

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 13 Sayı: 69 Mart 2020 & Volume: 13 Issue: 69 March 2020
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2020.4059>

TÜRKİYE'DEKİ FUTBOL TARAFTAR FANZİNLERİ ÜZERİNE TEMATİK BİR ANALİZ A THEMATIC ANALYSIS ON FOOTBALL FAN FANZINES IN TURKEY

Aslı ELGÜN*

Öz

Fanzinler, ana akım dışı konuların yer aldığı, kolajların ağırlıkta olduğu, genellikle fotokopi ile çoğaltılan, üretimden dağıtımına kadar bağımsız olan bireysel ya da kolektif üretimlerin yapıldığı, kar amacı gütmeyen, alt kültürün bir dışı vurum aracı ya da alternatif söylemlerin yer aldığı yayınlardır. Fanzin türlerinden biri de spor fanzinleridir. 1970'lerden itibaren spor fanzinleri başta İngiltere ve futbol alanında olmak üzere taraftar gruplarının bağımsız yayınları olarak ortaya çıkmıştır. Genel olarak Avrupa ve Amerika'da spor fanzinlerinin spor kulüplerinin muhalif taraftar seslerini yansıtan ya da sporun endüstrileşmesini eleştiren içeriklere sahip olduğu görülmektedir.

Bu çalışma, futbol taraftar fanzinlerini anlamayı ve betimlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla, 2000 yılından sonra Türkiye'de yayınlanmış olan futbol taraftar fanzinlerinin(n=37) isimleri, kapak sayfalarında yer alan metinsel ve görsel öğeler nitel yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Tematik analiz yönteminin kullanıldığı çalışmada amaçlı örneklem tekniğinden yararlanılmıştır. Doküman taraması sonunda elde edilen futbol taraftar fanzinlerinin ilk sayıları veri setine dahil edilmiştir. Bulguların temalar alayazın ile karşılaştırılarak benzer yönler ve ayrılan yönler tartışılmıştır.

Çalışmada futbol taraftar fanzin üreticilerinin renkli baskı tekniğini kullanmayı tercih ettikleri, fanzin isimlerinde taraftar grup isimlerinin, yerel öğelerin, takım sembollerinin ana temalar olarak kullanıldığı bulgulanmıştır. Futbol taraftar fanzin kapaklarında kullanılan görsel öğelerde birlik-beraberlik duygusu, ikonik figürler, ideolojik öğeler, nostalji ve takım sembolleri ana temaları oluşturmuştur. Kapakta yer alan metinsel öğelerde ise, endüstriyel futbol karşıtlığı, aşkın duygular(pozitif ve negatif), dayanışma-beraberlik, takıma ait semboller ana temalar olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Fanzin, Futbol Taraftar Fanzinleri, Spor Fanzinleri, Alt Kültür, Tematik Analiz.

Abstract

Fanzines are publications that generally touch on topics outside the mainstream, heavily feature collages, are usually reproduced via photocopy, are produced and distributed independently (individually or as a collective), are non-profit, and serve as tools of expression for sub-cultures or alternative statements. One type of fanzines is sports fanzines, which have emerged after the 1970s as independent publications of fan groups predominantly in England, and predominantly in football. Sports fanzines in Europe and America can generally be observed to have content that echoes the voices of contrary fans or criticizes the industrialization of the sport.

This study aims to understand and describe football fan fanzines. Thus, the names, and the visual and textual contents of the cover pages of football fan fanzines(n=37) published in Turkey after 2000 have been analysed via qualitative methods. This study that employs the method of thematic analysis also uses the technique of purposeful sampling. The first issues of football fan fanzines obtained via document analysis have been included in the data set. The discovered themes have been compared to literature, and the similarities and differences have been discussed.

The study has discovered that football fan fanzine producers prefer color printing, and employ fan groups' names, local elements, and team symbols as primary themes in fan fanzine names. The visual elements of football fan fanzines have been revealed to employ, emotions of camaraderie, iconic figures, ideological elements, nostalgic elements, team symbols, whereas the textual elements on the cover have been identified to heavily feature opposition to industrial football, solidarity, ultra-emotions (positive and negative), feature social sensitivity, and themes of eternal commitment to the team.

Keywords: Fanzine, Football Fan/Supporter Fanzines, Sport Fanzines, Subculture, Thematic Analysis.

* Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6617-8325> - aslielgun@gmail.com



1. GİRİŞ

Fanzinler altkültürün bir ifadesi, toplumsal olarak tabanın eylemlilik biçimlerini yansıtan ürünler (Duncombe,2008; Hebdige,2002) olarak görülürken bir taraftan da alternatif medyanın (Atton, 2015; Downing, Ford & Stein,2017) parçası olarak nitelendirilmektedirler. İngilizce “*fanzine*” kelimesi, hayran/taraftar olmak anlamına gelen “*fan*” kelimesi ile dergi anlamına gelen “*magazine*” kelimesinin birleşimidir ve Türkçede de fanzin olarak kullanılmaktadır. Konu çeşitlilikleri, üretim, örgütlenme ve dağıtım biçimlerindeki farklılar fanzinin tanımlanmasında zorluklar yaşanmasına neden olmaktadır. Fanzinler; kişisel düşüncelerin yer aldığı, politik, boyutları üreticisinin seçimine göre değişen, tasarımsal olarak kolajların kullanıldığı, siyah-beyaz renklerin tercih edildiği, alternatif söylemlere sahip, zaman içinde el ile üretimden bilgisayar ortamında üretimine geçilen, üretiminden dağıtımına kadar bağımsız olan yayınlardır (Wooten, 2012, 9). Duncombe fanzini, ticari ya da profesyonel olmayan, az sayıda kişiye ulaşan, üretiminin, yayınının ve dağıtımının üretimi tarafından yapıldığı metinler olarak tanımlamaktadır (2008, 7). Hebdige’e göre ise fanzinler, bireysel ya da grup tarafından düzenlenen, mülakatlar ve röportajlardan oluşan, mümkün olduğu kadar ucuza üretilen, birbirine zımbalanmış ve az sayıda mekanda dağıtılan dergilerdir (2002, 111). Tüm bu tanımlardan da anlayacağımız üzere fanzinler içerik, üretim, örgütlenme ve dağıtım biçimleri açısından diğer yayınlardan farklı özelliklere sahiptirler.

Fanzini diğer yayın türlerinden ayıran bir başka özellik ise türsel açıdan kategori edilememesidir. Bu alanda en kapsamlı kategorizasyonu Duncombe (2008), *Notes From Underground: Zines and The Politics of Alternative Culture*(*Yeraltından Notlar: Zinler ve Alternatif Kültürün Siyaseti*) adlı çalışmada yapmıştır. Bu kategorizasyona göre fanzinler (15-17); bilimkurgu, müzik, spor, televizyon ve film, politik, kişisel, ağ, dinsel, mesleki, sağlık, edebiyat, mizah, seyahat, sanat olarak ayrılmaktadırlar.

Bu çalışma, spor fanzinlerinin bir alt türü olan futbol taraftar fanzinleri üzerine gelişen bir merak sonucunda ortaya çıkmıştır. Uluslararası alanyazınında fanzinler üzerine yapılmış birçok araştırma bulunmaktadır. Bu çalışmalar fanzinleri içerik ve biçim açısından incelemekte, türün kültürel ve evrensel özelliklerini analiz etmeye çalışmaktadırlar. Ulusal alanyazınında ise fanzinler 2000’li yıllardan itibaren çalışılmaya başlanan yeni bir alandır. Fanzinlerin önemi alternatif bir medya, altkültürün ifade aracı, karşı söylemlerin ürettiği yayınlar oluşundan kaynaklanmaktadır. Bu çalışma ile de futbolun önemli bir parçası olan taraftarların ana akım medyada yer almayan konu ve gündemlerini taşıdıkları fanzinler tematik olarak incelenmeye çalışılacaktır. Bu çalışma doğası gereği bir genelleme yapmayı değil, zorda bulunan bir yayın özelliği taşıyan futbol taraftar fanzinlerinin genel bir portresini çizebilmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada öncelikle fanzin tarihi ve fanzinin özelliklerine değinilecek ardından futbol fanzinleri ve taraftarlık ilişkisi uluslararası alanyazından hareketle açıklanacaktır. Ardından veri setinde yer alan futbol taraftar fanzinlerinin isimleri, kapaklarında yer alan görsel ve metinsel öğeler tematik analiz yoluyla bulgulanarak çıkan temalar üzerine bir tartışma yürütülecektir. Bu çalışmanın özgünlüğü ulusal alanyazınında konu ile ilgili herhangi bir çalışmanın şu ana kadar yapılmamış olmasıdır ve çalışma ile alanyazına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

2. FANZİN TARİHİ VE FANZİNLERİN ÖZELLİKLERİ

Üretiminden dağıtımına kadar bağımsız olan fanzinlerin ilk olarak ne zaman yayınlandığını bilmek zor olmasına rağmen 1930’lardan itibaren Amerika’da ortaya çıktığı belirtilmektedir (Wertham, 1973; Duncombe 2008; Atton, 2006, 2011; Bartel,2004). 1909 civarı Lüksemburg’lu bir göçmen olan Hugo Gernsback ilk başlarda bilimsel kurgu adını verdiği ardından da bilimkurgu türü adını alacak öykülerinden oluşan bir dergi yayınlamıştır. Bu öyküler 1926 yılında daha da popüler hale gelmiş ve Gernsback öykülerini *Amazing Stories* adında bir dergide toplamıştır. Ardından 1930 yılında ilk fanzin “*Comet*” yayın hayatına başlamıştır (Duncombe, 2008, 51). Bilimkurgu alanında ilk örneklerine rastlanılan bu yayın biçimi 1960’lı yılların sonuna kadar yine en çok bu alanda erkek editörlerin ve hayranların ağırlıkta olduğu bir alan olarak devam etmiş (Conrad, 2001, 17), 1970’li yıllardan itibaren ise Amerika’daki Punk akımının içinde kullanılmaya başlanmıştır. 1980’lerde fanzinlerin rehberi olan Factsheet Five oluşumu bu yayınların görünürlüğünü arttırmıştır (Desyllas & Sinclair, 2014, 298). 1990’lardan itibaren ise Amerika’da müzik dünyasındaki erkek egemenliğini kırmak için başlayan Riot Grrrl Hareketi, bir yandan fanzin dünyasını hareketlendirmiş ve Riot Grrrl, Summer Star, Jig Saw, Girl Germs gibi fanzinlere ilham kaynağı olmuş diğer yandan ise Amerika’daki şiddet, cinsellik, ırkçılık ve ataerkillik konularının baskın bir biçimde eleştirildiği politik birer yayına dönüşmüştür (Blandy,2002). Örneğin Amerika’da 90’lı yıllarda yayınlanan Shocking Pink adlı fanzin, kadına yönelik ticari dergilere meydan okumakta ve kadın kimliğini, deneyimlerini ön plana çıkararak kadına yönelik şiddet, cinsellik, eşcinsellik gibi konuları tartışmaya açmaktadır (Yates, 2012,



375). 1970'li yıllardan başlayarak içerikte yaşanan bu değişimler fanzinleri altkültürün bir parçası ve sıradan insanın sesini duyabilecekleri bir araç haline getirmiştir.

Bireysel, az bütçeli, çoğu örneğinde kes-yapıştır biçimi ile üretilen fanzinler dinamik yapılardır ve başat kültür içinde alternatif olarak birey ya da toplulukların kendilerini politik olarak ifade ettikleri, özneliklerini aktardıkları bir yapıya sahiptirler. Dunn ve Farnsworth'a göre (2012) fanzinler gizli tarihi ortaya çıkaran araçlardan biridir ve karşı kültürlerin öykülerini bize anlatmaktadırlar (145). Fanzinler "bir kültürel türün inceliklerini ve nüanslarını tartışmaya adanmış yayınlar" olarak dikkat çekicidirler (Duncombe, 2008, 9) ve en önemli özellikleri ise çeşitli nedenlerle ana akım kültüre adapte olamamış kişi ve grupların yani altkültürlerin kendini ifade etme araçları olmalarıdır (Thornton&Gelder, 1997, 4).

Bireysel bir yayın aracı olan fanzinler için önemli olan bir başka özellik ise fanzin üreticisinin kimliği meselesidir. Yapılan çalışmalar ışığında (Duncombe,2008; Sklar,2006; Kearney,2006; Bartel,2004; Wright,1996; Triggs,2010) fanzin üreticileri homojen, tek, yekpare özellikler göstermese de belli başlı ortaklıklar üzerinden tanımlanabilecek bir dünya görüşüne sahip oldukları düşünülmektedir. Fanzin üreticileri sanat, politika, eylemlilik ve kendin yap gibi kavramlarla ilgilenen kişilerdir (Bartel, 2004, 18). Çeşitli sınıf ve toplum dinamikleri olmasına rağmen fanzin, karşı kültürel üretimin etiğine(anti-) uygun bir yapıya sahiptir; böylece fanzin üreticileri de profesyonel ya da ticari yayıncılıktan uzak kalmayı tercih eden, çeşitli nedenlerden -yaş, ırk, sınıf, cinsel tercihler, politik görüşler- dolayı egemen kültüre dahil olmamış ya da olmamayı tercih eden kişiler ya da gruplar olarak tanımlanmaktadırlar (Kearney, 2006, 143) ve ana akım kültür, küreselleşme, kapitalizm, endüstrileşme, tek tipleştirme gibi konu/durum ya da görüşlerle uyumsuzluk içinde olduklarını fanzinleri aracılığıyla dile getirmektedirler. Fanzin üreticileri gündelik hayat pratikleri içinde eylemlilik göstermese ya da muhalif bir pozisyonda olmasalar da fanzinleri aracılığıyla karşı söylemler üretmeyi tercih etmektedirler.

Fanzinler birer iletişim aracıdır, bireysel mecralardır ve mecra olarak ilk işlevi iletişim kurmaktır. Kendi topluluklarında dolaşımda olan ve kişisel ifadeler taşıyan bu ürünler kişiler ya da gruplar tarafından "ben varım" diyebilmek ve bunu diğer kişilerle paylaşabilmek için çıkartılmaktadırlar (2008, 49). Bu iletişimin temel amacı fikir/düşünce ya da hedeflerin geniş toplum kesimi ile paylaşılması ve onlar arasında yaygınlaştırılması değildir. Fanzin üreticileri hayran toplulukları arasında dayanışmayı inşa etmeye çalışmaktadırlar ve ortak fikirde topluluk oluşturma dürtüsünde olan kişileri bir araya getirerek alternatif bir topluluk oluşturmak amacı ile bu iletişimin bir parçası haline gelmektedirler (Atton, 2011, 565). Böylece fanzinler hem topluluğun bir iletişim aracı olarak işlev görmek hem de topluluğu oluşturma ve bir arada tutma işlevlerini üstlenmektedirler. Fanzinlerin bu başarısı -az sayıda okuyucuya ulaşmak, kişisel deneyimlere ağırlık vermek gibi dezavantajlı özelliklerine rağmen- alternatif söylemleri ve deneyimleri ön plana çıkarmasından kaynaklanmaktadır.

Fanzinleri ana akım medyadan ayıran ve alternatif medya olarak nitelendirilmesine neden olan bir başka özellikleri ise, yayıncı ile okuyucusu arasındaki yatay iletişimin varlığıdır. Atton'a göre (2006); ticari kaygı taşımayan, hiyerarşik örgütsel yapılanmaya sahip olmayan ve amatör olmayı ön plana alan kültür ürünleri medya üreticisi ile izleyicisi arasındaki ayrımı silikleştirmektedir ve demokrasinin gelişmesi için öncülük etmektedir (23). Fanzin üreticileri ile okuyucuları arasında da ayrım muğlaklaşmaktadır, çünkü bir fanzin okuyucusu zamanla o fanzinin yazarı haline gelebilmekte ya da kendi fanzinini çıkarmaya karar verebilmektedir. Bu da fanzin üreticilerinin bir ağ ile birbirine bağlanmalarını sağlamaktadır. Bu bağ elbette ağaçsı olmaktan çok rizomatik özellikler göstermektedir. Herhangi bir kurum ya da yayın birliğine ait olmadan çıkarılan fanzinler, devlet ya da ticari bir denetim mekanizmalarına tabi değildirler. Onların tek eleştirmeni, denetleyeni okuyucularıdır ve bu yüzden de okuyucu ile fanzin üreticisi arasında samimi, diyaloga açık, yatay bir iletişimden söz edilebilmektedir.

Fanzinler para kazanmak kaygısı ile çıkarılan yayınlar değildir. Buradaki temel hedef fanzin üreticisinin kendi düşüncesini, görüşünü, hedefini ya da kişisel deneyimlerini topluluğu ile paylaşmak istemesidir. Bundan dolayı fanzinler ya değiş-tokuş usulü ya da sembolik ücretlerle dolaşımda kalmaktadırlar ve daha az maliyetle çıkarılan bir fanzin daha pahalıya mal olmuş bir fanzinle rekabet şansı yakalayabilmektedir (Atton, 2011, 566). Fanzin üreticileri okuyucularını birer tüketici olarak görmedikleri gibi okuyucular da fanzinlere tüketim nesnesi olarak bakmazlar ve böylece bu iki taraf arasında görünmez bir etik sözleşme işlerlik kazanır.

Fanzinlerin dikkat çekici bir diğer özelliği ise tasarımlarıdır. Kapak sayfalarında iç sayfa tasarımlarına kadar bu zamana kadar rastlamış olduğumuz yayın formatından farklı bir yapıya sahiptirler ve gelişen teknolojiye de uyum sağlamışlardır. "Şablonla çizilen harfler, kes-yapıştır tasarımlar, gazete ya da



dergilerden fotokopi ile alınan fotoğraf ya da yazılar, çeşitli yazı karakterlerinin arasından el ile yazımın seçilmesi" (Atton, 2010, 519) fanzin tasarımlarında sıklıkla rastlanan özelliklerin başında gelmektedir. Bu tasarımlar bir yandan profesyonel yayınların biçim ve tasarımlarına karşı duruşu temsil ederken diğer yandan da "Kendin-Yap" etiğinden kaynaklanan nedenlerle tercih edilmektedirler. Bu fanzinler ile fanzin üretenlerin sosyal deneyimleri, dünya görüşleri arasında sembolik bir uyumun olduğunu göstermektedir (Atton, 2010, 519). Ancak tüm fanzinlerin tasarım özelliklerini belli bir kategoriye indirgemek fanzinin doğası gereği mümkün gözükmemektedir ve bazı türler kendi içinde, zamana ve kültüre bağlı olarak farklılaşmaktadırlar.

Günümüzde ise fanzinler ana akım medyada rastlayamayacağımız az bilinen konuları ele alan önemli bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmektedirler (Bondarchuk & Park, 2010, 154). Bu alternatif gündemleri olan bilgi kaynaklarını; sayfa tasarımları açısından belli bir biçime bağlı kalmadan, genellikle politik bir manifesto çerçevesinde içeriklerinin, isimlerinin ve logolarının oluşturulduğu, kişilerarası ilişkiler ile dağıtımın gerçekleştiği, sembolik bir ücret ya da ücretsiz olarak dağıtımına sokulan, topluluğu oluşturma ve topluluğun iletişim aracı olma özelliği gösteren düzensiz yayınlar olarak açıklayabiliriz.

3. FUTBOL FANZİNLERİ VE TARAFTARLIK

Spor fanzinleri, ağırlıklı olarak Avrupa özellikle de İngiltere'de beliren fanzin gruplarıdır (Duncombe, 2008, 16). Çok çeşitli spor dalı olmasına rağmen özellikle futbol konusunda yayınlanan fanzinler spor fanzinleri içinde ağırlık oluşturmaktadır. Birçok çalışma spor fanzinlerinin temelde futbol fanzinlerinden oluşturduğunu diğerlerinin fanzin kültürü içinde çok da etkin olmadığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda spor fanzinlerini, futbol odaklı fanzinler, diğer spor dallarını odağına alan fanzinler ve karma fanzinler olarak kategorize etmemiz mümkündür. Buna ek olarak futbol fanzinlerini kulüp taraftarları tarafından çıkarılan ve herhangi bir taraftar grubuna bağlı olmadan çıkarılan olarak da sınıflandırabiliriz.

Spor çok eskiye dayanan ve boş zaman etkinlikleri içinde yer alan oyun türlerinin toplamıdır. Futbol ise işçi sınıfının çalışma saatleri dışındaki zamanında kendisini yeniden-üretebilmek, rahatlamak ve çalışma sürecine katılabilmek için kurguladığı oyun olarak ortaya çıkmıştır (Çoban,2008). Spor özel olarak da futbol, zaman içinde ekonomik iktidarın bireylerin boş zamanını sömürgeleştirmesi, küreselleşme ve kapitalist sistemin etkileri ile sadece bir oyun olmaktan çıkmış tüketim kültürünün, kitle endüstrisinin bir parçası haline gelmiş, hiyerarşi ve iktidar ilişkilerini yeniden üreten bir pozisyona çekilmiştir (Çoban,2008). Bu da futbolun yalnızca bir oyun değil ondan fazlası olması sonucunu doğurmuştur. Spor takımlarının şirketleşmesi, bir ekonomik işletme olarak konumlanması onları birer küresel ekonomik değer haline getirmiştir. Örneğin; günümüzde metalaşan arzı pazarlayan federasyonlar ve dijital yayıncı kuruluşlar mevcuttur ve bu ürünleri satın alacak tüketiciler/seyirciler/taraftarlar/müşteriler bulunmaktadır ek olarak da birer ticaret merkezine dönüşen stadyumlar inşa edilmektedir. Ayrıca kulüplerin yan ürünlerinin satışının yapıldığı mağazalarla (Talimciler, 2008, 93) günümüzde endüstrileşmiş bir futbol arenasından söz etmek mümkündür.

Çalışmanın konusu itibarıyla endüstrileşmiş futbolun/sporun taraftar ile kurduğu ilişki, taraftarın tanımı ve özellikleri önemli gözükmektedir. Seyirci ve taraftar bir spor organizasyonunun mütemmim cüzüdür. Spor/futbol açısından seyirci homojen bir topluluğu ifade ederken taraftar örgütlenmiş, organize olmuş izleyici olarak açıklanabilir. Seyirci bir sebep ya da sebepsiz olarak belli zamanlarda bir araya gelen ve sonra dağılan "geçici teşkilatsız insan birikimi" olarak ifade edilirken spor taraftarı spor kulübüne, takımına, renklerine ya da hepsine inançla bağlı olan kişiler için kullanılmaktadır (Paksoy, 2014, 15-16). Bu tanımlardan anlaşılabilir ki taraftarlık gönüllü, kişisel tercih ve bağlılıkla ilgili bir kavramdır. Ancak tek tip, homojen bir taraftar tanımından söz edilemeyeceğinin altını çizen Kenneth, Hunt, Bristol & Bashaw spor taraftarlığını beş ayrı kategoriye ayırmaktadırlar (1999): Onlara göre; geçici taraftar "zaman" ile sınırlı olarak spor aktivitesinin taraftarı olmakta ve ardından bu öge ile ilgili davranışı ortadan kalkmaktadır (443). Yerel taraftarlarda, "coğrafi" sınırlılıklar ön plana çıkmakta ve bu gruptaki çoğu taraftar doğdukları ya da ikamet ettikleri coğrafi bölge ya da şehrin takımını destekleme eğilimi göstermektedirler (444). Sadık taraftarlar için taraftarlık zaman ya da mekanla sınırlı değildir, sadık taraftar sporcu, takım ya da spor dalını destekleyerek kendini ifade etmeye çalışmaktadır (446). Bir diğer kategori olarak kabul edilen fanatik taraftarlar için bir takım, kişi ya da spor dalının taraftarı olmak kimliğinin bir parçasıdır ve gündelik yaşam pratiklerini yansıtmaktadır (446). İşlevsiz taraftarlıkta ise kişinin taraftarı olduğu takım, sporcu ya da spor dalına davranış ve tutumlarında rahatsız edici özellikler gözlenmektedir, "holiganlık" buna örnek olarak verilmektedir (447). Endüstri haline gelmiş olan spor için bu taraftar tipolojilerinin ortak özelliği onların tüketici, müşteri haline gelme biçimleri ve yollarının inşa edilmesidir. Önce ucuz biletlerle basit tribünlerde takımlarını izleyen seyirci ya da taraftarlar futbolun ticarileşmesi ile yüksek ücretle lüks, konforlu



tribünlerde takımını destekler ya da izle-öde sistemi ile naklen yayınlarını evlerinden takip etmeye başlamışlardır, böylece oyunun özünden kopartılarak tüketim boyutuna indirgenmişler ve birer müşteriye dönüşmüşlerdir (Talimciler, 2008, 109-111).

Futbol fanzinlerinin ortaya çıkışı sporun endüstrileşmeye başlaması ile paralel ilerlemektedir. Haynes'e göre (1995) futbolu mizah ile ele alan Foul ve amatör yayınlardan Shoot ve Goal İngiltere'de spor fanzinlerinin doğmasına öncülük etmişlerdir (Akt:Millward, 2008, 300). İngiltere'de kulüp odaklı ilk fanzinler (Terrace Talk, Off The Ball, When Saturday Comes) 1970'lerin ortasından itibaren Londra, York, Bradford, Birmingham'da yayınlanmaya başlanmıştır. Yine bu yıllarda İngiltere Futbol Taraftarları Derneği (Football Supporters' Association-FSA) kurulmuştur ve organizasyon futbol taraftarlarının tabanını temsil etmek isteyen bir 'baskı grubu' olarak faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu bağlamda da futbol fanzinlerine hem destek vermiş hem de fanzin üreticileri bu organizasyonun üyelerini oluşturmuşlardır (Jary, Horne & Bucke, 1991, 587). Bu yüzden o yıllardan itibaren İngiltere'de çok sayıda ve çeşitlilikte fanzin üretimi sözkonusu olmuştur. Daha önce de söz ettiğimiz üzere spor fanzinleri içinde sıklıkla görülen, ön plana çıkan futbol fanzinleri olmuştur. Bu yüzden de spor fanzin tarihi gerçekte futbol fanzin tarihi ile bir tutulabilmektedir.

Avrupa ve Amerika odaklı olarak 1980'lerden günümüze spor fanzinleri tarihine baktığımızda fanzinlerin çoğunlukla İngiltere menşeli olduğunu ve genellikle bir kulübe bağlı olarak çıktığını görmekteyiz. İngiltere'nin Sunderland taraftarlarının çıkarttıkları *A Love Supreme*, Arsenal taraftarlarına ait *Gunflash*, Leeds taraftarlarına ait *Crossbar/We are Leeds*, sporun tüm dallarına değinen *Show Me The Wat To Go Home*, oyun üzerine yazıların bulunduğu *Fly Me to the Moon*, yazılarında tüm takımları ele alan *Those Were Days*, Manchester United taraftarlarına ait *United We Stand* ve *Red Issue*, Newcastle için çıkarılan *The Mag*, 2004 yılında yayına başlayan Northampton şehrini temsil eden *HotelEnders*, futbolu seven şık kadınlar mottosu ile çıkan *Season*, LGBTI ve spor ilişkisini ele alan *The Football Pink* bu alanın fanzin örneklerinden en göze çarpanlarıdır (Hotten, 2005). Avrupa'ya baktığımızda ise, Almanya'da VfB Oldenburg taraftarının 1990'larda çıkardıkları *Oldenburger Wochenendspiegel*, Nurnberg taraftarına ait *Goalie News* ve *Stern Rundschau*, Fransa'da FC Mulhouse için çıkan *Buse*, Polonya'da LKS Lodz taraftarının çıkardıkları *Red Devils* bu geniş külliyat için sayılabilecek fanzin isimlerinden sadece birkaçıdır (FootballFanzines, 2017).

Tüm bu tarihsel süreç içinde futbol fanzinleri taraftarların bakış açısının en üst düzeyde yansıtıldığı yeni bir biçimi oluşturmuşlar; futbolda demokratik, katılımcı söylemlerin dile getirilmesinde öncülük etmişler ve küresel sponsorlar, resmi yönetimler, ticari medya kuruluşları olmadan da görüşlerin rahatça ifade edilebildiği bir özgürlük alanı oluşturmuşlardır (Green,1999, 22). Atton'ın da belirttiği gibi fanzin süreç olarak bir konuşmayı andırmaktadır ve bu konuşma demokratiktir, çünkü üzerine kurulu olduğu bilgi ve yetki; örgün veya mesleki eğitimden kaynaklanmamakta; otodidaktik, amatör bir coşkudan gelmektedir (2015, 439). Bu diyalog hem topluluk arasında hem de topluluk ile sporun diğer bileşenleri arasında süregelmektedir.

Spor/futbol fanzinlerini kültürel bir meydan okuma alanı olarak gören Jary, Horne & Burke futbol fanzinlerinin özelliklerini ve işlevlerini şu şekilde özetlemektedirler (1991, 585-586):

1. Fanzinler ya taraftarlar tarafından ya da taraftarlar için çıkartılmaktadır.
2. Genellikle ait olduğu kulübün destekçileri tarafından çıkartılsa da bağımsız yayınlardır. Kulüp yöneticileri ile olan ilişkileri zayıftır ve genellikle de kulüp içinde olmaları tasvip edilmemektedirler.
3. Oyunun temelde iş adamları tarafından kontrol edildiği ve giderek artan ticari kriterlerin egemen olduğu oluşumların, lig futboluna büyük kulüplerin yön vermesinin ve reklam çıkarları tarafından belirlenen gündemin artan egemenliğinin karşısındadırlar.
4. Küçük kulüplere ait fanzinler genellikle medyanın büyük takımlara olan ilgisini bu yöntemle aşmaya çalışmaktadırlar.
5. Futbol fanzin üreticileri, futbol taraftarlarının kitle iletişim araçlarında yanlış stereotipleştirilmesinin sonucu olarak, bu stereotipleşmeyi değiştirmek için büyük bir sorumluluk almaları gerektiğini düşünmektedirler ve bu durum ile mücadele etmeyi amaçlamaktadırlar.
6. Güvenlik güçlerinin orantısız şiddet kullandıklarını ve ayrımcılık yaptığını dile getirmektedirler ve bunu sert bir dille eleştirmektedirler.

Bu belirtilen özellikler futbol fanzin üreticisinin kimliğine dair de ipuçları vermektedir. Fanzin üreticileri "Halkla ilişkiler dolu kulüp bildirileri, ana akım medyanın sansasyonel aldatmacaları ve bazı baskın fikirlere meydan okuyarak kültürel direnişi temsil etmektedirler" (Johnstone, 1999, 178). Fanzin üreticisinin kimliği ayrılmaz bir biçimde fanzinin içeriğinin de belirleyicisi olmaktadır. Futbol fanzinlerinin



içeriğini genellemek mümkün olmamasına rağmen Johnstone' a göre İngiltere'de neredeyse tüm futbol fanzinleri futbolun sıradan taraftarlara ait olduğuna vurgu yapmaktadır ve futbolun kapitalist çıkarlardan, politikacılardan ve medyadan kurtarılmasının (veya yeniden kazanılmasının) gerektiğine inanmaktadırlar. Bu bağlamda fanzin içerikleri politik söylemleri içermektedir. Fanzinlerde futbolun geleceği, örgütlerin/yönetim kurullarının/medyanın yetkileri tartışılmaktadır (Johnstone, 1999, 179). Haynes'a (1995) göre İngiltere'deki fanzinler genellikle sol ve liberal söyleme sahiptirler ancak elbette bu kişileri bir araya getiren en önemli özellik o kulübün taraftarı olmalarıdır (Akt: Millward, 2008, 300). Çünkü spor fanzinlerinin temel işlevi yerel bir durumu tanımlamaya çalışmaları ve (seyirci ya da taraftarın) toplulukla özdeşleşmesine yardımcı olmalarıdır (Bennet, 1999, 353). Yani spor fanzin üreticisi bir taraftan küresel ya da yerel düzeyde alternatif söylemleri ile taraftarların sesi olurken diğer yandan da o topluluğu bir arada tutan bir işlev üstlenmektedirler.

Tüm fanzin türlerinde olduğu gibi futbol fanzinlerinin de temel problemi ekonomik sürdürülebilirlik konusundadır. Az maliyetli, genellikle fotokopi ile çoğaltılan, ücretsiz ya da cüzi bir ücret karşılığında dolaşıma sokulan futbol fanzinleri de diğer fanzin türlerinde olduğu gibi kar amacı gütmeyen yayınlardır. Futbol fanzinleri genellikle taraftarı oldukları kulüp tarafından değil aynı fikri, bakış açısını paylaştıkları kişiler tarafından desteklenmektedirler. Kulüp yetkilileri kulüp bazlı fanzinleri mutlaka desteklemek zorunda değillerdir, özellikle de yayınlanan makaleler ve mektuplar kulüpteki güç ilişkilerini eleştiriyorlarsa, genellikle kulüp yöneticilerinin bu fanzinleri desteklemedikleri belirtilmektedir (Millward,2008,300).

Spor fanzinleri diğer fanzin türlerinden bir topluluğun parçası olması, o topluluk tarafından desteklenmesi, genellikle bireysel değil grup çalışmalarının bir yansıması olarak yayınlanmaları gibi özellikleri ile ayrılmaktadırlar. Spor alanında genel olarak anti-kapitalizm/faşizm/emperyalizm gibi söylemleri benimsemelerine rağmen fanzinler çıkarttıkları toplumun özelliklerini yansıtan içeriklere sahiptirler. Bu bağlamda da Türkiye'de çıkartılmış olan futbol taraftar fanzinlerinin kapaklarında ve isimlerinde yer alan temalar araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmada bu fanzinlerin tasarımsal özellikleri de araştırılarak uluslararası alanyazında tanımlanan biçimleri ile karşılaştırılacaktır.

4. YÖNTEM

4.1. Çalışmanın Önemi ve Amacı

Fanzinler, 1970'li yıllardan itibaren Avrupa ve Amerika başta olmak üzere çeşitli ülkelerde alternatif bir yayın aracı olarak kullanılmaktadırlar. Türkiye'deki fanzin tarihine baktığımızda yurtdışı örneklerinde olduğu gibi 1978'e kadar yayınlanan bilim-kurgu fanzini Artares bu alanın ilk örneklerinde sayılmakta, 1990'lardan itibaren de İstanbul başta olmak üzere müzik, edebiyat, kültür alanında fanzinlerin yaygınlaştığı görülmektedir. Laneth, Mega Metal, Heavy Metal ardından Metal Monster, Art Core gibi alternatif müzik konusunda çıkan fanzinlerin yanı sıra Zemberek, Dran, Bahtsız Deve, Değil-O- Da Değil, Günbatımı Çağnozları, Antoloji, Terkedildim, Kesin gibi alternatif sinema/edebiyat/kültür fanzinleri ve Mondotrasho gibi dünyada da tanınan fanzinler Türkiye fanzin tarihi içinde yer almış belli örnekler olarak sayılabilir (Öktem, 2002, 11). Türkiye'de herhangi bir taraftar grubuna bağlı olmadan sayfalarında "Alayına İsyan ve Ölümüne Futbol" başlığı ile spora yer veren Liseli Solucan Fanzin (2002) bu alandaki ilk örnek olarak kabul edilebilir (Öktem, 2006, 62).

Alternatif biçim ve içeriğe sahip olan bu yayın türü uluslararası alanyazınında 1980'den itibaren çok sayıda çalışma ile yer bulmaya başlamış ve çalışmalar fanzinci kimliği, fanzinin yapısal ve içeriksel özellikleri, dağıtım kanalları üzerine yoğunlaşmıştır (Sklar,2006; Duncombe,2008; Atton, 2006, 2010, 2011). Türkiye'deki alanyazına baktığımızda fanzin kültürünü üzerine Altay Öktem'in yaptığı çalışmalar göze çarpmaktadır (2002, 2006). Ayrıca konu ile ilgili Türkiye Ulusal Tez Merkezi aramalarında beş adet teze (Altun, 2005; Demirci, 2015; Tekin, 2019; Doğan; 2019, Destici, 2019) rastlanmıştır. Ulusal alanyazınında bu çalışmalara ek olarak fanzinler Ünsay'ın (2008) çalışmasında sivil itiaatsızlık bağlamında ele alınmıştır. Çalışkan (2013) ise bir başka çalışmada LGBTI fanzinlerini analiz etmiştir. Ölçekçi (2016) ve Elgün (2017) fanzinleri alternatif medya açısından ele almışlardır. Fanzinler üzerine yapılan bir başka çalışma ise Elgün ve Güzeloglu'nun (2017) kadın fanzinciler üzerine yaptıkları nitel çalışmadır. Çetinbaş (2017) ise bir feminist fanzin olan Cin Ayşe'yi yaptığı çalışma ile incelemiştir. Çalışmalarda da anlaşılacağı üzere Türkiye'de fanzin alanında son yıllarda sayısı hızla artan bir inceleme ve araştırma söz konusudur. Bu fanzinlerle ilgili ulusal alanyazınında yer alan açıktan kaynaklanmaktadır.

Bu çalışma ise, Türkiye'de çıkarılmış olan ve bir fanzin türü olarak kabul edilen futbol taraftar fanzinlerini betimlemeye, keşfetmeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Bu amaçla; futbol taraftar fanzinlerinin



kapak sayfalarında yer alan görsel, metinsel öğeler ve fanzin isimleri bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada aşağıda yer alan sorulara cevap aranmaktadır:

1. Veri setinde yer alan futbol taraftar fanzinlerinin kapaklarının tasarımsal özellikleri nelerdir?
2. Futbol taraftar fanzinlerinin kapak sayfalarının metinsel ve görsel temaları nelerdir?
3. Futbol taraftar fanzinlerinin isimlerine ait temalar nelerdir?

4.2. Çalışmanın Yöntemi

İncelemede Türkiye’de yayınlanmış olan futbol taraftar fanzinlerini tanımlamak, betimlemek için nitel araştırma yönteminden faydalanılmıştır. Nitel araştırma; “karmaşık ve içiçe geçmiş değişkenleri anlamak varsayımı ile derinlemesine betimleme, aktörlerin bakış açılarını yorumlama amacı olan ve örüntülerin ortaya çıkarılması, farklılıkları tanımlama yaklaşımı” (Yıldırım & Şimşek, 1999, 55) olan bir yöntemdir ve birçok araştırma deseni ile tasarlanabilir. Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden biri olan durum çalışması deseni kullanılmıştır. Durum çalışması; bir ya da az sayıda durumu yakından ve derinlemesine anlamak, ortaya çıkarmak, betimlemek, tema ve örüntüleri ortaya çıkarabilmek için kullanılan nitel bir desendir. Durum çalışması, araştırmacının gerçek yaşam, güncel sınırlı bir sistem hakkında çoklu bilgi araçları ile detaylı bilgi ve veri topladığı durumun betimlenmesine aracılık eden nitel bir yaklaşımdır (Creswell, 2015, 98). Bu bağlamda çalışmada futbol taraftar fanzinlerini betimlemek ve açıklamak için durum analizi deseninden yararlanılmıştır.

4.3. Veri Toplama Süreci

Patton’a göre, nitel bulgular derinlemesine, açık uçlu sorular, doğrudan gözlem ve yazılı dokümanların incelenmesi ile meydana gelmektedir (2014, 4). Bu çalışmada yazılı dokümanların incelenmesi yoluyla nitel sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmada kullanılan futbol odaklı taraftar fanzinleri birkaç aşamalı işlem sonucunda toplanmıştır. Çünkü fanzinler dağıtım ve yayın kanalları açık ve görünür olan yayınlar değildir. Bu yüzden 2016 yılından başlayarak Türkiye’de gerçekleşen Uluslararası Fanzin Festivalleri (Fanzineist, Gökçeada Fanzin Festivali) takip edilmiş ve yayınların bir kısmına festivaller aracılığıyla ulaşılmıştır.

Doküman incelemede bir diğer veri toplama tekniği ise, elektronik veri taramasıdır. Bu kaynaklar hem görsel hem yazılı kaynaklardan oluştuğu için veri çeşitlemesini uygun kılmakta, geçmiş zamanlı ve “gerçek zamanlı” veriye ulaşılmasına imkan tanımakta, geniş bir coğrafi bölgeden örnekleme yapabilmeyi sağlayabilmektedir (Baş & Akturan, 2017, 121). Bu özellikleri dolayısıyla çalışmada Google arama motoruna “fanzin”, “spor fanzini”, “taraftar fanzini” anahtar kelimeleri ile şu anda amatör ve profesyonel ligde yer alan takım isimleri yazılarak arama yapılmış ve çıkan sonuçlara göre çeşitli çevrimiçi kaynaklardan ve fanzin veri tabanlarından (fanzindb.org, issuu.com) yayınların bir kısmına ulaşılmıştır. Bu veri toplama tekniklerine ek olarak çalışmada iki fanzin üreticisinin koleksiyonlarında konu ile ilgili fanzinler taranmış ve veri setine dahil edilmiştir.

4.4. Örneklem Seçimi

Fanzinler süreli yayınlar değildir, fanzin üreticisi/lerinin istedikleri zaman çıkarmış oldukları yayınlardır. Aynı zamanda da basılı yayınlarda olduğu gibi bir dağıtım kanalına bağlı olarak da yaygınlaşmazlar. Bu yüzden nerede ve ne zaman ortaya çıkacakları belli olmadığı gibi belli bir düzen içinde dağıtılmaları da söz konusu değildir. Bu yüzden çalışmada amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örneklem tekniği kullanılmıştır. Çalışmada veri toplama süreci sonunda çeşitli yıllara ait 122 spor fanzinine ulaşılmıştır. Çalışmanın sınırlılıkları açısından örneklem olarak 2000-2016 yılları arasında yayınlanan 37 futbol taraftar fanzininin ilk sayıları araştırmaya dahil edilmiştir. Fanzinler özel bir yayın türü oldukları için bir gazete ya da dergi de bulunan özelliklerden farklı unsurlarına sahiptirler. Bir fanzin sadece bir kez çıkabilmekte ya da uzun yıllar devam edebilmektedir. Örneklemde ilk sayı seçimi buna bağlı olmuştur.

4.5. Veri Analiz Yöntemi

Türkiye’de 2000 yılından sonra yayınlanmış olan 37 futbol taraftar fanzini niceliksel ve niteliksel içerik analizi yöntemleri kullanılarak bulgulanmaya çalışılmıştır. İçerik analizi, çok çeşitli söylemlere uygulanan bazı yönetsel araç ve teknikleri bütünü, kontrollü bir yorum çabası ve tümdengelim dayalı bir okuma aracı olarak tanımlanmaktadır (Bilgin, 2006, 1). İçerik analizinde kullanılan tekniklerden frekans analizi ve tematik analiz veri setinin analizinde kullanılarak araştırma sorularına cevap bulunmaya çalışılmıştır. Araştırma sorusu 1 için frekans analizi tekniğinden yararlanılırken araştırma sorusu 2 ve 3 için ise tematik analiz tekniği kullanılmıştır.

4.6. Kodlama Süreci



Çalışma tümevarımsal nitel bir araştırma niteliğindedir. Bu bağlamda veri setinde yer alan 37 futbol taraftar fanzini 4 farklı öge üzerinden kodlanmıştır: 1. Futbol taraftar fanzinlerinin tasarımsal özellikleri ile ilgili kodlama, 2. Futbol taraftar fanzinlerinin kapak sayfalarında yer alan görsel öğelerin kodlanması, 3. Futbol taraftar fanzinlerinin kapak sayfalarında yer alan metinsel öğelerin kodlanması, 4. Futbol taraftar fanzin isimlerinin kodlanması. Bu kodlamalar iki araştırmacı tarafından birbirinden ayrı olarak kodlanmıştır. Ardından araştırmacılar bir araya gelerek temaları karşılaştırmışlar, fikir birliğine vararak kodlamayı sonlandırmışlardır. İlgili kodlamalar araştırmacılar tarafından manuel gerçekleştirilmiştir.

4.7. Geçerlik ve Güvenirlik

Çalışmada nitel araştırmada geçerlik ve güvenirliliğin sağlanmasında alanyazınında önerilen yöntemler kullanılmıştır. Nitel çalışmada geçerlik için önerilen tekniklerden bir tanesi katılımcı/uzman/meslektaş teyididir(Patton, 2014, 496). Bir diğer teknik ise verilerin ayrıntılı olarak rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığının ayrıntılı bir biçimde açıklanmasıdır(Yin, 2017, 12). Nitel araştırmada güvenirlilik ise, araştırma sonuçlarının aynı şekilde elde edilemeyeceği ve başka araştırmacıların aynı veri ile aynı sonuçlara ulaşip ulaşamayacağını işaret etmektedir(Yin, 2017, 201). Gerek geçerlik gerekse güvenirlilik konularında alanyazınında önerilen belli stratejiler ve teknikler bulunmaktadır. Veri kaynakları ile uzun süreli etkileşim, derinlik odaklı veri toplama, uzman incelemesi inandırıcılık/geçerlik için önerilen stratejiler olarak tanımlanırken ayrıntılı betimleme, amaçlı örneklem kullanımı, uzman görüşünün kullanımı güvenirlilik için önerilen teknikler arasında yer almaktadır (Yıldırım&Şimşek, 1999, 300-306). Bu bilgiler ışığında çalışmada veri toplama sürecinin uzunluğu araştırmacı ile veri arasında uzun bir etkileşime neden olmuştur ve veri setinde çeşitlilik sağlanmıştır. Verinin kodlama süreci iki araştırmacı tarafından yapılmış ve kodlama süreci ayrıntılı bir biçimde açıklanmıştır.

5. BULGULAR

5.1. Futbol Taraftar Fanzinlerinin Tasarımsal Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 1’de futbol fanzinlerinde kullanılan baskı rengi tercihinin ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo: 1 Futbol Fanzinlerinde Kullanılan Baskı Rengi Tercihine İlişkin Tablo

Baskı Renkleri	Frekans(n)	Yüzde(%)
Renkli	22	60
Siyah-Beyaz	13	35
Karma	2	5
Toplam	37	100

Yapılan analiz sonucunda Tablo 1’de görüldüğü üzere futbol taraftar fanzinleri üreticilerinin kapak sayfalarında renkli baskıyı %60 oranında siyah beyaz baskı rengini %35 oranında tercih ettikleri bulgulanmıştır. Aynı kapakta hem renkli hem de siyah-beyaz baskı rengi tercih eden fanzin üreticilerinin oranı ise %5 olarak belirlenmiştir.

Futbol fanzinlerinin tasarımı ile ilgili bir başka özellik ise kapaklarında kullanılan görsel tasarımsal özelliklerin seçimine ilişkindir. Tablo 2’de veri setinde yer alan futbol fanzinlerinin kapaklarının tasarımsal özelliklerine ilişkin bulgular ver almaktadır.

Tablo: 2 Futbol Fanzin Kapaklarının Tasarımsal Özelliklerine İlişkin Tablo

Tasarımsal Özellikler	Frekans(n)	Yüzde(%)
Fotoğraf	28	75
İllüstrasyon	7	20
Kolaj	2	5
Kes-Yapıştır	-	-
Toplam	37	100

Veri setinde bulunan futbol taraftar fanzinlerinde n=28 olmak üzere %75 oranında ağırlıklı olarak fotoğrafların, n=7 olmak üzere %19 oranında illüstrasyonların kullanıldığı görülmektedir. Kolajın kullanıldığı ise n=2 olmak üzere %5 oranında yayın bulunmaktadır. Alanyazınında yer alan kes-yapıştır tipi tasarım özelliğine bu veri setinde rastlanılmamıştır.

5.2. Futbol Fanzinlerinin Kapak Sayfalarının Görsel ve Metinsel Temalarına İlişkin Bulgular

Tablo 3’te futbol fanzin kapaklarında yer alan görsel öğeleri kapsayan temalar ve alt temalara ilişkin bulgular bulunmaktadır.



Tablo: 3 Futbol Taraftar Fanzin Kapaklarında Yer Alan Görsel Ögelere İlişkin Temalar Tablosu

Ana Tema	Alt temalar
Birlik ve Beraberlik Duygusu	Şenlik ve tribün görüntüleri Takımın toplu fotoğrafları Deplasmana giderken coşku görüntüleri Pankart hazırlama Meşale altında birleşme
İkonik Figürler	Muhalif futbolcular (Dünya tarihi açısından) Takımın dönemsel önemli oyuncularını (sol eğilimli) Takımın amigoları
İdeolojik Ögeler	Mikro milliyetçilik figürleri Mustafa Kemal imza ve illüstrasyonları Ultralara hareketinin sembolleri
Nostalji	Toprak saha fotoğrafları Tribünlerin eski fotoğrafları
Takım Sembolleri	Takımın logoları Takım bayrakları

Futbol fanzin kapaklarında yer alan görsel öğelere ilişkin birlik ve beraberlik duygusu, ikonik figürler, ideolojik öğeler, nostalji, takım sembolleri olmak üzere beş tema bulgulanmıştır.

Tablo 4'te ise futbol taraftar fanzin kapaklarında yer alan metinsel öğelere ilişkin temaların yer aldığı tablo bulunmaktadır.

Tablo: 4 Futbol Taraftar Fanzin Kapaklarında Yer Alan Metinsel Ögelere İlişkin Temalar Tablosu

Ana Tema	Alt Temalar
Modern Futbol Karşıtlığı	Curva Nord, forzalivorno.org E-Bilette Hayır, PassoLige Hayır, Şike ve teşvik uygulamalarına son Endüstriyel Futbola Hayır
Dayanışma ve beraberlik duygusu	Omuz Omuz, beraber tribünde olmak, Pankart hazırlama, biz bir aileyiz Mücadeleye devam Ortak tezahürat üretmeye çağrı
Aşkın Duygular	Olumlu Aşkın Duygular: Özgürlük, zafer, aşk, özgürlük, sevgi, bağımsızlık, onur, vicdan, etik, sonsuza dek, mücadele Olumsuz Aşkın Duygular: Cefa, Yalnızlık, öfke, herkese karşı olmak, isyan, ölümüne takım.
Toplumsal Duyarlılık	Kadın cinayetleri, Soma Kömür Madeni Felaketi, Nükleere Hayır, Çevre.
İdeolojik Söylemler	Cinsiyet ile ilgili: Kadınlara futbol öğreteceğiz Sol Söylemler: Tribünün hep sol kanadına vurgu, sol mücadeleye devam, sol devrim
Taraftarı oldukları takıma ait öğeler	İkonik Futbolcular Muhalif Futbolcular Takımın o dönemki yıldız oyuncularını Takımlarının hikayeleri

Kapaklarda yer alan metinlerde modern futbol karşıtlığı, dayanışma ve beraberlik duygusu, aşkın duygular, toplumsal duyarlılık, ideolojik söylemler ve takımlara ait öğeler tema ortaya çıkmıştır.

Çalışmanın bir diğer araştırma sorusu ise fanzin isimlerinin temalarına yöneliktir. Tablo 5'te fanzin isimlerinin temalarına yönelik bulgular bulunmaktadır.

Tablo: 5 Futbol Taraftar Fanzin İsimlerine İlişkin Temalar Tablosu

Ana Tema	Alt temalar
Taraftar Gruplarının İsimleri	Tribünde aldıkları yere göre Eski tribünlere gönderme



Yerel Ögeler	Semt İsimleri, Sokakları, bölgeleri
Takımın Sembolleri	Şehrin Sembolleri
	Kuruluş Yılı
	İkonik Futbolcular

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde bulguların temalar ve tasarımsal özellikler tartışılarak yorumlanmaya çalışılacaktır.

6. FANZİN TASARIMLARINA VE TEMALARINA İLİŞKİN YORUMLAR

Türkiye’de 2000 yılı sonrası yayınlanmış olan futbol taraftar fanzinlerinin kapaklarında siyah/beyaz kullanımının renk kullanımına göre daha az olduğu tespit edilmiştir. Veri setinde yer alan hiçbir fanzinde ise kes-yapıştır fanzin üretim tekniğinden yararlanılmadığı sadece 2 fanzinin kapağında ise kolaj çalışması yapıldığı gözlenmiştir. Yalnızca 7 fanzin kapağında illüstrasyona yer vermiş, diğer fanzin kapaklarında ise fotoğraf kullanımının ağırlıkta olduğu ortaya çıkmıştır. Alanyazınında fanzinler kes-yapıştır tekniği ile üretilen kolajların ağırlıkta olduğu, fotokopi ile çoğaltılan, siyah beyaz, ücretsiz yayınlar olarak tanımlanmaktadır (Kenneth, Hunt, Bristol & Bashaw,1999; Duncombe, 2008; Atton,2006, 2010, 2011; Triggs, 2006, 2010; Wooten, 2012; Bartel, 2004). Oysa ki Türkiye’de çıkmış olan ve veri setinde bulunan futbol taraftar fanzinlerinde alanyazınında belirtilen bu özelliğin aksine farklı tasarımsal bir sürecin işlediği ortaya çıkmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasında fanzinlerin değişen teknolojik koşullara uyum sağlayarak üretim biçimlerinde değişiklik yaşanmasının etkili olduğu düşünülmektedir.

Veri setinde yer alan futbol fanzinlerinin kapaklarında yer alan görsel öğelerde birlik ve beraberlik duygusu, ikonik figürler, ideolojik öğeler, nostalji, takım sembolleri olmak üzere beş adet temaya rastlanılmıştır. Birlik ve beraberlik duygusu kapak görsellerinde şenlik ve tribün görüntüleri, takımların toplu fotoğrafları ya da pankart/meşale altında birleşme fotoğraflarının kullanımı ile yer almıştır. Futbol taraftarlığı bireyin kendini ait hissettiği bir grup ile özdeşleşme ve o grupla ortak hareket etme meselesi olarak ele alınmaktadır. Taraftarlar diğer tüm kimliklerinden sıyrılarak ortak amaç için bir araya gelmekte ve takımlarını desteklemektedirler. Bu bağlamda kapak fotoğraflarında birlik ve beraberliğe yapılan vurgu, fanzin üreticilerinin taraftarları bir arada tutma isteklerinden kaynaklanması şeklinde okunabilir. Bir arada taraftar olma ruhu bu görsel kullanımları ile aktarılmaya çalışılmıştır. Birlik ve beraberlik duygusuna vurgu yapan görsel öğeler aynı zamanda bir karnavalı çağrıştırmaktadır. Bu fotoğraflar Bakhtin’in karnavalesk kavramı üzerinden yorumlanabilir. Bakhtin’e göre Ortaçağ karnavalları, icracılarla izleyiciler arasında ayırım yapmadan gerçekleşen özel bir törendir, şenlik türüdür (2001, 88). Bu şenliğin en önemli özelliği, halk tarafından gerçekleştirilmesi ve tüm hiyerarşik yapıların, rütbelerin, konumların askıya alınmasını işaret etmesidir. Futbol fanzin kapaklarında kullanılan ve birlik-berberlik duygusunun ağırlıkta olduğu bu görsel metinler de tribünde karnavalesk bir havanın olduğu düşüncesini bize aktarmaktadır.

Futbol fanzin kapaklarında takımlarda yer alan o dönemin ikonik futbolcularına, amigolarına yer verilmiştir. Bir futbol takımının futbolcular, taraftarlar, amigolar, takımın yöneticileri, antrenörler, başkanlar gibi birçok bileşeni bulunmaktadır. Örneklem içinde yer alan futbol fanzinlerinde özellikle kendi takımlarında gündelik yaşamlarında sol görüşü benimsediği düşünülen futbolculara ve tribünün emekçileri olarak adlandırılan amigolara yer verildiği gözlemlenmiştir. Alanyazınında futbol fanzinlerinin kulübün destekçileri tarafından çıkarıldığı ancak kulüp yöneticileri ile ilişkilerinin zayıf olduğuna dair yapılan vurgunun Türkiye’de yayınlanmış olan bu futbol fanzinleri için de geçerli olduğu -kullandıkları ikonik öğelerin niteliği göz önüne alındığında- söylenebilir.

Futbol fanzinleri giderek artan ticari kriterlerin egemen olduğu oluşumların, lig futboluna büyük kulüplerin yön vermesinin ve reklam çıkarları ile gündemin belirlenmesine, futbolun ticarileşmesine karşı söylem geliştiren politik yayınlar olarak nitelendirilmektedirler. Futbol fanzinlerinin kapaklarında kullanılan görsel temalarından biri de ideolojik öğeler olarak belirlenmiştir. Bu ideolojik öğeleri mikro milliyetçilik figürleri, Mustafa Kemal imza ve illüstrasyonları ve Ultras Hareketi’nin sembolleri oluşturmaktadır.

Futbol takımları her ne kadar ulusal ligde mücadele etseler de kuruluşları itibariyle bir ili ulusal düzeyde temsil etmektedirler. Bundan dolayı futbol taraftar fanzin kapaklarında taraftarı oldukları takımın temsil ettiği il görsel olarak vurgulanarak o ili temsil eden semboller kullanılmıştır. Bu futbolun uluslararası karşılaşmalarda makro milliyetçiliği ulusal düzeyde ise mikro milliyetçiliği inşa etme özelliğinden kaynaklanmaktadır. Futbol kültürü biz ve onlar ikiliğinden beslenerek topluluk içinde ya da taraftarlar arasında özdeşlik sağlamakta diğerlerini ise öteki olarak konumlamaktadır. Futbol taraftar fanzinlerinin de



yerel öğeleri görsel metinde kullanma nedenlerini bu ikiliği ulusal düzeyde sembolik olarak yeniden üretmeleri ile ilgili olarak okuyabilmekteyiz.

Futbol taraftar fanzinlerinde yer alan bir diğer ideolojik söylem ise Ultralar Hareketi ile ilgilidir. Ultralar, 1960'lı yıllarda ortaya çıkan belli bir politik görüşe sahip olan ancak temelde endüstriyelleşen, ticarileşen futbola karşı çıkan taraftarların oluşturdukları bir harekettir. Ultralar, tribün kültüründe yaptıkları değişiklikler, futbola şarkı ve tezahüratlarla getirdikleri coşku, takımları ile birlikte her deplasmana gitmeleri ile futbol kültürünü ticari yapılanmalardan tribüne ve taraftar coşkusuna taşımayı amaçlayan bir alt kültür oluşumudur. Hareket 1990'lı yılların sonlarına doğru Türkiye'de de etkili olmaya başlamıştır. Bu bağlamda bu küresel hareketin sembolleri Türkiye'de çıkan futbol taraftar fanzin kapaklarına yansımıştır.

Belirlenen bir başka tema ise kapaklarındaki görsel öğelerde yer alan nostaljik imgelerdir. Bu hem taraftarların takımlarının tarihselliğini vurgulamak istemeleri hem de eski futbol günlerine dönüş isteği olarak okunabilir. Ayrıca kapak görsellerinde takımlarının renklerinin, bayraklarının, sembollerinin kullanımı mevcuttur ve fanzinler bu semboller aracılığıyla takımlarına bağlılıklarını bir kez daha vurgulamaktadırlar.

Futbol taraftar fanzin kapaklarında yer alan metinsel öğelerin temaları da görsel öğelerin temaları ile benzerlik göstermektedir. Modern futbol karşıtlığı, futbolun ticarileşmesi ile ilgili eleştiriler, dayanışma ve beraberlik duygusuna yapılan vurgu, ideolojik olarak sol eğilimleri ön plana çıkarma, ikonik futbolcuları anma metinsel öğelerde öne çıkan ve görsel öğe temaları ile uyuşan özelliklerdir. Bu alanda farklılaşan bir tema olarak aşkın duygular yer almaktadır. Futbol fanzin kapaklarında bir yandan olumlu aşkın duygular diğer yandan ise olumsuz aşkın duygular yer almıştır. Taraftarlık, seyirci olmaktan farklı bir anlam ifade etmektedir. Taraftarlık bir aşk, tutku ile takımına bağlılık ve onun için her türlü cefa, problemi çekilebilmek anlamına gelmektedir. Futbol taraftar fanzin üreticileri de futbol ve duygusal yakınlık meselesini fanzin kapaklarına yansıtmışlardır.

Futbol taraftarlığı, bir takımın değerlerine gönül verme, aşkın duygular besleme, takımı destekleme, ortak bir amaç etrafında toplanma gibi tarif edilse de tek ve yekpare bir futbol taraftarlığından söz etmek çok da mümkün gözükmemektedir. Birtakım taraftarlarının da kendi içinde farklılaşması, ayrışması söz konusudur. Bu da aynı takıma gönül vermiş farklı taraftar gruplarının oluşmasına neden olmaktadır. Futbol taraftar fanzin isimlerinde de bu ayrışmanın izlerine rastlanılmıştır. Fanzinler taraftar gruplarının ismini almış, böylece o grubun bir manifestosu olma niteliği kazanmıştır. Fanzin isimlerinde öne çıkan bir başka tema ise, yerel öğeler olmuştur. Özellikle Anadolu menşeli futbol takımlarına ait fanzinlerin semte ve şehire ait özellikleri fanzin isimlerine taşıdığı gözlemlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüm bu bulgular ve yorumlamalar ışığında, bu çalışma doğası gereği bir genelleme yapmayı değil, zorda bulunan yayın özelliği taşıyan futbol taraftar fanzinlerinin genel bir portresini çizilebilmeyi amaçlamaktadır. Fanzinler çoklu içerikleri, farklı baskı özelliklerini öne çıkarmaları, dağınık yapıları ile tanımlanması, betimlenmesi zor bir yayın türü olarak kabul edilmektedir. Fanzin; genellikle fotokopi ile çoğaltılan ve siyah/beyaz tasarımsal özellikleri, illüstrasyon kullanımları, kes-yapıştır tekniğine verdikleri ağırlık ile dikkat çeken bağımsız bir iletişim aracıdır. Veri setinde yer alan futbol taraftar fanzinlerinden hareketle; 2000 sonrası Türkiye'de yayınlanmış olan futbol taraftar fanzinlerinin kapak sayfalarında; daha çok renkli baskı tercih edildiği ve fotoğraf ağırlıklı bir tasarım benimsendiği gözlemlenmiştir. Veri setinde yer alan hiçbir fanzinde ise kes-yapıştır fanzin üretim tekniğinden yararlanılmadığı sadece 2 fanzinin kapağında kolaj çalışması yapıldığı, 7 fanzin kapağında ise illüstrasyona yer verildiği tespit edilmiştir. Bu değişim ve farklılaşma futbol taraftar fanzin üreticilerinin geleneksel fanzin üreticilerinden ayrı bir tasarım yapısı benimsediklerini göstermektedir. Buna hem dönemsel olarak teknik imkanlarda yaşanan değişimlerin hem de fanzin üreticilerinin kimliklerinde olan değişimin neden olduğu düşünülmektedir. Günümüz dünyası görsel öğelerin ağırlıkta olduğu kültürel özellik göstermektedir. Fotoğraf, hareketli görüntüler yazılı ya da işitsel öğelerden daha etkin bir dolaşıma ve etkileme gücüne sahiptirler. Fanzinler üretildikleri dönemin özelliklerini yansıtan yayınlardır. Bu bağlamda da futbol taraftar fanzinlerinde çizimlerden daha çok dönemin özelliklerine uygun olarak fotografik öğelere ağırlık verilmiştir.

Fanzin kapaklarında kullanılan görsel öğelerde birlik ve beraberlik duygusu, ikonik figürler, ideolojik öğeler, nostalji, takım sembolleri olmak üzere beş tema saptanmıştır. Taraftarlık-alanyazında da belirtildiği üzere-bireyin tüm diğer kimliklerinden sıyrıldığı ve takımı adına diğer taraftarlarla biraraya geldiği ortak bir duygudaşlığa vurgu yapmaktadır. Fanzin kapaklarında kullanılan birlik beraberlik



duygusuna vurgu yapan bu içerik ortak duygudaşlığın bir dışı vurumu niteliği göstermektedir. Taraftarların tribünü şenlik havasında yaşadıkları görüntüler tribünün taraftarların mekanı olduğu fikrini bir kez daha taraftarlara hatırlatmaktadır.

Deneyimleri, geçmişi anlatmanın ve taraftar bağlılığını arttırmanın ve göstermenin önemli yollarından biri de konunun ya da olayların hikayeleştirilmesidir. Dehouche (2018) çalışmasında taraftarların futbol takımının ait olduğu yeri/bölgeyi, takımın oyun biçimini, takımın performanslarını, takımın önemli şahsiyetlerini ve takımın politik söylemini ağırlıklı olarak hikayeleştirdiklerini tespit etmiştir. Veri setinde yer alan futbol taraftar fanzin kapaklarında yer alan görsel öğelerde de benzer temalar yer almıştır. Bu hikayelerin kahramanları bazen futbolcular bazen o takıma gönül vermiş amigolar ya da emekçiler olmuştur. Böylece hem o takıma ait nostaljik öğeler ön plana çıkarılmış hem de ortak deneyim ve bilgi canlı tutulmaya çalışılmıştır.

Futbol taraftar fanzin kapaklarında yer alan metinsel temalar modern futbol karşıtlığı, dayanışma ve beraberlik duygusu, aşkın duygular, toplumsal duyarlılık, ideolojik söylemler, taraftarı oldukları takıma ait öğeler temaları altında birleşmiştir. Birçok açıdan tespit edilen görsel öğelerle benzerlik gösteren metinsel öğeler, aşkın duygular teması ile farklılık arz etmektedir. Çalışmada taraftarların takımlarına ilişkin duydukları hisler olumlu ve olumsuz olmak üzere iki kutupluluk göstermektedir ve ifadeler taraftar duygularının aşkınlığına ilişkindir. Bir tarafta özgürlük, zafer, aşk, sevgi, bağımsızlık, onur, vicdan gibi olumlu duygularla takım değerleri oluşturulup yüceltilirken diğer taraftan da cefa, yalnızlık, öfke, herkese karşı olmak, isyan, ölümüne takım ifadeleri ile taraftarın takımı ile kurduğu sonsuz bağa vurgu yapılmaktadır.

Alanyazınında spor fanzinleri taraftarlara ait, modern futbol karşıtlığını benimseyen içerikleri olan, medyadaki yanlış stereotipleştirmelere karşı sorumluluk duyan, güvenlik güçlerinin orantısız şiddetini eleştiren yayınlar olarak tanımlanmaktadır (Jary, Horne ve Burke, 1991, 585-586). Yapılan çalışmada futbol taraftar fanzinlerinin kapaklarında yer alan metinsel öğelerde bir taraftan modern futbola ve futbolun endüstrileşmesine karşı gelinirken diğer taraftan ise sol ideolojiyi benimsemiş olan bir söylemin etkin olduğu gözlemlenmiştir. Bu açıdan yapılan çalışmanın sonucu ile alanyazın benzerlik göstermektedir. 2000 yılından sonra Türkiye’de üretilmiş olan futbol taraftar fanzilerinin üreticileri bir yandan küresel muhalif hareketlerden bir taraftan ise ülke içinde alternatif söyleme sahip gruplardan ve ideolojilerden etkilenecek bunu fanzinlerine yansıtılmışlardır.

Bu çalışmada futbol taraftar fanzinlerinde isim olarak ise, taraftar gruplarının kendi isimlerini fanzinelemeye tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bazı futbol taraftar fanzin isimlerinde ise semtin ya da şehrin sembollerinin ön plana çıktığı ortaya çıkmıştır. Dehouche’nin (2018) çalışmasında ortaya çıkan bir başka sonuç ise yerel taraftarların daha çok yer/mekan ile ilgili temaları ön plana çıkardığına ilişkindir. Çalışmada da Anadolu menşeli futbol kulübü taraftarlarının çıkardıkları yayınların veri setinde yer almasının bu sonuçta etkili olduğu düşünülmektedir. Fanzin üreticileri yerel öğeleri fanzin isimlerine yansıtılmışlardır.

Gelecek çalışmalarda veri setinin genişletilmesi ile futbol taraftar fanzinlerinin kültürel olarak ne anlama geldiğinin araştırılması Türkiye’de fanzin alanyazının gelişmesi açısından önemli gözükmektedir. Bu çalışmada sadece futbol taraftar fanzinlerinin kapak sayfalarında kullanılan görsel ve metinsel öğeler ile tasarımsal özellikler incelenmiştir. Bir başka çalışma alanı olarak her bir futbol taraftar fanzini tek tek ele alınarak taraftar gruplarının birbiri ile benzeşen ve ayrışan yönlerinin analizi yapılabilir. Böylece taraftar gruplarının tarihini ve karşı söylemini okumak mümkün olabileceği gibi fanzinlerin de tarih içinde kaybolmasının önüne geçilebilecektir.

KAYNAKÇA

- Altun, Murat (2005). *The photocopied 1990s: Youth, culture and fanzines*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Enstitüsü, İstanbul.
- Atton, Christopher (2006). *Alternative Media*. United States: Sage.
- Atton, Christopher (2010). *Popular Music Fanzines: Genre, Aesthetics, and the “Democratic Conversation”*. *Popular Music and Society*, 33(4), s. 517-531
- Atton, Christopher (2011). *Zines*. Downing, J.D.H.(Ed.). *Encyclopedia of Social Movement Media* içinde (s.565-567). California: Sage.
- Atton, Christopher (2015). *The Routledge Companion to Alternative And Community Media*. London:Routledge.
- Bakhtin, Michail (2001). *Karnavaldan Romana Edebiyat Teorisinden Dil Felsefesine Seçme Yazılar*. (Çev. S. Irzık). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bartel, Julie (2004). *From A to Zine Building A Winning Zine Collection in Your Library*. United States: American Library Association.
- Baş, Türker & A kturan, Ulun(2017). *Nitel Araştırma Yöntemleri, NVivo ile Nitel Veri Analizi*. İstanbul: Seçkin.



- Bennet, A. (1999) Music Press. Childs & M. Storry (Ed.). *Encyclopaedia of Contemporary British Culture* içinde (s. 353-354). London: Routledge.
- Bilgin, Nuri (2006) *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, Ankara: Siyasal.
- Blandy, Doug (2002). Zines Timeline. http://defenseof.voelkermorris.com/zine_time.html (E.T. Kasım 2019).
- Bondarchuk, Lynette & Park, Ondine (2010) Community Collaboration in Media and Arts Activism: A Case Study. Howley, K. *Understanding Community Media* içinde. (s.151-161), United States: Sage
- Conrad, Lettie (2001). *Third Wave Feminism a Case of BUST Magazine. Master of Arts in Mass Communication*, California State University, Northridge.
- Creswell, John (2015). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Siyasal.
- Çalışkan, Özgür (2013). Ötekileştirilen Kimliklerin Melezleşmesi: Hebün LGBT Grubunun Fanzinleri Üzerine Bir Çözümleme. *Doğu - Batı Düşünce Dergisi*, Sayı:64. s.60-76.
- Çetinbaş, Tuba (2017). Alternatif bir medya analizi: Cin Ayşe. *Abant Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2(3), ss.113-134.
- Dehouche, Nassim (2018). Strategic Storytelling: What Other Global Corporations Can Learn From Football Clubs.
- Demirci, Alper Adnan (2015). Shock imagery in Turkish heavy metal fanzines: A reaction to criticism from the mainstream media? Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *İzmir Ekonomi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir.
- Desyllas, Moshoula Capous & Sinclair, Allison (2014). Zine-Making as a Pedagogical Tool for Transformative Learning. *Social Work Education*. (33)3. 296-316.
- Destici, Orkun (2019). Bir grafik ürün olarak üretim biçimleri bakımından Türkiye fanzinleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü*, İzmir.
- Doğan, Elif Doğan (2019). Gelenekselden sayısala: Türkiye’de fanzin yayıncılığı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Downing, John; Ford, Tamara; Gill, Geneve; & Stein Laura (2017). *Radikal Medya İsyancılarının İletişimi ve Toplumsal Hareketler*. (Haz: Doğanay Ü.) (Çev: Ü.Doğanay, Taş, O., Taştan İ.). Ankara: İmge.
- Duncombe, Stephen (2008). *Notes From Underground, Zines and The Politics of Alternative Culture*, United States:Microcosm.
- Dunn, Kevin & Farnsworth Summer May (2012). We ARE the Revolution: Riot Grrrl Press, Girl Empowerment, and DIY Self-Publishing. *Women's Studies: An inter-disciplinary Journal*, 41:2. 136-157.
- Elgün, Aslı (2017). Alternatif Medya, Altkültürün Sesi: Zinler Üzerine Bir Değerlendirme. *Yeditepe Üniversitesi Global Media Journal*, 7(14), 66-82.
- Elgün, Aslı & Güzeloğlu, Ebru (2017). Zines as Alternative Media: An Analysis Female Zinster in Turkey. 2017. *Communications and Media Researches içinde* (s.219-233) , e-bwn: Poland.
- Football Fanzines (2017). www.footballfanzines.com (E.T. Ekim 2019).
- Green, Richard (1999). Football information services: fanzines, ‘Match of the Day’ and the modem *Aslib Proceedings* (51),1, ss.20-29.
- Haynes, Richard (1995). *The Football Imagination: The Rise of Football Fanzine Culture*. London: Arena.
- Hebdige, Dick (2002). *Subculture: The meaning of Style*. London: Taylor and Francis.
- Hotten, Russell (2005). Analysis: A Footbal Fanzines. <https://www.independent.co.uk/news/media/analysis-football-fanzines-5347088.html> (E.T. Nisan 2018).
- Jary, David, Horne, John, & Bucke, Tom (1991). Football “fanzines” and football culture: A case of successful “cultural contestation.” *Sociological Review*, 39(3), 581-597.
- Johnstone, Scoth (1999). Fanzines.P. Childs & M. Storry (Ed.). *Encyclopaedia of Contemporary British Culture*. (s. 178-180). London: Routledge.
- Kearney, Mary Celeste (2006). *Girls Make Media*. New York: Routledge Publishing.
- Kenneth Hunt, Bristol Terry & Bashaw, Edward (1999). A Conceptual Approach To Classifying Sports Fans, *Journal of Services Marketing*, 13(6), ss.439-452.
- Millward, Peter (2008). The Rebirth of the Football Fanzine Using E-zines as Data. *Journal of Sport & Social Issues*, 32(3), ss.299-310.
- Öktem, Altan (2002). *Şehrin Kötü Çocukları Fanzin Şiir Antolojisi*. İstanbul: İthaki.
- Öktem, Altan (2006). *Şeytan Aletleri, Genel Kültürden Kenar Kültüre Fanzinler*. İstanbul:Everest
- Ölçekçi, Haluk (2016). Alternatif Bir Medya Olarak Fanzinler. *The Journal Of Social Sciences Studies*, 53(2), ss.345-358.
- Patton, Michael Quinn (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. Bütün, M & Demir, S. B. (Edt.), Ankara: Pegem.
- Sklar, Annelise (2006). The Personal, Political, and a Little Bit of Everything Else: Girls, Grrrls and Perzines. *The French Journal of Populer Music Studies*. 5(1). 73-81.
- Talimciler, Ahmet (2008). Futbol değil iş: endüstriyel Futbol. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı:26, 89-114.
- Tekin, Fatma (2019). Muhafazakar İslamcı Fanzinler Örneğinde Alternatif Gençlik Medyasının Dönüşümü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Thornton, Sarah & Gelder, Ken (1997). *The Subculture Reader*. London: Routledge.
- Triggs, Terry (2006). Scissors and Glue: Punk Fanzines and Creation of a DIY Aesthetic. *Journal of Design*, 19(1).69-83.
- Triggs, Terry (2010). *Fanzines*. London:Thames&Hudson Publisher.
- Ünsay, Yiğit (2008). Türkiye’de Sivil İtaatsizlik Perspektifinden Bir Anti-Medya İncelemesi: Fanzinler. E. Dağtaş(Derl). *Türkiye’de Sivil İtaatsizlik, Toplumsal Hareketler ve Basın* içinde (ss114-151.) Ankara: Ütopya
- Wertham, Fredric (1973). *A World of Fanzines: A Special Form of Communication*. United States: Southern Illinois.
- Wooten, Kelly (2012). Feminist Archives: Zines At The Bingham Center. *Feminist Collections*, (33)2. s.8-12
- Wright, Fred (1996). The Psychological Motivations of the Zine Publisher. www.zinebook.com/resources/wright (E.T. Ekim 2019).
- Yates, Anna Gough (2012). A Shock to the System’: Feminist Interventions in Youth Subculture – The Adventures of Shocking Pink, *Contemporary British History* Vol. 26(3), ss. 375-403
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan. (1999), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yin, Robert K. (2017). *Durum Çalışması Araştırması Uygulamaları*. İstanbul: Seçkin.