

Kadın Sporcuların Topluma Rol Model Olarak Sunumu

Gül Eda Burmaoğlu¹

Özet

Bu çalışma, kadın sporcuların topluma rol model olarak sunumunu toplumsal cinsiyet, spor sosyolojisi ve medya temsil süreçleri çerçevesinde incelemektedir. Spor, çağdaş toplumlarda beden, rekabet, başarı ve ulusal kimlik üretiminin en görünür alanlarından biridir. Kadınların bu alanda görünür hale gelmesi, yalnızca sportif başarıyı değil, aynı zamanda kadınlık, güç, beden ve toplumsal rollerin yeniden tanımlandığı kültürel bir dönüşümü ifade eder. Sosyal öğrenme kuramı bağlamında rol model etkisi; benzerlik, erişilebilirlik ve değer uyumu mekanizmalarıyla çalışmakta ve özellikle ergenlik dönemindeki kız çocuklarının öz-yeterlik, beden algısı ve benlik inşası üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Ancak bu rol model etkisi, kadın sporcuların medyada nasıl temsil edildiğine göre güçlenmekte ya da zayıflamaktadır. Geleneksel medya çoğu zaman kadın sporcuları estetik, duygusallık veya “istisnai başarı” çerçeveleriyle sunarken, sosyal medya sporculara kendi hikâyelerini öznel, güçlü ve kolektif bir dille kurma imkânı sağlamaktadır. Bununla birlikte dijital mecralar siber taciz ve beden denetimi risklerini de beraberinde getirmektedir. Kadın futbolu, voleybolu ve bireysel sporlar özelinde yapılan karşılaştırmalı analiz, rol model etkisinin branşın kültürel konumlanışına göre farklılaştığını göstermektedir. Sonuç olarak, kadın sporcuların rol model etkisinin sürdürülebilir olabilmesi; etik medya temsili, stratejik PR yönetimi, değer uyumlu sponsorluk ve dijital güvenlik politikalarının bütüncül biçimde uygulanmasına bağlıdır.

Giriş

Rol Model Kavramı, Toplumsal Cinsiyet ve Spor

Kadın sporcuların topluma rol model olarak sunumu, yalnızca sportif

1 Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Erzurum, gboglu@atauni.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9109-5479

performansın görünür kılınması değil; aynı zamanda toplumsal cinsiyet düzenlerinin müzakere edildiği kültürel bir alanın yeniden inşası anlamına gelir. Spor, çağdaş toplumların en güçlü sembolik üretim alanlarından biridir; ulusal aidiyet duygusunun pekiştirildiği, rekabetçi değerlerin içselleştirildiği, başarı ve başarısızlığın dramatik bir seyir anlatısına dönüştüğü kolektif bir sahne işlevi görür. Kadınların bu sahnede görünür hale gelmesi, dolayısıyla kadın bedeninin güç, dayanıklılık ve liderlik kategorileriyle ilişkilendirilebilmesi, tarihsel olarak erkek egemen spor kültürüne yöneltilmiş önemli bir müdahaledir (Bruce, 2016).

Bu nedenle kadın sporcuların rol modeli olarak konumlanması, kız çocuklarının ve genç kadınların öz-yeterlik, beden algısı, toplumsal katılım kapasitesi, mesleki hedef yönelimleri ve kolektif kimlik duygusu üzerinde etkili bir dönüşüm yaratma potansiyeline sahiptir (Kelly, 2023). Ancak bu potansiyelin açığa çıkması, kadın sporcuların nasıl temsil edildiğine, hangi medya dilinin kullanıldığına ve hangi anlatı biçimlerinin baskın olduğuna bağlıdır. Dolayısıyla kadın sporcuların toplumsal rol model olarak sunumu, spor sosyolojisi, toplumsal cinsiyet çalışmaları ve medya analizinin kesişiminde incelenmesi gereken çok katmanlı bir süreçtir.

Bu bölümde önce rol model kavramının kuramsal temelleri ele alınacak, ardından spor alanındaki toplumsal cinsiyet düzenlerinin tarihsel inşası tartışılacaktır. Böylece kadın sporcuların toplumsal görünürlüğünün kültürel ve düşünsel bağlamı ortaya konmuş olacaktır.

Rol Model Kavramı: Kuramsal Temeller

Rol model, bireyin belirli davranış, tutum ve yaşam stratejilerini gözlemleyerek örnek aldığı kişi olarak tanımlanır (Bandura, 1977). Sosyal öğrenme kuramına göre birey, gözlemlediği kişilerin davranışlarını taklit etmez, aynı zamanda bu davranışları değer, amaç ve kimlik yönelimleri ile bütünleştirir. Dolayısıyla rol model, yalnızca “örnek alınan davranış seti” değil; bireyin kendisiyle kurduğu özdeşlik ilişkisinin odağıdır (Desforges-Houle ve ark., 2025). Rol model olma süreci üç temel mekanizma üzerinden işler: Benzerlik (Similarity): Gözlemci, modele kendisini yakın hissetmelidir. Erişilebilirlik (Attainability): Modelin deneyimleri, kişinin kendi yaşamı için mümkün görünmelidir. Değer Uyumu (Value Alignment): Modelin taşıdığı değerler, gözlemcinin değer dünyasıyla uyumlu olmalıdır.

Bu üç mekanizma özellikle kız çocukları ve ergen kızlar için kritik önemdedir. Çünkü ergenlik dönemi, beden algısının, benlik saygısının ve toplumsal cinsiyet normlarının en yoğun biçimde içselleştirildiği dönemdir. Kadın sporcular bu dönemde bedenle kurulan ilişkinin güçlenmesi,

potansiyelin görünürleşmesi ve toplumsal rollerin sorgulanması açısından temel rol oynarlar.

Sporun Rol Model Üretimindeki Konumu

Spor, toplumsal yaşamda rol model üretiminin en güçlü alanlarından biridir. Bunun görünürlük, dramatik anlatı ve beden ve eylem şeklinde üç temel nedeni vardır. Sporun bu özellikleri, kadın sporcuların bedeni ve emek süreçlerini doğrudan görünür kılar. Bu görünürlük yalnızca sportif değil, sosyo-politik bir anlam taşır: Kadın bedeni, edilgen bir temsilden aktif, güçlü, kararlı ve kolektif hareket eden bir özneye dönüşür (Toffoletti, 2018).

Toplumsal Cinsiyet Rejimleri ve Spor Alanının Tarihsel Kodları

Tarihsel olarak spor, erkek bedeninin performansı üzerine inşa edilmiştir. Özellikle modern Olimpiyat hareketinin ilk dönemlerinde kadınların spora katılımı ahlaki, biyolojik veya estetik gerekçelerle sistematik biçimde sınırlandırılmıştır (Pfister, 2010). Kadınların spor alanındaki görünürlüğü arttıkça, üç yapı eşzamanlı olarak değişmeye başlamıştır: Beden Politigi: Kadın bedeninin güçlü ve dayanıklı olabileceği kabul edilir hale gelmiştir. Toplumsal Rol Dağılımı: Kadınların ev içi rollerle sınırlanmış konumu sorgulanmıştır. Kültürel Kadınlık İmgesi: “Zayıf, kırılgan, korunması gereken kadın” imgesi dönüşmüştür. Bu süreç, kadın sporcuları yalnızca spor alanında değil, toplumsal cinsiyet müzakerelerinin merkezinde konumlandırmıştır.

Rol Model Etkisinin Psikolojik Boyutları

Rol model olma süreci, yalnızca sembolik bir temsil biçimi değil, bireyin öz-yeterlik inancı ve benlik değerlendirmesi üzerinde dönüştürücü etkiler yaratan psikolojik bir süreçtir. Bandura (1997), öz-yeterlik kavramını bireyin belirli bir görevi başarıyla gerçekleştirebilme kapasitesine dair inancı olarak tanımlar. Spor bağlamında öz-yeterlik, “Ben de başarabilirim” ifadesinin somut karşılığıdır. Kadın sporcuların başarılarının deneyimlenebilir ve gözlemlenebilir olması, kız çocuklarında başarıya dair olasılık algısını artırır (Kelly, 2023).

Rol model etkisi özellikle şu durumlarda güçlenir:

1. Model, gözlemciye benziyorsa yaş, toplumsal arka plan, kültürel kimlik, cinsiyet, beden yapısı gibi benzerlik göstergeleri özdeşleşme alanını genişletir. Örn. Türkiye’de Filenin Sultanlarının başarısı, yalnızca voleybol değil, kadınlık deneyiminin ulusal düzeyde yeniden tanımlanması ile ilişkilendirilmiştir.

2. Model, başarısını çalışarak elde etmişse başarı “doğuştan gelen yetenek” değil, “emek ve pratik” olarak sunulduğunda rol model etkisi ölçülebilir ve sürdürülebilir hale gelir (Toffoletti, 2018).

3. Model, duygusal dayanıklılık gösteriyorsa sakatlık, başarısızlık, reddedilme ve baskı süreçlerinin şeffaf biçimde paylaşılması, kız çocuklarının başarısızlıktan korkmamasını sağlar (Desforjes-Houle et al., 2025).

Bu nedenle rol model etkisi, yalnızca başarı anlarında değil, yeniden ayağa kalkma anlarında en güçlü biçimde görünür.

Beden, Öz-Yeterlik ve Özdeşleşme

Kadın sporcularda beden, yalnızca biyolojik bir yapı değil, politik ve kültürel bir temsildir. Kadın bedeninin güçlü, dayanıklı ve üretken bir beden olarak sunulması; toplumda kadına atfedilen kırılganlık, bağımlılık ve edilgenlik kalıplarının dönüşmesini sağlar (Bruce, 2016). Özellikle ergenlik döneminde beden algısı, toplumsal normlar ve medya temsil kalıpları tarafından güçlü biçimde etkilenir. Bu dönem, kız çocuklarının bedenlerinden utanmayı, kendilerini sınırlamayı, sporu bırakmayı, fiziksel etkinlikten geri çekilmeyi daha sık deneyimlediği bir dönemdir. Kadın sporcuların görünürlüğü bu döngüyü tersine çeviren bir müdahaledir. Kız çocuğu şu imgesel karşılaşmayı yaşar: “Benim bedenim güzel olmak için değil, bir şeyleri yapabilmek için var.” “Güçlü bir beden mümkün ve bu beden benim bedenim olabilir.” Bu karşılaşma öz-yeterlik inancını doğrudan yükseltir (Liu, 2023). Beden, böylece yalnızca estetik bir değerlendirme nesnesi olmaktan çıkar; kudret, dayanıklılık ve başarı potansiyelinin kaynağı olarak yeniden tanımlanır.

Kadın Sporcuların Toplumsal Sembolik Konumu

Kadın sporcular, toplumsal alanda yalnızca bireysel başarıyı temsil etmez; aynı zamanda kolektif kadınlığın yeniden anlamlandırılmasının sembolik aktörleridir. Bu sembolik işlev bireysel düzlem, toplumsal düzlem ve kolektif düzlem olarak üç düzlemde ortaya çıkar. Örneğin Türkiye’de kadın voleybol millî takımı yalnızca sportif bir ekip olarak değil, modern Türkiye’nin kadın öznesini temsil eden kültürel bir sembol olarak konumlanmıştır. Medyada bu temsil cesur, dayanıklı, birbirine bağlı, ulusal sorumluluk duygusu taşıyan kadınlık modeli olarak aktarılır. Bu, kadınlığın pasif değil aktif, edilgen değil üretici, bireysel değil kolektif olabileceğini toplumsal hafızaya kazır.

Medya Temsili, Dil, Çerçeveleme ve Görünürlük Yapıları

Kadın sporcuların toplumsal rol model olarak ortaya çıkış süreçlerinin

belirleyici boyutlarından biri, medya temsili ve iletişimsel görünürlük rejimleridir. Çünkü spor aracılığıyla rol model oluşumu, yalnızca sporunun eylemine değil, o eylemin kamuya nasıl sunulduğuna bağlıdır. Bu sunum, yani temsil biçimi, kültürel ve ideolojik çerçeveler içinde gerçekleşir (Bruce, 2016).

Medya, kadın sporcuların başarılarını aktarırken belirli anlatısal kodlar kullanır. Bu kodlar, bir yandan kadın sporcuların görünürlüğünü artırabilirken, diğer yandan onların bedenini, emeğini ve özneselliğini yeniden cinsiyetçi kalıplar içinde çerçeveleyebilir (Cooky, Messner & Musto, 2021). Dolayısıyla kadın sporcuların rol model etkisi, medyada görünür hale geldikleri sayısal düzenden daha çok, nasıl temsil edildikleri niteliksel düzey üzerinde belirlenir. Dijital Teknolojinin gelişimine bağlı olarak yeni çağın getirdiği bütün yenilikler hem teknoloji hem de sosyal medya olarak görünürlük açısından büyük rol oynamıştır. Bu durum sporun görünürlük boyutunu da değiştirmiştir (Alaeddinoğlu, 2023).

Bu bölümde kadın sporcuların medya temsili niceliksel görünürlük, niteliksel görünürlük ve dijital medya dönüşümü şeklinde üç düzeyde incelenecektir.

Kadın Sporlarının Medyada Niceliksel Görünürlüğü

Kadın sporlarının medya görünürlüğü uzun yıllar boyunca erkek sporlarına kıyasla son derece sınırlı kalmıştır. Cooky, Messner ve Musto'nun (2021) 30 yıllık televizyon yayın analizine göre, kadın sporlarına ait haber içerikleri spor haberlerinin yalnızca %3–5'ini oluşturmaktadır. Bu oran sporcu sayısı, uluslararası başarı düzeyleri, lisanslı kadın sporcu oranları ile kıyaslandığında yapısal bir temsil adaletsizliğine işaret eder.

Türkiye bağlamında durum benzerdir. Kadın voleybolunun uluslararası başarıları dönemsel olarak görünürlüğü artırsa da spor yayıncılığının genel gündemi hâlâ erkek futbolu merkezlidir. Örneğin:

Medya Temsil Kodları: Dili Belirleyen Çerçeveleme Biçimleri

Kadın sporcular medyada çoğu zaman belirli çerçeveleme kalıpları içinde sunulur. Bu çerçeveler, sporcu kimliğinin hangi anlamlarla ilişkilendirileceğini belirler (Entman, 1993).

Estetik Çerçeveleme

Kadın sporcular, başarılarından ziyade dış görünüşleriyle haberleştirilebilir. “Turnuvada güzelliğiyle ilgi odağı oldu.” “Sahada estetik hareketleriyle büyüledi.” Bu dil, sporunun bedenini bir estetize nesneye indirger, bedeni icra eden özne olmaktan uzaklaştırır (Toffoletti, 2018).

Duygusal Çerçeveleme

Kadın sporcular duygusal tepkileri üzerinden anlatılabilir. “Gözyaşlarına hâkim olamadı.” “Herkesi duygulandırdı.” Bu durum, sporcu başarısını duygusal bir istisnaya dönüştürür, sistematik performansı görünmezleştirir.

Aile Rollerinin Vurgulanması

Özellikle anne olan sporcular şu biçimde sunulur: “Hem anne hem şampiyon!” Bu ifade ilk bakışta pozitif görünse de örtük mesaj şudur: Sporda başarı kadının doğal rolünün dışındadır. Dolayısıyla başarı ancak ‘tüm bunlara rağmen’ mümkündür.

“İstisnai Kadın” Söylemi

Kadın sporcu çoğu zaman “normal kadın” kategorisinin dışına konumlandırılır. “O bir istisna.” “Kadınların yapamadığını yaptı.” Bu söylem, kadın başarısını genellenebilir olmaktan çıkarır. Böylece rol model etkisi kolektif değil bireysel ve ayırık hale gelir (Bruce, 2016).

Görsel Temsil Biçimleri: Kamera, Kadraj ve Mesafe

Kadın sporcuların medyada sunumu yalnızca sözel çerçeveleme ile değil, görsel kompozisyonla da biçimlenir. Özellikle televizyon yayınlarında yakın çekimlerin beden bölgelerine odaklanması, sporcunun performansını değil, bedenini merkeze alır. Voleybol yayınlarında kalça ve kalça-hareket odaklı kamera açıları, kamuoyu tepkisi üzerine birçok ülkede yayın yönergelerinin değiştirilmesine yol açmıştır.

Dijital Medya ve Sporcu Öz-Temsili

Sosyal medya, kadın sporcular için temsilin merkezini yeniden dağıtmıştır. Artık sporcu, kendi hikâyesini kendi diliyle kurabilir (Geurin-Eagleman & Burch, 2016).

Bu dönüşüm üç sonuç yaratır:

1. **Medya araçları zayıflar** → Sporcu kendi kimliğini doğrudan üretir.
2. **Topluluk inşası güçlenir** → Takipçiler “destekçi topluluk” haline gelir.
3. **Rol model etkisi demokratikleşir** → Sporcu yalnızca “izlenen biri” değil, “iletişim kuran biri” olur.

Örneğin:

- Voleybolcuların antrenman içgörülleri,

- Jimnastikçilerin sakatlık sonrası dönüş hikâyeleri,
- Futbolcuların mücadele ve direnç anlatıları genç kız izleyiciler üzerinde yüksek özdeşleşme etkisi üretir.

Sosyal Medya, Sporcu Kimliği, Kişisel Marka ve Dijital Güvenlik

Sosyal medya, kadın sporcuların toplumsal görünürlüğünde tarihsel bir kırılma noktası oluşturmıştır. Geleneksel medya sisteminde sporcu, yalnızca gazeteciler, yayıncılar ve federasyonların seçtiği anlatı çerçeveleri içinde temsil edilirken, sosyal medya ile sporcu kendi hikâyesini kendisinin belirlediği özerk bir iletişim alanına sahip olmuştur (Geurin-Eagleman & Burch, 2016). Bu, kadın sporcular için yalnızca teknik bir iletişim yeniliği değil, özdeşleşme anlamında kültürel ve politik bir genişleme alanıdır.

Kadın sporcuların tarih boyunca medyada “görülme biçimleri” çoğu zaman dışsal bakışın (male gaze) filtrelerinden geçerken, sosyal medya bu bakışı içeriden dönüştürme imkânı sunmuştur (Toffoletti, 2018). Dolayısıyla sosyal medya, kadın sporcuların rol model etkisinin doğrudan, demokratik, erişilebilir ve sürdürülebilir bir biçimde inşa edilmesine olanak vermektedir.

Bu bölüm, sosyal medyanın kadın sporcular için sunduğu kimlik inşası, kişisel marka geliştirme, topluluk oluşturma, duygusal sermaye üretme, kültürel dönüşüm oluşturma işlevlerini sistemli bir biçimde inceleyecektir. Ayrıca sosyal medyanın kadın sporcular için risk alanları (siber taciz, beden denetimi, dijital yıpranma) değerlendirilecek ve PR + dijital güvenlik tabanlı koruyucu yönetim modeli sunulacaktır.

Sosyal Medyada Sporcu Kimliği: Ortaya Çıkan Yeni Öznellik

Sosyal medya, sporcu kimliğini iki yönden dönüştürür: (1) Sporcu artık kendisi hakkında konuşanın kendisi haline gelir. (2) Sporcu kimliği, yalnızca performansla değil yaşam pratiği ve değerler ile birlikte görünür olur.

Kimlik Performansı ve Kendini Sunma

Goffman’ın (1959) “öz-sunum” yaklaşımına göre bireyler sosyal etkileşim alanlarında kendilerini belli roller ve anlamlar içinde sunarlar. Sosyal medya tam da böyle bir sahnedir. Kadın sporcular güçlü, dirençli, çalışkan, kararlı, kolektif bağlılık taşıyan, kimi zaman kırılgan, insanî özelliklerini görünür kılarak normatif kadınlık kodlarına alternatif bir kadınlık modeli sunarlar (Bruce, 2016). Bu, genç kadın izleyiciler için yalnızca spor bağlamında değil, günlük hayat ve kadın kimliği bağlamında özdeşleşme alanı yaratır.

Sporcu Kimliğinin Üç Katmanı

Sporcu kimliği sosyal medyada üç düzeyde kurulur: Performans Kimliği, Kişisel-Karakter Kimliği, Toplumsal-Değer Kimliği. Bu üçlü yapı dengeli olduğunda sporcu hem hayranlık duyulan hem yakın hissedilen hem de ilham veren bir figür haline gelir.

Kişisel Marka (Personal Branding) ve Kadın Sporcularda Stratejik Öz-Temsil

Kişisel marka, sporcu kimliğinin tutarlı, süreklileştirilmiş ve topluluk tarafından tanınabilir bir anlatıya dönüştürülmesidir. Kadın sporcular için kişisel marka stratejileri özellikle önemlidir çünkü: Kadın sporlarında sponsorluk kaynakları erkek sporlarına göre daha sınırlıdır, bu nedenle güçlü bir kişisel marka finansal sürdürülebilirlik sağlar. Kişisel marka, sporcunun kariyer sonrası yaşamını şekillendiren bir temel oluşturur. Kişisel marka, sporcunun rol model etkisini spor sahasının dışına taşır.

Hikâyeleştirme (Storytelling)

Sporcu hikâyeleri yalnızca başarı üzerinden değil, aşağıdaki döngü üzerinden kurulduğunda kültürel etki yaratır: Mücadele → Yenilgi → Direnç → Yeniden İnşa → Başarı

Bu model, kız çocukları için şu mesajı üretir (Kelly, 2023): “Başarısız olabilirim. Ama yeniden başlayabilirim. Ve bu da başarının bir parçasıdır.”

Estetik Baskıdan Özgürleşme

Kadın sporcularda kişisel marka, bedeninin işlevsel güç olarak temsil edilmesiyle inşa edildiğinde, estetik baskıya alternatif bir beden normu oluşur (Liu, 2023). Bu, modern genç kadınlık kimliği açısından politik bir dönüşümdür.

Topluluk İnşası ve Duygusal Bağ Kurma

Sosyal medyada rol model etkisinin yalnızca “görölmek” ile değil, görölene karşılık verilmesi ile kurulduğu görülür. Kadın sporcuların yorumlara yanıt vermesi, içgörü paylaşması, zor zamanları açıkça konuşması takipçilerle duygusal rezonans üretir. Bu rezonans Duygusal Sermaye, Dayanışma Alanı ve Öznellik Güçlenmesi sonuçlarını doğurur. Bu durum, rol model etkiyi soyut hayranlıktan somut davranış değişikliğine taşır.

Sosyal Medya Riskleri ve Dijital Güvenlik

Sosyal medya, kadın sporcular için eş zamanlı bir kırılganlık alanıdır.

Araştırmalar, kadın sporcuların çevrimiçi tacize erkek sporculara oranla daha yüksek maruz kaldığını göstermektedir (Page, 2022).

Siber Taciz Türleri

Cinsiyetçi hakaret, Beden eleştirisi, İstenmeyen cinsel imgeler, “Kadın sporları değersiz” söylemleri, Yetersizlik ve başarısızlık ithamları.

Psikolojik Etkiler

Siber taciz, sporcularda anksiyete, tükenmişlik, performans baskısı, beden algısı bozulması, sosyal geri çekilme gibi olumsuz sonuçlar doğurabilir.

Vaka Analizleri: Spor Dallarına Göre Rol Model Etkisinin Farklılaşması

Kadın sporcuların rol model olarak algılanma biçimleri, içinde bulundukları sporun kültürel anlamı, tarihsel konumlanması ve izleyici topluluğunun yapısı tarafından belirlenir. Dolayısıyla rol model etkisi branşlar arasında homojen değildir.

Futbol, voleybol ve bireysel sporlar; kadın sporcular için farklı özdeşleşme alanları, farklı toplumsal temsil biçimleri ve farklı medya çerçeveleri üretir (Bruce, 2016; Liu, 2023).

Bu bölümde üç temel spor alanı üzerinden rol model üretim süreçleri analiz edilecektir: Kadın Futbolu → Mücadele ve direniş söylemi, Kadın Voleybolu → Kolektif başarı ve ulusal kimlik söylemi, Bireysel Sporlar → Beden özerkliği ve kişisel güç söylemi

Bu üç anlatı, genç kadınların spor ile ilişki kurma biçimlerini psikososyal olarak farklı yollarla etkiler.

Kadın Futbolu: Mücadele ile Kimlik Kazanımı

Tarihsel Arka Plan ve Yapısal Engeller

Futbol, modern toplumlarda erkek kimliğinin en güçlü sembolik alanlarından biri olarak kurulmuştur (Giulianotti, 2015). Kadınların futbola katılımı bu nedenle yalnızca sportif bir girişim değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet normlarına yöneltilmiş doğrudan bir meydan okuma niteliği taşır.

Türkiye’de kadın futbolunun gelişme süreci kesintili, maddi destek açısından sınırlı ve kurumsal istikrarsızlıklarla şekillenmiştir (Demir, 2024). Kulüp yapılarının büyük bölümü son on yılda güçlenmeye başlamıştır ve bu gelişme çoğunlukla büyük futbol kulüplerinin kadın takımları kurması,

belediyelerin genç kız takımlarını desteklemesi, FIFA ve UEFA'nın kadın futbolu için teşvik fonlarını artırması ile bağlantılıdır. Fakat alt yapı, medya desteği ve kurumsal kaynak sürekliliği hâlâ kırılmalıdır.

Medya Temsili

Kadın futbolunda medya temsili çoğu zaman şu anlatı ile çerçevenir: “Tüm engellere rağmen başaran kadınlar.” Bu söylem kadın futbolcuları direniş kahramanları olarak idealize eder; bu idealizasyon bazen şu riski taşır:

- Kadın futbolu sürekli “istisnaileştirilmiş mücadele” alanı olarak sunulur.
- Başarı normalleşmez → kalıcı rol model etkisi zayıflar (Cooky et al., 2021).

Toplumsal Algı ve Taraftar Kültürü

Kadın futbolunda seyirci profili, erkek futbolundan belirgin biçimde farklıdır. Duygu, katılımcı profili, tribün dilin yapısı bakımından farklılıklara sahiptir. Örneğin erkek futbol tribünlerinde rekabet gerginlikle birlikte iken kadın futbol tribünlerinde dayanışma ve güven vardır. Bu fark, kadın futbolunun toplumsal güvenli alan üretme kapasitesini güçlendirir.

Rol Model Etkisi

Kadın futbolcuların rol modeli çaba ve ısrar üzerine kuruludur. Sporcu şunu temsil eder: “Engel varsa aşılar. Sistem engelliyorsa sistem değiştirilebilir.” Bu, özellikle düşük sosyoekonomik arka planlı kız çocukları için güçlü bir özdeşleşme olanağı sağlar.

Kadın Voleybolu: Kolektif Başarı ve Ulusal Kapsayıcılık

Türkiye’de Kadın Voleybolunun Özel Konumu

Kadın voleybolu, Türkiye’de kadın sporcuların en yüksek toplumsal meşruiyet kazandığı spor dalıdır. “Filenin Sultanları” söylemi, yalnızca sporculara değil, ulusal kültüre dair bir kadınlık anlatısı üretir. Bu temsil biçimi güçlü, dayanıklı, disiplinli, modern, birbirine bağlı bir kadın kolektivitesini sahneye çıkarır.

Medya Temsilinin Farklılaşması

Kadın voleybolunda medya dili genellikle Başarı sürekliliği, Ulusal gurur ve Kolektif dayanışma odaklıdır. Bu dil, kadın sporcuların bireysel değil kolektif rol modeli olmasını sağlar (Bruce, 2016).

Ulusal Kimlik İnşası

Kadın voleybolu, güncel Türkiye toplumsal hafızasında şu sembolik mesajı taşır: “Kadın başarısı ulusal gururun merkezidir.” Bu söylem, kadın sporcuları modern Türkiye’nin temsil yüzü haline getirir.

Bireysel Sporlar: Beden Özerkliği ve Kişisel Güç

Kişisel Anlatı ve Kahramanlık Döngüsü

Jimnastik, atletizm, yüzme, tenis gibi branşlar, sporcunun kendi sınırlarıyla yalnız kaldığı spor dallarıdır. Bu nedenle rol model etkisi benlik dönüşümü üzerinden çalışır (Liu, 2023).

Medya Temsili ve Beden Tartışmaları

Bireysel sporlarda beden estetik (jimnastik), güç (atletizm), denge (tenis), dayanıklılık (yüzme) gibi farklı değerlerle temsil edilir. Buradaki temel sorun, medyanın bedeni başarıdan bağımsız olarak değerlere bağlamasıdır.

Rol Model Etkisi

Bu sporlarda model şu mesajı taşır: “Bedenim dönüşebilir. Bedenim benimdir. Gücüm kendimden gelir.” Bu mesaj özellikle ergenlik dönemindeki kız çocukları için benlik ve beden özgüvenini güçlendirir.

Pr, Etik Sunum, Sponsorluk, Marka Uyumu ve Görünürlük Politikaları

Kadın sporcuların rol model etkisinin sürdürülebilir olması, yalnızca sportif performansa değil, sporcuları çevreleyen kurumsal iletişim sistemlerinin niteliğine bağlıdır. Sporcu, medya ve kamuoyu arasında konumlanan PR (Public Relations / Halkla İlişkiler) alanı; sporcu kimliğinin temsil biçimini, kamu algısını ve sponsorluk ilişkilerini belirleyen en kritik mekanizmadır (Howard, 2020).

Kadın sporcular için PR stratejileri, erkek sporculara kıyasla farklı etik ve kültürel hassasiyetler içerir. Çünkü kadın sporcular yalnızca bir spor alanında görünür olmaz; aynı zamanda kadınlığın kültürel temsil biçimlerini de taşırlar (Bruce, 2016). Bu nedenle kadın sporcularda PR, salt tanıtım değil, cinsiyet çeşitliği ve toplumsal dönüşüm için bir iletişim alanıdır.

PR’ın Kadın Sporcular İçin Temel İşlevleri

PR, kadın sporcular için sporcu imgesi, kamu iletişimi ve sponsorluk ve ekonomi düzeylerinde stratejik işlev taşımaktadır. Bu üç işlev bir arada

çalıştığında sporcu yalnızca “tanınan kişi” olmaz; kültürel sembol ve ilham kaynağı haline gelir.

Etik Sunum İlkeleri

Başarı Odaklı Temsil

Sporcuların medya ve halkla ilişkilerde öncelikli olarak performans ve emek ile sunulması gerekir. Bu sunum biçimi, sporcu kimliğini “çalışan ve üreten özne” olarak merkezleştirir.

Bedenin Nesneleştirilmesinden Kaçınma

Kadın sporcuların görsel sunumu, performansın ön planda olduğu eylem odaklı kadrjlarla yapılmalıdır. Yakın çekim beden odaklı temsil → rol model etkisini zayıflatır (Toffoletti, 2018).

Kendi Sesine Alan Açma

Sporcu, kendi hikâyesinin anlatıcısı olmalıdır. Mülakatlarda ezber cümleler değil, öznel deneyim dili teşvik edilmelidir.

Cinsiyetçi Çerçevelemeden Kaçınılması

“Kadın olmasına rağmen...”, “Erkeklerle yarışıyor...” gibi anlatılar, başarıyı normal dışı gibi sunar. Bu dil yasaklanmalıdır (Bruce, 2016).

Sponsorluk ve Marka Uyum Stratejileri

Sponsorluk ilişkileri, kadın sporcuların finansal sürdürülebilirliği ve toplumsal görünürlüğü açısından stratejik bir rol oynar. Ancak sponsorluk rastlantısal değil, değer uyumlu olmalıdır.

Değer Uyum Analizi (Value Congruence)

Sporcu Değeri	Marka Değeri	Uyum Durumu	Sonuç
Dayanıklılık	Performans ürünleri	Yüksek uyum	Ortak hikâye üretimi kolay
Zarafet ve denge	Moda & yaşam tarzı markaları	Orta uyum	Estetik risk hassas yönetilmeli
Sosyal adalet & destek	STK iş birlikleri	Çok yüksek uyum	Rol model etkisi toplumsal alana taşınır

Uyumsuz sponsorluklar inandırıcılık kaybı yaratır.

Hikâye Merkezli Reklam Stratejisi

Kadın sporcular için etkili reklam modeli: Sporcu → Hikâye → Değer → Marka (ve asla: Sporcu → Beden → Marka değildir). Örneğin: Bir tenisçinin sakatlıktan dönüş hikâyesi, dayanıklılık temalı bir spor markası ile bütünleştirildiğinde tıpkı “Ben de yapabilirim” etkisi üretilir.

Dijital Güvenlik ve Siber Tacizle Mücadele Politikaları

Kadın sporcular, sosyal medya üzerinden beden denetimi ve cinsiyetçi saldırılara erkek sporculardan daha fazla maruz kalmaktadır (Page, 2022). Bu nedenle dijital güvenlik PR’ın zorunlu parçasıdır.

Koruma Protokolleri

Düzy	Sorumluluk	Uygulama
Sporcu	Dijital sınır koyma	Gizli profil listeleri, mesaj filtreleri
Kulüp/Federasyon	Kurumsal sosyal medya takibi	Moderasyon ekipleri
Platformlar	Şiddet ve nefret söylemi filtreleri	Hızlı raporlama prosedürleri

Psikolojik Destek

Siber şiddet → performans baskısı → öz-saygı yıpranması → spordan çekilme döngüsünü önlemek için *spor psikoloğu* + *dijital terapi modelleri* gereklidir.

Sonuç

Bu çalışma, kadın sporcuların rol model olarak sunumunun yalnızca bireysel başarı hikâyelerinin görünür kılınması değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet normlarının yeniden müzakere edildiği çok katmanlı bir kültürel süreç olduğunu ortaya koymuştur. Kadın sporcuların sahadaki performansları, güç, kararlılık, dayanıklılık ve kolektif bağlılık gibi değerlere dayalı yeni bir kadınlık imgesi üretirken; medya, sosyal medya ve sponsorluk ilişkileri bu imgenin topluma hangi anlam çerçeveleri içinde aktarılacağını belirler. Dolayısıyla kadın sporcuların rol model etkisi kendiliğinden ortaya çıkmaz; kültürel, kurumsal ve iletişimsel olarak tasarlanan, yönetilen ve sürdürülen bir süreçtir.

Geleneksel medya, kadın sporcuları çoğu zaman estetik, duygusal ve

“istisnai başarı” söylemleriyle temsil ederek rol model etkisini bireyselleştirme ve daraltma eğilimindedir. Oysa sosyal medya, sporculara kendi hikâyelerini kendi sesleriyle kurma, dayanışma toplulukları oluşturma ve genç kadınlara doğrudan ilham verme imkânı tanımaktadır. Bu durum, rol model etkisini yalnızca izlenen bir başarıdan, birlikte deneyimlenen güçlenme pratiğine dönüştürmektedir. Ancak aynı dijital görünürlük alanı, beden denetimi, cinsiyetçi söylemler ve siber taciz risklerini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle rol model sürecinin sürdürülebilirliği, dijital güvenlik, psikolojik destek ve kurumsal moderasyon mekanizmalarının varlığına bağlıdır.

Kadın sporcuların toplumsal temsilinin güçlenebilmesi için spor kurumları, federasyonlar, okullar, medya kuruluşları ve sponsor markaların eşgüdümlü hareket etmesi gereklidir. Etik iletişim, değer uyumlu sponsorluk, sporcu merkezli PR stratejileri ve kapsayıcı medya dilinin geliştirilmesi, kadın sporcuların rol model etkisini bireysel ve geçici olmaktan çıkarıp toplumsal ve kalıcı bir dönüşüm alanına taşıyacaktır. Böylece kadın sporcular, yalnızca başarılarıyla değil, kadınların toplumdaki özneleşme, güçlenme ve eşitlik mücadelesinin kolektif aktörleri olarak konumlanacaktır.

Kaynakça

- Alaeddinoğlu, M. F., Sivrikaya, H., & Alaeddinoğlu, V. (2023). Dijital Teknoloji ve Spor Eğitim Programları. *Dijital Çağda Spor Araştırmaları I*, 13
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.
- Bruce, T. (2016). New rules for new times: Sportswomen and media representation in the third wave. *Sex Roles*, 74, 361–376.
- Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (2021). One and Done: The long eclipse of women’s televised sports, 1989–2019. *Communication & Sport*, 9(3), 347–371.
- Demir, Y., Tirkaki, S. (2024). In the Mirror of the Past: A History of Women’s Football in the Republic of Turkey. *Sport History Review*, 55(2), 213-231.
- Fink, J. S. (2015). Female athletes, women’s sport, and the sport media commercial complex: Have we really “come a long way, baby”? *Sport Management Review*, 18(3), 331–342.
- Geurin-Eagleman, A. N., & Burch, L. M. (2016). Communicating via photographs: A gendered analysis of Olympic athletes’ visual self-presentation on Instagram. *Sport Management Review*, 19(2), 133–145.
- Giulianotti, R. (2015). *Sport: A critical sociology*. Polity Press.
- Howard, M. L. (2020). Personnel Economics in Sports. *International Journal of Sport Communication*, 13(2), 269-271.
- Kelly, E., Liston, K., Dowd, K., Lane, A. (2023). A Review of the Impact of Sporting Role Model-Led Interventions on Physical Activity and Sport Participation of Female Youth. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 32(1), wspaj.2023-0010.
- Liu, Z., Shentu, M., Xue, Y. et al. (2023). Sport–gender stereotypes and their impact on impression evaluations. *Humanities & Social Sciences Communications*, 10, 614.
- Lockwood, P., & Kunda, Z. (1997). Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 91–103.
- Pfister, G. (2010). Women in sport: Gender relations and future perspectives I. *Sport in Society*, 13(2), 234–248.
- Toffoletti, K., Thorpe, H. (2018). Female athletes’ self-representation on social media: A feminist analysis of neoliberal marketing strategies in “economics of visibility”. *Feminism & Psychology*, 28(1), 11–31.