

## Öğrencilerin Spor Medyasından Beklentilerinin Araştırılması

Kürşat Yusuf AYTAÇ<sup>1</sup>, Ümit YETİŞ<sup>1</sup>, Mustafa DABAN<sup>2</sup>

DOI: <https://doi.org/10.38021asbid.1209501>

ORJİNAL ARAŞTIRMA

<sup>1</sup>Adıyaman Üniversitesi,  
Beden Eğitimi ve Spor  
Yüksekokulu,  
Adıyaman/Türkiye

<sup>2</sup>Adıyaman Üniversitesi,  
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,  
Adıyaman/ Türkiye

### Öz

Araştırmada, öğrencilerin spor medyasından beklentilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evreni, Viranşehir Spor Lisesinde 2021-2022 eğitim öğretim yılında Viranşehir spor lisesinde okuyan 12-17 yaş aralığında, seçkisiz örnekleme yöntemi ile tespit edilmiş 140 öğrencidir. Araştırmanın veri toplama aracı iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmaya katılan öğrencilerin demografik bilgilerinin yanında spor medyasını takip durumları ile ilgili bilgilerin tespit edilmesi amacıyla sorulmuş 12 soru yer alırken, ikinci bölümde ise Özsoy (2007) tarafından geliştirilmiş 'Sportif Beklentiler Ölçeği' kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde istatistiksel veri değerlendirme programı kullanılmıştır. Öğrencilerin spor medyasını takip durumları ile ilgili verilerin analizinde yüzde ve frekans analizi, bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla t Testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Araştırma verilerinin anlamlılık düzeyi olarak  $p < 0,05$  olarak alınmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin spor ile ilgili haberleri takip etmek istemelerine karşın bunu yapamadıkları, daha az maliyetli ve kolay erişilebilir spor medyası araçlarına yöneldikleri, spor medyasından çoğunlukla popüler branşları ve bu branşlar hakkında haber ve bilgi almak istedikleri, spor medyasının yayın akışı, haberlerin inandırıcılığı konusunda memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Spor, Medya, Spor Medyası, Futbol

### Sorumlu Yazar:

Kürşat Yusuf AYTAÇ  
kyaytac@gmail.com

## Researching Students' Expectations From Sports Media

### Abstract

In the research, it is aimed to examine the expectations of the students from the sports media. The population of the research is 140 students between the ages of 12-17, who study at Viranşehir Sports High School in the 2021-2022 academic year, and were determined by random sampling method. The data collection tool of the research consists of two parts. In the first part, there are 12 questions asked to determine the demographic information of the students participating in the research as well as their status of following the sports media. Statistical data evaluation program was used in the analysis of the research data. Percentage and frequency analysis, t-test and ANOVA test were used to determine the relationship between independent and dependent variables in the analysis of the data about the students' follow-up status of the sports media. The significance level of the research data was taken as  $p < 0.05$ . As a result of the research, the students were satisfied with the broadcasting of sports media and the credibility of the news. conclusion has been reached.

**Keywords:** Sport, Media, Sport Media, Football

### Yayın Bilgisi

Gönderi Tarihi:  
24.11.2022

Kabul Tarihi:  
15.12.2022

Online Yayın Tarihi:  
23.12.2022

## Giriş

Tarihin başlangıcından beri insanı diğer canlılardan ayıran en önemli özelliklerden biri birbirleriyle iletişim kurabilmeleridir. İletişim, insanların karşılıklı o anlayışa olan ihtiyacının kaçınılmaz bir sonucudur. İnsanlar bugüne kadar geliştirilen farklı iletişim türlerini kullanarak birbirlerini anlayabilir ve bilgi aktarabilirler. Günümüz iletişim çağında, evrensel dil oluşumunun başında görsel iletişim gelmektedir. İletişimde kullanılan vizyon evrensel bir ifade dilidir (Geçen, 2018). Toplumlar arasında iletişimi sağlayan, toplumun bir arada tutulmasını sağlayan önemli unsurlardan biri de spordur.

Spor, kitleler tarafından çok sevilmektedir. Bu özelliği sporu kitle iletişim araçlarının en önemli haber ve yayın materyallerinden biri haline gelmiştir. Günümüzde spor izleyicileri spor ile ilgili haberlerini çoğunlukla; gazete, dergi ve TV kanallarından takip etmektedirler. Spor medyası, spor ile ilgili haber, yorum ve tartışmalarını kamuoyuna ileten tüm kitle iletişim araçlarını kapsayan bir tanım olarak kullanılmaktadır. Sadece spor sektörüne konu bazında yayınlananlar hariç tüm ülkelerde yayınlanan radyo, internet, dergi, TV vb. bütün kitle iletişim araçları spor haberleri ve yorumları içermektedir (Özsoy, 2007).

Kitle iletişim araçlarında sergilemek spor iletişiminde büyük rol oynamaktadır. Medya, futbol ve basketbolun yayılmasında önemli bir rol oynamış ve artık halk tarafından çok sevilir hale gelmiştir. Zamanla spor, yalnızca bir zindelik etkinliği değil, medya ve eğlence endüstrisinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Medya, spor etkinlikleriyle ilgili bilgileri halka hızla yayarak sporu egzersiz yapmak yerine bir eğlence biçimi haline getirmiştir (Ünsal ve Ramazanoğlu, 2013).

Spor medyasındaki bu gelişme, spor haberlerinin öneminin de her geçen gün artmasına, spor medyasının nitelik ve nicelik yönünden gelişmesini sağlamıştır. Ancak bu gelişmelerin çoğu futbol haberleri ile sınırlı kalmış, üstelik resim, konu başlığı gibi görsel öğelere ayrılan alan haber metninden daha büyük hale gelmiştir. Spor haberlerinde görsel unsur olarak düşünebileceğimiz manşetlerin önemi bulunmaktadır (Yıldız-Ekin, 2005). Bu manşetler okuyucu tarafından kolaylıkla görülmekte ve okuyucunun spor ile ilgili çıkarımlar yapmasına, ilgisinin farklı yönlere doğru gelişmesine sebep olabilmektedir.

## Spor

Eğer yaratıcılık, eğilimlerin geliştirilmesi ise eğitimcilerin bireyin eğilimlerini zenginleştirecek uygun eğitim ortamının nasıl olabileceğini belirlemeleri beklenir (Geçen ve Parsıl, 2020). Katı kuralları olan, yüksek fiziksel, psikolojik, estetik ve teknik özellikler gerektiren, rekabete dayalı etkinlikler bütünü (Özsoy, 2003) olarak tanımlanabilecek spor, farklı kişiliklere sahip bireyleri farklı zamanlarda bir araya getirebilmektedir. Spor sayesinde oluşan bu durum,

dernek, vakıf, siyasi parti gibi birçok sosyal oluşumdan bile daha birleştirici bir fonksiyona sahiptir. Dünyada özlemi duyulan ortak dil ve amacın sağlanmasında önemli bir unsur olan spor, ekonomik olarak ulusal ekonomileri çeşitlendiren ve hareketliliği artıran önemli bir endüstriyel güç haline gelmiştir. Özellikle az gelişmiş ülkelerin kendilerini kanıtlayarak, diğer ülkelerden öne çıkabilmelerini, ülkelerine yönelik algıyı olumlu yönde geliştirmelerinde sporun önemli bir yeri bulunmaktadır (Kuyucu, 2008). Evrensel kültürün bir parçası olan spor, bireylerin sportif faaliyetlerden maddi faydalar sağlamasına elverişli olurken diğer yandan da bireylerin ruh sağlıklarının olumlu yönde etkilemesini, toplumun ahlaki değerlerini geliştirilmesi, dünya çapında birlik ve beraberliğin sağlanması gibi hassas işlevleri de bulunmaktadır (Yetim, 2000; Kazak, 2010).

Spor; aile, ekonomi ve siyaset kurumlarına, tabakalaşma, boş zaman, toplum, toplumsallaşma, taraftar ve cinsiyet kavramlarına doğrudan etkilidir. Bu etki, kimi zaman olumlu, kimi zaman ise olumsuz yönde olabilmektedir (Dindar ve Güler, 2019). Bir yandan barış ve kardeşlik duygularını pekiştirirken, diğer yandan da bireylerin fiziksel ve ruhsal olarak sağlıklı kılmalarına, onların verimliliklerini arttırarak, toplumun istikrarına önemli derecede katkıda bulunmaktadır (Küçük ve Koç, 2004).

## **Medya**

Bilgi ve iletişim teknolojileri, bilgiye erişim ve bilgi oluşturmayı sağlayan çeşitli görsel, işitsel, basılı ve yazılı araçlardır. Ayrıca, insanlık tarihinde çok az teknoloji, insan yaşamı üzerinde bilgi ve iletişim teknolojisi kadar etkili olmuştur. İletişim ve bilgisayar teknolojileri de dahil olmak üzere, bir ağ üzerinden bilgiyi bir yerden başka bir yere toplama, işleme, saklama ve iletme yeteneğine sahip tüm teknolojilere "bilgi teknolojisi" adı verilmektedir (Coşkun, 2015). Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler bireylerin kullanımı için birçok iletişim aracının geliştirilmesini sağlamıştır.

İnsanların dünya gündeminde veya çevrelerinde neler olup bittiği hakkında bilgi edinmelerini sağlayan gelişmiş teknolojik araçlarla sağlanmaktadır. Bu araçlar, geniş kitleleri kitle iletişim araçları (medya) olarak bilinen iletişim ağlarına bağlamaktadır (Kırık, 2017). Medya, çeşitli bilgilerin bireylere veya topluluklara sunulması yoluyla bilgi aktarımı, eğitim, haberleşme gibi temel sorumlulukları olan bir dizi görsel ve işitsel araç olarak tarif edilmektedir (Zafer ve Vardarlıer, 2019).

Medya, teknolojinin gelişmesiyle birlikte sosyal hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelmiştir. Yazılı basın, sinema, televizyon, tablet, video, internet, cep telefonu gibi kitle iletişim ürün ve araçları toplumun medya kullanımını arttırmıştır (Odacı, 2018). Kitle iletişimi olarak adlandırılmakta olan bu iletişim türü, teknik iletişim araçlarının kullanılması ve algılanan bir

kitleye ulaşması nedeniyle diğer iletişim türlerinden farklıdır. Kitle iletişimi binlerce hatta milyonlarca kişiye ulaşabilmektedir. Genel olarak bakıldığında kitle iletişimi, geniş bir kitleyi bilgilendirmek, eğlendirmek veya ikna etmek için bilgi göndermek için kitle iletişim araçlarını kullanma süreci olarak tanımlanabilmektedir (Erdoğan, 2009). Kitle iletişim alanındaki bu hızlı yayılım sosyal medya olarak adlandırılan platformların ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Sosyal medya, hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkelerde hemen herkesin kolaylıkla benimsediği, 2000'li yıllarla birlikte toplum hayatına giren bir mecradır. Bu ağa girmek oldukça kolaydır. Sosyal medya ortamına katılmak için gerekli donanımlar (cep telefonu, tablet, bilgisayar) da çeşitlilik gösterse de günümüzde artık bu donanımlar kolay ulaşılabilir hale gelmiştir. Yaşı kaç olursa olsun herkes internet üzerinden ajandasını, sosyal ağlarını ve her türlü teknolojik cihazı ile rahatlıkla takip edebilmektedir (Demirel, 2013). Bireylerin kendi sosyal ağlarına bağımlı hale gelmiş olmalarının etkileri de çok çeşitli olabilmektedir. Toplumsal hayatın her alanında geniş bir kullanıcı kitlesine sahip olan sosyal medyanın etkin şekilde kullanıldığı alanlardan biri de spordur.

### **Spor Medyası**

Teknolojik gelişmelerle birlikte toplumsal hayata dâhil olan sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşması ile birlikte spor medyası olarak adlandırılabilir bir alan ortaya çıkmıştır. Günümüz sanayi toplumunda, toplumsal işbölümü ve uzmanlaşma düzeyi ile birlikte sporların sayısı ve çeşitliliği artmaktadır. Aslında sporun kendisi bir endüstri haline gelmiştir. Günümüzde spor, çok sayıda tüketiciye sahip bir ürün olarak kabul edilmektedir. Günümüz toplumsal yapısında spor önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Eğitimden politikaya birçok alanda sporun toplum üzerindeki etkilerinden yararlanılmaktadır (Ünsal ve Ramazanoğlu, 2013). Spor, geniş kitleleri kendine çeken ve etkileyen profesyonel bir alan olarak kitle iletişim araçlarından yararlanmaktadır. Günümüzde spor, özellikle futbol ve basketbol gibi popüler sporlar, gazete tirajını ve televizyon reytinglerini artırmak için en önemli yayın olarak kullanılmaktadır (Güler ve Demir, 1995). Kitle iletişim araçlarının gelişimi, dolaylı veya dolaysız olarak spora ilgi duyan izleyici veya aktif konumda bulunan insanların çoğalmasına neden olmuştur. Özellikle toplumların siyasal, ekonomik ve sosyal alanlarda sağlıklı gelişebilmeleri, o topluma mensup insanların sağlıklı olmaları ile sağlanabilir. Bunun da en geçer noktası, tüm sosyal gruplara ve insanlara, moral değerleri yükseltici ve birbiri ile kaynaştırıcı aktiviteler yapmalarını sağlamak ve sporu her kesime yaymaktır (Şahan ve Çınar, 2004). Önemli bir ekonomik güç haline gelen kitle iletişim araçları spor alanına da yadsınamaz bir önem vermiştir. Spor etkinliklerinde yürütülen reklam kampanyaları önemli bir ekonomik güç ortaya çıkartmakta, bu nedenle spora yönelik talep varken, kitle iletişim araçlarının da spor etkinliklerinde topluma kendilerini ifade etmeleri için büyük bir imkân sunmaktadır (Şahan ve Çınar, 2004).

Spor ve kitle iletişim araçları ayrılmaz hale gelmiştir. Türkiye'nin Olimpiyat Oyunları gibi sportif etkinliklere katılımının artması ve vatandaşların spora olan ilgisindeki görece artışın, sporun bir medya içeriği olarak gelişmesinde önemli faktörler olmuştur. Spor haberlerinin ve spor yorumları kitle iletişim araçlarının tamamına yakınında yer almaktadır (Saçal, 2019). Kitleler arasında spora duyulan hayranlık ve heyecan arttıkça, başta medya olmak üzere tüm kitle iletişim araçları gündemlerini giderek daha çok spora yöneltmektedir. Çoğu sosyal haber gibi kitle iletişim araçları da toplumsal kaygı uyandıran konulara kayıtsız kalmamakta, spor olaylarını gündeme almakta, rapor etmekte ve ele almakta, böylece sporla ilgilenen bir kitle oluşturmaktadır (Şahan ve Çınar, 2004).

Spor medyası, kullandığı dil ve söylem aracılığıyla ideolojinin belirli değer ve statü kalıplarının toplumsal yaşama aktarılmasında önemli bir rol oynamakta ve sporun aktarımında kullandığı dil aracılığıyla da zımnen istediklerini aktarabilmektedir (Demir ve Talimciler, 2015). Bu açıdan bakıldığında medyanın toplum üzerindeki etkisi kaçınılmaz görülmektedir. Sosyal etkileşimin önemli unsurlarından biri olan spor; toplum, spor ve medya bağlamında bireyin davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Dolayısıyla günümüzde spor, medya üzerinde ne kadar etkiliyse, medyada spor üzerinde benzer bir etkiye sahiptir (Güler ve ark., 2018).

Literatürde spor ve medyanın öğrenciler üzerindeki etkisinin tespit edilmesini amaçlayan çalışmalar bulunmaktadır. Dindar ve Güler (2019), yaptıkları çalışmada spor ve medyasının öğrencileri etkileme özelliğinin bulunduğunu ve bu yolla öğrencilerin yönlendirilebileceğini belirlemişlerdir. Kuyucu (2020) ise öğrencilerin sportif etkinlikleri sosyal medya aracılığı ile takip ettiklerini, spor medyasını takiplerinin sebepleri arasında bilgilenme, rahatlama, boş vakit değerlendirme gibi düşüncelerin hâkim olduğunu belirlemiştir. Spor medyasının, toplumu iyiye ve yöneltmesi, birleştiriciliği, yaşananlara ışık tutma gibi özelliklerinin bulunması gerekirken çoğu zaman da bunu göz ardı etmekteyken; spor medyasının toplum ve öğrenciler üzerinde farklı etkileri görülebilmektedir. Bu çalışmada Viranşehir Spor Lisesi örneğinde spor lisesinde eğitim almakta olan spor medyasının spor lisesinde okuyan öğrenciler üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmıştır.

## **Yöntem**

Mevcut araştırma süresince Yüksek Öğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi çerçevesinde hareket edilmiştir.

### *Araştırmanın Modeli*

Öğrencilerin spor medyasından beklentileri tespit etmek amacıyla yapılan araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte yaşanmış veya da halen yaşanmakta olan bir durumu olduğu gibi betimlemeyi sağlamaktadır (Karasar, 2011).

### *Evren ve Örneklem*

Araştırmanın evreni, 2021-2022 eğitim öğretim yılında Viranşehir spor lisesinde okuyan 12-17 yaş aralığındaki 183 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmada örneklem gurubu belirlenmeyerek evrenin tamamına ulaşmak amaçlanmıştır. Bu amaçla öğrencilerin tamamına veri toplama aracı ulaştırılmasına karşın, geri dönüşler tam sayıda olmamıştır. Geri dönen anket formlarından değerlendirilmeye alınamayacak durumda olanlar da çıkartıldıktan sonra 140 öğrencinin anket formu analize tabi tutulmuştur (Tablo 1).

Tablo 1

Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

		N	%
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	39	27,9
	Erkek	101	72,1
<b>Sınıf</b>	9. Sınıf	43	30,7
	10. Sınıf	68	48,6
	11. Sınıf	29	20,7
<b>Aktif Olarak Spor Yapma</b>	Evet	78	55,7
	Kısmen	57	40,7
	Hayır	5	3,6
	Toplam	140	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerden %72,1'i erkek, %27,9'u kadındır. Öğrencilerden %48,6'sı 10. Sınıftayken, %30,7'si 9. Sınıfta, %20,7'si ise 11. Sınıftadır. Öğrencilerden %55,7'si aktif olarak spor yapıyorken, %40,7'si kısmen aktif olarak spor yaptığını belirtmiş, %3,6'sı da spor yapmadığını vurgulamıştır.

### *Veri Toplama Araçları*

Araştırmada kullanılan veri toplama aracının birinci bölümünde öğrencilerin demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla 3 soru sorulmuştur. Öğrencilerin spor medyasını takibi ile ilgili 12 soru bulunmaktadır. Özsoy (2007) tarafından geliştirilen Spor Medyasından Beklentiler ölçeğini kullanılmıştır. 5'li likert tipinde olan ölçek, Özsoy (2007) tarafından faktör analizi yapılmadan önceki haliyle 25 maddeden oluşurken, yapılan faktör analizi sonrasında ölçekten 7 madde silinerek son hali oluşturulmuştur. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçek sportmenlik ve tarafsızlık (1, 3, 4, 11, 12), bilgi (2, 14, 15, 17, 18), dil ve anlatım (5,10), yoğun içerik (6, 9, 16), görsellik (7) ve futbol haberi (8, 13) olmak üzere 6 alt boyuttan oluşmaktadır. 18 maddelik ölçeğin Cronbach Alpha

katsayısı 0,783 olarak tespit edilirken, bizim çalışmamızda ise Cronbach Alpha katsayısı 0,774 olarak hesaplanmıştır.

### **Verilerin Analizi**

Araştırma verilerinin analizinde SPSS 24.0 istatistiksel veri değerlendirme programı kullanılmıştır. Araştırmanın veri toplama aracının iç tutarlılık katsayısının tespit edilmesi amacıyla Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Araştırma verilerinin normallik dağılımının belirlenmesi amacıyla çarpıklık ve basıklık değerleri hesaplanmış, yapılan analiz sonucunda araştırma verilerinin normal dağılım gösterdiği anlaşılmış, bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla t Testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Araştırma verilerinin anlamlılık düzeyi olarak  $p < 0,05$  olarak alınmıştır.

Tablo 2

#### Veri Toplama Aracının Normallik Analizi

	<b>Ort.</b>	<b>ss.</b>	<b>Min-Max</b>	<b>Çarpıklık</b>	<b>Basıklık</b>
<b>Sportmenlik ve Tarafsızlık</b>	1,96	0,741	1,00-4,60	0,866	0,658
<b>Bilgi</b>	1,91	0,660	1,00-4,00	0,775	0,562
<b>Dil ve Anlatım</b>	1,67	0,909	1,00-5,00	1,552	2,117
<b>Yoğun İçerik</b>	2,21	0,799	1,00-4,33	0,292	-0,455
<b>Görsellik</b>	2,24	1,274	1,00-5,00	0,866	-0,198
<b>Futbol Haberi</b>	2,28	0,851	1,00-5,00	0,558	0,455
<b>Spor Medyasından Beklentiler</b>	2,01	0,516	18,00-90,00	0,320	0,083

Araştırmada kullanılan ölçeğin çarpıklık ve basıklık değerleri; dil ve anlatım alt boyutu hariç -0,455 ile 0,866 arasında değişmektedir. Dil ve anlatım alt boyutunda ise çarpıklık değeri 1,552, basıklık değeri 2,117 olarak belirlenmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,500 ile +1,500 arasında olması dağılımın normal olduğunu ifade etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Spor Medyasından Beklentiler ölçeğinin dil ve anlatım alt boyutun çarpıklık ve basıklık değerleri normal dağılım sınırlarının içerisinde bulunmamasına karşılık, diğer alt boyutlar ve ölçek toplamının normal dağılım sınırları içerisinde olmasından dolayı araştırma verilerinin analizinde parametrik testler yapılmıştır. Analizlerde anlamlılık düzeyi  $p < 0.05$  olarak alınmıştır.

### **Bulgular**

Viranşehir Spor Lisesi örneğinde öğrencilerin spor mediasından beklentilerinin belirlenmesi amacıyla yapılan anket uygulamasından elde edilen bulgular öğrencilerin spor medyasını takip etmeleri ile ilgili bulgular ile spor mediasından beklenti düzeylerinin demografik özelliklerine göre anlamlılık düzeyleri alt boyutlar ile ölçek toplamı açısından incelenmiştir.

### Öğrencilerin Spor Medyasını Takip Etme Durumları ile İlgili Bulgular

Tablo 3

Sporla İlgili Haberleri Takip Etme ve Bir Spor Gazetesi Alma

		N	%
<b>Sporla İlgili Haber ve Yorumları Sürekli İzleme</b>	Evet	56	40,0
	Kısmen	66	47,1
	Hayır	18	12,9
<b>Bir Spor Gazetesini Sürekli Alma</b>	Evet	4	2,9
	Bazen	46	32,9
	Hayır	90	64,3
<b>Yayıncı kuruluşa abone olma</b>	Evet	37	26,4
	Hayır	103	73,6

Öğrencilerin %47'si sporla ilgili haber ve yorumları kısmen, %40'ı sürekli, %12,9'u ise takip etmemektedir. Öğrencilerden %64,3'ü bir spor gazetesini sürekli olarak almazken, %32,9'u bazen almaktadır. Öğrencilerden sadece %2,9'u bir spor gazetesini sürekli olarak almaktadır. Öğrencilerden %73,6'sı Türkiye 1. Futbol ligi müsabakalarını naklen yayınlayan yayıncı kuruluşa abone değilken, %26,4'ü ise abonedir.

Tablo 4

Spor Olaylarının İzlendiği Araçların Analizi

		Evet	Hayır
<b>Spor Olaylarının İzlendiği Araçlar</b>	Televizyon	122	18
	İnternet	105	35
	Gazete	11	129
	Dergi	7	133
	Radyo	3	137

Araştırmaya katılan öğrenciler spor olaylarını en fazla televizyondan ve internetten takip etmektedirler.

Tablo 5

Güvenirliliği En Yüksek Kitle İletişim Araçlarının Analizi

		N	%
<b>Spor Medyasında Güvenirliliği En Yüksek Kitle İletişim Aracı</b>	Televizyon	64	45,7
	İnternet	53	37,9
	Gazete	9	6,4
	Dergi	7	5,0
	Radyo	3	2,1
	Fikrim yok / Cevap yok	4	2,9
	Toplam	140	100,0

Öğrencilerden %45,7'sine göre spor medyasına güvenirliliği en yüksek kitle iletişim aracı televizyonken, %37,9'una göre internet, %6,4'üne göre gazetedir. Öğrencilerin spor olaylarını en az takip ettikleri araçlar dergi ve radyodur.



Tablo 6

## Medyanın Takip Edilmesine Sebep Olan Spor Dalları

		<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>
<b>Medyanın Takip Edilmesine Sebep Olan Spor Dalları</b>	Futbol	102	38
	Voleybol	75	65
	Atletizm	43	97
	Basketbol	33	107
	Doğa Sporları	33	107
	Tenis	32	108
	Otomobil Sporları	30	110
	Güreş	25	115
	Diğer	18	122

Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunun spor medyasını takip etmesine sebep olan spor dalları futbol, voleybol, atletizm, basketbol, doğa Sporları, tenis, otomobil sporları, güreştir. Öğrencilerden 25'i de bu spor dallarından farklı bir spor dalını takip etmek amacıyla spor medyasını izlemektedir.

Tablo 7

## Spor Medyasını İzleme Nedenlerinin Analizi

		<b>Evet</b>	<b>Hayır</b>
<b>Spor Medyasını İzleme Nedenleri</b>	Bilgi edinmek	117	23
	Haber öğrenmek	80	60
	Eğlence	51	89
	Yorumları izlemek	25	115

Tabloya göre öğrencilerin spor medyasını izleme nedenleri arasında en fazla bilgi edinmek, en az yorumları izlemek bulunmaktadır.

Tablo 8

## Spor Medyasına Çıkan Haberler Hakkındaki Düşüncelerin Analizi

		<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Spor Medyasına Çıkan Haberler Hakkındaki Düşünceler</b>	Bilgi içeren ve sporla ilgili	82	58,6
	Abartılı ve sansasyonel	13	9,3
	Gerçekçi ve tarafsız	12	8,6
	Reyting kaygısı taşıyan popülist haberler	11	7,9
	Özel hayata müdahale edici	9	6,4
	Milli ruhu şaha kaldıran	6	4,3
	Kadını spordan uzak tutup cinsel obje olarak gösteren	3	2,1
	Sporla ilgisiz	2	1,4
	Irkçılık ve ayrımcılığı körükleyen	2	1,4
	Toplam	140	100,0

Öğrencilerden %58,6'sı spor medyasında yer alan haberleri bilgi içeren, sporla ilgili olarak görürken, %9,3'ü abartılı ve sansasyonel, %7,9'u Reyting kaygısı taşıyan popülist haberler olarak görmektedirler.

Tablo 9

## Spor Medyasında Görmek/İzlemek/Okumak İstenen Haberlerin Analizi

		N	%
<b>Spor Medyasında Görmek/İzlemek/Okumak İstenen Haber</b>	Sporcuların özel hayatları	29	20,7
	Sporla ilgili haberler (Takım/maç/transferle ilgili)	85	60,7
	Maç özetleri ve maç sonrası yorumlar	18	12,9
	Sporla ilgili tartışma ve açık oturum programları	5	3,6
	Yabancı medyanın Türk futboluyla ilgili görsel ve basılı haberleri	3	2,1
	Toplam	140	100,0

Öğrencilerden %60,7'si spor medyasında sporla ilgili haberleri görmek istediğini belirtirken, %20,7'si sporcuların özel hayatlarını, %12,9'u da maç özetlerini ve maç sonrası yorumları izlemek istediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 10

## Spor Medyasından Memnuniyet

		N	%
<b>Spor Medyasının Yayın Akışından Memnun Olma</b>	Evet	48	34,3
	Kısmen	59	42,1
	Hayır	9	6,4
	Fikrim yok / cevap yok	24	17,1
<b>Spor Medyasında Yer Alan Haberleri İnandırıcı Bulma</b>	Evet	54	38,6
	Kısmen	72	51,4
	Hayır	3	2,1
	Fikrim yok / cevap yok	11	7,9
<b>Spor Medyasının Yayın Politikalarını Belirlerken Okuyucu Taleplerini Dikkate Alması</b>	Evet	49	35,0
	Kısmen	46	32,9
	Hayır	27	19,3
	Fikrim yok / Cevap yok	18	12,9
	Toplam	140	100,0

Tabloya göre araştırmaya katılan öğrencilerden %42,1'i spor medyasının yayın akışından kısmen memnunken, %34,3'ü memnun, %6,4'ü memnun değil, %17,1'inin de fikri / cevabı yoktur. Öğrencilerden %51,4'ü spor medyasında yer alan haberleri kısmen inandırıcı bulurken, %38,6'sı inandırıcı bulmakta, %2,1'i ise inandırıcı bulmamaktadır. Katılımcılardan %7,9'unun ise bu konuda fikri bulunmamaktadır. Öğrencilerden %35'ine göre spor medyası yayın politikalarını hazırlarken okuyucu taleplerini dikkate almaktayken, %32,9'una göre kısmen dikkate almakta, %19,3'üne göre ise dikkate almamaktadır. Öğrencilerden %12,9'unun bu konuda fikri yoktur.

**Anlamlılık Analizleri**

Tablo 11

## Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Spor Medyasından Beklenti Düzeylerinin Analizi

	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	Ss.	t	p
<b>Sportmenlik ve Tarafsızlık</b>	a. Kadın	39	2,031	0,735	0,687	0,493
	b. Erkek	101	1,935	0,745		
<b>Bilgi</b>	a. Kadın	39	1,810	0,705	-1,059	0,291
	b. Erkek	101	1,943	0,646		
<b>Dil ve Anlatım</b>	a. Kadın	39	1,680	0,847	0,094	0,925
	b. Erkek	101	1,663	0,936		

<b>Yoğun İçerik</b>	a. Kadın	39	2,231	0,886	0,155	0,877
	b. Erkek	101	2,208	0,767		
<b>Görsellik</b>	a. Kadın	39	2,180	1,275	-0,364	0,716
	b. Erkek	101	2,267	1,280		
<b>Futbol Haberi</b>	a. Kadın	39	2,423	0,863	1,251	0,213
	b. Erkek	101	2,223	0,844		
<b>Spor Medyasından Beklentiler</b>	a. Kadın	39	2,015	0,485	0,132	0,895
	b. Erkek	101	2,003	0,531		

Öğrencilerin cinsiyetleri ile spor mediasından beklentiler ölçeğinin alt boyutları ile ölçek toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $p<0,05$ ). Kadın öğrencilerin spor mediasından beklenti ortalamaları ( $\bar{x}=2,015$ ) erkek öğrencilere ( $\bar{x}=2,003$ ) göre daha yüksektir.

Tablo 12

## Öğrencilerin Sınıf Düzeylerine Göre Spor Medyasından Beklenti Düzeylerinin Analizi

		N	$\bar{x}$	Ss.	F	p
Sportmenlik ve Tarafsızlık	a.9. Sınıf <sup>b</sup>	43	2,326	0,921	10,331	<b>0,000*</b>
	b.10. Sınıf <sup>a</sup>	68	1,712	0,576		
	c.11. Sınıf	29	2,007	0,552		
Bilgi	a.9. Sınıf <sup>b</sup>	43	2,061	0,593	4,601	<b>0,012*</b>
	b.10. Sınıf <sup>bc</sup>	68	1,735	0,634		
	c.11. Sınıf <sup>b</sup>	29	2,076	0,745		
Dil ve Anlatım	a.9. Sınıf	43	1,895	1,050	1,999	0,139
	b.10. Sınıf	68	1,581	0,884		
	c.11. Sınıf	29	1,535	0,681		
Yoğun İçerik	a.9. Sınıf	43	2,341	0,811	10,070	0,346
	b.10. Sınıf	68	2,118	0,814		
	c.11. Sınıf	29	2,253	0,738		
Görsellik	a.9. Sınıf	43	2,512	1,404	2,252	0,109
	b.10. Sınıf	68	2,015	1,191		
	c.11. Sınıf	29	2,379	1,208		
Futbol Haberi	a.9. Sınıf	43	2,465	0,902	3,167	0,055
	b.10. Sınıf	68	2,096	0,807		
	c.11. Sınıf	29	2,431	0,810		
Spor Medyasından Beklentiler	a.9. Sınıf <sup>b</sup>	43	2,232	0,520	9,342	<b>0,000*</b>
	b.10. Sınıf <sup>a</sup>	68	1,831	0,474		
	c.11. Sınıf	29	2,082	0,470		

\* $p<0,05$  abcd: Üst simgeleri grup içi farklılıkları göstermektedir. Aynı harflerin yer aldığı skor ortalamalarında farklılık bulunmaktadır. P:Gruplar arasındaki fark için tek yönlü varyans testi, grup içi karşılaştırma için post hoc tukey testi kullanıldı.

Öğrencilerin sınıf düzeylerine göre spor mediasından beklentiler ölçeği [ $F_{(2-197)}=9,342$ ;  $p=,000<,05$ ] sportmenlik ve tarafsızlık [ $F_{(2-197)}=10,331$ ;  $p=,000<,05$ ] ve bilgi [ $F_{(2-197)}=4,601$ ;  $p=,012<,05$ ] alt boyutları puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Gruplar arasındaki farklılığı tespit etmek için yapılan post hoc tukey testi sonucuna göre öğrencilerin sportmenlik ve tarafsızlık alt boyutunda 9. sınıf ( $\bar{x}=2,326$ ) öğrencilerin puan ortalamaları 10. sınıf ( $\bar{x}=1,712$ ) öğrencilerinin puan ortalamalarından yüksek çıkmıştır.

Tablo 13

## Öğrencilerin Aktif Spor Yapma Durumlarına Göre Spor Medyasından Beklenti Düzeylerinin analizi

		N	$\bar{x}$	Ss.	F	p
Sportmenlik ve Tarafsızlık	a. Evet	78	1,900	0,671	2,987	0,054
	b. Kısmen	57	1,979	0,817		
	c. Hayır	5	2,720	0,540		
Bilgi	a. Evet	78	1,826	0,572	1,528	0,221
	b. Kısmen	57	1,990	0,707		
	c. Hayır	5	2,200	1,288		
Dil ve Anlatım	a. Evet	78	1,583	0,843	0,761	0,469
	b. Kısmen	57	1,772	0,996		
	c. Hayır	5	1,800	0,908		
Yoğun İçerik	a. Evet	78	2,231	0,761	0,061	0,941
	b. Kısmen	57	2,187	0,868		
	c. Hayır	5	2,266	0,680		
Görsellik	a. Evet	78	2,256	1,243	0,060	0,942
	b. Kısmen	57	2,211	1,346		
	c. Hayır	5	2,400	1,140		
Futbol haberi	a. Evet	78	2,295	0,804	0,763	0,468
	b. Kısmen	57	2,219	0,911		
	c. Hayır	5	2,700	0,908		
Spor Medyasından Beklentiler	a. Evet	78	1,963	0,435	1,669	0,192
	b. Kısmen	57	2,033	0,600		
	c. Hayır	5	2,378	0,606		

$p < 0,05$

Öğrencilerin aktif spor yapma durumları ile Spor Medyasından Beklenti ölçeği alt boyutları ve ölçek toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ( $p < 0,05$ ). Spor mediasından beklenti düzeyi ortalaması en yüksek olanlar aktif spor yapmayanlarken ( $\bar{x} = 2,378$ ), en düşük olanlar ise aktif spor yapanlardır ( $\bar{x} = 1,963$ ).

## Tartışma ve Sonuç, Öneriler

Spor, her dönem toplumsal yaşamın içerisinde olurken, sportif etkinliklerin topluma duyurulmasında en etkili araç da spor medyası olmuştur. Sportif etkinlikler ile ilgili haberler ve yorumlar önceleri diğer haberlerin arasında izleyiciye sunulurken, medya araçlarının da çeşitlenmesi ve sadece sportif içerikli haber yapan yayın organlarının ortaya çıkması ile birlikte, daha yoğun bir şekilde sunulmaya başlanmıştır. Günümüz teknolojisinde sportif etkinlikleri takip etmek artık çok kolay hale gelmiştir. Önceleri gazetelerden veya radyodan alınan bu yöndeki haberler, zamanla televizyon ekranlarına, daha sonra da internet ile birlikte dijital ortama kadar yayılmış durumdadır. Bu kadar geniş bir alana yayılabilen ve spor medyası olarak adlandırılan bu haber kanalları, yayın çeşitliliğini artırarak daha içerikli spor haberleri yayınlamaya başlamışlardır. Bireyler artık genel boyuttaki haberleri almak yerine daha seçici hale gelmişler, bu da sportif etkinlikler hakkında bilgi edinmek isteyen bireylerde bir beklenti oluşturmuştur. Bu araştırmada da Viranşehir Spor Lisesi özelinde lisede eğitim almakta olan öğrencilerin spor mediasından beklentileri farklı açılardan incelenmiştir.

Araştırmada lise öğrencilerin çoğunluğunun spor ile ilgili haberleri sürekli olarak izledikleri, buna karşılık çok azının bir spor gazetesini sürekli olarak aldığı ve Türkiye 1. Futbol ligi müsabakalarını naklen yayınlayan yayıncı kuruluşa abone oldukları belirlenmiştir. Bir spor gazetesi almak veya spor müsabakalarını yayınlayan kuruluşa abone olmak için belirli bir maddi gereksinim duyulmaktadır. Spor sektöründeki gelişim, sportif etkinlikleri izlemeyi de artık daha maliyetli hale getirmiş durumdadır. Araştırmamıza katılanların lise seviyesinde eğitim aldıkları düşünüldüğünde, öğrencilerin günlük bir gazete alma veya yayıncı kuruluşa üye olma konusunda maddi yetersizlikleri olabilmekte ve bu sebeple takip etmek istedikleri spor haberlerini ve yayınlarını temin etmekte zorlanabilmektedirler.

Araştırmada öğrencilerin sportif faaliyetleri en çok izledikleri kanalların televizyon ve internet olduğu, televizyon ve internet kanallarının öğrencilerin aynı zamanda en güvendikleri kitle iletişim araçları olduğu belirlenmiştir. Öğrenciler gazete, dergi veya radyodan sportif etkinlikleri pek fazla takip etmemektedirler. Yeşil (2015) yaptığı araştırmada öğrencilerin bir medya aracı olan gazeteleri oldukça düşük oranda takip ettikleri, buna karşılık haber ve bilgi almak için televizyon ve internet kullandıklarını belirlemiştir. Benzer şekilde Deniz (2015) de öğrencilerin gazete veya dergiye değil de televizyona Günümüz teknolojik koşullarında bireyler bilgi ve habere hızlı ve kolay ulaşma eğilimindedirler. Gazete ve dergilerde yayınlanan spor haberlerine göre televizyon ve özellikle internetten yayınlanan spor haberlerine ulaşım hem kolay hem de hızlı olabilmektedir. Televizyon ve internet spor haberlerini takip etme açısından öğrencilerin en çok tercih ettikleri kanal olurken, internete göre daha az maliyetli olan televizyondan spor haberlerini takip etmek öğrenciler için daha tercih edilir olabilmektedir.

Öğrencilerin spor medyasında en çok takip ettikleri branşlar futbol, voleybol ve atletizm olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin daha az sayıda da olsa basketbol, doğa sporları tenis, otomobil sporları ve güreş olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin spor medyası üzerinden takip etmekte olduğu spor branşlarının çoğunlukla toplumda popüler branşlar olduğu düşünüldüğünde öğrencilerin spor medyasından beklentilerinin de popüler olan branşlar hakkındaki haberler olduğunu söylemek mümkündür.

Spor medyasında sportif etkinlikler ile ilgili haber ve bilgiler verilirken aynı zamanda daha seçilmiş içerikler de yayınlanmaktadır. Buna karşılık öğrencilerin çoğunluğunun spor medyasını bilgi edinmek ve haber öğrenmek amacıyla takip ettikleri ve spor medyasında yer alan haberlerin bilgi içerdiği ve spor ile ilgili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Bu açıdan bakıldığında spor medyasının öğrencilerin beklentisini kısmen karşılamıyor olmakla birlikte çoğunlukla karşılıyor olduğu söylenebilir.

Araştırmada öğrencilerin çoğunluğunun yayın akışından memnun oldukları, spor medyasında yer alan haberleri inandırıcı buldukları anlaşılmıştır. Spor medyasının yayın politikalarını belirlerken okuyucu taleplerini dikkate alma konusunda öğrencilerin önemli bir kısmı kısmen ya da tamamen memnun olduklarını belirtirlerken, önemli sayılabilecek bir bölümü de spor medyasının yayın politikalarını belirlerken okuyucu taleplerinin dikkate alınmadığını belirtmişlerdir. Bu sonuç, spor medyasının öğrencilerin beklentilerini karşılıyor olmakla birlikte, öğrencilerin spor medyasından daha fazla beklentisinin olduğu ve bu yoğun beklentinin spor medyası tarafından karşılanmıyor olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmada kadın öğrencilerin spor medyasından beklenti düzeylerinin erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu belirlenirken, kadın öğrencilerin sportmenlik ve tarafsızlık, dil ve anlatım, içerik yoğunluğu, futbol haberleri konusunda beklenti düzeylerinin erkek öğrencilere kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Erkek öğrenciler, toplumsal cinsiyet rollerinin de etkisiyle, zamanlarının çoğunluğunu ev dışında geçirerek spor haberlerini farklı kanallardan izleyebilirlerken, kadın öğrenciler daha fazla bir şekilde spor haberlerini spor medyasından takip etmek durumunda kalabilmektedirler.

Öğrencilerin spor medyasından beklenti düzeylerinin çoğunlukla lise eğitime başladıkları ilk yıl olan 9. Sınıfa devam edenlerde olduğu görülmüştür. 9. Sınıf, ortaokulun bittiği, lise eğitiminin başladığı döneme rastlamaktadır. Bu sınıf seviyesinde öğrenciler, özellikle lise eğitimi sonrasında girecekleri üniversite sınavı öncesindeki sınav stresini henüz yaşamaya başlamamaktadırlar ve sportif etkinlikler ile ilgili haberlere daha fazla yoğunlaşabilmektedirler. Bu da onların spor medyasından olan beklentilerini yükseltebilmektedir.

Araştırmada spor yapmayan öğrencilerin spor medyasından beklenti düzeylerinin spor yapan öğrencilere kıyasla daha yüksek düzeyde olduğu, spor yapma seviyesi yükseldikçe spor medyasından beklentilerin düştüğü belirlenmiştir. Spor yapan öğrenciler yapmayanlara kıyasla sporun daha çok içinde olmalarından dolayı spor haberlerinin buldukları ortamlarda spor medyasından farklı bir kanaldan da öğrenebilmektedirler. Diğer yandan spor yapan öğrenciler, sportif bilgilerinin spor yapmayanlara kıyasla daha yüksek olabileceğinden dolayı spor medyasından beklentileri daha düşük seviyede olabilmektedir.

Bu bulgular ışığında öğrencilerin spor ile ilgili haberleri takip etmek istemelerine karşın maddi yetersizlikler gibi sebeplerle bunu yapamadıkları, daha az maliyetli ve kolay erişilebilir spor medyası araçlarına yöneldikleri, spor medyasından çoğunlukla popüler branşları ve bu branşlar hakkında haber ve bilgi almak istedikleri, spor medyasının yayın akışı, haberlerin inandırıcılığı konusunda memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Sporun sadece futboldan ibaret olmadığı düşüncesinden hareketle spor medyasının halkın ilgisine kulak vererek yayın akışlarında futbola verilen değer kadar diğer branşlara yer vermesi yararlı olabilecektir.

Reyting, tiraj, maddi kazanç uğruna sporun sağlıklı hayatın merkezinde olması gerektiği okullarda gerçekleştirilecek eğitici etkinliklerle öğrencilere anlatılmalıdır.

Kitle iletişim araçları maddi kazanç dışında sporu insanlara sevdirmeye kaygısı taşınmalı bu konuda insanları bilinçlendirmeleri spor medyasının toplumun beklentilerini karşılayabilmeleri adına yararlı olabilecektir.

### **Etik Kurul İzin Bilgileri**

Etik değerlendirme kurulu: Adıyaman Üniversitesi Sosyal Ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu

Etik değerlendirme belgesinin tarihi: 31.03.2022

Etik değerlendirme belgesinin sayı numarası: 255

### **Araştırmacıların Katkı Oranları Beyanı**

Araştırmanın tamamı, araştırmanın üç yazarı tarafından gerçekleştirilmiştir.

### **Çatışma Beyanı**

Yazarların araştırma ile ilgili bir çatışma beyanı bulunmamaktadır.

### **Kaynakça**

- Coşkun, M. (2015). İletişim teknolojilerinin stratejik kaynak yönetimi: Ttaş örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(1), 31-53.
- Demir, M., ve Talimciler, A. (2015). *Şiddet, şike ve medya kısılcığında futbol ve taraftarlık*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Demirel, A. (2013). *E-ticarette sosyal medya etkilerinin incelenmesi ve bir uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İzmir.
- Deniz, E. (2015). Ortaokul öğrencilerinin kitap okuma alışkanlıkları/Reading habits of secondary school students. *Okuma Yazma Eğitimi Araştırmaları*, 3(2), 46-64.
- Dindar, İ., ve Güler, M. L. (2019). Spor ve medya ilişkisinin spor bilimleri öğrencileri üzerindeki etkileri. *The Journal of Academic Social Science*, 7(95), 440-456.
- Erdoğan, H. A. (2009). *Günümüz kitle iletişim araçlarının görünen ve görünmeyen yüzü: Türkiye örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Anabilim Dalı, Konya.
- Geçen, F. (2018). Çocuğun gelişim basamaklarına göre figürleri ele alma biçimleri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5(10), 60-83.
- Geçen, F., ve Parsıl, Ü. (2020). Yaratıcılık ve özel eğitimli çocukların sanat eğitimi yoluyla yaratıcılıklarının geliştirilmesi. *Pearson Journal Of Social Sciences & Humanities*, 5(7), 372-380.

- Güler, İ., Yıldız, K., ve Özbey, S. (2018). Sosyolojik açıdan spor ve medya ilişkilerinin toplum üzerindeki etkisi: İzmir ili örneği. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-12.
- Güler, L., ve Demir, V. (1995). Spor ve medya ilişkisi ve Türkiye’de spor medyası. *Marmara İletişim Dergisi*, 9, 285-306.
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kazak, H. (2010). *İlköğretim öğrencilerinin spora başlamasında sosyal faktörlerin rolü (Muş ili örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı, Sakarya.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 230-261.
- Kuyucu, M. (2020). Türkiye’de spor medyası: gençler sporu hangi mecralardan takip ediyor? Spor gazeteleri örneğinde mileniyum gençlerinin spor medyasına yönelik algıları üzerine bir araştırma. Ankara II. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi, 6-8 Mart 2020 Ankara.
- Kuyucu, S. B. (2008). *Spor yönetimine medyanın etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Küçük, V., ve Koç, K. (2004). Psiko-sosyal gelişim süreci içerisinde insan ve spor ilişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (9), 1-12.
- Odacı, B. (2018). *Konum bazlı sosyal ağlar aracılığıyla üniversite öğrencilerinin kimlik inşası süreçleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Özsoy, S. (2003). *Spor gazeteciliğinin bugünkü durumu ve mesleki nitelikleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Özsoy, S. (2007). *Kamuoyunun spor medyasından beklentilerinin nitel ve nicel yönden değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı, Bolu.
- Saçal, B. (2019). *Haber değeri ölçütleri bağlamında spor haber bültenleri: TRT Spor, NTV Spor, A Spor televizyon kanalları örneğinde bir inceleme*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın Yayın Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Şahan, H., ve Çınar, V. (2004). Kitle iletişim araçlarının spor kamuoyu üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 313-321.
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. 6. Baskı. Boston, MA: Pearson.
- Ünsal, B. ve Ramazanoğlu, F. (2013). Spor medyasının toplum üzerindeki sosyolojik etkisi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 36-46.
- Yeşil, M. M. (2015). Üniversite öğrencilerinin yerel gazete okuma alışkanlıkları: Konya örneği. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9(1), 201-222.
- Yetim, A. A. (2000). Sporun sosyal görünümü. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1), 63-72.
- Yıldız-Ekin, T. (2005). Spor basınında futbol anlatım dili: manşet ve başlıklar. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 93-106.
- Zafer, C., ve Vardarlıer, P. (2019). Medya ve toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.



Bu eser [Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) ile lisanslanmıştır.