



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 8 Sayı: 36 Volume: 8 Issue: 36

Şubat 2015 February 2015

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

TÜRKİYE'DE ETNİSİTE BAĞLAMINDA TARAFTAR ÜZERİNDE SPOR MEDYASININ ETKİSİ

IMPACT OF THE SPORTS MEDIA ON THE FANS IN TURKEY WITHIN THE FRAMEWORK OF ETHNICITY

Metin KILIÇ*

Öz

Türkiye'de son dönemlerde etnisite farkındalığının ön plana çıktığı, etnik hak ve taleplerin siyasal düzlemde "demokratik açılım" başlığı altında meşrulaştırılması söz konusu olurken, insanlar üzerinde çok fazla etkisi olan spor kurumunun ve spor medyasının etkisinin göz ardı edildiğini söylemek mümkündür. Teknolojik anlamda hızlı değişim ve dönüşümlerin yaşandığı günümüz toplumlarında genel olarak medyanın, spesifik olarak da spor medyasının etkisi oldukça önemlidir. Bu anlamda farklı etnisiteye mensup taraftarların spor medyası algısını etnisite bağlamında ortaya koymak adına etnik farklılıkların daha çok ön plana çıktığı Güneydoğu bölgesinde 555 taraftar üzerinde tesadüfi örnekleme yöntemiyle anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma sonucunda Türkiye'de spor medyasının etnisite bağlamında ırkçı yaklaşımlar sergilemediğini ama spor medyasının sosyal bütünleşmeyi sağlamada etken olmadığını söylemek mümkündür.

Anahtar kelimeler: Etnisite, Irkçılık, Spor medyası, Spor Sosyolojisi, Taraftar.

Abstract

Within recent years, the ethnicity awareness in Turkey has been prominent, while ethnic rights and claims have started to be legitimized under the heading of "democratic initiative" within Turkey's political framework. However, the impact that of sports and sports media has on the individuals, which is quite substantial, is being neglected. The impact of the media in general, and that of the sports media in particular are substantially important in today's societies which go through quick technological alterations and transformations. In regard to sports media's importance, we have used a random sampling method to conduct a survey on 555 fans residing in the Southeastern region of the country, where ethnic differences come into more prominent. Our objective is to manifest the perception of sports media in regard to ethnicity, and from the point of view of fans coming from different backgrounds. Based on the results, we are able to conclude that sports media in Turkey does not represent racist approaches but is not either a factor contributing to the social integration.

Keywords: Ethnicity, Racism, Sports Media, Sport Sociology, Fans.

1. Giriş

Spor insanların uzun yıllar spor müsabakaları sayesinde bağlı oldukları topluluklar ya da toplumların üstünlüğünü kanıtlamak için kullandıkları bir alan olarak kendini göstermiştir. 20. yüzyılın ortalarına kadar ırkçılık, diğer sosyal kurumlarda olduğu gibi birçok profesyonel spor branşında da yaygın olarak gözlenmiştir (Chappell, 2002: 95). Farklı sınıf, toplumsal cinsiyet, etnik, ulusal ve azınlık grupların kültürel kimliğini oluşturma ve bağımsızlık ısrar etme noktasında, spor önemli bir araç olmuştur. (Dunning and Maguire, 1996; Fleming, 2005). John C. Pooley'in tespitiyle de spor, kendileri gibi olan etnik gruplar arasında temas noktası oluşturan bir faktör olarak kendini göstermiştir (Akt. Day, 1981: 37).

Batı toplumlarında son yıllarda, spor, ırkçılık ve etnisite üzerine yapılan araştırmalarda gözle görülür bir artış olmuştur. Şüphesiz bu ilginin oluşmasında birçok yeniliğin etkisi olmuş,

* Yrd. Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.

fakat esas önemli olan 3 değerlendirme göze çarpmaktadır. Birincisi, çeşitli ülkelerden siyah kadın ve erkek sporcuların uluslararası arenada büyük başarılar elde etmiş olmalarıdır. 1990 yılı mayıs ayında bir İngiliz belgesel programı Britanya'daki atletizm takımlarının minimum %50'sinin ve o zamanki boks şampiyonlarının %50'sinin siyah olduğunu belirtmiştir. İkinci olarak, farklı etnisiteye mensup azınlıklar tarafından spora olan katılımın orantısızlığı, liberal görüşlü spor meraklıları ve bazı akademisyenler tarafından sporun kendisinin ırkçılıktan tamamen uzak olduğu, sporun toplumun diğer bütün alanlarından daha çok eşitlik ve demokratikleşme seviyesine sahip olduğu yorumunu yapmalarını sağlamıştır. Bu durum sporun doğası gereği serbest ve istemli olmasını sorgulatmaktadır. Son olarak, "Güney Afrika'da ırk siyaseti içinde, sporun rolü (ırksal entegrasyon=racial integration) üzerine yapılan araştırmaların yoğunluğu" (Guttman, 2003: 368) ve Güney Afrika'daki ırksal olmayan spor hareketinin gelişmesidir (İnsan Hakları için olan Olimpiyat Projesi ki bu proje 1968 Meksika Olimpiyatlarında 'Siyahi Güc'ün gösterisine yol açmıştır). Bunun gibi bilinçli politik protestolar, çoğunluk gruplara karşı etnik azınlıkların popüler direnç mücadelesinin bir merkezini de spor olduğunun örneklerindedir (Jarvie, 2005: 1). Bu örneklerin çoğalmasında ve kitlelere sunulmasında genelde iletişim araçlarının özelde de spor medyasının etkisi oldukça büyüktür.

İnsanların spor programlarını izlemeleri, spor gazetelerini okumaları ya da gazete ve dergilerde spor haberlerini okumaktan zevk alması gibi etkenlerin artması (Sage, 2002: 211), spor medyasının günümüzde insanlar üzerindeki etkisinin büyüklüğünü ve ne kadar önemli bir işleve sahip olduğunu bize göstermektedir (Kılıç, 2012).

Batı toplumlarında, etnisitenin spor medyasındaki yeriyle ilgili yapılan çalışmaların yetersizliği, etnisite ve spor ilişkisini inceleyenlerin uzun süre medyada çıkan haberleri göz ardı ettiğinin açık göstergesidir (Hylton, 2009: 87). Bruce'a göre (2004: 861) yapılan araştırmalar medyada spor, ırk ve farklı etnisiteler hakkındaki ideolojilerin gücünü göstermektedir. Spor medyasında yaygınlaşan popüler ve bilimsel tartışmaların getirdiği artan bilinçlilik seviyesine rağmen, özellikle etnik farklılıkları anlamamanın yolu televizyondaki günlük spor programları ve uygulamalarında gizlidir.

Medyanın aracılık ettiği sporlara yönelik en önemli ve karmaşık konulardan biri televizyon izleyicilerinin deneyimleriyle ilgilidir. Televizyon deneyiminin özellikle stadyum deneyiminden farklılık gösterdiği genellikle kabul edilmekteyken, bunun tabiatıyla ilgili çok sayıda tartışma vardır. Televizyon, izleyici ve sporcu arasında sözde sosyal bir ilişki kurar; baskın toplumsal değer ve normların sembolik tanımlamalarını geliştirir (Washington and Karen, 2001). Sterkenburg ve arkadaşlarının (2010: 820) deyimiyle, Usain Bolt ya da Thierry Henry gibi, birçok siyah gence esin kaynağı olabilecek, rol modeli olan erkek spor yıldızlarının popülerliği, televizyonda gösterilen sporun sosyal gücünün kanıtıdır. Yine Wenner'in (1995: 228) yaptığı çalışmada da spor medyasının azınlık etnisiteye mensup bireylere yönelik olumlu saptamaları önemlidir. Michael Jordan'la ilgili spor medyasında çıkan "Jordan güler, çatık kaşlı değil", "Jordan iyi siyah, kötü değil", "Jordan akıllı" gibi haberleri sınıflandırarak, spor medyasının toplumdaki hâkim grup ve azınlıklar üzerinde nasıl olumlu etkiler yaptığını ortaya koymuştur. Etnik sporcuların medyada bu tür başarılarının ve iyi yanlarının gösterilmesi, diğer etnisiteye mensup bireyler açısından onlarında spora yönelmelerinde önemli bir etken olarak görülebilir. Yaşadıkları toplumda sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal açıdan yeterince yer bulamayan azınlık etnisitelere mensup taraftarın, bu çok yönlü mahrumiyetlerinin önüne geçmek açısından, medyada başarı elde eden sporcuları kendilerine ya da çocuklarına rol model olarak almalarında medyanın büyük bir etkisi vardır (Kılıç, 2012: 73).

Etnik sporcuların pazarlanması açısından da medyanın azımsanmayacak kadar önemli etkisi bulunmaktadır. Burada belirtmek istediğimiz sporcuların cinsellik yönünden pazarlaması değildir. Atkinson'a göre (2009: 66), spor içerisinde etnik azınlıkların sayısının büyük oranlarda artmasıyla birlikte, kitle iletişim araçları sayesinde etnik sporcuların pazarlanmasının arttığı gözlenmiştir. Bu durumun etnik ayrımcılık zihniyetinin kaybolmasında etken olduğunu belirtmekle birlikte Atkinson, hâkim kültürler ekseninde popüler medyanın etnik kökeni temsile kaymasının toplum üzerinde olumlu etkilerde yarattığını ortaya koymuştur.

Spor medyası ve etnisite ilişkisine olumsuz işlevler açısından bakmak gerekirse; Bruce'un belirttiği gibi aleni ırkçılığın yapıldığı günler geride kalmış gibi görünmesine rağmen, yaygın ve tarihsel gerçeklerin ortadan kalkmadığı, şekil değiştirdiği söylenebilir (Bruce, 2004:861). Hlyton, 2006 yılında etnisite ilişkisini ortaya koymak için "*Sports Illustrated ve The Observer Sport Monthly*" spor dergilerini derinlemesine incelemiştir. Bu dergileri incelemesindeki temel neden Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nde belirtilen dergilerin yüksek popülarliğe sahip olmasıdır. Diğer spor dergilerinin bu spor dergilerinden ister istemez etkileniyor olması yapılan araştırma açısından önemlidir. Yapılan araştırma sonucunda; etnik ayrımcılık, güç söylemleri ve ötekileştirme her iki dergide de yoğun olarak gözlenmiştir (Hlyton, 2009: 105). Bu durum medyada sosyal sorumluluğu kısıtlayan ticari baskıların devam ettiği bu iklimin uygunsuzluk derecesini anlamada etken olmaktadır.

1.2. Türkiye'de Etnisite ve Spor

Türkiye özelinde spesifik anlamda etnisite ve spor ilişkisi üzerine ne yazık ki yeterince araştırma yapılmamıştır. Son zamanlarda siyasal ve sosyal yaşamda etnisite farkındalığının ön plana çıktığı Türkiye'de Kılıç'ın (2012) "Etnisite ve Spor" adlı eseri dışında kapsamlı bir bilimsel araştırma yapılmadığı gözlenmektedir. Kılıç'ın farklı etnisiteye mensup sporcular üzerine yaptığı nitel araştırmada, spor dallarına göre etnisite farkındalığının değiştiği gözlenmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, farklı etnisiteye mensup sporcular arasında entegrasyon ve çatışma noktasında farklılıklar gözükmemektedir. Farklı spor dallarında profesyonel ligler söz konusu olduğunda etnik ayırım gerek sporcu gerekse taraftar açısından azalırken, amatör, bölgesel liglerde hem sporcular hem de taraftar açısından artmaktadır.

Bu duruma neden olan en önemli etkenlerden ilki Türkiye'de spor olgusunun Batı toplumlarına göre çok daha geç bir dönemde kurumsallaşmasıdır. Cumhuriyetin kuruluşundan (1923) sonra diğer alanlarda (siyaset, ekonomi, vb.) olduğu gibi spor alanında da hareketlenmenin olması Kılıç'a (2013) göre, modernleşme ekseninde siyasi bir paradigma olarak sporun asimilasyon aracı olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Uzun yıllar asimilasyon aracı olarak kullanılan sporun kitle iletişim araçlarında ayrıcalıkların farkındalığını ortaya koymak yerine daha çok sosyal bütünleşme için araç olarak kullanılması da etkindir. Bu durum yazılı basında az sayıda olan spor dergilerinin çeşitlenmesinde de etkili olmuştur. Özellikle 1950'li yıllardan itibaren günlük gazetelerin ve radyonun sporla daha fazla ilgilendikleri görülmektedir. Bugünkü anlamda spor medya ilişkileri ise 1990'lı yıllardan itibaren yoğunlaşmıştır. Günlük gazete sayısının artması ve gazetelerin çeşitli sayılarda spor haberleri veren sayfaların çoğalmasına paralel olarak, görsel medya da meydana gelen hızlı değişim, spor kavramının da önemini artırmıştır (Döşyılmaz, 1998).

Medyadaki hızlı değişimler bağlamında spor olgusu düşünüldüğünde spor, günlük yaşamı kuşatan siyaset, ekonomi, kültür gibi alanlardan bağımsız, ayrıcalıklı bir dünya değil, tersine içinde bulunduğu toplumun yapısıyla sıkı sıkıya bağlantılı bir alandır (Uzun, 2004). Bu duruma en güzel örnek şu an hükümette olan Adalet ve Kalkınma Partisi'nin 2007 yılındaki seçimlerde ikinci kez tek başına iktidara gelmesiyle, elde edilen siyasi başarıların rastlantı eseri olmadığını göstermiş ve hükümetin saygınlığını arttırmıştır. Bu dönemde Doğu ve Güneydoğu Bölgelerini (azınlık Kürt etnisitenin yoğun olarak yaşadığı bölgeler) temsil ettiğini belirten bağımsız milletvekilleri meclise girerken, muhalefete sol kesimi temsil eden Cumhuriyet Halk Partisinin yanında, milliyetçi kesimin oylarını alan Milliyetçi Hareket Partisi' de meclise girerek, çok renkli ve sesli bir meclis oluşmuştur. Etnik sorunların gündemden düşmediği bu dönemde etnik dilde yayın hakkı, demokratik açılım, iki dil ve özerklik tartışmaları devam etmiş ve demokratik açılımla Kürt azınlık etnisitenin hakları arttırılmıştır. Bu dönemde siyasetin etkisi spor alanına da yansımış, etnik ayrımcılık hiç kuşkusuz 26 Eylül 2009 yılında Bursaspor-Diyarbakırspor maçında yaşanan olaylarla üst seviyeye tırmanmıştır. Bursa Atatürk Stadyumu'nda taraftarların etnik bölücülüğü ön plana çıkartan sloganları ve şiddet olayları Türkiye gündemini uzun süre meşgul etmiş ve spor medyasında farklı etnisitelere mensup önde gelen spor yorumcuları tarafından yaşanan olaylar çokça tartışılmış ve kınanmıştır. Olaylar sonrasında Amerika'nın sesi Radyosu'na Kürtçe Konuşan Diyarbakırspor Başkanının yaptığı açıklamalarda; 20 milyon kürdün, Diyarbakırspor'u desteklemesi gerektiğini söylemiş

ve "Devletin Takımı" olmadıklarını, Diyarbakır'ın ve "Kürt Milletinin Takımı" olduklarını belirtmiş olması hiç kuşkusuz sporun etnik ayrımcılığa ve çatışmaya araç olarak kullanılmak istenmesinde önemli bir örnektir.

Erdoğan'a göre, futbolda kimlik işleme, belli yerel özellikler ve ayrılıklar, farklılıklar, kısaca yerelcilik ve bölgencilik desteklenerek, yerel ve bölgesel düzeyde birlik ve beraberlik duygusu ön plana çıkartılır, yerel ve bölgesel özdeşlikler vurgulanır ve yöreler ve bölgeler arası kıskançlıklar, düşmanlıklar körüklenir. Ona göre bu işlemde kitle iletişiminin aktarıcı ve vurgulayıcı bir rolü vardır (Erdoğan, 2008: 42). Keza, 06 Mart 2010 yılında oynanan rövanş maçında Diyarbakırspor tribününde açılan pankart "Türk-Kürt Kardeştir, Ayrım Yapan Kalleştir" olumlu olarak değerlendirilmiş fakat sahaya atılan yabancı maddeler maçın iptal edilmesine vesile olmuş ve daha sonraki süreçte de Diyarbakırspor çeşitli müeyyidelere maruz kalmıştır (Kılıç, 2012: 94-5). Bu yaşananlar spor medyasının Türkiye'de taraftar üzerindeki gücünü de gözler önüne sermiştir. Yaşanan bu olaylar taraftarların algısında yeni pencereler açmış ve sporda ırkçılık olgusunun kitleler üzerinde farkındalığı yaratılmıştır.

Türkiye'de sporda ırk ve etnisite olgusu Batı toplumlarındaki gibi algılanmamaktadır. Siyahi ya da yabancı uyruklu sporculara hayranlığın üst safhada olması, spor medyasında yabancı sporcuların yerel sporculara oranla daha fazla gösterilmesi ve izleyicinin bu durumdan hoşnut olması söz konusudur. Ama yakın geçmişte spor medyasında yabancı uyruklu sporculara karşı ırkçı söylemler de yaşanmıştır. ırkçı söylemlerin spor medyasına yansıyan boyutları irdelendiğinde sporcuların nefret duygusuyla değil de anlık öfkeye kapılarak fazla enerjinin dışı vurumu noktasında ırkçı tepki verildiği gözlenmektedir.

Etnisite-spor ilişkisini ortaya koymak adına Türkiye'de son dönemlerde tartışmaların çokça yaşandığı 20 Mart 2011 tarihindeki Beşiktaş'ın Galatasaray ile 0-0 berabere kaldığı derbi önemlidir. Galatasaraylı futbolcu Emmanuel Eboue (Fildişi sahili), maçın son anlarına doğru sakatlanınca uzun süre yerde kalmış, tribünler de futbolcuya "zaman geçirdiği gerekçesiyle" tepki göstermişti. Eboue, tribünlerden gelen bir pet şişenin ayaklarına düşmesine rağmen başını tutarak birkaç dakika yerde yatınca taraftardan tepki toplamıştır. Buna binaen Beşiktaş'ın televizyon kanalı BJK TV'deki Manşet programında yorumcusunun, Galatasaraylı futbolcu Eboue için "Bu Eboue'ye bakın hafta içinde National Geographic'te çok sık görürsünüz" şeklinde sözler kullanması çok büyük tepkileri de beraberinde getirmiştir. Bunun sonucunda yorumcu yanlış anlaşıldığını belirterek özür dilemek zorunda kalmıştır (Kılıç, 2012: 95).

Yaşanan olayın yankıları ulusal ve uluslararası spor medyasında geniş yer bulurken Beşiktaş taraftarının ırkçılık üzerinden suçlandığı gözlenmiştir. Bu duruma en güzel cevabı veren kişi kuşkusuz açıklamalarıyla eski Fransız futbolcu Pascal Nouma olmuştur.

Haber 1903'e konuşan Nouma şu sözleri söylemiştir: "Ben Pascal Nouma, 11 senedir Beşiktaş ve Türk halkı ile iç içeyim. Türkiye, dünyada siyah ırkın yaşayacağı en doğru adrestir. Beşiktaş taraftarına ırkçı demek onlara yapılacak en büyük hakarettir. Beni yıllarca desteklediler, en kötü günümde bile yanımda oldular, hatta kendileriyle alakalı olmayan Eto'yu bile koruyan tek taraftar topluluğudur. Ancak tribünleri tahrik etmek için rol yapanlara verilen tepkinin rengi olmaz, bunu kimse ırkçılığa bağlamasın. Dün Gece Eboue'nin yaptıkları taraftarı tahrik etmekten başka bir şey değildi. Eğer Beşiktaş taraftarları ırkçı olsalardı yıllardır beni efsane futbolcuları arasında görmezlerdi" (Akt. Kılıç, 2012: 95-6).

1.3. Spor Medyası ve Taraftar

Spor ve özellikle Türkiye'de en popüler spor olan futbol, artık yalnızca bir spor dalı olmanın çok ötesinde anlamlar taşımaktadır. Spor özellikle de futbolun, güncel toplumsal değerini ve küresel popüleritesini medyanın etkisi olmadan düşünmek pek olası değildir (Alver, 2008: 239). Medyanın aşağı yukarı %50'sini spor olayları doldurmaktadır. Reyting olayı açısından spor medyanın en önemli ögesini teşkil etmektedir. Spor programları, haber sonrası spor haberleri, naklen yayınlar spor için yapılan açık oturumlar, gazetelerin spora ayırdığı sayfalar spor magazin programları ve daha niceleri medyanın büyük bir kısmını oluşturmaktadır (Döşyılmaz, 1998: 28). Şentürk'e (2007: 37) göre de, kitle iletişim araçlarından en çok takip edilen televizyonun futbola ayırdığı sürenin uzunluğu da ona popülerlik

kazandırma açısından önemlidir. Meta mantığınca yapılandırılmış olan bu düşüncenin temelinde, medya araçlarıyla sporun ilişkisini keşfetmiş olan araştırmacıların birçoğunun sporu önemli ölçüde değiştirdiği düşünülen televizyon üzerine yoğunlaştığı gözükmektedir (Washington and Karen, 2001: 109).

Medyanın aracılık ettiği spor Türkiye'nin gündemini belirleyen önemli konulardan biridir. O kadar ki Türkiye'de hemen her gün kanallarda futbolla ilgili programların yayınlanması ve spor gazetelerinin çok yüksek satış oranına sahip olmaları bu durumu örneklendirmektedir. Medya sadece gündemi belirlemekte kalmamakta, adeta markaja aldığı yöneticileri ve taraftarları yönlendiren büyük bir baskı grubu haline gelmektedir (Şen, 2013: 93).

Türkiye'de spor medyasında en çok yer bulan ve en çok taraftarı olan İstanbul'daki 3 büyük (Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş) süper lig takımudur. İstanbul'daki 3 büyük kulübü ve kısmen de Trabzon sporu kayıran yayıncılık anlayışı var olan şifreli kanallarda da hüküm sürmektedir. Televizyon yöneticileri bu durumun gerekçesini bu takımlarla ilgili yayınların reyting yapması ve reklam alması olarak açıklamaktadır. Alkan (2001: 38) bu durumu; "Avrupa'dan futbol programlarını izlediğimiz zaman büyük-küçük ayrımı yapılmadan, hepsine yer verilerek programlar yapıldığını görüyoruz. Fakat Türkiye'de, özellikle şifreli kanallarda yapılan spor programlarında, yaklaşık 4 saatlik spor programının 3,5 saatinin 4 büyük takıma ayrıldığını görüyoruz. Kalan 6 takıma ayrılan zaman 3'er dakikalık zaman yani 18 dakikalık zaman üstelik programın sonuna itiliyor ve tartışmalı pozisyonlar ekrana gelmiyor... Birde şu var; 3 büyük takımın Türkiye'nin her tarafında derneklerinin çığ gibi arttığını görüyoruz. Bu derneklerin oralarda güç kazanması, o memleketin kendi taraftarlarından çalınmasına yol açıyor" şeklinde açıklamaktadır. Doğan (1999: 82) ise Türkiye'de bazı spor yazarlarının futbolda "İstanbul Ruhu'yla hareket ettiklerini, taraflı yazılar yazdıklarını ve 3 büyük İstanbul takımına yönelik yapılan yazarlığın Anadolu takımlarının başarılarının dikkate alınmaması durumuna neden olduğunu belirtmektedir. Ona göre bu himayeci kültür geleneğinin doğal bir açılımı olarak görülmekte ve etnik taraftarın spora bakışını etkilemektedir.

Farklı etnisiteye mensup genç nüfusun yoğun olarak takip ettiği spor medyasında spor kültürü ve olimpiik ruhun ötesinde kulüp yöneticilerine, teknik direktörlere, taraftarlara, sporculara, hakemlere ve ilgili taraflara hakaret ve saldırı niteliği taşıyan yayınlara yer verilmesi söz konusudur (www.rtuk.org.tr Erişim Tarihi: 29/04/2013). Sahalarda birkaç saniyede gerçekleşen bir olayın, ekranlarda saatlerce yer alması gibi hususların bu durumlara etken olduğu gözükmektedir. Uzun'un (2004) ifadesiyle de, Spor basınının yalnızca maç anlatımları, transferler, oyun stratejileri gibi konular üzerinde yoğunlaştığı, sporun toplumsal yapıdan etkilenen ve bu yapıyı etkileyen yönlerine yeterince değinmediği görülmektedir.

Taraftarlık olgusunun 3 büyük İstanbul takımı üzerinde yoğunlaşması Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşayan insanların taraftarı oldukları takımların maçlarını düzenli bir şekilde statlarda takip etmelerine çok fazla olanak sağlamamaktadır. Bu durum popüler olan spor medyasının takip edilme oranlarının yüksek olmasında da etkenlerden birisi olarak görülmektedir. Medya da sporun sunumu insanların zihinsel tasarımlarında spor olgusunu da inşa etmektedir diyebiliriz.

2. Araştırma İle İlgili Genel Bilgiler

2.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Araştırmanın amacı; farklı etnisiteye mensup insanlar üzerinde popüler olan spor medyasının nasıl bir etki yarattığını anlamlandırmaya çalışmaktır. Araştırma evreni olarak tespit edilen illerin bulunduğu bölge yakın geçmişte Türkiye'de etnik çatışmaların "terör" boyutunda yaşanması sebebiyle de önemli görülmektedir (Özdağ ve ark, 2013: 17). Etnisite bağlamında taraftarın spor medyası algısı üzerine spesifik bir araştırma yapılmamış olması da, literatürde yer bulmak adına önemlidir. Aynı zamanda sonraki süreçte yapılmak istenen araştırmalara kaynak teşkil etmesi açısından da yapılan araştırma önemlidir.

2.2. Araştırma Soruları

RQ1: Farklı etnisiteye mensup taraftarların spor medyasına bakışlarında belirgin farklılıklar var mıdır?

RQ2: Taraftarların kendi etnisitesinden olmayan spor yorumcularına bakışı nasıldır?

RQ3: Farklı etnisiteye mensup taraftarları spor medyasındaki ırkçı söylemler nasıl etkilemektedir?

2.3. Yöntem, Evren ve Örneklem

Araştırma Türkiye'nin yedi bölgesinden biri olan Güney Doğu Anadolu Bölgesinde yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Adıyaman, Batman, Diyarbakır ve Siirt il-ilçe merkezleri oluşturmaktadır. Belirtilen illerde tesadüfi olarak seçilen farklı etnisitelere mensup 555 taraftar araştırmanın örneklem grubunu oluşturmaktadır.

Türkiye profesyonel futbol liglerindeki takımlarından Diyarbakır spor, Batman petrol spor, Siirt Kurtalan Spor ve Adıyaman spor taraftarlarından hareketle araştırma yapılmaya çalışılmıştır. Örneklem grubumuzu oluştururken belirtilen illerdeki taraftar dernekleriyle görüşülerek araştırmaya katılmayı kabul eden taraftarlar ve belirtilen spor kulüplerinin futbol müsabakalarında, statlarda rastgele seçilen taraftarlar örneklem grubumuzu oluşturmaktadır.

Araştırma 2013-2014 lig sezonunun ikinci yarısında yapılmıştır. Sistemik olarak hazırlanmış olan 38 soruluk anket bağlamında, taraftar derneklerinde 185 ve spor müsabakalarında 370 taraftar olmak üzere toplam da 555 örnekleme anket uygulaması yapılmıştır. Diyarbakır da 180 kişiye (60 taraftar derneği-120 spor müsabakası), Batman da 155 kişiye (50 taraftar derneği-105 spor müsabakası), Adıyaman da 119 kişiye (37 taraftar derneği-82 spor müsabakası), Siirt de 101 kişiye (38 taraftar derneği-63 spor müsabakası) anket uygulaması yapılmıştır.

Bu araştırma, 'İlişki Araştırmacı Alan Araştırması'dır. Burada amaç, durum saptama araştırmalarından biraz daha ileri giderek, durum saptadığı olgular arası ilişkileri araştırmaya ve ortaya çıkarmaya çalışmaktır. Dolayısıyla, araştırma konusu olan iki veya daha fazla olgu arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

2.4. Verilerin Analizi

Tesadüfi olarak tespit edilmiş 555 örnekleme uygulanan anketlerdeki veriler kontrol edilerek bilgisayara geçirilmiştir. Veriler SPSS/PC+13,0 (Statistical Package for Social Sciences) veri analizi programında analiz edilerek sonuçları çizelgeler ile yazılı doküman haline getirilmiştir.

3. Araştırma Bulguları

Araştırmaya kendini dört farklı etnisiteye mensup hisseden bireyler katılmıştır. Araştırmaya katılan taraftarların %43,2'si Kürt, %28,8'i Türk, %22,0'ı Arap ve %5,9'u Zaza olarak etnisitesini tanımlamıştır. Araştırmaya katılan kişilerin çeşitli değişkenlere göre dağılımı tablo 1'de verilmiştir. Tablo 1'de görüldüğü gibi taraftarların çoğunluğu erkektir. Araştırmaya katılan taraftarların farklı meslek gruplarından olmasıyla, spor sayesinde sosyal statü farklarının göz ardı edildiği söylenebilir. Tablo 1 de görüldüğü gibi farklı eğitim durumuna, yaşa ve mesleğe sahip insanlar taraftar derneklerinde ve statlarda bir araya gelmektedir.

Tablo 1: Örneklemdeki Deneklerin Çeşitli Değişkenlere Göre Durumu

Cinsiyet	Kız	72	Erkek	483	Toplam	555	
		%13.9		%87.0		%100	
Yaş	15-20 yaş	21-25 yaş	26-30 yaş	31-35 yaş	36-40 yaş	41 ve üstü	Toplam
	91	228	135	50	8	43	555
	%16.4	%41.1	%24.3	%9.0	%1.4	%7.7	%100
Eğitim Durumu	Okula gitmemiş	İlkokul	Ortaokul	Lise	Lisans	Lisans üstü	Toplam
	13	7	11	308	196	18	553
	%2.4	%1.3	%2.0	%55.7	%35.3	%3.3	%100
Meslek	Öğrenci	Esnaf	İşçi	Öğretmen	Doktor	Diğer	Toplam
	170	106	76	150	10	25	537
	%31.7	%19.7	%14.2	%27.9	%1.9	%4.7	%100

Araştırmada örneklem gurubunun %41,1'ini 21-25 yaş arasındaki gençliğin oluşturduğu gözlenmiştir. Ayrıca tablolaştırılmayan ve araştırmada elde edilen diğer veriler göz önünde bulundurulduğunda; araştırmaya katılan bireylerin %43,1'inin herhangi bir işte çalışmadığı, %41,6'sının aylık ekonomik gelirlerinin 1000 tl altında olduğu ve kişilerin %50'sinin aktif olarak bir spor yapmadığı tespit edilmiştir.

Taraftarların etnisitesi ile "gazetelerde en çok ilginizi çeken bölüm" arasındaki ilişki incelendiğinde, etnisite farkındalığı gözetmeksizin bireylerin %58,7'si gazetelerin en çok spor sayfalarını takip ettiği tespit edilmiştir. Ki-kare analizine göre değişkenler arası ilişkilerin anlamlı olduğu gözükmektedir. ($X^2:69,58$ sd:15 $p=0,00$) Bu durumun nedenselliği sorgulandığında örneklemin spor sayesinde kendini ifade edebildiği ve mutluluk duyduğu söylenebilir (Kılıç, 2012). Araştırmada elde edilen bilgiler literatürü destekler niteliktedir.

Etnisite ile "internet, tv ve gazetelerin spor kültürüne katkı sağlaması" arasındaki ilişki analiz edildiğinde Kürt etnisine mensup olan taraftarların %60,1'i, Türk etnisitesine mensup taraftarların %61,9'u, Arap etnisitesine mensup taraftarların %53,3'ü ve Zaza etnisitesine mensup taraftarların %36,3'ü belirtilen kitle iletişim araçlarının spor kültürünün gelişmesine katkı sağladığını düşünmektedir. Ki-kare analizine göre değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu görülmektedir. ($X^2: 13.13$ sd: 12 $p<0,036$)

Tablo 2: Etnisite/Tutulan takım

Etnisite	Fenerbahçe	Galatasaray	Beşiktaş	Diyarbakırspor	Adıyaman spor	Diğer	Toplam
Kürt	46 %19,2	111 %46,4	41 %17,2	21 %8,8	11 %4,6	9 %3,8	239 %100,0
Türk	36 %22,5	41 %25,6	63 %39,4	13 %8,1	7 %4,4	0 %0	160 %100,0
Arap	54 %44,3	29 %23,8	31 %25,4	4 %3,3	0 %0	4 %3,3	122 %100,0
Zaza	15 %45,5	6 %18,2	9 %27,3	0 %0	0 %0	3 9,1	33 %100,0
Toplam	151 %27,3	187 %33,8	144 %26,0	38 %6,9	18 %3,2	16 2,9	554 %100,0

$X^2: 85.59$ sd:15 $p=0,00$

Türkiye'de spor denildiğinde insanların aklına ilk gelen şey futboldur. Futbolda süper lig takımı olan 3 büyük İstanbul takımının etkisi oldukça fazladır. Alkan'ın (2001) belirttiği gibi 3 büyük İstanbul takımının Türkiye'nin her tarafında dernekleri artmıştır. Bu derneklerin oralarda güç kazanması, o memleketin kendi taraftarlarından çalınmasına yol açıyor" ifadesinden hareketle tablo 2'ye baktığımızda araştırmaya katılan farklı etnisiteye mensup taraftarların çoğunlukla 3 büyük İstanbul takımını tuttuğu gözükmektedir. Burada spor medyasında belirtilen spor takımlarının başarı ve başarısızlıklarının çok fazla yer bulmasının yanında kuşkusuz insanların yaşadıkları bölgedeki takımların süper lige çıkamamasının da büyük etkisi vardır. Tutulan takımlar arasında bulunan Diyarbakır sporun ve Adıyaman sporun 3. Ligde olmaları da ulusal spor medyasında yer bulmalarında etkindir. Bu anlamda farklı etnisiteye mensup taraftarların Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş algısı etnisite farklılığının üstündedir.

Tablo 3: Etnisite/En çok beğenilerek izlenen spor yorumcusu

Etnisite	Rıdvan Dilmen	Erman Toroğlu	Güntekin Onay	Ahmet Çakar	Sergen Yalçın	Diğer	Toplam
Kürt	99 %41,3	31 %12,9	29 %12,1	14 %5,8	38 %15,8	29 %12,1	240 %100,0
Türk	69 %43,1	20 %12,5	23 %14,4	15 %9,4	19 %11,9	14 %8,8	160 %100,0
Arap	66 %54,1	11 %9,0	17 %13,9	2 %1,6	18 %14,8	8 %6,6	122 %100,0
Zaza	13 %39,4	4 %12,1	11 %33,3	2 %6,1	2 %6,1	1 %3,0	33 %100,0
Toplam	247	66	80	33	77	52	555

%44,5	%11,9	%14,4	%5,9	%13,9	%9,4	%100,0
-------	-------	-------	------	-------	------	--------

X²: 27,60 sd:15 p<0,024

Araştırmaya katılan bireylerin tablo 3'te %44,5'lik gibi büyük bir oranla Rıdvan Dilmen'i beğenerek izledikleri görülmektedir. Ki-kare analizine göre değişkenler arası ilişki anlamlıdır. (X²: 27,60 sd:15 p<0,024) Araştırmaya katılan taraftarların "tuttuğu takım" ile "en çok beğenilerek izlenen spor yorumcusu" arasındaki ilişki analiz edildiğinde, Fenerbahçe taraftarlarının %72,2'si, Galatasaray taraftarlarının %23,5'i, Beşiktaş taraftarlarının %38,2'si, Diyarbakır spor taraftarlarının %52,6'sı ve Adıyaman spor taraftarlarının %61,1'i Rıdvan Dilmen'i beğenerek izlemektedir. (X²:114,90 sd:20 p=0,00)

Araştırmada "spor yazarlarının televizyondaki tartışmaları sizi tahrik eder mi?" sorusuna Kürt etnisitesine mensup taraftarların %46,3'ü, Türk etnisitesine mensup taraftarların %48,8'i, Arap etnisitesine mensup taraftarların %57,4'ü ve Zaza etnisitesine mensup taraftarların %32,4'ü tahrik eder cevabını vermiştir. Ki-kare analizi göre (X²:28,55 sd:12 p<0,05) değişkenler arasındaki ilişki anlamlıdır. Elde edilen veriler spor medyasının insanların spora bakışları üzerinde etkili olduğunun göstergesidir.

Tablo 4: Etnisite/Spor medyasında aynı etnisiteye mensup sporcuların performansı hakkında negatif söylem

Etnisite	Kesinlikle tahrik etmez	Tahrik etmez	Kararsızım	Tahrik eder	Kesinlikle tahrik eder	Toplam
Kürt	43 %17,9	93 %38,8	32 %13,3	62 %4,2	10 %4,2	240 %100,0
Türk	25 %15,6	70 %43,8	20 %12,5	33 %20,6	12 %7,5	160 %100,0
Arap	35 %28,7	34 %27,9	11 %9,0	41 %33,6	1 %0,8	122 %100,0
Zaza	3 %9,1	15 %45,5	1 %3,0	12 %36,4	2 %6,1	33 %100,0
Toplam	106 %19,1	212 %38,2	64 %11,5	148 %26,7	25 %4,5	555 %100,0

X²: 30,23 sd:12 p<0,003

Farklı etnisitelere mensup taraftarların tümü göz önünde bulundurulduğunda "kendi etnisitesine mensup sporcuların performansları hakkında negatif söylemlerin" tablo 4'te %57,3 oranında tahrik etmeme/kesinlikle tahrik etmeme olduğu tespit edilmiştir. Ki-kare analizine göre (X²: 30,23 sd:12 p<0,003) değişkenler arası ilişki anlamlıdır.

Araştırmada "taraftarların ırkçı tezahüratlarda bulunması sizi tahrik eder mi?" sorusuna Kürt etnisitesine mensup taraftarların %72,8'i, Türk etnisitesine mensup taraftarların %73,2'si, Arap etnisitesine mensup taraftarların %72,2'si ve Zaza etnisitesine mensup taraftarların %81,8'inin tahrik olduğu tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişki Ki-kare analizine göre (X²:22,41 sd: 12 p<0,033) anlamlıdır.

Tablo 5: Etnisite/ Spor medyasında ırkçı söylemler/Spor medyasının şiddete etkisi

Etnisite	Spor medyasında ırkçı söylemlerle karşılaşma		Spor alanlarında şiddet olaylarının çıkmasında spor medyasının etkisi		Toplam
	Evet	Hayır	Evet	Hayır	
Kürt	26 %10,8	214 %89,2	218 %90,8	22 %9,2	240 %100,0
Türk	24 %15,0	136 %85,0	144 %90,0	16 %10,0	160 %100,0
Arap	13 %10,7	109 %89,3	81 %66,4	41 %33,6	122 %100,0
Zaza	2 %6,1	31 %93,9	26 %81,3	6 %18,8	33 %100,0
Toplam	65 %11,7	490 %88,3	469 %84,7	85 %15,3	554 %100,0
X ² :3,003 sd:3 p<0,391		X ² : 42,18 sd:3 p=0,00			

Tablo 5'te etnisite bağlamında iki farklı değişken ele alınmıştır. Araştırmaya katılan taraftarların etnisiteleri bağlamında "spor medyasında ırkçı söylemlerle karşılaşma" ilişkisi göz

önünde bulundurulduğunda Kürt etnisitesine mensup taraftarların %89,2'sinin, Türk etnisitesine mensup taraftarların %85,0'ünün, Arap etnisitesine mensup taraftarların %89,3'ünün ve Zaza etnisitesine mensup taraftarların %88,3'ünün yüksek oranlarda karşılaşmadıkları tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişki Ki-kare analizine göre ($X^2:3,003$ sd:3 $p<0,05$) anlamlıdır.

Yine tablo 5'te "spor alanlarında şiddet olaylarının çıkmasında spor medyasının etkisinin olup olmadığı arasındaki ilişki" incelendiğinde farklı etnisitelere mensup taraftarların %84,7 gibi büyük bir oranının etkili olduğunu belirtmiş olduğu tespit edilmiştir. Ki-kare analizine göre ($X^2: 42,18$ sd:3 $p=0,00$) değişkenler arası ilişki anlamlıdır.

Araştırmada etnisite ile spor medyasında şike davasıyla ilgili yapılan yorumların doğru olup olmadığı arasındaki ilişki sorgulandığında Kürt etnisitesine mensup taraftarların %52,1'inin, Türk etnisitesine mensup taraftarların %45,7'sinin, Arap etnisitesine mensup taraftarların %48,3'ünün ve Zaza etnisitesine mensup taraftarların %48,5'inin yapılan eleştirilerin doğru olduğunu kabul ettikleri tespit edilmiştir. Ki-kare analizine göre ($X^2:22,69$ sd:12 $p<0,03$) değişkenler arasındaki ilişki anlamlıdır.

Değerlendirme ve Sonuç

Türkiye'de son dönemlerde yaşanan sosyal ve siyasal dönüşümler ekseninde etnisite farkındalığının arttığı gözlenmektedir. Sporun günlük yaşamı kuşatan siyaset, ekonomi, kültür gibi alanlardan bağımsız olmadığı, aksine bulunduğu toplumun yapısıyla sıkı sıkıya bağlantılı bir alan olduğu ortadadır. Araştırmada farklı etnisitelere mensup taraftarların çoğunlukla medyada sporla ilgili yayınları takip ettiği görülmektedir.

Türkiye'de spor algısının spor medyası tarafından şekillendiğini söylemek pekte yanlış olmaz. Çünkü araştırmaya katılan taraftarların yaklaşık yüzde ellisinin spor yorumcularının yaptıkları tartışmalardan etkilendiklerini ifade etmeleri bu durumu destekler niteliktedir. Yine etnisite ayrımı gözetmeksizin bireylerin %84,7'sinin spor alanlarında şiddet olaylarının çıkmasında spor medyasının etkili olduğunu belirtmesi bu durumu destekler niteliktedir.

Türkiye'de etnisite bağlamında spor olgusu analiz edildiğinde popülaritesi yüksek olan futbolun ön plana çıktığı söylenebilir. Futbolda taraftar üzerinde lokalden öte ulusal kimlik kazanmış olan 3 büyük süper lig takımı etkilidir. Etnisite ve tutulan takım ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda 3 büyük İstanbul takımının etnik kimlik üstü bir anlam ifade ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu durumun nedenselliği sorgulandığında ilk olarak medyanın bu durumun içselleştirilmesindeki etkisini göz ardı etmemek gereklidir. İkinci olarak bölgesel anlamda mensup oldukları etnisitenin ağırlıkta olduğu illerdeki takımların istikrarlı bir şekilde başarı elde edememiş olması, sürekli alt liglerde yer alması ve yeteri kadar ulusal medyada temsil edilmemesi etken bir paradigma olarak ön plana çıkmaktadır.

Araştırmaya katılan taraftarların spor medyasının sunduğu sporu içselleştirdikleri görülmektedir. Etnisite ile "İnternet, televizyon ve gazetelerin spor kültürüne katkı sağlaması" arasında anlamlı ilişki olduğu gözükmektedir. Bu anlamlılık etnisite farklılığı göz önünde bulundurulduğunda ortadan kalkmaktadır. Çünkü aynı etnisiteye mensup taraftarların spor medyasının spor kültürüne katkı sağlama ya da sağlamama noktasında belirgin bir farklılık ortaya koymadığı gözlenmektedir. Etnisite ayrımı gözetmeksizin veriler değerlendirildiğinde taraftarların %40'ünün spor medyasının spor kültürüne katkı sağladığını belirtmesi önemlidir.

Etnisite farklılığı gözetmeksizin taraftarların spor medyasında %44,5'lik oranla seyretmekten mutluluk duyduğu yorumcunun Rıdvan Dilmen[†] olması ve beğenilerek seyredilen diğer yorumcuların da kendi etnisiteleri dışında ya da hakim etnisiteye mensup olmaları taraftarların farklı etnisitelerinden olan spor yorumcularına bakışlarının olumlu olduğunu göstermektedir (RQ2). Bu durum farklı etnisiteye mensup taraftarların spor medyasına bakışlarında belirgin farklılıklar olmadığını da göstermektedir (RQ1).

Araştırmada etnisite ve ırkçılık üzerine elde edilen veriler incelendiğinde spor medyasında ırkçı söylemlerin %88,3'lük bir oranla seyirciye yansımadığını görmek

[†] Rıdvan Dilmen; Ege Bölgesinin Aydın ilinde doğmuş ve kendisini Türk etnisitesine mensup hisseden eski futbolcu ve şimdi spor yorumcusudur. 3 büyük takımlardan Fenerbahçe'nin formasını giymiş ve "şeytan" lakabıyla özdeşleşmiştir.

mümkündür. Etnisite bağlamında araştırmaya katılan taraftarın spor medyasında ırkçı söylemlerin dikkatlerini çekmediğini belirtmesi, spor medyasında açık bir şekilde ırkçılık yapılmadığını bize göstermektedir.

Spor medyasında ırkçı söylemler söz konusu olduğu takdirde etnik milliyetçiliğin yüksek oranla ortaya çıkabileceğini de araştırmada elde edilen veriler ışığında görmek mümkündür. RQ3 numaralı araştırma sorusundan hareketle, etnisite farklılığı gözetmeksizin araştırmaya katılan taraftarların çok büyük bir kesiminin ırkçı söylemlerden olumsuz etkilenmeyeceği söylemek mümkündür. Bu durumu destekleyen bir diğer önemli husus da etnisite bağlamında taraftarın ırkçı tezahüratlarından etkilenme/etkilenmeme durumudur. Farklı etnisitelere mensup olan taraftarın ırkçı tezahüratlarla karşılaşmaları durumunda ortalama %72,2'lik oranla tahrik olmaları önemlidir. Kitle psikolojisi ve günümüzde etnik farkındalıkların ön plana çıktığı göz önünde bulundurulursa bu durumun aksi yaşanmasının pek de mümkün olmadığı görülmektedir.

Sonuç olarak araştırmaya katılan farklı etnisitelerden taraftarın, spor medyasına etnik kimliklerine saldırı olmadığında pozitif baktığı söylenebilir. Farklı etnisitelere mensup taraftarın etnisite ayırımı gözetmeksizin spor medyasını takip ettiği ama spor medyasının etnisite bağlamında bireyler üzerinde tam anlamıyla bütünleştirici bir etki yapmadığını söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- ALVER, Füsün (2008). "Kapitalist Üretim Sürecinde Irkçılık, Futbol ve Medya", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S.26, s.223-249.
- ALKAN, M (2001). Medya ve Spor, Yeni Binyılda Spor Gazeteciliği, Antalya: TSYP Yayınları.
- ATKINSON, Michael (2009). *Battleground Sports*. United States of America: Greenwood Press.
- BRUCE, Toni (2004). "Marking the boundaries of the "normal" in televised sports: The play-by-play of race". *Media, Culture & Society*, Vol.26, No.6, pp.861-879.
- CHAPPELL, Bob (2002). "Race, ethnicity and sport". In: *The Sociology of Sport and Physical Education: An Introductory Reader*. Ed: Laker A, Routledge, London and New York: Falmer is an imprint of the Taylor&Francis Group, pp.92-110.
- DAY, D. Robert (1981). "Ethnic soccer clubs in London, Canada. A study in assimilation". *International Review for the Sociology of Sport*, Vol.16, No.1, pp.37-52.
- DOĞAN, İsmail (1999). *Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhu ve Şiddet, Düşünen Siyaset*, Ankara: Esin Sanat ve Felsefe Yayıncılık.
- DÖŞYILMAZ, Enver (1998). *Ülkemiz Spor Medyasının Toplum Üzerindeki Etkileri ve Sonuçları, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü,
- DUNNING, Eric and MAGUIRE, Joseph (1996). "Process-sociological notes on sports, gender relations and violence control". *Journal of Sport and Social Issues*, Vol.31, No.3, pp.295-319.
- ERDOĞAN, İrfan (2008). "Futbol ve Futbolu İnceleme Üzerine", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S.26, s.1-58.
- FLEMING, Scott (2005). "Sport, Schooling and Asian Male Youth Culture". In: *Sport, Racism and Ethnicity* Ed: Jarvie G, Taylor and Francis e-Library
- GUTTMANN, Allen (2003). "Sport, politics and the engaged historian". *Journal of Contemporary History*, Vol.38, No.3, pp.363-375.
- HYLTON, Kevin (2009). *'Race' and Sport: Critical Race Theory*, London: Routledge Taylor and Francis Group.
- JARVIE, Grant (2005). "Introduction: Sport, Racism and Ethnicity". In: *Sport, Racism and Ethnicity*. Ed: Jarvie G, Taylor and Francis e-Library.
- KILIÇ, Metin (2012). *Etnisite ve Spor*, İstanbul: Doğu Kütüphanesi Yayınları.
- KILIÇ, Metin (2013). "Tek Partili Dönemde Türkiye'de Modern Sporun Teşekkülü", *Tarih Okulu Dergisi*, C.14, S.1, s.27-53.
- ÖZDAĞ, Ümit, VURUCU, İkbâl ve AKBAŞ, A. Ali (2013). *Doğu Raporu*, Ankara: Kripto Yayınları.
- WASHINGTON, E.Robert and KAREN, David (2001). "Sport and Society", *Annual Review of Sociology*, No.27, pp. 187-212.
- SAGE, George (2002). "Global Sport and Global Mass Media. In: *The Sociology of Sport and Physical Education: An Introductory*" Reader. Ed: Laker A, Routledge, London and New York: Falmer is an imprint of the Taylor&Francis Group.
- ŞEN, Hasan (2013). "Futbolun değişen Yapısı Üzerine Sosyolojik Bir Analiz", *Sosyal Bilimler Dergisi*, C.6, S.1, s.88-106.
- STERKENBURG V. Jacco, KONOPPERS Annelies and LEEUW, D.Sonja (2010). "Race, ethnicity, and content analysis of the sports media: A critical reflection". *Media, Culture & Society*, Vol.32, No.5, pp.819-839.
- ŞENTÜRK, Ünal (2007). "Popüler Bir Kültür Olarak Spor", *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, C.31, S.1, s.25-41.
- UZUN, Ruhdan (2004). "Türkiye'de Spor Basınının Etik Anlayışı", *İletişim*, S.19, s.1-23.
- WENNER A. Lawrence (1995). "The good, the bad, and the ugly: Race, sport, and the public eye". *Journal of Sport and Social Issues*, Vol.19, No.1, pp.227-231.

www.rtuk.org.tr Erişim Tarihi: 29/04/2013.