



GENÇLİK, POP-SPOR KÜLTÜRÜ ve OLİMPİYATLAR

Murat Şentuna*

ÖZET

Toplumun ayırt edici niteliklerinden olan kültür, insanların hayatlarının her aşamasını kuşatırken tutum ve davranışlarını da biçimlendirerek yüksek kültür ve popüler kültür isimlendirmesi ile birbirine zıt ama zaman içerisinde öğrenilerek dönüşebilen yapıya bürünür. Popüler kültür, insanların gündelik hayatlarındaki sıkıntılarının oluşturduğu boşluklardan beslenir ve rahatlatıcı, yatıştırıcı yanı onu tercih edilen davranış haline dönüştürür. Teknoloji ve medya tarafından oluşturulmuş popüler kültür, egemen toplumsal ve ekonomik ilişkileri her zaman destekler, haklı çıkarır ve bu kültürün sürekli hale dönüşmesine yardımcı olur. Günümüzde gençlik kendine özgü bir kültüre sahip olma sürecine girmiştir. Bu bir bakıma gençliğin kendini ifade etme ihtiyacından doğmuştur. Çünkü gençlik dönemi kimlik kazanma ihtiyacının en yoğun yaşandığı dönemdir. Spor ise cumhuriyet tarihi boyunca sadece gençlerin yapması gerektiği düşünülen bir etkinlik türüdür. Ülkemizde sporun popüler kültür ürünü olarak ele alındığı ve kitlelerin onayı alınarak kitle iletişim araçlarından sunulduğu görülmektedir. Pazar ekonomisi anlayışının, kitle iletişim araçlarına da egemen olması, sporun sosyo-kültürel yapıya uygun kullanılabilmesi ihtimalini doğurmuştur. Yüksek kültür özellikle daha geniş bir kültürün parçasıdır ama nüfusun göreceli olarak daha küçük bir parçasını bağlar. Olimpizm yaşam anlayışı da olimpiyat oyunlarından doğan ancak o yok olsa bile sonsuza kadar devam edecek yegane yüksek kültür örneğidir. Bu nedenle Türk gençliğinin olimpiyat oyunlarını yüksek kültürel bir olgu olarak algılaması sporun yaygınlığını arttıracak, spor kültürünü çoğaltacak ve pop-spor kültürünün azalmasına yol açacaktır. Bu çalışma Türk gençliğinin sporu hangi türden kültürel bir değer olarak algılaması gerektiği hakkında ki düşüncelerin aydınlatılmasını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

ANAHTAR KELİMELEER: Gençlik, popüler kültür, yüksek kültür, olimpiyatlar

* Yrd. Doç. Dr., İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu



YOUTH, POP-SPORTS CULTURE AND OLYMPICS

Murat Şentuna*

ABSTRACT

Culture, the quality of a distinctive community and surround the attitudes and behaviors of people in every stage of their life styles. High culture and popular culture in time learned the opposite convertible into the structure. Popular culture, the gaps created by the problems of the people are fed daily lives and relaxing, soothing, as it converts the preferred behavior. By technology and the media created in popular culture, always support the dominant social and economic relations and helps to turn made permanent. Today, the youth is in the process of having its own unique culture. It arose from the need of youth to express itself. Because of the period of youth, identity, needs to win the most intense period. Sport is only young people should do throughout the history of the republic is a type of an event considered. As discussed in our country, as a product of popular culture of the sport and with the approval of the masses be seen that the mass media. Understanding of the market economy, the mass media have dominated the sport in accordance with the socio-cultural structure, which could potentially be used. High culture particularly in a wider part of the culture but a relatively small part of the population bonds. Olympism understanding of life, arising from the Olympic games will go on forever, but even if it does not the only example of high culture. For this reason, by the Turkish youth, olympic games as a high cultural phenomenon is detected, increase the prevalence of sport, sports culture, and pop-sports culture will result in replicate. This study were made to find, Turkish youth should detect which sport as a cultural value about carried out to determine the ideas are informed.

KEYWORDS: Youth, pop culture, high culture, olympics

* Asst. Assoc. Dr., Inonu University School of Physical Education and Sports

GİRİŞ

Türkiye'nin doksan yıllık Cumhuriyet tarihinde birçok dönüm noktası yaşanmıştır. Bunların her birisinde yeni nesillerin davranış tarzları ülkenin geleceğini belirlemiş ve hala da belirlemektedir. Spor alanında da en çok katılımcı sayısı gençlerdir. Bu nedenle göz ardı edilemez bir grup olan gençliğin devlet tarafından spora yöneltilmesi düşüncesinin var olduğunun incelenmesi kaçınılmazdır. Ayrıca sporun dünya üzerindeki etkili iletişim ve sosyalleşme aracı olarak kullanılabilecek bir unsur olmasının düşünülmesi de önemini oldukça arttırmaktadır. Bu durumun daha iyi anlaşılabilmesi için modern olimpiyat oyunlarının en büyük spor organizasyonu olarak günümüze damga vurması ve birçok ülkenin onur ve gurur kaynağı olarak bu organizasyonda madalya ve madalyalar kazanabilmek için çok büyük miktarlarda ve uzun süreli yatırımlar yapılması üzerinde düşünülmesi gereken bir durumdur.

Yönetime gelmiş siyasi iktidarların spora bakışları erken cumhuriyet döneminde sadece çıkabilecek savaşlara karşı gençliği dinamik tutmak iken günümüzde ve yakın gelecekte de uluslararası arenada madalya kazanabilmek ve birçok büyük organizasyona ev sahipliği yapmak şekline dönüşmüştür. Ancak gerçekten gençliğin düşüncesi ve isteği sadece madalya sayısında birçok ülkeyi geride bırakan kişiler olarak Türkiye'yi dünya ülkeleri arasında en ön sıralara getirmek midir? Bu sorunun cevabı 2020 modern olimpiyatlara adaylığını koyan Türkiye'nin gençlik potansiyelinin spor konusunda ne gibi davranışlar sergilediğine, spor yapma alışkanlıklarının hangi düzeyde olduğuna, sporu bir kültür haline getirip getirmediğine, olimpiyat oyunları hakkındaki genel kültür birikimine ve küreselleşen düzene hangi düzeyde ayak uydurduğuna bakıldığında verilebilir. Bu yazı Türk gençliğinin spor etkinliklerini hangi kültür türü altında gördüğünü, modern olimpiyat oyunlarını ve günümüz Türkiye'sinde sporu sadece popüler kültür olarak mı tanıdıklarını belirleyebilmeyi amaçlamaktadır.

I. GENÇLİK TANIMI VE ALGISI

Yentürk (2008) tarafından gelecekteki gerçek hayata yani yetişkinliğe hazırlanmak için yaşanan bir ön dönem olarak nitelendirilen gençlik

yılları bireysel olduğu kadar kitlesel olarak da toplumu etkilemektedir. Benlisoy (2003) gençlik dönemini, piyasayı yenileyen, canlandıran bir güç olarak tanımlarken, Lüküslü (2005) ise gençliğin kişinin kim olduğunu sorguladığı, başkaları tarafından nasıl görüldüğü ve görünmek üzere kafa yorduğu bir dönem olduğunu söylemektedir.

Alemdaroğlu (2005), gençlik sürecinin yaşanılan toplumsal koşullara göre şekillendiği ve farklı sosyal sınıflardan gençlerin toplumsal, siyasal ve ekonomik süreçleri farklı biçimlerde tecrübe ettiklerini belirtmektedir. Farklı yaşanan bu sürecin de bir gençlik tanımı yapmayı her zaman zorlaştırdığını, gençliğin evrensel bir tanımını yapmanın kendinden önceki ve sonraki yetişkinlik sürecinin de evrensel tanımları olmadığı için zor olduğunu açıklamaktadır.

Türkiye'nin yeni Ulusal Gençlik ve Spor Politika belgesinde (2013) gençliğin tanımı yapılırken, gençliğin sadece biyolojik olarak değerlendirilmesinden çok sosyolojik olarak ele alınması gereken bir kavram olduğu belirtilmesine rağmen hedef gençlik grubunun Türkiye için biyolojik olarak 14-29 yaş aralığındaki gençler olduğu ve bu yaş aralığındaki bireyler için politikalar geliştirileceği ifade edilmektedir.

Tanım sorunu, birçok ülkenin gençlik sürecinin hangi aralıklarda olduğunun belirlenmesi aşamasında da karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Danimarka gençliği 15- 25 yaş arasındakiler olarak kabul ederken, Belçika ve Hollanda 0-25 yaş arasını, Finlandiya 0-29 yaş arasını, Avusturya, Bulgaristan, Yunanistan, İtalya, Portekiz, İspanya, Malta ve Ermenistan 30 yaşına kadar olanları, Ukrayna ise 35 yaşına kadar olan kişileri gençlik sürecini tamamlamamış kişiler olarak kabul etmektedir. Birleşmiş Milletlere (BM) göre ise istatistiksel amaçlar için 15-24 yaşları arasındaki kişiler "genç" olarak tanımlanmaktadır (Şentuna, 2009).

Mc Grath (2002) ise gençlik tanımını yaparken farklı ve ilginç bir bakış açısı geliştirmiş ve gençliğe sadece "yetişkinliğe geçiş süreci" olarak bakıldığında, aslında gençliğin yetişkin olamama hali, yani "eksik" bir durum olarak algılanabileceğini belirtmiştir. Eksik bir durum olduğu için de daha önce bu dönemi geçirmiş yetişkinlerin yön göstermelerine yani deneyimlerine her zaman ihtiyaç duyulmakta, her yetişkinin bir gençlik dönemi geçirdiği varsayılarak deneyimli ve uzman kişiler olarak algılanmakta olduğunu söylemektedir. Gençlik dönemindeki bireyler

toplumsal üretim sürecinde değil fakat bazı yükümlülükleri yerine getirene kadar aileleri ve devlet tarafından desteklenmesi gereken bir konum kazanmışlar, dolayısıyla üretim sürecine dahil olabilecek bilişsel performansa ve donanımına ulaşınca dek tüketici birey konumunda kalmaktadırlar (Doğan, 2004; Kasapoğlu, 1991). Bu nedenle Mc Grath (2002), gençlik sürecinin, yetişkin bir birey olabilmek için bu eksikliklerin ancak yetişkinlerden yardım alınarak tamamlanabileceği bir dönem olduğunu öngörmektedir. Bunun anlamı kendinizden önceki kuşakların ilgilendiği kadar olayla ilgilenmeniz ve kendinizi onlar kadar geliştirmeniz olarak açıklanabilir. Oysa gençlik döneminde bireylerin doğal olarak aileleriyle daha az zaman geçirme eğiliminde olduğu düşünülmektedir.

Öyleyse akıllara gelen ilk soru şu olabilir. Gençler zamanlarını nasıl geçirir, boş vakitlerini nasıl doldururlar? Cevap olarak da ilk akla gelenin spor olduğu düşünülebilir.

Akkaya (2007) tarafından yapılan bir araştırmaya göre ise gençlerin gün içinde yaptıkları aktiviteler göz önüne alındığında spor yapmanın çok düşük düzeyde olduğu bulunmuştur. Bu durum acaba gençlerin başka alanlarda yapmak isteyecekleri şeyler mi var, spor yapmaktan çok seyretmeyi mi tercih ediyorlar veya gençlerin spor kültürü var mı sorularını akla getirebilir.

II. POP-SPOR KÜLTÜRÜ VE GENÇLİK

Adorno (1996), kültür endüstrisi yoluyla kitlelere sunulan ürünlerin (müzik, spor, alışveriş vb.) ekonomik sistemin ayakta kalmasına ve kuru- lu politik düzenin korunmasına yaradığını belirtmektedir. Bu yüzden de kültür endüstrisi kültürel metalar ürettiği kadar, bağımlı bireyin ve toplumun yeniden şekillenmesi için de çalışmaktadır. Bir başka deyişle kültür endüstrisi arz ve talep kadar ihtiyaç duyduğu bireyi ve toplumu da yaratmaktadır.

Sporun popüler kültür ürünü olarak ele alındığı ve bu ürünün toplumun onayı alınarak kitle iletişim araçlarından sunulduğu görülmektedir. Günümüzde pazar ekonomisi anlayışının egemen olması, sporun da sosyo-kültürel yapıya uygun kullanılması gerekliliğini doğurmuştur. Popüler kültür ticari amaçlı ve yaygın olma özelliği olarak tanımlanabi-

lir. Oysa yüksek kültür daha az insanın katıldığı ve asla ticari bir meta olarak bakılamayacak kadar önemli bir yaklaşımdır.

Popüler ve yüksek kültür ikilemine bakıldığında, Ganz (2005) popüler kültürün toplumun bütünündeki beğeni düzeyini düşürdüğünü, dolayısıyla bir uygarlık olarak niteliğini bozduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca popüler kültür yüksek kültürden alıntı yaparak onu ayağa düşürüp, geleceğin pek çok yüksek kültür yaratıcısını baştan çıkarıp onun yetenek kaynağını tükettiğini belirtir.

Popüler kültür, gündelik yaşamın kültürü olması nedeniyle toplumun ve bireyin yaşadığı andaki mutluluğunu, geleceğin potansiyel mutluluğuna tercih etmesi kaçınılmaz olmaktadır. Popüler kültür aynı zamanda ürün ve eylemleri de kapsamakta, tüketiciler de bu ürünlerle anında doyum sağlamaktadır. Popüler kültürün ürünleri daha çok eğlence ve toplumsal sorunlara karşı ilgisiz konularda yoğunlaşmakta bu da bireyleri ilgilendiği konulara karşı gittikçe duyarsızlaştırmaktadır (Çaplı, 2002).

Bu anlayış çerçevesinde, ülkemizde spora karşı olan ilginin ve spor yapan kitlelerin gittikçe azalma eğilimi gösterip popüler kültürün hegemonyasına girerek birer ticari meta haline dönüşmesinin kaçınılmaz olduğu düşünülebilir. Yani, sen spor yapma sadece bizim sattıklarımızı al (maç bileti, şifreli kanal, firmamızın ürünü vb.) düşüncesi gittikçe yayılmaktadır. Bu durumdan en çok etkilenen kesim ise öncelikle teknolojiye düşkünlükleri ile gençlerdir.

Teknolojik araçlar yardımı ile birçok yanlı ve ayrıştırıcı spor haberi anında bilgi olarak genç bireyler ulaştırılmakta ve birer köle gibi potansiyel müşteri haline dönüştürülmektedirler. Bu olası durum aslında istendik bir durumdur. Yani bilgi ne kadar çok verilirse bireylerin spor yapma alışkanlığını daha çok kazanacakları düşünülmektedir. Oysa gözlemlenen durum tam tersine spor yapan değil taraftar grupları halinde ayrışan ve kazanıp kaybetme durumuna göre birbirlerine karşı olumsuz düşünce ve davranışlar geliştiren topluluklara dönüşmektedirler.

Modern düşünceye ve kültüre ait temel kavramların sorun haline dönüştürülmesi anlamına gelen Postmodernizm kültürel açıdan ele alındığında gelip geçici, anlık, yüzeysel ve akıldan çok hislere seslenen kültür formlarını desteklediği söylenmektedir (Mc Quail, 2005). Bu anlayışın

spor alanında yaratacağı etki ise kısa yoldan başarı kazanabilmek ya da şampiyon olabilmek olarak tanımlanabilir. Oysa sporda başarı uzun emek ve yatırımlar sonucu bilgi ve deneyime dayalı süreçler sonunda kazanılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Türk Gençliğinin sporu popüler kültür haline dönüştürmesi son derece tehlikeli ve geleceği etkileyen bir hale dönüşmektedir.

III. MODERN OLİMPİYAT OYUNLARI VE POP-SPOR KÜLTÜRÜ

Dünyanın en önemli sporcularının uzun yıllar boyunca antrenman yaparak hazırlandığı, her sporcunun otuza yakın spor branşında yaklaşık üç hafta boyunca yarışıp madalya kazanmaya çalışarak ülkelerinin onur kaynağı olabilmek için ter döktüğü Modern Olimpiyat Oyunları son dönemlerde Türkiye için önemli hale gelmiştir. İstanbul kenti beşinci defa Yaz Modern Olimpiyat Oyunlarını düzenleyebilmek için aday olmuştur.

Modern Olimpiyat Oyunlarının yaratıcısı Coubertin oyunları tekrar canlandırırken onu dünya barışının temeli olarak görmekte ve insanlar arasında var olan gerilimlerin ve düşmanlıkların atletik rekabet ruhu sayesinde azaltılabileceğine inanmaktaydı. Bu durum belki de, oyunların devam ettiği süre içerisinde asla yok olmayacak bir şekilde yüksek kültür örneği olarak karşımızda daima duracaktır.

Modern Olimpiyat Oyunlarının düzenlenmesindeki amaçlar şu şekilde sıralanabilir;

- Daha iyi ve barışçı bir dünya için, insanların spor yoluyla birbirini anlamaları ve dost olmaları imkanlarını yaratmak,
- Spor yapma amacının, insanın bedensel olduğu kadar bilişsel gelişiminde de katkısı olduğunu anlatmak,
- Uluslararası evrensel bir iyi niyet ortamı yaratmak ve geliştirmek amacı ile Olimpizm prensiplerini dünyaya yaymak.

Modern Olimpiyat Oyunlarının düzenlenmesindeki amaçlarda da görüldüğü gibi asla yok olmayacak değerler üzerine kurulmuş bir spor etkinliğinin varlığı hissedilmektedir. İşte bu yüksek kültürün günümüze yansımalarıdır. Birçok ülke de olimpiyat oyunlarını düzenleme konusun-

da bu değerlerin farkına vararak aday olmaktadır. Peki ya Türkiye’de aynı düşünceler ile mi beş kez aday olmuştur?

Aslında aksi düşünülemez. Ancak son yapılan araştırmalarda olimpiyat oyunları sayesinde ekonominin ilerleyeceğini, kentin gelecekte daha çok turizm ve iş yatırımı olanağına kavuşacağı, yeni insanlarla tanışma fırsatları doğacağı ve eğlenceli vakit geçirmede etkili olacağını belirtilmektedir (Berber, 2013). Araştırma sonuçlarına bakıldığında İstanbul halkının sporu tamamen popüler kültür ögesi olarak gördüğü, olimpiyat oyunlarına bir spor organizasyonundan çok kendileri için yeni fırsatlar yaratan bir etkinlik olarak baktıkları düşünülebilir. Oysa istenen sonuç daha çok İstanbullunun spor yapma alışkanlığı kazanmasına etki edeceği ve inşa edilen spor tesislerinden daha çok insanın öncelikli olarak gençlerin faydalanabileceği olanakların ortaya çıkacağı düşüncesinin hakim olması beklenebilirdi. Böylece sporun doğasında bulunan içgüdüsel hareket etme eylemi yüksek kültüre dönüşmüş olurdu.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçlarına göre (tuik.gov.tr, 2013) Türkiye nüfusu 2012 yılında 75 627 384 kişi olarak açıklanmıştır. Spor Genel Müdürlüğü verilerine göre (sgm.gov.tr, 2013) faal sporcu sayısı ise 429 bin 742 kişidir. Bu sayı ülke nüfusumuzun 175’te biridir. Yani her yüz yetmiş beş kişiden sadece biri spor yapmaktadır. Oysa yeni kurulan Gençlik ve Spor Bakanlığı ve Spor Genel Müdürlüğü tüm ülkede spor yapma oranını ve faal sporcu sayısını arttırmak için büyük çaba sarf etmektedir.

Spor yapma oranının ülkemizde az olmasının sebeplerinden birisi Türk Gençliğinin gelecek kaygısı olabilir. Bu kaygılanma durumu da sporu hayatlarında göz ardı edilebilecek bir etkinlik haline dönüştürmeye yeterlidir. Ancak diğer taraftan bakıldığında gazetelerin spor sayfalarının çok okunduğu, sadece spor haberleri yayınlayan birçok spor gazetesinin yayınlandığı, futbol karşılaşmalarının yayın haklarını alabilmek için milyonlarca Türk Lirası ödendiği, şifreli veya şifresiz spor kanallarının reyting sıkıntısı çekmediği, ebeveynlerin yaz olduğunda çocuklarını büyük bir istekle yaz spor okullarına götürdüğü, özerk spor federasyonlarında yönetici olmak için büyük çabalar sarf edildiği düşünülürse ortada bir dilemma olduğu açıktır.

Bu durum sadece ekonomik nedenler ile Türk Gençliğinin spor yapan değil spor ürünü satılan müşteriler haline dönüştürülmesi olarak açıklanabilir. Türkiye için en büyük spor hedefi olarak Olimpiyat Oyunlarını düzenlemenin konulduğu düşünüldüğünde, açıklanmaya çalışılan bu durum kendi düzenlediği Olimpiyat oyunlarında madalya kazanamayan bir ülkeye dönüşmeye çok yakın olduğumuzun da göstergesi olabilir.

Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) Olimpik Hareket sloganı ile dünya barışına ve daha iyi bir dünyanın yaratılmasına katkıda bulunmak üzere, gençliği hiçbir ayırım gözetmeden ve birbirini anlamayı, dostluk, dayanışma ve Fair Play anlayışını gerektiren Olimpiyat ruhu içinde spor ile eğitmeyi hedeflemektedir (www.olympic.org, 2011). Önümüzde duran böylesine etkileyici bir yüksek kültür örneği varken hem 2020 hem de bütün Olimpiyat oyunlarına katılmak ve düzenlemeye istekli olmak oldukça anlaşılır bir davranış biçimi olduğu düşünülebilir.

Unutulmamalıdır ki spor sadece gelir getiren ve bizi eğlendirip hoş vakit geçirmemizi sağlayan bir unsur değil, kendisine ait değerleri olan, canlı, yaşayan, sürdürülebilir nitelikte, yaş, cinsiyet, ırk, boy, kilo gibi herhangi bir ölçüt gözetmeyen, herkesin ortak paydası olabilecek ve bundan dolayı tüm insanlık ve özellikle de genç yaştaki insanlar için tutunulabilecek bir kurtarıcı vasfı olan yüksek kültürün en güzel örneğidir. Türkiye ve Türk Gençliği de bir an önce sporu hayatlarında yüksek kültür ögesi olarak taşımaya başlamalı, ilgili tüm spor kurumları da bu duruma destek olacak her türlü imkanı sağlamalıdır.

KAYNAKLAR

- Adorno W.T., Horkheimer, M., 1996 Aydınlanmanın Diyalektiği, çeviri: Özügül, O., Kabalcı Yayınevi, İstanbul
- Akkaya, S., 2007, Üniversite Öğrencilerinin Popüler Kültür Etkinlikleri Ve Boş Zaman Alışkanlıkları, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Alemdaroğlu, A., Bir İmkan Olarak Gençlik, Birikim Yayınları, Ağustos 2005 sayfa 21

- Benlisoy, F., 2003, Öğrenci Muhalefetinin Güncelliği, Toplum Ve Bilim, s. 281
- Çaplı, B., 2002, Medya ve Etik, İmge Yayınevi, Ankara
- Doğan, İ., 2004, Toplum ve Eğitim Sorunları Üzerinde Felsefi ve Sosyolojik Tah-
liller, Pegema Yay., Ankara
- Ganz, H.J., 2005, Popüler Kültür ve Yüksek Kültür, çeviri: Onaran İncirlioglu, E.,
Yapı Kredi Yayınları, İstanbul
- Gençlik ve Spor Bakanlığı Yayınları (2013), Ulusal Gençlik ve Spor Politikası
Belgesi, Yayın No: 57, Ankara
- Kasapoğlu, M. A., 1991, Gençlik Sorunlarına Çözümleme Yaklaşımları, Türk Aile
Ansiklopedisi, Cilt II. s. 577-584, T.C Başbakanlık Aile Araştırmaları Yay.,
No:72, Ankara
- Lüküslü, 2005, Farklı Kitaplardan Farklı Açılardan Gençlik Analizleri, Birikim
Yayınları, Ağustos 2005 sayfa 69
- Mc Quail, D., 2005, McQuail's Mass Communication Theory, Sage Publications,
London
- MC Grath, B., 2002, "Towards the Enablement of "Unqualified" Rural Youth: A
Structurationalist Perspective on Socially Inclusive Policy Interventions"
Journal of Youth Studies, Vol.5, No.3, September, pp. 291-312
- Şentuna, M., 2009, Türkiye'deki Gençlik ve Spor İle İlgili Kamu Kurumları ve
Sivil Toplum Kuruluşlarının Gençlik Politikalarının Değerlendirilmesi ve
Bir Model Örneği, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Ensti-
tüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Bolu
- Yentürk, N., Nemutlu, G., Kurtaran, Y., 2008, Türkiye'de Gençlik Çalışması ve
Politikaları- Gençlik Çalışmaları Temelinde Gençlik Politikaları Önerileri-
Türkiye Sivil Alanında Gençlik Çalışmasının Tarihsel Gelişimi, Bilgi Üni-
versitesi Yayınları, İstanbul
- http://www.olympic.org/Documents/olympic_charter_en.pdf, 2011
- <https://www.sgm.gov.tr/Sayfalar/Istatistikler.aspx>, 2013
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13425>, 28 Ocak 2013, sayı
13425
- Berber, S., <http://e-gazete.anadolu.edu.tr/ayrinti.php?no=12756>, 2013