleri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 25, 123-142.
- Radyo Televizyon Üst Kurulu. (2009). Televizyon izleme eğilimleri araştırması – 2, Ankara: RTÜK Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Dairesi Başkanlığı.
- Rowe D. (2004). *Sport, culture and the*

- media*. London: Open University Press.
- Rowe D. (2006). *Popüler kültürler: Rock ve sporda haz politikası*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sabo D, Jansen SC. (2003). *MediaSport*. (AW Wenner, Ed.). New York: Routledge.
- Sert, M. (2002, Nisan). Duygu Asena ile söyleşi. *Toplumbilim Futbol Özel Sayısı*, 16. 147-150.
- Smucker M, Whisenant WA, Pedersen PM. (2003). An investigation of job satisfaction and female sports journalists. *Sex Roles*, 49(7/8), 401-407.
- Taşmektepligil Y. (2005). Perception of Turkish media by Turkish society. The 46th Ichper SD Anniversary World Congress Book. 541-545.
- TNS PİAR. (2006). *Gençliğin Sesi Araştırması*. İstanbul: TNS PİAR Araştırma Şirketi.
- Türkiye Futbol Federasyonu. (2005). *Futbol kamuoyu araştırması*. İstanbul: Türkiye Futbol Federasyonu Yayını.
- Türkiye Spor Yazarları Derneği. (2009). TSYD üyeleri isim listesi, <http://www.tsyd.org/uyeler.asp>.
- Urquhart J, Crossmann J. (1999). The globe and mail coverage of the winter Olympic Games- A cold place for women athletes. *Journal of Sport and Social Issues*, 23(2), 193-202.
- Whisenant W, Pedersen P. (2004). Analyzing attitudes regarding quantity and quality of sports page coverage: Athletic director perceptions of newspaper coverage given to interscholastic sports. *International Sports Journal*, 55-64, 17 Temmuz 2009, EBSCO veritabanından.
- Yalçın N. (2006). *Kızlar Futboldan Ne Anlar?* İstanbul: Dekolte Yayıncılık.