

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Cihan AKKAYA

SPOR VE MEDYA:  
MEDYANIN FUTBOLU KİTLE KÜLTÜRÜ HALİNE GETİRMESİ

Danışman

Prof. Dr. Sevinç GÜÇLÜ

Sosyoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2009

# İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER .....	i
ÖZET.....	iii
ABSTRACT .....	iii
GİRİŞ .....	1
BİRİNCİ BÖLÜM .....	6
SPORUN SOSYAL BOYUTU .....	6
1. Sporun Tanımı .....	6
2. Sporun Toplum Yaşamındaki Yeri ve İşlevleri .....	7
3. Spora Sosyolojik Yaklaşımlar .....	16
İKİNCİ BÖLÜM.....	26
FUTBOL OLGUSU .....	26
1. Futbolun Ortaya Çıkışı, Gelişim Süreci ve Sosyal Boyutu .....	27
1.2. Futbolun Örgütlenmesi ve Organizasyonlar .....	32
2. Futbol ve Sosyoloji .....	33
3. Futbol ve Ekonomi .....	36
4. Futbol ve İktidar İlişkisi .....	37
4.1. Kitle İletişim Araçları Yoluyla İktidar .....	40
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....	42
KÜRESELLEŞME VE FUTBOLDAKİ DÖNÜŞÜM.....	42
1. Küreselleşme.....	42
2. Futbol ve Küreselleşme .....	45
3. Futboldaki Dönüşüm .....	47
3.1. Bir Müşteri Gibi Olan İzleyiciler .....	49
3.2. Futbol İşindeki İş Adamları .....	49
3.3. Süperstar Futbolcular.....	51
3.4. En Zengin Futbol Kulüpleri.....	52

4. Futbol ve Televizyon İlişkisi .....	53
5. Dünya Kupası Analizi .....	57
5.1 Dünya Kupasının Ekonomik Yönü .....	57
6. Küreselleşme ve Türk Futbolu .....	59
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM .....	62
SPORDA ŞİDDET VE MEDYANIN FUTBOLU POPÜLERLEŞTİRMESİ.....	62
1. Spor ve Şiddet .....	62
2. Futbolda Şiddet ve Fanatizm (Holiganizm).....	65
3. Sporda Şiddet Olgusuna Medyanın Etkisi ve Futbolun Kitle Kültürü Olması.....	70
3.1. Spor Basınında Haber .....	70
3.2. Medyanın Rolü.....	70
3.3. Futbolda Şiddetin Sunuluşu ve Popülerleştirilişi .....	73
4. Türkiye’de Taraftarlık ve Şiddet.....	79
SONUÇ .....	83
KAYNAKÇA .....	91
Ö Z G E Ç M İ Ş .....	96

## ÖZET

Spor tarihin en eski toplumsal kurumlarından biridir. Futbol da bir spor olayı olarak farklı boyutlara sahip bir oyundur. Futbol ortaya çıkışından günümüze kadar çeşitli dönüşümler geçirmiştir. Bu dönüşümler, dünyada oluşan sosyo-kültürel ve ekonomik dönüşümlerle paralellik göstermektedir. Bu dönüşümlerin kaynağında küreselleşme bulunur.

Medya günümüzde sosyal hayatın en etkili araçlardan biridir. Medya sahip olduğu güçle insanları olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir. Futbol oyunu bugün medya sayesinde geniş kitlelere ulaşmış ve yaygınlaşmış durumdadır. Futboldaki şiddet olaylarında medyanın da etkisi bulunmaktadır.

Bu çalışmada spor ve futbol; geçtiği aşamalarla, küreselleşmenin etkisiyle geçirdiği dönüşümlerle, medyanın etkileriyle ele alınmıştır.

## ABSTRACT

Sport is one of the ancient social institutions in history. Football as a sport event has different dimensions. Football has passed some transformations from its origin to present day. These transformations are parallel with socio-cultural and economic transformations in the world. Globalization is exists in the source of these transformations.

Media is one of the most effective instruments in social life. Media can affect the people affirmative or unfavorable with its power that has. Football game has reached and became widespread to masses by the courtesy of media. Media also can affect the violence in football.

In this study; sport and football have analysed with phases that passed, transformations by the globalization and effects of media.

# GİRİŞ

Bu çalışmanın merkezinde bugün spor sosyolojisinin en önemli konularından biri olan; sosyal, kültürel ve ekonomik boyutlarıyla futbol yer almaktadır. İlk bakışta bir oyun ve spor dalı olarak görülen futbolun, bu kadar basit olarak değerlendirilemeyeceği, bilimsel olarak araştırmalara konu olduğu anlatılmak istenmektedir. Futbolun akademik çevrelerce incelemeye değer bulunması oldukça yenidir. Küreselleşme, tüketim kültürü ve endüstrisi, medya gibi kavram ve olgular değerlendirildikçe, futbol da sosyal bilimler açısından bu çerçevelerden bakılıp incelenebilecek bir alan haline gelmiştir.

Futbolun basit bir oyun, Simon Kuper'in kitabına da adını verdiği gibi 'asla sadece futbol' olmadığı, küresel bir tüketim nesnesi ve iktidarlarca kullanılan bir 'afyon' olduğu, medyanın da bu süreçlere katkıda bulunduğu bu çalışmanın argümanlarıdır. Sporun sağlık için gerekli olduğu, insanları birleştirici özelliğe sahip olması gibi bazı olumlu işlevlerine de yer verilecektir. Ancak bu çalışmanın spora ve futbola bakışı daha çatışmacı ve sorgulayıcı bir temele dayanmaktadır.

Futbol ve medya ilişkisi çalışmamızdaki en önemli temel konudur. Medya topluma pek çok şeyi aktarabilen araç durumundadır, görsel ve işitsel araçların tümüne verilen isimdir. Medyada bilgilendirme, haber verme, eğitim ve eğlence amaçlı pek çok unsura rastlayabilmekteyiz. Futbol bugün en önemli görsel ve işitsel araç olan televizyonun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yazılı basın da futbola verdiği önemi düşünürsek, futbolun çok önemli bir medya unsuru olduğunu anlayabiliriz. Futbol medyada hem haber hem de eğlence amaçlı yerini almaktadır.

Özellikle '90larla beraber sıkça gündeme gelen "endüstriyel futbol" anlayışı ve bunun getirdiği değişiklikler bu çalışmada anlatılmak istenen konular arasındadır. Futbol oluşumundan günümüze çok önemli değişimlere uğramıştır. Kurumsallaşmasıyla 'modern

futbol' adını alan bu oyun, kapitalizmin ve endüstrileşmenin giderek sosyal hayatı daha çok etkilemesiyle oluşan tüketim kültürü içerisinde, pek çok alan gibi bir endüstri haline gelmiştir.

Artık 'para'nın önemli bir merkezi oluşturduğu futbol; pahalı maç biletleriyle, sponsorluklarla, reklamlarla, yıldız oyuncularla önemli bir yatırım alanı haline gelmiştir. Futbolun endüstri haline gelişi seyircileri potansiyel müşterilere dönüştürmüştür. Futbol artık sadece işçi sınıfına özgü bir faaliyet değildir. Her kesimden insanın eğlence faaliyeti haline gelmiştir.

Çalışmada; sporun ve futbolun sosyal boyutu, gelişim süreçleri, organizasyonları, küreselleşmeyle olan ilişkileri, şiddet, kitle kültürü olarak futbol ve medyanın etkileri konuları birbirleriyle bağlantılı olarak aktarılmaya çalışılacaktır. Bu konuda veya alanda yapılan başka çalışmalardan farklı olarak, sporun ve futbolun içindeki pek çok dinamik ve özellik aktarılmaya çalışılacaktır. Futbol üzerine yapılan çalışmalar – özellikle Türkiye'de – daha çok şiddet ve fanatizm üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu çalışmada da şiddetle beraber futbolun ekonomik ve kültürel özelliklerine yer verilecektir.

Futbol, çok büyük etkileri olan kitleleri peşinden sürükleyen ve hep sürükleyecek olan bir spor dalıdır. Toplumsal yaşam içerisine - belki gereğinden fazla – girmesiyle toplumların kültürel özelliklerini de yansıtabilme özelliğine sahip bir oyundur. Futbolun bugünkü halini oluşturan kuralları kazanmasıyla her yerde aynı dili ve yapısı vardır. Ancak toplumlar tarafından nasıl algılandığı değişebilmektedir. Kimisi için sıradan bir oyun ve eğlenceyken, kimisi için de hayatının merkezine koyduğu bir yaşam tarzı haline gelmiştir.

Futbol yaygınlaştıkça iktidarlar tarafından da ilgi gören bir oyun haline gelmiştir. Futbol halkı etkileyerek, sorunların ötesine götürebilecek dinamiklere sahiptir. Uluslararası karşılaşmalar iktidarlar için iktidarını meşrulaştıracak veya güçlendirecek etkilere sahip olabilmektedir. Futbola yöneltilen 'halkı uyutan bir afyon' olduğu eleştirisinin çıkış noktası da buradan gelmektedir. Futbolla kitleler ülkenin siyasi ve ekonomik sorunlarını algılamaktan ve anlamaktan uzaklaşmaktadır. Böylece iktidarlar da rahatça yönetimlerini sürdürmektedir.

Futbolun sosyal hayatla yakın ilişkiler kurmasında ve yayılmasında özellikle '80lerle birlikte ortaya çıkan küreselleşme akımının da etkisi vardır. Bu süreçte yaşanan ekonomik gelişmelerle futbol alınıp satılabilen bir meta haline dönüşmüştür. Oluşan kültürel ortamlarla

futbol boş zamanı değerlendirme amacıyla insanların yöneldiği hatta yönlendirildiği bir faaliyet haline gelmiştir. Tüketim kültürü ve buna bağlı olan ideolojiyle kitleleri etkileme yoluna gidilmiştir. Serbest piyasa ekonomisi futbola da yansiyarak, kulüpler kar etme amaçlı ticari şirketlere dönüşmüş ve her ne şartta olursa olsun takımını destekleyen taraftarlar da potansiyel birer müşteri gibi görülmeye başlamıştır.

Futbolun ekonomik anlamdaki dönüşümüyle stadyumlar maç günleri dışında da işlev gören kültür komplekslerine dönüştürülmüş ve futbol için kullanılan malzemeler tüketim maddesi haline getirilmiştir. Dijital yayıncılığın yaygınlaşmasıyla kulüpler naklen yayınlardan önemli gelirler elde etmeye başlamıştır. Taraftarların ödedikleri bilet ücretleri kulüpler için ilk sırada gelen gelir kaynağı olmaktan çıkarak; naklen yayın gelirleri, sponsorluk anlaşmaları, merchandising gelirleri ilk sıralara yerleşmiştir. Bugün futbol tüketim ekonomisinin devamını sağlayan bir araç durumundadır.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; sporun sosyal boyutu ele alınacaktır. Sporun tanımı, toplumsal yaşamdaki yeri ve spora olan yaklaşımlar bu bölümde bahsedilecek temel başlıklardır. Spor eski zamanlardan günümüze kadar çeşitli değişimler ve dönüşümler geçirmiş bir konudur. İlk insanların hayatta var olma ve doğayla savaşımlarında buldukları savunma ve saldırı aktiviteleri ilk spor faaliyetleri olarak kabul edilir. Antik Yunan Olimpiyatlarıyla örgütlenmeye başlayan spor; endüstrileşme ve kapitalistleşmeyle değişmiş, sadece oyun değil bir “iş” haline gelmiş ve toplumu yansıtan bir ayna gibi görülerek akademisyenlerin de ilgisini çeken konulardan biri olmuştur.

Sanayi devriminin ve endüstrileşmenin önemli sonuçlarından biri olan boş zaman, tüketim olgusunun kitleler arasında yayılmasını sağlayan etkenlerden biri olmuştur. Spor da bir tüketim faaliyeti olarak, boş zamanların değerlendirilmesinde kullanılan bir araç olmuştur. Spor profesyonel bir meslek olmanın yanı sıra izleyicilik düzeyinde de ilgi görmeye başlamıştır. Özellikle futbol karşılaşmalarıyla stadyumlar hafta sonları milyonlar tarafından doldurulmaya başlamıştır. Spor – özelde de futbol – günümüzde kitle kültürünün önemli unsurlarından biri durumundadır.

İkinci bölümde futbol ortaya çıkışıyla, gelişimiyle, sosyal boyutuyla, örgütlenmesiyle, ekonomisiyle, iktidarla olan ilişkisiyle ele alınacaktır. Futbolun akademik olarak incelemeye

değer dinamiklere sahip olduğundan yola çıkılarak, zaman içerisinde geçirdiği dönüşümlerden ve bir gösteri ve tüketim nesnesi haline geliş sürecinden bahsedebilecektir.

Futbol hem oynayana hem de izleyene zevk veren bir spordur. İzleyicilere de zevk vermesi, futbolun metalaşmasında önemli bir etmendir. İzleyiciler büyük bir hedef kitleyi oluşturmaktadır. Futbol; reklam gelirleriyle, sponsorluklarla, naklen yayınlarla, izleyicilere yönelik kulüp ürünleriyle, maç biletleriyle endüstri haline gelmiştir. Bu duruma futbolun profesyonelleşmesi bakımından normal ve kaçınılmaz olarak bakanlarla beraber, oyunun ruhunu, büyüsunü kaybettiğini düşünenler de bulunmaktadır. Futbolun büyük miktarlarda para ve şöhret getirebileceğini gören gençler, futbola profesyonel bir meslek olarak bakmaktadır.

Üçüncü bölümde bugün sosyal bilimlerde çok sıkça bahsedilen “küreselleşme” kavramından ve onun futbola olan etkilerinden bahsedilecektir. Dünyada son yıllarda yaşanan siyasi ve ekonomik dönüşümlerle küreselleşme, her alanda başvurulabilecek bir kavram haline gelmiştir. Küreselleşmeyle ulus devletlerin etkisi ve gücü zayıflamıştır. Teknolojik gelişmeler meydana gelmiş, güçlü olan ülkeler daha da güçlenmiş, dünyada bir adaletsiz gelir dağılımı oluşmuştur. İşsizlik yüzünden üçüncü dünyadan birinci dünyaya küresel işgücü ortaya çıkmıştır. Küreselleşmeyle, bireysellik ve farklılıklar daha önem kazanmış ve tüketim olgusu insan hayatında önemli bir yere getirilmiştir. Hayatın pek çok alanı ‘metalaşma’ sürecine girmiştir.

Futbolun günümüzde büyük bir televizyon prodüksiyonu olması, bu oyunu gerçekten bir oyun olduğu için sevenler tarafından olumsuz karşılanmaktadır. Kloze'nin bahsettiği “televizyon futbolu” konusu, bugün futbolun ele alınıp incelenmesinde televizyonun da etkilerini göz ardı etmemeyi gerektirmektedir. Özellikle ‘80lerden itibaren büyük şirketler ve televizyon kuruluşları futbola müdahale ederek, futbolu televizyona ve televizyonu da futbola bağımlı hale getirmişlerdir.

Kitle iletişim araçları oluşan küresel kültürün dünyaya benimsetilmesinde, halk arasında yayılmasında önemli araçlardır. Bu noktada da medya bir görev üstlenmektedir. Tüketim ilişkileri medyada belirlenmektedir. Tüketim kültürel bir bağımlılık haline getirilerek, endüstrileşmeyle ortaya çıkan boş zaman süreçleri tüketimle doldurulmaya çalışılmaktadır. Bugün futbol bir endüstri haline gelerek televizyonun çok önemli etkisiyle



küreselleşmiş, yaygınlaşmıştır. Spor alanındaki en önemli boş zaman tüketim nesnesi futbol olmuştur.

Dördüncü bölümde spor ve şiddet ilişkisi irdelenip, medyanın futbolu kitleselleştirmesi ve futbolda meydana gelen şiddet olaylarını nasıl tetiklediğinden bahsedilecektir. İnsanlık tarihi kadar eski olan spor kurumu içinde şiddet unsurları bulunmaktadır. Bu şiddet oyun kurallarıyla sınırlandırılmıştır. Sporda şiddet ve fanatizm; özellikle futbolun hayatın merkezinde yer aldığı, futbolu geniş kitlelerin takip ettiği toplumlarda ortaya çıkabilecek bir problemdir. Genel olarak spor kültüründen yoksunluk, spora sadece izleyicilik düzeyinde yaklaşılması ve medyanın kitle iletişim araçlarını kullanarak yaptığı yanlış yayınlar bu şiddeti tetikleyen unsurlar arasındadır.

Hem dünyada hem de ülkemizde futbol basını oldukça büyümüştür. Gazetelerde futbola geniş yer verilmektedir. Yazılı basın futbola yer verirken okuyucuların beklentilerine ve tirajını arttırmaya yönelik hareket etmektedir. Haber kaynakları da 'futbol kamuoyu' diyebileceğimiz futbolcular, kulüp yöneticileri, hakemler ve yorumculardır. Futbol basınının ilk hedefi 'haber vermek' değildir ya da bu amaçtan sapılmıştır. Okuyucu kitlesi de, genel olarak bakarsak; yüksek kültüre sahip, okuduğunu seçen kişilerden oluşmamaktadır. Bu bakımdan daha orta düzeyde, herkesin anlayabileceği, tiraj kaygılı bir yayın politikası izlenmektedir.

Futbol, günümüzde büyük kitleleri etkileyen bir spordur. Bu etki nedeniyle de sosyolojik olarak incelenmeyi hak etmektedir. Stadyumların konfor düzeyinin yükselmesi, gelişen teknolojiler, çalışma saatlerinin kısalması gibi faktörler kitlelerin futbola daha çok ilgi duymasında yardımcı olmuştur. Medya ve televizyon da futboldaki izleyici sayısında patlamaya neden olmuştur. Çalışmamızda futbolun sosyolojisi farklı boyutlarıyla ele alınacaktır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## SPORUN SOSYAL BOYUTU

### 1. Sporun Tanımı

Son derece geniş bir konu olan spor, uzun yıllardır insanlık tarihi içinde yer almaktadır. “Şüphesiz böylesine geniş bir olguyu pek çok bilim dalı ilgi alanına almak isteyecektir. Nitekim spor, “spor bilimleri” adı verilen geniş bir bilimsel alan oluşturmuş durumdadır. Tıbbi, iktisadi, hukuki, idari, siyasi, dini, felsefi, psikolojik ve sosyolojik boyutlarıyla spor, tam anlamıyla multi disiplinler bir çalışma alanıdır.” (Amman, 2000, 87)

Spor kelimesi Latince desporarte ve isportus ( hoşça vakit geçirme) kelimelerinden gelir. “OF: Delpor” ve “ME: Dispor” sözcüklerinin kısaltılmış şeklidir. Oyun, oyalanma, işten uzaklaşma anlamlarını taşımaktadır.” (Balcıoğlu, 2003, 128) Spor bireylerin beden ve ruh sağlığına olumlu etkileri olan, kişilikleri güçlendiren, sosyalleşmelerine olanak sağlayan ve yaratıcı yönlerini ön plana çıkaran faaliyetlerdir. (Arık, 2004, 108)

Sporun tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu belirtilmektedir. İnsanın doğayla giriştiği savaş sırasında geliştirdiği yöntemlerin, benzetim yoluyla uygulanması spor faaliyetlerinin temelidir diyebiliriz. Yerleşik hayata geçilmesiyle spor bir eğlence, yarışma aracına dönüşmüştür. Gittikçe kitleselleşen spor, insan yaşamına yön veren kurumlardan biri haline gelmiştir. “Sporu, insanların fiziksel yetenek ve becerilerini kullanarak yarışmalarını içeren, kurallara bağlanmış toplumsal bir oyun olarak tanımlayabiliriz.” (Talismciler, 2003, 21)

Fişek’e göre; “...spor, insanların var olabilmek için doğayla giriştikleri ölüm-kalım mücadelesinin barışçı benzetimidir. Belli spor dalları, bu ölüm-kalım mücadelesinin

gerçekleştiği alanları simgeler, o mücadelenin ölümcül tehlikelerinden arındırılmış silahlarını ve araçlarını kullanır.” (Fişek, 1985, 8-9) Fişek; ayrıca sporu tanımlarken beş ana başlık belirlemiştir. İlk tanıma göre spor; insanın doğasında bulunan saldırganlık için sağlıklı ve barışçıl bir emniyet sübabıdır. Lorenz tarafından geliştirilen bu tanıma göre saldırganlık insanda doğuştan vardır. Bu yüzden eleştiriye son derece açık bir yaklaşımdır. İkinci tanıma göre spor, kişinin ruh ve beden sağlığını güvence altına alan, onun topluma uyumunu sağlayan, günlük hayatın gerginlik ve sürtüşmelerini ortadan kaldıran bir araçtır. Üçüncüye göre; spor para-militer bir eğitim aracıdır. Spor; yurtsever, hiyerarşik ve otoriter bir devlet eliyle ulusal birliği örgütleyen bir eğitim aracıdır.(Ludwig John; 1980) Dördüncü tanımlama veya yaklaşım sporu kitleleri uyutan bir ‘afyon’ olarak görür. Kapitalizmin giderek yoğunlaşan bunalımıyla, sporun giderek konu olduğu kitlesel ilgi arasındaki ters orantıya dayanır. Son tanım bir sentez niteliğindedir. Kapsayıcı ve eleştiriye daha az açıktır. Buna göre spor; oyunla yarışmayı birleştiren, bedensel yetenekleri daha fazla olduğu için kazananları ödüllendiren, üst düzeyde oyun, mücadele ve ağır kas çalışması gerektirdiği için sürekli ve yoğun çabayı zorunlu kılan bir uğraşıdır. (Fişek, 1985, 6-7-8)

‘Spor’ ve ‘yarışma’ kavramları bir arada değerlendirilebilmektedir. Yarışma sporun içinde vardır. Şenel’e göre; ‘yarışma eylemi’ etik açıdan yanlıştır. Bir tarafın diğer tarafa üstünlük kurma isteğidir. Spor geniş anlamıyla – yarışma ögesi olsun veya olmasın – beden eğitimi ile ilgili etkinlikleri dile getirmektedir. Daha somut ve özgün anlamıyla da spor; 18.y.y .da ortaya çıkan, endüstri devrimi ve kapitalizmle doğan yarışmacı bedensel etkinlikleri ifade etmek için kullanılır. (Şenel, 2008, 7)

Bu tanım ve yaklaşımlara baktığımızda sporun çok farklı açılardan ele alınabileceğini görebiliriz. Spora olumlu işlevleri açısından bakanlar; bir ‘afyon’ olarak görenler veya sosyal yapısını bir kenara bırakıp sadece bedensel bir faaliyet olarak görenler de bulunmaktadır.

## **2. Sporun Toplum Yaşamındaki Yeri ve İşlevleri**

Toplumsal olgular; hem dinsel hem seküler nitelikte, hem de kolektif biçimde geliştirilen davranış biçimleridir. Normlar ve kurumlar toplumsal olguların az çok katılmış biçimdeki örnekleridir. Bunlar kolektif bir varlık olarak düşünülen grupların pratiklerini oluşturur; bu yüzden empoze edici niteliktedir ve bireyler tarafından içselleştirilir. (Marshall,

1999, 755) Toplumsal olgular başlayış ve bitiş süresi ile yeri kesin olarak belirlenemeyen, süreç içinde ortaya çıkan bir gelişmelerdir.

Spor yaygınlaştıkça ve değişik alanlarda çalışan insanların ilgi duyduğu bir uğraş haline dönüşüp, önemli bir toplumsal olgu haline gelmiştir. Çok çeşitli ve değişik spor aktiviteleri gazete ve televizyonlarda kendisine yer bulabilmektedir. Spor dallarını yapısı ve toplum tarafından algılanışı değişebilmektedir. Yarışmaya, rekabete dayalı dünyaca kabul edilmiş olan futbol, basketbol, tenis gibi sporlar bulunmaktadır. Herkes tarafından değil ama çoğunlukla spor olarak kabul edilen paraşütle atlama, sörf, golf gibi sporlar ve bazılarına göre spor olarak görülen bazılarına anlamsız gelen, eğlence türü aktiviteler olarak görülen gösteri güreşleri, vücut geliştirme vb. spor dalları bulunmaktadır. Toplum içinde meydana gelmiş olup, duyulan ve görülen, başlangıç ve bitiş noktaları belirli olan her şey toplumsal olaydır. Bu sporların da her biri başlangıcı, bitişi ve yerleri belli olması ve birden fazla kişiyi ilgilendirmesi nedeniyle toplumsal birer olaydır. Ancak sporun kendisi bir toplumsal olgudur. (Sporbilim, 2008)

Uygarlık tarihi içinde geçirilen gelişim ve aşamalar insanları bir arada yaşamaya zorunlu kılmıştır. Bu zorunluluk insanların yaşamlarını sürdürme, güvenli, mutlu ve bolluk içinde yaşama kaygısından kaynaklanmaktadır. Toplumun nitelikleri onun kültürel boyutuna da işaretler. Toplumu oluşturan bireylerin oluşturduğu, paylaştığı, gereksinimlerini giderdiği yapı ve yaşam biçimleri kültürü oluşturur. Kültürel olgular, düzenli ve sürekli yinelenen, toplumsal normlar tarafından onaylanmış, toplumsal yapı içinde önem taşıyan kurumlardan oluşmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda da baktığımızda spor olgusu toplumsal kurum niteliği taşımaktadır. (Kaya, 2001, 17)

Toplumsal kurum dediğimizde; belli başlı toplumsal ilgi alanlarını (hukuk, aile, spor gibi) içine alan davranış kalıpları anlaşılmalıdır. Toplumsal kurumlar bir toplumun temel kaygılarını ve faaliyetlerini düzenleyen ve toplumsal ihtiyaçlarını karşılayan yapısal bileşenlerdir. (Marshall, 1999, 438) Spor da toplumsal normlara göre düzenlenen, bedensel bir aktivite olarak ele alınmaktadır.

Spor bir toplumsal kurum olarak toplumu etkilemekte ve toplumdan etkilenmektedir. Toplumlar dinamik yapıya sahiptir ve tarihsel süreç içerisinde çeşitli dönüşümler geçirebilmektedir. Toplumsal değişim içerisinde spor da değişiklikler geçirmiştir. İlk

insanların doğayla giriştikleri mücadelelerden benzetim yoluyla ortaya çıkan ya da çıktığı kabul edilen spor; zamanla izleyicileri eğlendiren; yaparı fiziksel, ruhsal ve zihinsel olarak geliştiren, bir “oyun” olarak insanları oyalayan, işten uzaklaştıran; günümüzde de kitleselleşen, insan yaşamına yön verebilen kurumlardan biri haline gelmiştir.

Spor, insanoğlunun her dönem ilgisini çeken günümüzün en eski ve önemli kurumlarından biridir. Sportif etkinlikler değişen zamana ve toplumsal koşullara göre yeniden şekillenmiştir. Zamanla bir boş zaman veya hoşça vakit geçirme aktivitesi olan spor, bu işlevinden çıkmıştır veya çıkarılmıştır. “Spor, son tahlilde, yapanlar (sporcu) açasından yarışma – kazanmaya dönük fiziksel, zihinsel ve teknik bir çaba; izleyenler (seyirci) açasından heyecan ve estetik içeren sanatsal bir süreç; genel bütünlüğü içinde de, anatomi, fizyoloji, ortopedi, biyomekanik, psikoloji ve farmakoloji gibi disiplinlerin yardımıyla gelişen, sürdürülen bir bilimsel oluşumdur.” (Fişek, 1985, 21)

“Orta ve ileri yaş grupları dahil, yaşam boyu spor sloganından etkilenmeyen neredeyse kimsenin kalmadığını, eşofman ve spor ayakkabının gençlik, enerji ve dinamizmin göstergesi olarak günlük hayatın vazgeçilmez nesnelere haline geldiğini, televizyonlarda spor programlarının ve gazetelerde spor sayfalarının en çok ilgi toplayan yayınlar olduğunu, Dünya Futbol şampiyonası gibi dev spor organizasyonlarını ekranları başında takip edenlerin sayısının milyarla ifade edildiğini düşünmek, sporun evrensel boyutunu zihinde canlandırmak için yeterlidir.” (Amman, 2000, 87)

Dooder’e göre sporun sosyal işlevlerine bakarsak:

- “Duygusal Boşalma: Spor yapmak duyguların boşalmasına ve stresin azaltılmasına olanak sağlar. Saldırganlık eğilimlerini geriletir.
- Kimliğin Teyidi: Spor, kişiye tanınma ve kişisel niteliklerinin dışa vurulması fırsatı sağlar.
- Sosyal Kontrol: Spor, kişileri içine alarak üzerlerinde bir kontrol sağlama imkânı tanır.
- Sosyalleşme: Sporcuların sosyal bir yapı içerisinde var olmalarına hizmet eder.
- Değişim Organı: Spor, tarihsel değişimlere (sınıfların karşılıklı etkileşimi, beceriye bağlı dikey sosyo-ekonomik hareketlilik v.s) kadar varabilen sosyal değişim ve yeni davranış biçimleri üretilmesine yol açar.

- Kolektif bilinç: Spor, ortak amaçlar etrafında toplanılan bir topluluk ruhu yaratır.
- Başarı: Spor, hem sporcu hem de izleyici de, kendisini özdeşleştirdiği bir sporcu ya da takım hedefine ulaşınca bir tatmin ve başarı duygusu verir.” (Wilkerson ve Dodder 1979, Akt: Talimciler, 2005, 20)

Spor tüm ülkelerde ve tüm sınıflar arasında ilgi duyulan bir olgudur. Gerek statlara, salonlara ve gerek televizyona milyonlarca insanı çekebilmektedir. Irk, dil, din ayrımı gözetmeden pek çok insanı bir araya getirebilen başka bir şey belki de yoktur.

Günümüzde spor kavramı her yönüyle oturulup düşünülmemelidir. “Boş zaman ve Para” kavramları irdelenmelidir. İnsanların spor yapabilmek için boş zamana ve belli bir gelire ihtiyacı vardır.

Yerleşik düzenden önce insanların spor yapma zamanı ve bilinci yoktu. İnsanlar var olma mücadelesi veriyordu. Yerleşik düzene geçişle insanlar tarım ve hayvancılığa yöneldi ve boş zaman yaratma imkânları buldu.

“Sporun tarihi gelişimime baktığımızda ilk sporların savunma-saldırı kökenli olduğunu görüyoruz. İkel çağlarda ilk insanlar yırtıcı hayvanlarla boğuşurken, bunu ilk önce çıplak elle daha sonra sopa, ok, yay gibi aletlerle yapmıştır. Bu savaşım güreş, boks, cirit, eskrim gibi temas sporları olarak biçimlenmiştir. Tarihin ilk devletleri olan Mısır ve Sümer’de (İ.Ö. 3000) bu sporların yapıldığı arkeolojik kazılar sonucu ortaya çıkmıştır. Daha sonra insanın doğayı kontrolüne almasına paralel olarak taşıma- ulaştırma kökenli sporlar çıkmıştır. İnsanlar buna bir yerden bir yere gitme, vahşi hayvanlardan kaçmak için başvurmuştur. Atletizm, kürek, kano, binicilik gibi sporlar bu türdendir.” (Sert, 2000, 32) Tarihin ilk sporlarının tarihin de ilk devletleri tarafından yapıldığını söyleyebiliriz. Spor hem günümüz dünyasının en önemli, hem de en eski toplumsal kurumlarından biridir. (Fişek, 1985, 5-6)

Antik Yunan Olimpiyat Oyunları ilk örgütlü spor karşılaşmaları olarak görülmektedir. Oyunların bütün dalları bireysel özellik taşımaktaydı ve takım yarışına yer verilmemekteydi. Bu oyunların en önemli özelliği ise “olimpiyat barışı” geleneğini getirmesiydi. Birbirlerine karşı sürekli savaş halinde olan site devletleri, olimpiyatlarla savaflara ara veriyordu. Sporcular özgür yurttaşlar arasından seçilirdi, izleyiciler yakıcı sıcağa karşın oyunları izlerdi.

Bu olimpiyatlardaki bir başka önemli özellik de sporun “erkek işi” olduğu vurgusunun eskilere dayandığını göstermekteydi. Kadınlar seyirci olarak bile oyunlara sokulmazdı.

Olimpiyat oyunları spor ve savaş ilişkisini ortaya koymaktaydı. O dönemde olimpiyat oyunları sırasında siteler arasındaki savaşlar dururdu. Ancak savaş bu kez oyunlara taşınırdı. Bir sitenin üstünlüğü olimpiyatlardaki üstünlüğüyle sınılandı. Olimpiyat oyunları siteler arasındaki savaşlara son verme aracı gibi görülmekteydi. (Boniface, 2007, 73)

Daha sonra değişen dünya siyaseti, bilimde ve teknolojiadaki gelişmeler olimpiyatları etkilemiştir. Dışarıdan Sicilyalılar ve Giritliler, arkasından da Romalılar zorla olimpiyatlara katılmıştır. Romalılar olimpiyatların çehresini değiştirmiştir, artık imparatorluk sınırlarındaki herkes olimpiyatlara katılırken, ölümüne dövüşen gladyatörler oyunlarda yerlerini almaya başlamıştır. Olimpiyatlar insanların eğlendiği vahşi dövüşler haline gelmişti. Bu durum İ.S. 393’te Romalı Theodisius’un olimpiyat oyunlarını kapatması ile sona ermiştir. Daha sonra kilisenin gücünün artmasıyla spor karanlık bir çağa girmiş ve yasaklanmıştır. “Spor adına orta çağ karanlığında hemen hemen hiçbir şey yapılmamıştır. Sadece soylu sınıflara şövalyeliğin yedi becerisi sayılan ata binme, yüzme, ok atma, eskrim, av, satranç ve şiir okuma faaliyetlerine izin veriliyordu.” (Fişek, 1985, 14) Orta çağda şiddet içeren oyunlar, dövüşler de düzenleniyordu. Aslında modern spor denilen olguda bu oyunların belli kurallara, sürelerle bağlanması olacaktı. Şiddet bir taklit şekline dönüşerek, denetlenen, kontrol altına alınan, medenileştirici bir hal alacaktı.

Aydınlatma çağı, tıpkı bilim ve sanatta da olduğu gibi sporun da yeniden doğuşunu simgeler. Toplumun aydın kesimleri artmış, dinsel baskılar ortadan kalkmaya başlamış, 19. y.y. başlarında da Sanayi Devrimi’nin etkisiyle gelişimler artmıştır. Spor yapma tekeli elinde bulunduran egemen sınıf üyeleri tribüne çekilirken, onların yerini sporu meslek edinmiş kişiler; profesyoneller almıştır. (Fişek, 1985, 15)

18. y.y sonu ve 19 y.y ilk yarısında devlet halkın rağbet ettiği şiddet içeren geleneksel oyun ve kavgalar üzerinde denetim sağlamaya girişti. Vahşi sporlar hayvan dövüşleri yasaklandı. Spor organize bir biçime sokuldu. Halkın spora katılması kapitalizmin başlarında pek hoş karşılanmadı. Çünkü çalışmak çok önemliydi ve spora ayrılan zaman bir israf olarak görülüyordu 19. y.y ikinci yarısında bu durum değişime uğradı. Devlet serbest zaman faaliyetlerinin toplumsal bir kontrol aracı olduğunun farkına vardı. Böylece spor çalışmaya

karşıt değil, çalışmayı tamamlayıcı olarak görülmeye başladı. Sportif olma ulusun sağlığı ve savunması açısından önem kazandı. Spor eril bedenleri disipline edebilir, asker yetiştirmeye katkıda bulunabilir. Okullarda ve kışlalarda verilen beden eğitimi fabrikalardaki disiplinler üretici faaliyeti tamamlıyor, bedenler üzerine iktidarın otoriter kodlarını yazıyordu. (Çabuklu, 2004, 137)

19. y.y. son çeyreğinde teknolojik bilimsel gelişmelerin katkısıyla, emeğin üretkenliği ve buna bağlı olarak kitlesel boş zaman arttırılmıştır. 1871 ekonomik bunalımı sırasında kömür ocakları ve fabrika işçileri grev sırasında zaman geçirme adına futbol oynamışlardır. Patronlar fabrika takımları kurmuşlardır. 1890lara geldiğimizde sporun yapılacağı ve seyredileceği alanlar artmıştır. Spor araç ve gereçlerinin üretimini ve pazarlamasını kapsayan sanayi kolları oluşmuştur. Fabrika işçilerinin oyuncu olarak yer alacağı şirket ve yerel takımlar kurulmaya başlamıştır. (Kaya, 2001, 8)

Zamanla büyük kitleleri içine alabilecek stadyumlar yapılmış, spor malzemesi üreticileri ortaya çıkmıştır. Genel olarak baktığımızda İngiltere, ilk kapitalist ve endüstriyel güç olarak spor kurumlarının ve pratiklerinin ortaya çıktığı yer olarak kabul edilir. Spor ve kapitalizmin birbirine eklemlenmeleri birkaç düzeyde olmuştur. Spor kulüpleri ve dernekleri, profesyonel sporcular, spor donanımı imalatçıları, spor medyası, reklamcılar, sponsorlar, acentalar, hükümetler, sporun maddi olarak ayakta tutulması ve sömürülmesine katkıda bulunmuşlardır. Ortaya kompleks denebilecek bir durum çıkmıştır; buna da spor işi (sportbiz) diyebiliriz. (Rowe, 1996, 175)

“20. y.y.’ın özellikle ikinci yarısında kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla üst tabakaya özgü bir serbest zaman aktivitesi olan spor, popülerleşmeye başlamış, tüm kesimler için bir faaliyet haline gelmiştir. Bu noktada sporda amatörlük ve profesyonellik kavramları önemlidir. Profesyonel spor, para kazanma ve meslek amaçlı yapılan spordur. Amatör sporcu ise, maddi kazançtan ziyade; eğlenmek, dinlenmek, yeni dostluklar edinmek, stresten uzaklaşmak, sağlıklı olmak amacıyla spor yapar.” (Amman, 2000, 104) Özellikle 20. y.y. la beraber spor endüstrisi büyük gelişmelere sahne olmuştur. Spor endüstrisi genişlemiştir. Bu durum kapitalizmin kendi dinamikleri çerçevesinde son derece doğal karşılanabilmektedir. Kapitalizm her şeyden kar etme amacı güder; böylece sermayeler toplumsal bünyeye nüfuz etme imkânı bulurlar.



II. Dünya savaşı sonrası serbest zaman faaliyetlerinin gelişmesine paralel olarak spor özellikle izleyici sporu yaygınlık kazanmıştır. Defrance'ın da belirttiği gibi modern rekabetçi spor '50lerden itibaren hızla gelişti. Spor hazla, oyunla, coşkuyla ilişkilendirilerek yeni anlamlar kazandı. '70ler sonrasında post-modern toplumda eskinin yüksek sporu ile halkın ilgilendiği popüler spor arasındaki sınırlar aşınmaya başladı, spor herkesin oldu geniş bir tüketici kitlesine ulaştı. Spor kişiselleşti, ticarileşti, keyif kültürünün parçası oldu. (Çabuklu, 2004, 138) Üretimin ve tüketimin kitleselleşmesiyle, önceleri sporun tek katılımcısı olan ekonomi ve siyaset elitleri tribünlere çekilmeye başlarken; bu grup dışında kalanlar sporu "iş" olarak yapmaya ya da "iş" olarak spor yapanları izlemeye başlamıştır. (Kaya, 2001, 8) Spor karşılaşmalarının değerinden çok şey gitmiştir. Ticarileşme oyunu işe dönüştürerek, sporcunun hazzını seyircininkine bağımlı kılmaya başlamıştır ve seyirciyi bitkisel bir edilgenlik durumuna sürüklemiştir. Sporun rekabet yönü ön plana çıkarken, "zafer" kültürü, oyuncularını acımasızlaştırmış ve seyircileri de azgın şovenlere dönüştürmüştür. Spor da seks, uyuşturucu ve içki gibi gündelik gerçekliğin farkındalığını silip götürür; bunu başka bir noktada yoğunlaştırarak yapar. Spor etkinliklerinin yan etkisi yoktur, duygusal sorunlara neden olmaz. (Lasch, 1997, 165-169)

Sporun gelişmiş ve az gelişmiş ülkelerdeki farklılıklarını ortaya koymak gerekmektedir. Günümüz gelişmiş, daha az çalışma saati uygulayıp daha çok gelir elde eden ülkelerde insanlar daha çok boş zaman bulabilmektedir. Bu ülkelerde ekonomiyi yöneten güçler boş zamanı da organize etmektedir. Boş zamanlarda insanların yaptığı faaliyetler genelde aynıdır, boş zaman bir tüketim aracı olmaktadır. Az gelişmiş ülkelerde ise durum farklıdır. Bu tip ülkelerde işsizlik sorunu, "boş zaman" ediniminde ön plana çıkar; gelişmiş ülkelerde, insanların yaşam düzeylerinin yüksek olmasıyla elde ettikleri boş zamanı az gelişmiş ülkelerde insanlar işsizlik sonucu bulur. Bu durumda spor, iyi bir statü ve kazanç sağlama yoluna dönüşür.

Gelişmiş ülkelerde iyi bir eğitimle insanlar iyi bir statü ve kazanç elde edebilmektedirler. Az gelişmiş ülkelerde ise iyi bir eğitim her zaman iyi bir kazanç getirmez. Örneğin G. Amerika ülkelerinde futbol çok popüler ve mesleki olarak çok yaygındır. Ancak futbola yönelmiş gençlerin eğitim seviyesi düşüktür. Türkiye'de de futbol en popüler spor dalıdır. Futbolculara ödenen paralar da gerçekten oldukça caz edicidir. Ancak Türkiye'de de futbolcuların eğitim seviyesi düşüktür. Futbol çocuk yaşta alt yapıdan başlayan bir çabayı gerektirmektedir ve bu durumda da eğitim çoğu zaman yarıda ve yetersiz kalmaktadır.

“Spor, insanların günlük pratiklerinde, gelecekle ilgili düşüncelerinde, iktidarların güçlerini yaygınlaştırmaya ve daha etkili kılmaya dönük politikalar üretmelerine sağladığı kolaylıkla, toplum yaşamında önemli bir yer tutuyor.” (Sert, 2000, 38) Spor iktidar ve direniş odaklarına geniş hareket alanı sağlar, toplumsal yaşamda baskın bir yere sahiptir.

Ülkemizde spor denilince akla ilk olarak futbol geldiği için araştırmalar daha çok bu yönde yapılmıştır. (Sert, 2000, 37) Eskiden aileler çocuklarının bu spordan uzak durması için çaba harcarken, günümüzde oluşan futbol sektörü ve büyük paraların dönmesi bu spora olan ilginin artmasına yol açmıştır. Temmuz 1994’te Galatasaray kulübünün alt yapısına tam 8.000 öğrenci başvurmuş, sadece 60 kişi seçilmiştir. Bu yoğun ilgi insanların uzun yıllar süren eğitim sonunda edinecekleri meslekler yerine, kısa yoldan bol gelire sahip olup, yaşamlarını kurtarma isteği olarak düşünülebilir. (Sert, 2000, 37)

Spor, insanların zihinsel ve fizyolojik yetenek ve becerilerini belli kurallar içerisinde kullanmaları suretiyle oluşan yarışma, eğlenme, dinlenme ve oyunu içeren bir etkinliktir. Spor kazanma hırsını, rakibini geçmeyi, rekorlar kırmayı bünyesinde barındırır. Sporun 18. y.y sonrasında örgütlenme sürecine girmesi, profesyonel organizasyonların oluşması, geniş kitleler önünde sportif yarışmaların yapılmasını sağlamıştır. Sporun izleyenler ve spordan keyif alanlar açısından da önem taşıması boş zaman kavramıyla ilgilidir. (Talmiciler, 2005 17-18)

Sanayi devriminin en önemli etkilerinden biri “boş zaman” kavramının ortaya çıkışı olmuştur. Buhar gücü, makineleşme, otomasyon insan gücüne olan ihtiyacı azaltmış, en azından çalışma saatleri kısalmıştır, bu da insanların daha çok boş zaman bulmasını sağlamıştır. Çeşitli boş zaman aktivitelerine yönelim başlamış, spor da bunlardan biri olmuştur. Spor alanına baktığımızda, seyirci – sporcu biçiminde ayrışma görülmüştür. Egemen sınıf üyeleri hızla tribüne çekilirken, bir takım kişiler sporu meslek edinerek profesyonelleşmiştir. Ancak bu dönemde seyirci – sporcu ayrışması gerçekleştiği halde spor, henüz büyük kitlelerin ilgisini çekecek düzeyde bir popüleriteye sahip değildir. Bunun en önemli nedeni, devlet erkinin sporu hala savaşılar hazırlanma aracı olarak görmesi ve insanları buna zorlamasıdır. Bu noktada spor, laikleşmesine karşın bağımsızlığını kazanamamıştır. (Sert, 2000, 32 )

Boş zaman ya da serbest zaman bir tüketim faaliyetidir. Sporda serbest zamanın oluşumu, makro iktisadi dönüşümlerin bir sonucudur. Kas gücünden makineye geçiş, çalışmaya ayrılan sürelerin azalması, devreye sokulan sosyo-ekonomik programlarla refahın geniş kitlelere yayılmasını sağlamıştır. Böylece boş zaman ve zevk amaçlı harcamalar kitleselleşmiştir. İngiltere’de 1890lı yıllarda eğitim düzeyi yüksek kişilerin ve aristokratların sporu olan futbol, kısa sürede halk arasında yaygınlaşmıştır. Zamanla gelişen serbest zaman faaliyetleri “kültür endüstrisi” denen bir sektör oluşturmuştur. (Amman, 2000, 123-124) Spor da bu sektörün önemli unsurlarından biridir. Boş zaman denilen unsur popüler kültür açısından da önem taşımaktadır.

Boş zamanların değerlendirilmesi ister istemez popüler kültürü – ya da kitle kültürü de denilmektedir – ortaya çıkarmıştır. Popüler kültürün herkes için ulaşılabilir olması onun hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Alemdar ve Erdoğan’a göre (2005) popüler kültür yaşamın her alanını kaplar; yoğun biçimde yaşanılır ve tüketilir. Rahatsızlık veren yönleri her zaman herkes tarafından fark edilmez. Doğal karşılanarak, sorgulanmaz. Öteden beri sürdürülen hoşça vakit geçirme biçimleri yerine yeni koşullara uygun yenilerini yaratır. Bu bazen spor olabilmektedir. Kitle kültürü ve popüler kültür varlığını kullanım ve tüketim yoluyla sürdüren, kitlelerin yaşam pratikleri ve ifadelerini çalan, gasp eden pazarda alınıp satılan bir mala dönüştüren ticari bir kültürdür. (Erdoğan; Alemdar, 2005, 48)

Kitle denildiği zaman, sayısı belli olmayan bir insan çokluğu anlaşılır. Ekonomik bazda düşündüğümüzde de kitle, bilinmeyen sayıdaki tüketicidir. Kitle kültürü kitle üretimi yapan bir endüstriyel yapının yarattığı materyal yaşamı gerçekleştirme ve bunun bilişsel ve düşünsel biçimidir. Kitle kültürü, kitle iletişim araçları ve bu araçların desteklediği küresel pazarın mal, hizmet ve ideolojisiyle birlikte düşünülür. Kitle kültürüyle biçimlendirilen dünya, kapitalist üretim tarzının egemenliğindeki bir uygarlığı temsil eder. Kapitalist toplumlarda kitle kültürü ticarilik olmadan düşünülemez. Bu kültürün amacı mümkün olan en geniş insan kitlesine mal satmaktır. Estetik bir ölçü yoktur. Başarının tespiti müşterinin sayısının hesabıyla mümkündür. (Erdoğan; Alemdar, 2005, 40-41)

Mutlu’ya göre popüler kültürü eleştirmek zordur. Popüler kültür her an her yerde, solduğumuz hava gibi içinde olduğumuz bir şeydir. Popüler kültür analizi ve eleştirilerinin çoğunda 1930ların kitle kültürü eleştirileri ile 1940ların özellikle metaların üretimi ve

dağıtımı bağlamındaki Marksist popüler kültür eleştirisinin izleri vardır. Bu da popüler kültürün olumsuz sayılan işlevlerinin tespitini getirmektedir. (Mutlu, 2005, 293)

Lasch'a göre; modern endüstride işlerin rutin hale gelmesiyle spor karşılaşmalarının önemi artmıştır. İnsanlar artık işlerinde bulamadıkları – düşünsel ve bedensel – heyecan ve rekabeti spor oyunlarında aramaya başlamışlardır. Spor karşılaşmaları günümüzde Eski Yunanda bile görülemeyen bir önem kazanmıştır. Spor yalnızca kitlelerin değil, kendisini kültürel seçkinler olarak tanımlayanların da tutkusu haline gelmiştir. (Lasch, 1997, 167)

Rowe'a göre; spor da rock müzik gibi bir kültür endüstrisidir. Rock ve spor, toplumsal ve kültürel değişimin metaforları olarak işlev gören beden imajları deposunu sürekli türeten bedene ilişkin anahtar niteliğinde iki kültür endüstrisidir. (Rowe, 1996, 23)

Sonuçta; spor olgusu zamanla çeşitli dönüşümler geçirmiştir. Spor önceleri belli bir sosyal sınıfın boş vakitlerini geçirme faaliyeti iken, bugün kitlelere yayılmıştır. Spor zamanla organize olmuş, kurumsallaşmış ve tüm dünyaya yayılmıştır. Spor artık sadece boş zamanı değerlendirme işi olmaktan çıkmış, bir meslek grubunun – profesyonel sporcular – ortaya çıkmasını sağlamıştır. Mesleklaşma yani sporda profesyonelleşmeyle spor ve sporcu bir ticari meta haline gelmiştir. (Talismciler, 2005, 18)

### **3. Spora Sosyolojik Yaklaşımlar**

Spor sosyolojisinin yeni bir alan olduğu pek çok kaynakta belirtilmektedir. Özellikle Türkiye'de çok daha yeni ve fazla girilmemiş bir alandır. Bu yüzden sporu toplumsal olarak açıklama çoğu zaman yetersiz kalmaktadır. Spor bilimsel açıdan yeterince ilgi görmemektedir, teorik açımdan uzak sıradan bir faaliyet olarak kurgulanmaktadır.

Spor olgusuna sosyal bilimciler dışında beden eğitimcilerde yaklaşımlar getirmektedir. “Beden eğitimi ile uğraşanlar sporun yapılış amacı ve yapılış teknikleri üzerinde dururken sosyologlar, sporun içinde yapıldığı toplumun yapısından hareket etmek suretiyle toplumsal yapı ile spor arasındaki ilişkileri, sporu icra eden ve izleyenlerin sportif etkinliği nasıl görmekte olduklarını, sportif etkinliğin toplum içinde ne gibi işlevleri yerine getirdiğini incelerler.” (Talismciler, 2003, 26)

Sosyologlar spor olgusunu açıklarken, temel sosyolojik yaklaşımlardan hareket ederler ve sporu bu yaklaşımlar çerçevesinde incelerler. “Spor sosyolojisi, sosyolojik yaklaşımın spor olgusuna tatbik edilmesidir. Sportif faaliyetlerin toplumdaki yerini ve işlevini belirlemek; spor olgusunun, diğer sosyal kurumlarla olan ilişkilerini, farklı gruplar ve kategorilerle oluşturduğu görüntüleri ortaya koymak spor sosyolojisinin başlıca amaçlarıdır.” (Amman, 2000, 89)

Sosyolojide temel diyebileceğimiz iki yaklaşım olan işlevselci ve çatışmacı yaklaşımları, spor olgusunda temel ve birbirine karşıt olarak değerlendirebiliriz. “A.Comte, E.Durkheim, H.Spencer’in temellerini attığı İşlevsel Teori, toplumu ahenkli bir bütün olarak görür ve değişmeden çok ‘yapı’yı vurgular. İşlevsel yaklaşıma göre toplum yaşayan bir organizmadır, parçalardan oluşur ve bu parçalar bir sistem oluştururlar. Bu parçaların aralarında ilişki vardır, birbirini etkiler. İşlevini kaybeden parça yok olur. K.Marx tarafından geliştirilen Çatışma Teorisi ise; toplumu organik bir bütün olarak değil, süreç ve zıtlaşan sınıfların zorunlu beraberliği olarak görür.” (Amman, 2000, 132-133)

İşlevselci kuramcılar, sporun topluma yaptığı olumlu katkılardan hareketle; estetik, vatandaşlık, karakter geliştirme, iletişim, kültür, ekonomik gelişme, eşitlik, etik, eğlence, kahramanlık, kimlik, disiplin, toplumsallaşma gibi alanlarda sporun yaptığı katkılardan bahseder. Çatışmacı kuramcılar ise aksine; sporun toplum üzerindeki yabancılaşma, sömürü ve kontrol, sosyal yalıtma, milliyetçilik, cinsiyetçilik, militarizm, bireylerin manipüle edildiği alanlarda yaşanan ticarileşme gibi olumsuz etkileri üzerinde yoğunlaşır. (Coakley, 1990 akt. Talimciler, 2005, 22)

Frankfurt Okulu olarak bilinen, Marxist yaklaşımı kültür ekseninde ele alarak geliştiren yaklaşım da, spor konusunda oldukça önemlidir. Frankfurt Okulu eleştirel yaklaşım içerisinde yer alır. Sporun tarihsel ve sosyal koşulların sınırlamaları içerisinde insanlar tarafından yaratıldığını, sporun toplum üzerinde hem işlevsel hem de çatışmacı etkilerinin aynı anda var olabileceğini ileri sürer. Spor ve toplum arasındaki ilişki, uzlaşma ve baskı yoluyla sürekli değişmektedir. Değişiklikte tarih, ekonomi, eğitim, medya, aile ve sosyal gruplar arasındaki ilişkiler etkilidir. (Coakley, 1990 akt: Talimciler, 2005, 23)

İşlevsel yaklaşım sporu topluma yaptığı olumlu katkılar yönünden ele alır. “Bu teoriye göre spor, ritüelleri ve seremonileriyle yarı dinsel bir kurumu andırmakta ve toplumun ortak

değerlerinin pekişmesine katkıda bulunmaktadır.” (Amman, 2000, 133) Buna göre spor topluma ve insanlığa bazı değerler kazandırır veya bu değerlerin gelişmesine katkıda bulunur. Bunlar estetik, vatandaşlık bilinci, karakterin geliştirilmesi, iletişim kurma, eşitlik, etik anlayışı, eğlence, disiplinli olma, statü kazanma, kimlik oluşturma gibi değerler olabilmektedir. “Gerek seyircinin, gerekse bizatihi sportif faaliyete katılanların saldırganlık enerjisini, toplumca kabul edilir bir yöne kanalize etmekte; sosyal ilişkilerin gelişmesine ve yalnızlık hissini azaltmasına yardımcı olmakta; böylece toplumsal dayanışmayı güçlendirmektedir.” (Amman, 2000, 133) Konrad Lorenz de; “sporun en önemli işlevinin saldırganlık güdüsü için barışçı ve arındırıcı bir boşalma olanağı sağlaması olduğunu belirtir.” (Lorenz, 1967, Akt: Talimciler, 2003, 26) Sporun hem aktif olarak yapılmasının hem de seyirci olarak izlenmesinin saldırganlık dürtüsünü azaltmada ve insanı dengelemede bir araç olduğu kabul edilmektedir.

Spor yoğun bir çaba ve eğitim gerektiren faaliyettir. Sporun ülke gençlerinin ülkeyi korumasına, savaşa hazırlanmasına yardımcı olduğu da işlevselci yaklaşım içinde belirtilen görüşlerdendir. Örneğin; okullardaki beden eğitimi dersleri, ülkenin eğitim politikaları bu amaca hizmet edebilir. Ancak Türkiye’de beden eğitim derslerinin herhangi bir amaca hizmet edip etmediği de ayrı bir tartışma konusudur. Ancak spor etkinlikleri eğitimin, karakter gelişiminin ya da toplumsal iyileştirmenin hizmetine sokulduklarında çekiciliklerini kaybettikleri de bir gerçektir. (Lasch, 1997, 166)

Bu yaklaşımlar dışarıdan bakıldığında oldukça “romantik” görülmektedir. Sporun insan hayatına yaptığı olumlu katkılar yadsınamaz ancak salt bu şekilde değerlendirmek oldukça zor ve yetersizdir. Toplumda eşitsizlik ve çatışmalar hep vardır; işlevselci yaklaşım da bunu göz ardı etmektedir.

Çatışma teorisi, sporu ekonomik ve siyasal gücü elinde tutanların çıkarlarına, militarizme, milliyetçilik ve ırkçılığa, cinsiyet ayrımcılığına yaptığı katkılar bakımından inceler. Sporun bu alanlarda oynadığı olumsuz rol üzerinde durarak, sporu uyutucu bir afyon gibi görür. Sporun insanlara neşe ve zevk vermesi çatışmacılara göre onu meşru kılmaktadır, dokunulmaz yapmaktadır.

Çatışmacı yaklaşım içinde yer alan Marxist yazarların en çok etkilendikleri görüş Marx’ın din kuramıdır. Marx’a göre din kitlelerin acılarını uyuşturarak azaltan ve kitleleri

uyutan bir afyondur. Marxçı yazarlar da bundan yola çıkarak, özellikle tatil günlerinde stadyumların ve spor salonlarının dolmasına bakarak, çağdaş toplumda dinin yerini sporun aldığını düşünmüşlerdir. İtalyan Komünist Partisi lideri Antonio Gramsci ortaya koyduğu ‘hegemonya’ kuramıyla, yönetici sınıfların erklerini kilise, eğitim ve siyasal kurumların yanı sıra spor yoluyla da sağladıklarını belirtmiştir. (Şenel, 2008, 19)

Fransız yazar Jean-Marie Brohm’a göre spor, kapitalist ilişkilere denk düşmektedir. Spor en baştan beri bir sınıf pratiğidir. Burjuvalar için aylak zaman etkinliği, proletaryaya da çalışma gücünü yeniden kazandırma yoludur. Brohm’a göre spor kapitalistleri, sporcuları ücretli işçiler durumuna düşürmüştür. Sınıf savaşmaları – yöneticiler ve sporcular - spora da taşınmıştır. Ancak spor yine de sınıf savaşımını öreterek, halkın yeni bir afyonu gibi işlev görmektedir. Yönetici sınıfın ideolojisini pekiştirerek, halkı marşlarla, bayraklarla uyutmaktadır. (Şenel, 2008, 19-20)

Tahakküm ilişkilerini vurgulayan çatışma teorisi sporu, eşitsizlikleri yansıtan bir faaliyet olarak görmenin ötesinde, bu eşitsizlikleri örtülü yollarla yeniden üreten; sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel hâkimiyeti elinde tutanlara yeni bir alan vererek hâkimiyetlerini pekiştirmeye yarayan bir alan olarak görmektedir. ( Defrance 1995: 48 Akt: Amman, 2000, 134 )

Bu yaklaşıma göre, sporun toplum üzerinde yabancılaşma, sömürü ve kontrol, sosyal yalıtma, milliyetçilik, cinsiyetçilik, militarizm, bireylerin manipüle edildiği alanlarda yaşanan ticarileşme gibi olumsuz etkileri vardır. Spor kimilerine önemli kârlar sağlayabilmekte, sporcu sağlığını da tehlikeye sokmaktadır.

Sporun ticarileşmesi, uluslar arası şirketlerin etkisi de çatışmacı yaklaşım tarafından eleştirilmektedir. Tüm insanlığı etkileyen olimpiyat oyunları, dünya kupası gibi organizasyonlar sponsor firmaların kendi reklam ve tanıtımı için fırsatlar yaratmakta ve sömürünün tüketim aracılığıyla pompalanarak sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır. (Talimciler, 2005, 24)

Çatışmacı yaklaşıma göre spor, ırk ve cinsiyet konusunda ayrımcılığa yol açar. Sınıf çatışmalarını körükler. Sporun hiyerarşik yapısı kapitalizmde yapısını yansıtır. (performans, rekabet, rekor)

Erdoğan ve Alemdar'da çatışma yaklaşımı çerçevesinde spora eleştiriler getirmiştir. “Örgütlü popüler spor (özellikle futbol) yıldız gladyatörlerin kiralandığı uluslar arası alanda iş yapan dev sermayenin egemenliğindedir. (Erdoğan, Alemdar; 2005, 178) Kapitalist düzen spor faaliyetlerini halkın mülkiyetinden alarak kendi mülkiyetine geçirmektedir. Bu durum ekonomik çıkar ve ideolojik bakımdan da kapitalist sınıfa çıkar sağlamaktadır. Sporun ideolojisiz bir toplumsal etkinlik olarak açıklanması, egemen gücü yeniden üretmektir. Egemen güçler böyle düşünülmesini istemektedir.

Sporda popülerleştirilen değerler vardır. Sporda rekabet vardır. Ortaya çıkan başarı veya başarısızlık bireyseldir. Toplumda hayat bireysel rekabete dayalıdır. Bu durum buna bağlıdır. Takım sporlarında ise yüceltilen, çalıştırıcı ve takımın yıldızlarıdır. Yöneticilerde işlerine geldiğinde bu takımın başarısından kendilerine pay çıkarabilmektedir.

Özetle; spor hem toplumdaki ekonomik yapıyı yansıtmakta hem de diğer üst yapı kurumlarıyla (hukuk, sanat, kültür gibi) beraber ideolojik bir rol oynamaktadır. Sporun kapitalist toplumda iki temel misyonu vardır:

- İşçi sınıfına sömürüyü unutturma (işyerindeki yabancılaşma, yaratıcılığın kapitalizm tarafından yok edilmesi, gündelik hayatta spor sayesinde neşelenme ör: takımının galibiyetine sevinerek mutlu olma, dertleri unutmama...)
- Topluma egemenlerin değerlerini empoze etme (spor toplumun afyonu olarak kapitalist sistemin devamını sağlıyor)

Bu noktada Althusser'in Devletin İdeolojik Aygıtları (DİA'lar) olarak belirttikleri önemlidir. “DİA'lar devletin baskı aygıtıyla aynı şey değildir. Marxist teoride devletin aygıtları Hükümet, Yönetim, Ordu, Polis, Mahkemeler, Hapishaneler v.b şeyleri kapsar. DİA'lar ile birbirinden ayrı ve özelleşmiş kurumlar biçiminde ortaya çıkan belirli sayıda gerçeklikleri belirtiyoruz.

“Dini DİA (değişik kiliseler sistemi),

Öğretimsel DİA (değişik devlet ve özel okulları sistemi),

Aile DİA'sı,

Hukuki DİA,

Siyasal DİA (değişik partileri içeren sistem),



Sendikal DİA,  
Haberleşme DİA'sı (basın radyo-televizyon v.b.),  
Kültürel DİA (edebiyat, güzel sanatlar, spor v.b.)” (Althusser, 2002, 33-34)

Althusser'e göre tüm DİA'ların hedefi aynıdır; kapitalist sömürü ilişkilerinin yeniden üretimini amaçlar. Sporu da bir kültürel DİA olarak aldığımızda; içinde bulundurduğu rekabetçi, milliyetçi, şova yönelik tarafla bu amaca hizmet edebileceğini düşünebiliriz. Spor “yeniden üretim” sürecinde hem ideolojik hem de üretim açısından çok önemli işlev görür.

DİA'lar işlev olarak aktörlere toplumsal formasyonun gerektirdiği becerileri ve konuları kazandırır. Aktörler bunun farkında olsunlar ya da olmasınlar; DİA'lar egemen siyasal ilişkileri yeniden üretir.

“Althusser'in sporu, devletin bir aygıtı biçiminde yani içinde ideolojinin gizlendiği ve modern kapitalist üretimin sosyal ilişkilerinin yeniden üretilme fonksiyonunun yerine getirildiği bir yapı olarak nitelenmesi önemlidir.” (Talimciler, 2005, 45)

Görüldüğü gibi işlevselci yaklaşımın spor konusunda getirdiği olumlu görüşlere çatışmacı yaklaşım karşıt görüş getirmektedir.

Eleştirel yaklaşımda spor olgusunda çok önemli bir yer tutar. Bu yaklaşım, Marxist temelli çatışma teorisinin Frankfurt Okulu teorisyenleri tarafından kültürel olarak ele alınmasıdır. Neo-Marksist olarak değerlendirilebilecek Frankfurt Okulu düşünürleri Marx'ın yabancılaşma kavramından yola çıkarak kültürel yabancılaşma kavramını üretmişlerdir. “Yabancılaşma, Marx'ın kullandığı anlamda, bir kişi, grup, kurum veya toplumun, bir eylem aracılığıyla kendine has faaliyette veya bu faaliyetin sonuçlarına ya da tabiata veyahut diğer insanlara uzaklaşması ve bütün bunların bir veya birkaçı nedeniyle kendinden, kendi hususi varlığından kopması durumudur.” (Petrovic, 1993 Akt: Amman, 2000, 136)

Eleştirel yaklaşımda kültürel yabancılaşma kavramı üzerinde durulmaktadır. Kültürel yabancılaşma, yabancılaşmanın güçsüzlük duygusu, kimlik kaybı ve anlamsızlık hissi gibi subjektif sonuçlarını irdeleyen bir kavramdır. (Amman, 2000, 136) Frankfurt Okulu düşünürlerine göre spor, insanları avutucu bir faaliyettir. Kapitalizm insanları sistemle özdeşleştiren mekanizmalarla kimliksizleştirir, sistemle bütünleşmesini sağlar. Spor da böyle

bir mekanizmadır. Sporun metalaşması, spor-insan etkileşiminde insanın yaptığı sportif etkinliklere yabancılaşması ile sonuçlanmaktadır. (Talimciler, 2005, 25)

Eleştirel yaklaşımın en önemli temsilcilerinden H.Marcuse; kapitalizm ve tüketim toplumunun kültüre ve kişiliğin gelişmesine bir tehdit oluşturduğunu savunur. (Goldmann, 2006, 313) Marcuse; Fransa'da *Partisans* isimli dergide kapitalist toplum düzenine yönelik eleştirilerini spora da yansıtarak; yalnızca “burjuva sporu”nun olduğunu savunmuştur. Spor sadece yabancılaşmanın bir aracıdır. Sporcular sistemin ezdiği zavallılardır. (Amman, 2000, 137)

Eleştirel spor yazınında Neo-Marksist denilen görüşlerle birlikte küreselleşmeci perspektifler de bulunmaktadır. Spor yazını bıkmayıp usanmadan farklı toplumsal gruplar ve bölgelerin modern spordan eşitsiz bir biçimde faydalandığını ve sporun kurumsal gelişiminde güç ilişkilerinin kritik öneme sahip olduğunu vurgulamışlardır. Bu bağlamda, Neo-Marksistler sınıflar arası ilişkileri hedef alırken, küreselleşmeci perspektifler gelişmiş dünya ile ötekiler arasındaki büyük uçuruma işaret etmişlerdir. Benzer şekilde, her iki düşünce okulunun altını çizdiği diğer önemli konu ise piyasa ve piyasa aktörlerinin spor üzerindeki kontrolüdür. Marksistler kapitalist sınıfı sorumlu olarak göstermekte gecikmezken, küreselleşmeciler aynı rolü çok uluslu şirketlere vermiştir.(Ermence, 2005, 101)

Küreselleşmeci perspektife göre sporda piyasanın gücü artmıştır ve küresel sporcu göç ilişkileri yeniden şekillenmeye başlamıştır. Çok uluslu şirketler spor dünyası içinde etkin konuma gelmeye başlamıştır. Spor ticarileşme ve metalaşma ekseninde yeniden şekillenmeye başlamıştır.

Eğlence endüstrisi ve spor arasında ortaklıklar kurulmuştur. Spor kulüpleri medya-eğlence dünyası tarafından satın alınmaya başlamıştır. Tüketim kalıplarının şekillenmesiyle spor özellikle erkek müşterileri elde tutmanın bir yolu olarak gözükmektedir.

Spor sosyolojisi alanında diğer bir önemli düşünür de Norbert Elias'dır. Elias'ın katkılarını ‘toplumu tanımanın ilginç bir laboratuvarı olarak spor’ ve modernitenin özgün bir fenomeni olarak spor’ başlıkları altında özetleyebiliriz. Sporu toplumu anlamak için bir laboratuvar olarak görmesi yapısal-işlevselci sistem yaklaşımını benimsediğini göstermektedir. Buna göre, bir toplumun özellikleri onu oluşturan kurumlara da yansır ve sistem ile onun alt-

sistemleri olan kurumlar arasında karşılıklı bir ilişki vardır. Kurumlarda ortaya çıkan bir değişimin tüm topluma yansıyan sonuçları olur. Elias da sporu bir kurum olarak ele almanın mümkün olduğunu ileri sürerek, toplumun sporda kodlanmış olduğunu ifade eder. (Amman, 2000, 142)

Elias, 'modernitenin özgün bir fenomeni olarak spor' düşüncesiyle, uygarlaşmadan bahseder. Buna göre, uygarlaşma beden ve duyguların daha fazla kontrol altına alınması yönünde gelişmiş bir süreçtir. Elias'a göre modern sporun ayırt edici özelliği, şiddetin azaltılmasıdır. (Amman, 2000, 142) Uygarlaşma süreciyle spor karşılaşmalarını kuralları artmıştır. Artan ve değişen kurallarla şiddet de azalmıştır. Spordaki uygarlaşma topluma da yansımıştır. Elias "sportifleşme" sürecinden bahsetmektedir. Şiddet içeren oyunlara kuralların getirilmesiyle, kurumsallaşmasıyla şiddet önlenmiştir.

Elias sporla ilgili düşüncelerini Erle Dunning ile yaptığı araştırmalarla birlikte ortaya çıkarmıştır. Spor "uygarlaşma süreci" öncesi dönemin şiddete dayanan coşku verici etkinliklerinin yerini almıştır. Spor barbarlıktan uzaklaşma aracı olmuştur. (Şenel, 2008, 23)

### *Pierre Bourdieu ve Habitus*

Çağdaş Fransız düşünürleri içinde en önemli isimlerden biri olan Bourdieu'da spor konusunda bazı yaklaşımlarda bulunmuştur. "Geliştirdiği 'habitus' teorisi, toplumdaki tahakküm ilişkilerine verdiği önemle "yapısal çatışmacı" bir teoridir. Bu teori, sosyal sınıflar ile spor pratikleri arasındaki ilişkiyi anlamının yanı sıra, yeni spor branşlarının ortaya çıkmasını ve yayılmasını da açıklayabilmektedir." (Amman, 2000, 139)

Bourdieu'nun sosyolojisine genel olarak bakarsak;

- Toplumu sınıflar ve sınıfa dayalı çıkarlar ve ideolojiler bağlamında çözümleyen Marxist görüşe karşıdır
- Sınıf esasında çözümleme yerine "alan" kavramını kullanır
- İnsanlar toplumsal alanlarda; manevra yaparlar, stratejiler geliştirirler, kaynaklar için mücadele ederler
- Her alanda güç ilişkileri meydana gelir

- Karmaşık toplumlarda birbirinden farklı alanlar vardır
- Üç temel sermaye tipi olduğunu savunur: ekonomik, toplumsal, kültürel
- En çok kültürel sermayeye önem verir
- Kültürel sermaye ailelerden çocuklara geçer.

Görüldüğü gibi, Pierre Bourdieu sosyal bilimlere getirdiği yeni açılımlarla yüzyılın en önemli bir o kadar da en zor anlaşılabilir düşünürlerinden biridir. Bourdieu'un toplumsal kuramında çok önemli yere sahip olan toplumsal alan, kültürel sermaye ve habitus kavramları, pek çok sosyal olguyu açıklamada başvurulabilecek anahtarlardır.

“Habitus kavramı Bourdieu tarafından, fertlerin toplumsal köklerinden ve statülerinden kaynaklanan oluş biçimlerini belirtmek amacıyla tıp dilinden sosyolojiye taşınmıştır. Habitus bireylerin sosyal faaliyetlerini yönlendiren içsel eğilimlerin tamamını ifade eder. Kültürel pratikler sahip olunan habitusun görüntüsüdür. Spor da böyle bir kültürel pratiktir.” (Amman, 2000, 139-140) “Bourdieu bu kavramıyla bireyin kültür ürünleri ve pratikleri – sanat, yiyecek, giyecek, tatil gibi – açısından sahip olduğu beğenin uygunluğu ve geçerliliği konusundaki duygusunda belirgin bir biçimde görülen eğilimlere, sınıflandırma şemalarına, sorgulamaksızın kabul edilmiş tercihleri belirtir.” (Featherstone, 1996, 152) Spor; Bourdieu’da insan bedenine önem atfeden habitus içerisinde küçük bir rol üstlenir; spor bir alt daldır.

Bourdieu’ya göre, sportif faaliyetler ve tüketimler toplamı, belli bir toplumsal taleple karşılaşmaya yönelik bir arz olarak kabul edilebilir. Bu faaliyet ve tüketimlerin bir evreninin olup olmadığı, sportif ürünlere (golf oynama, spor gazetesi okuma, televizyonda Dünya Kupası izleme v.s.) olan talebin nasıl oluştuğu, hangi sporun yapılacağına nasıl karar verildiği Bourdieu’nun yönelttiği sorular arasındadır. (Bourdieu, 1997, 159-160)

Bourdieu’nun diğer bir önemli kavramı da “sermayedir.” Bu kavramı ekonomik, sosyal ve kültürel olarak formlara sokmuştur. Buna göre; ekonomik sermayesi fazla olanların tenis, kayak, golf gibi sporlara yönelirler. Bunlar belli bir ekonomik güç gerektiren sporlardır. Kültürel sermayesi fazla olanlar ise satranç, dağ yürüyüşü gibi sporlara yönelebilirler. Kültürel sermayesi düşük olanlar ise futbol oynamayı ya da maçları izlemeyi tercih ederler.

Bourdieu'ya göre; modern sporun evreni oldukça geniştir. Sporu uygulayanlar, sporu yönetenler, kuralları hazırlayanlar, spor malzemelerini sağlayanlar, faaliyetlere bağlı kurumlardan oluşan geniş bir evren söz konusudur ve bu evreni oluşturan bunları bir araya getiren toplumsal koşullar üzerine düşünmek gerekir. Bunlar bir toplumsal alan gibi görülebilir. Sportif faaliyet alanının oluşumu, siyasal türdeki bir spor felsefesinin oluşumuna bağlıdır. (Bourdieu, 1997, 164)

“Bedende özümsemiş habitus, beden hacmi, şekli, duruşu, yürüyüş ve oturuş biçimi, yeme içme tarzı, bireyin talep etmeye hakkı olduğunu düşündüğü, duyumsadığı toplumsal uzam ve zaman, bedene gösterilen özen ve bedensel jestler, kişinin bedeniyle barışıklığının açığa çıkmasıdır.” (Sert, 2000, 103)

“Bourdieu'ya göre işçi sınıfının giyiminden yeme alışkanlıklarına, hoşlandıkları spor dallarına kadar olan tercihlerinde diğer sınıftan farklılaşan araçsal beden anlayışı vardır. İşçi sınıflarında kas güçlendirmeye yönelik sporlar daha ilgi görür, fiziki algılama nesnesi olarak bedenlerini şekillendirmeye yönelirler. Alt orta sınıfın bireyleri ise sağlıklı bir yaşam için jimnastik gibi sporlara rağbet ederler, diyet yaparlar.” (Işık, 1998, 141)

## İKİNCİ BÖLÜM

### FUTBOL OLGUSU

“Kimisini bir takıma sımsıkı bağlayan, kimisini başka bir takımın sempatzanı yapan, kimisini her hafta tribünlere çeken şey nedir? Tribündekiler için anlatması zor olsa da anlaması kolay bir şeydir bu; futbolun çekim alanı dışında kalanlar içinse kesinlikle anlaşılmaz bir şey.”

(Kozanoğlu, 2002, 107)

“Bir tarafta bir kale, öbür tarafta öbür kale...

Saldıracaksın, alacaksın...

“Futbol” savaş benzetimidir...

Futbol sınıf savaşıdır.

22 topçu sahada, milyonlar tribünlerde...”

*Kurthan Fişek*

Futbolun tarihiyle, sosyal boyutuyla, kendine has büyüyle iç dinamikleriyle genel olarak ele alınmaktadır. Futbol oynayan ile oynamayan insanlar arasında bir bütünlük bilinci vardır. Bu bütünlük bilinci kendisini oynayan bireylerle özdeşleştirmeye kadar gitmektedir. Artık eskiden olduğu gibi savaşların olmaması futbol sahalarını modern savaş alanları haline getirmiştir. Futbol gerilimi yüksek bir spordur. Oluşan gerilimin boşaltılması oyun dışı alanlarda gerçekleştirilebilmektedir. Futbol çok ciddi bir ekonomik alandır.

## 1. Futbolun Ortaya Çıkışı, Gelişim Süreci ve Sosyal Boyutu

Futbol günümüz dünyasında çok önemli bir yere ve etkiye sahiptir. Sadece bir spor dalı ve oyun olarak ele almak futbolun derinliğini ve içindeki dinamikleri görememektir. Futbol kitleler üzerindeki etkisiyle, gazetelerde ve televizyonlarda geniş yer işgal etmesiyle, farklı kültür ve ekonomik yapıdan insanları bir araya getirmesiyle incelenmesi gerekli bir spor dalıdır.

Futbol kendine özgü yapısıyla bireyler için farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Kıvanç'a göre futbol; çok süratli yaşanan, anlık reflekslerle, topun ortasına veya birkaç milimetre sağına-soluna vurmakla her şeyin değişebildiği, bir hareketin öyle değil de böyle, şimdi değil de azıcık sonra yapılmasıyla her türlü ihtimalin doğabildiği, temposu yüksek, ritmi karmaşık bir yaşantıdır. (Kıvanç, 2001, 41) Bu tanımda "hayat"a bir gönderme vardır. Hayatta da her an her şey değişebilir, verdiğimiz kararlar çok önemlidir ve hayat çabucak geçip gider.

Futbolun kuralları basittir, yalındır. Futbol sürprizlere açıktır ve futbolun heyecanı bitmez. Ayakla oynanması hem bir seyir zevki hem de bir dinamizm getirmektedir. Basketbol da ya da voleybol gibi topla oynanan diğer sporlarda sürprize çok yer yoktur, kuralları da daha karmaşıktır. Futbolda zayıf olan güçlüyü yenebilir. Futbolda kurallarla sınırlanmış bir şiddet de vardır. Bu şiddet bir bakıma kurallarla izin verilen şiddettir ve bu durum seyir zevkini getirdiği gibi, izleyiciler üzerinde gerilimi de arttırmaktadır.

Futbol en popüler ve buna paralel olarak da birleştirici bir spordur. Farklı kültürden, sınıftan birçok insanı bir araya getirme özelliği bulunmaktadır. Bir firma patronu ile bir işsizi veya gecekondlu insanıyla "yüksek sosyete"den bir insanı bir araya getiren, belki de tek olaydır. Futbol bir dünya sporudur, bu nedenle de küreselleşmenin somut etkilerini ilk yaşayan dallardan biridir. (Authier, 2002, 13)

Futbol bugün en çok paranın döndüğü spor alanlarından biridir. "Yüzyılın Oyunu" olarak nitelendirilmektedir. Futbolun ne zaman, nerde ortaya çıktığı konusunda da kesin bir bilgi yoktur. "Ancak insanoğlunun devingen – ruhsal ve fiziksel yapısı içinde özellikle yuvarlak cisimlerle oynamaya, kendini eğlendirmeye dönük bir yönelimi olması, bu oyunun insanlıkla eşit bir tarihe sahip olabileceği düşüncesini oluşturmaktadır." (Sert, 2000, 51)

Topla oynanan ilk oyunların Çin’de düzenlendiği konusunda ortak bir görüş de vardır.(İ.Ö. 2000 yıllarında) “2004 yılında FİFA (Dünya Futbol Birliği) başkanı Sepp Blater’in de kabul ettiği gibi ilk kez Çin’de oynanmaya başlanan oyunu icadı, efsanelerdeki sarı kral Huang Di’ye atfedilir.” (Arık, 2004, 129) Çin kaynaklarına göre futbol M.Ö. 2697 civarında, efsanevi beş imparatorun biri olan Huang-Di zamanında oynanmaya başlamıştır. Amaç, imparatorluk askerlerinin savunma becerisini güçlendirmektir.(Stemmler, 2000, 13) Çin’de düzenlenen ilk toplu oyunlarda, bir saha ortasında bir çit vardı ve çitin iki tarafındaki oyuncular ellerini kullanmadan, topu yere düşürmeden karşı alana atmaya çalışırlardı. (Sert, 2000, 51)

Antik Çağ’da ise futbol oynandığına dair veriler pek yoktur. Ancak “Harpaston – el topu” denilen, antik Yunan literatüründe “çok sert ve vahşi” olarak ifade edilen bir oyundan bahsedilmektedir. Harpaston’un basit tek bir kuralı vardı; bir oyuncu gol çizgisini top elinde olarak geçerse veya gol çizgisi üzerinden geçecek şekilde bir takım arkadaşına pas atarsa, puan alırdı, diğer takımın amacı ise “ne şekilde olursa olsun” karşı takımı engellemektir. (İkiz, 2007) Baktığımızda Antik Çağ’da futbol (ayak topu) oynanmamıştır, bu yüzden ortaçağ futbolunun kökenleri antikçağa dayandırılmaz. (Stemmler, 2000, 23) Antikçağda olimpiyatlarla spor alanında önemli gelişmeler olmuştur, ancak futbol bir güreş veya atletizm gibi standart bir spor dalı olmamıştır.

Amerika’da futbolun ne zaman oynandığı kesin olarak bilinmemektedir. Meksika ve Orta Amerika yerlileri arasında büyük bir topa kalça ve kolla vurulan bir oyun olduğu bilinmektedir.

Futbolun İngiltere’de ortaya çıktığına dair görüş yaygındır. Ancak tartışmaya da açıktır. “Fransızlar bu oyunun Normanlar tarafından İngiltere’ye götürülen la soule’dan (ortaçağda Romalı askerler ve Fransızlar tarafından oynanan, günümüz futboluna çok benzeyen bir oyun) türediğini, İtalyanlar ise futbolun kendi ülkelerinden çıktığını ileri sürerler. Nerede doğduğu tartışmalı da olsa, futbol önceleri soylular arasında kabul görmüş, daha sonra halk tarafından sevilmiş ve toplumun tüm kesimlerine yayılmıştır.” (Sert, 2000, 54)

12. y.y da İngiltere’de futbol eğlence için yapılan bir oyundu, kesinlikle bugünkü anlamda sistematik kuralları yoktu. Köyler arasında oyunlar düzenlenir, herkes katılır ve



amaçsızca topa vurulurdu. Çatışmalar ve kavgalar çıkardı. Bu durumda da futbol, 1314'te İngiltere kralı II. Edward tarafından yasaklanmıştı.

“O dönemde yasaklamaların altındaki düşünce, salt ortaya çıkan kargaşa değildir; halkın futbol oynamayı bahane edip toplanarak isyan çıkartma olasılığı, kralların en büyük korkularındandı. Onların isteği; halkın bu düzen bozucu oyunlarla ilgilenmek yerine askeri silahlarla ilgilenip, kendini – savaş için – yetiştirmesiydi.” (Elias, 1994, 240 aktaran Sert, 2000, 55)

Futbol gelişim sürecinde, siyasi ve dini kesim tarafından pek hoş karşılanmayan bir etkinlik olmuştur. İngiltere’de futbolu yasaklamak için imparatorlar fermanlar çıkarmış, kurallara uymayıp futbol oynayanlar cezalandırılmış. Çünkü bu kesime göre bu oyun “vahşi”ydi ve toplumsal düzeni tehdit ediyordu. (Arık, 2004, 132 – 133)

Futbol 17. y.y’a kadar İngiltere’de lanetlenen, küçümsenen bir oyundur. Ancak halkın ilgisi azalmamıştır. Bu dönemde İngiltere kralı II. Charles, İtalya’da Giuoco Del Calcio denen futbolu, oradan İngiltere’ye yaymak için uğraşmıştır. Calcio günümüz futboluna çok benzeyen, Siena ve Floransa’da oynanan bir oyundur. Calcio İngiltere’ye geldikten sonra burada bugünkü haline yakın bir oyun olmuştur.

Büyük kitlelerin ilgisini çeken bu oyunun, günümüzdeki modern anlamda uygulanmasının arkasında, İngiltere’de geçirdiği, teknik – taktik ve kural değişiklikleriyle, örgütsel yapısındaki dönüşümler bulunmaktadır. Bu değişim ve dönüşümler özellikle 1842 – 1890 yılları arasındaki dönemde gerçekleşmiş, 1878’de Almanya’da, 1880’de İtalya’da, 1895’te İsviçre’de, 1906’da Portekiz’de uygulanmaya başlanmış ve dünyaya yayılmıştır. (Elias; Dunning, aktaran Sert, 2000, 58)

Sanayileşme ve buna bağlı olarak kentleşme, futbolda mekân, oynanacak yer sorununu da gündeme getirmiştir. 19. y.y da birçok İngiliz köyünde futbol sahaları oyuncuların ellerinden alınmıştır. Sahalar kamulaştırılıp, halka kapatılmıştır. Bu durum futbolun popülaritesinin azalmasına neden olmuştur. (Arık, 2004, 134)

18. y.y ikinci yarısı ve 19. y.y ilk yaruları arasında futbolun kan kaybettiği gerçektir. Çünkü bu dönemlerde sanayileşmeyle kurulan kentlerde işçi olma, çalışma en büyük erdem

kabul ediliyordu ve futbol oynama bir zaman kaybı olarak görülüyordu. Bu dönemle birlikte de futbol halkın gündeminden çıkıp, zengin ve aristokrat çocuklarının okuduğu kolejlere girerek varlığını devam ettirmiştir. Modern futbolun temelleri de, 19. y.y. İngiliz kolejlerinde atılmıştır. Yüzyıllar boyunca futbolu “avama özgü” olarak nitelendiren soylular, futbolun sadece Britanya’da değil, tüm dünyada gelişmesine olanak sağlamıştır. (Arık, 2004, 135) 1840lı yıllarda, İngiltere’deki kolejler futbolun bir takım oyunu olarak düzenli oynandığı ilk alanlardır. Burada okul yöneticileri, ideal erkek olarak öğrencilerini yetiştirmek; onları eğitmek ve takım çalışmalarını desteklemek amacıyla, futbolu ve diğer takım sporlarını desteklemiştir. (Arık, a.g.y) Futbol okullarda eğitimin parçası olarak kullanılmaya başlamış, gençleri ahlak dışı eğilimlerden uzak tutan bir etkinlik gibi görülmüştür.

İlk futbol kulübü İngiltere’de 1857 yılında kurulmuş olan Sheffield FC’dir. Bunu 1862’ye kadar Sheffield Bölgesinde kurulan 15 takım takip eder ve bu kulüpler Sheffield FC’in oluşturduğu kurallara bağlı olarak Sheffield Birliği adı altında aralarında maçlar yapmaya başlamışlardır. (İkiz, 2007) Futbolun günümüz kurallarına kavuşma süreci ise şu şekilde olmuştur: Her okulda farklı kurullarla oynanan futbol, Cambridge Üniversitesi tarafından ana hatları belirlenir ve 8 Aralık 1863 tarihinde modern futbolun doğuşu olarak nitelenen İngiliz Futbol Birliği kurulur. Cambridge kuralları iyice benimsendikten sonra, zamanla değişiklikler de yapılmış ve günümüz futboluna benzer halini almıştır. Cambridge Üniversitesi ve getirdiği kurallar modern futbolun da doğuşunu simgeler. Futbol uzun süre dışlandıktan sonra o dönemlerde, kamuoyunda yeniden itibar kazanmaya başlamış ve üniversiteler ile özel okullar futbolu geliştirmeye daha hevesli hale gelmişlerdir. 1864’te İngiliz hükümetinin oluşturduğu komisyon raporunda; futbolun sadece vakit geçirme aktivitesi olmadığı, erkeklerin erdemlerinin geliştirilmesine yardımcı olduğu ifadelerine yer verilmiştir. (Stemmler, 2000, 87)

1800lerin sonundan itibaren futbol işçi sınıfının serbest zaman etkinliği haline gelir. İşçiler futbol oynayarak “hayatın sıkıntılarını gidermeye” çalışırlar. Bu durum futbolun doğrudan toplumsal yaşam içinde konumlanmasını sağlamıştır. İşçilerin yoğun olarak yaşadığı yerlerde kurulan Manchester, Arsenal, Everton gibi takımlar halk için bir aidiyet imkânı sağlamış, futbol toplumun her kesiminde kendine yer bulmuştur. Futbol aslında önemli bir serbest zaman etkinliği haline gelmişti. Futbol, çalışanları sadece eğlendirip kalmıyor; aynı zamanda kolektif aidiyet duygusuyla bireyleri ortak bir payda altında birleştiriyordu.

Futbolun gelişimini bir tabloyla göstererek özetlersek; <sup>i</sup>

<b>1848</b>	Tüm futbol kurallarının " <b>Cambridge Kuralları</b> " adı altında birleştirilerek, tüm İngiltere'de aynı standartta futbol oynanmasının sağlanması ve bu kurallara göre Cambridge'de öğrenciler arasında ilk futbol maçının oynanması.
<b>1857</b>	İngiltere'de ilk futbol kulübü Sheffield Club'ün kuruluşu.
<b>1863</b>	Futbolun İngiltere'de uyandırdığı büyük ilgi karşısında 11 kulüp temsilcisini; Londra'da, Great Queen Street'teki Lincoln Hanı altındaki bir birahane'de toplanıp, futbol dünyasının ilk federasyonu olan İngiltere Futbol Federasyonu " <b>Football Association (The FA)</b> "u kurmaları (26 Ekim 1863). Bu tarih, modern futbolun doğuş tarihi olarak kabul edilmektedir.
<b>1879</b>	Glasgow'dan Danven'e, para ve parlak iş teklifleriyle futbolcu getirtilerek futbolda profesyonellik yolunda ilk adımın atılması.
<b>1885</b>	Futbolda profesyonelliğin,İngiltere Futbol Federasyonu tarafından resmen kabulü.
<b>1889</b>	Futbolun İngiltere adalarından taşıp Avrupa'ya yayılmaya başlaması karşısında Danimarka ve Hollanda'da ilk futbol federasyonlarının kuruluşu ve 1890 yılında Futbol maçlarında tam salâhiyetin hakemlere verilmesi.
<b>1893</b>	Amerika kıtasında ilk futbol federasyonunun Arjantin'de kurulması.
<b>1908</b>	Londra Olimpiyat Oyunları ile futbolun ilk kez Olimpiyat Oyunları'nda yer alma ve İngiltere'nin şampiyon oluşu.

“Futbola olan ilginin artması özellikle iki kesimin dikkatinden kaçmamıştır: Sermayedarlar ve kiliseler.” (Talimciler, 2003, 31) Arsenal Demir-Çelik işçilerinin, Liverpool tersane işçilerinin bulunduğu yörelerde kurulmuştur. Aston Villa ve Everton gibi kulüpler ise rahipler tarafından kurulmuştur.

Okul yöneticileri ve fabrika sahipleri futbolun önemli bir etkinlik olduğunu fark etmişlerdi. İşçiler ve öğrenciler kendilerini bağlı olduğu kurumlara ait hissedebiliyor ve enerjilerini pozitif olarak dışarıya yansıtabiliyorlardı. Ancak kapitalizmin ve kâr mantığının giderek gelişmesi futbola da sızacaktı.

<sup>i</sup> TÜRKİYE FUTBOL FEDARASYONU YAYINLARI, Türk Futbol Tarihi , Cilt 1-2 , Gül Basım Yayın AŞ,Haziran,(1992) akt: Devecioğlu, 2007

“Yeni çağın ve dolayısıyla da kapitalizmin ekonomik gelişmesini belirleyen düşünsel, etik ve sosyal güçler ile modern sporun ilkelerine damgasını vuran güçlerin aynı zamanda, aynı yerde ortaya çıkmış olmaları, hangi biçimde olursa olsun, sanayi toplumunun gelişmesi ile sporun gelişmesi arasında gene de kopmaz bir bağın olduğunu göstermektedir.” ( Kurt, Metin, Atayman aktaran Arık, 2004, 139)

Kısaca toparlarsak; futbol günümüzdeki biçimine İngiltere’de kavuşmuştur. Öncelikle Aristokrat ortamlarda ortaya çıkıp, zenginler arasında geliştikten sonra; sanayi devrimi ve buna bağlı olarak fabrikalaşma, kentleşmeyle ve toplumsal yapısının değişmesiyle toplumdaki egemen güçlerin spora ve futbola olan bakışları değişmiş ve futbol değişen toplumsal koşullar doğrultusunda değişmiştir. (Sert, 2000, 70)

## **1.2. Futbolun Örgütlenmesi ve Organizasyonlar**

Futbolun İngilizler tarafından bulunduğu genel olarak kabul olan bir gerçekliktir. Fakat futbolun tarihsel başlangıcı için M.Ö. 3000li yıllara kadar gitmemiz gerekir. Çinlilerde o yıllarda futbola benzeyen, topla bir oyun oynadığı bir gerçekse de, bizim konumuz olan modern futbol İngilizler tarafından kurumsallaştırılmıştır. 1863’te 11 kulüp modern futbol kurallarını ortaya koyup İngiltere futbol birliğini (F.A) kurmuşlardır. Daha sonra, İskoçya’da 1873’te, Galler’de 1876’da, İrlanda’da 1880’de kurulmuştur. Bunlar ilk futbol federasyonlarıdır.

İngilizler futbolu sistematikleştirmede önemli bir görev üstlense de, futboldaki tekelleri zamanla ortadan kalkmıştır. Dünyanın pek çok yerinde başka ülkelerin federasyonları, ortak bir platformda buluşma kararı alarak, 21 Mayıs 1904’te Paris’te; Fransa, Belçika, Danimarka, İspanya, Hollanda, İsveç ve İsviçre temsilcilerinin katılımıyla FIFA – Uluslar arası Futbol Federasyonu – kurulmuştur. Bu örgüt dünyadaki tüm futbol etkinliklerini ve kurallarını belirler hale gelmiştir. İngiltere ve İtalya ise daha sonradan bu oluşuma katılmıştır.

FIFA’nın hedefleri doğrultusunda futbol, 1908 yılında ilk defa Olimpiyat oyunları içinde yer almıştır. 1930 yılında da bugün Olimpiyatlardan sonra en büyük spor organizasyonu olarak nitelenen Dünya Kupası Uruguay’da, ilk kez düzenlenmiştir. Dünya

Kupası İkinci Dünya Savaşı yıllarında kesintiye uğradıktan sonra, 1950'den itibaren yeniden başlamış ve dört yılda bir düzenlenen bir organizasyon halini almıştır. Avrupa'da da futbol etkinlikleri ayrıca artmış ve 1954'te UEFA – Avrupa Futbol Birliği – kurulur. Avrupa Futbol Şampiyonası, Dünya Kupası'ndan ayrı olarak düzenlenmeye başlamıştır. Ayrıca; Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası, Kupa Galipleri Kupası ve UEFA kupası gibi Avrupa futbol kulüplerinin katıldığı organizasyonlar düzenlenmeye başlanarak ülkelerin kulüp takımları için ayrı bir futbol vitrini oluşturulmuştur. Bugün bu organizasyonlar bazı değişiklikler yapılarak devam etmektedir. Örneğin; Avrupa Şampiyon Kulüpler kupası Şampiyonlar Ligi haline getirilmiş, Kupa Galipleri Kupası da kaldırılarak UEFA kupasıyla birleştirilmiştir. Bu düzenlemelerin nedeni, futbolun yıllar geçtikçe kitle kültürü ve büyük bir ekonomik pasta haline gelmesidir. Bu organizasyonlar çok büyük paraların döndüğü, gelirlerin elde edildiği, büyük firmaların sponsor ve reklam olmak için birbirleriyle yarıştığı organizasyonlardır. Futbol kendi içinde bir endüstri yaratmıştır.

Dünyada futbolun yönetimi bu iki organizasyonun – FIFA ve UEFA - elindedir. FIFA her ülkede sadece bir federasyon tanımaktadır. Sivil Toplum Kuruluşlarına has bir toplumsal yapısı vardır. Merkezi İsviçre'nin Zurih kentidir ve İsviçre yasalarına göre kâr amacı gütmeyen bir oluşumdur. Amacı futbolun gelişmesini ve işleyişini sağlamaktır. Zaman zaman futbolun kurallarına yeni düzenlemeler getirebilmektedir. Dünya Kupası gibi dev bir organizasyonu düzenler. 2002 ve 2006 Dünya Kupası maç yayın haklarından 2.8 milyar frank gelir elde etmiştir. UEFA'nın merkezi ise İsviçre'nin Nyon kentindedir. Aynı şekilde İsviçre yasalarına göre kâr amacı gütmeyen. FIFA gibi bir çok yarışma organize eder. En büyük iki organizasyonu Avrupa Şampiyonası ve Şampiyonlar Ligi'dir. Bu organizasyonlardan 1 milyar franktan fazla gelir elde etmektedir. (Boniface, 2007, 138-139)

## **2. Futbol ve Sosyoloji**

İlk kez İngiltere'de ortaya çıkıp dünyanın her ülkesine yayılan futbol, diğer spor dallarının önüne geçmeyi başarmıştır. Futbol yaklaşık yüz elli yıl içerisinde büyük bir aşama kat ederek, sinema ve müzik gibi toplumsal etkinliklerin bile önüne geçmiştir. Futbolu ülkelerin içinden geçtiği toplumsal, siyasal ve ekonomik dönüşümlerden soyutlayarak ele almamak gerekir. Futbol içinden bakılarak, toplumsal yapılar çözümlenebilir. (Talimciler, 2005, 70)

Futbol gelişimiyle, dönüşümüyle, dinamikleriyle incelenmeye değer bir olgu haline gelmiştir. Simon Kuper'in kitabına başlık olan "Futbol Asla Sadece Futbol Değildir" sözü bu durumu net olarak ortaya koyar. Futbol yalnızca basit bir spor dalı değildir; sosyo-kültürel, politik ve ekonomik dinamikleriyle bir oyun olmaktan çıkmıştır. Umberto Eco da bir yazısında futbolun dünyada politikanın tutması gereken yeri aldığını öne sürerek; "futbolun günümüz en yaygın batıl inancı ve halkın afyonu olduğunu belirtmiştir." (Kıvanç, 2001, 7) Futbol hayatı gereğinden fazla, sanat ve kültürün de yerini alarak işgal etmektedir.

Futbolun akademik ve entelektüel çevrelerce pek dikkate alınmayışı, incelenmeye değer görülmeysi futbola biraz haksızlık etmektir. Futbol her türlü dinamikleriyle, toplumsal etkileriyle incelemeye değerdir.

Futbolu çok seven, takip eden kişiler futbolun bir büyüünün, farklı bir yapısının olduğundan bahseder. Futbolu diğer spor dalları arasında ayrı bir yere koyarlar. Futbolun kitlesel bir birliktelik sağlaması, bir maç sonucunun sadece "skor"dan öte farklı anlamlar taşıması futbolu farklı kılmaktadır. Örneğin uluslar arası bir karşılaşma, o ülke için bir savaş niteliğine bürünebilir. Alınan bir galibiyette ülkece milli coşku yaşanabilmektedir. İnsanlar dertlerini, tasalarını bir milli maç galibiyetiyle bir sürede olsa unutabilir ve sınıf farkı gözetmeksizin aynı amaç uğrunda bütünleşebilir.

Futbol bireylere gerçek hayatın sıkıntılı ortamından, stresten uzaklaşma ortamı sağlar. Bir kaçış ve uzaklaşma duygusu yaratır. İktidarlar da bunu farkındadır ve futbolu mümkün olduğunca yaşamın her alanına yaymayı amaçlarlar. Böylece yapay veya sanal bir ortam içinde halk uyutulabilir. Var olan gerçeklerin üstü örtülmüş olur. Marx'a göre "din" kitlelerin afyonudur, ancak kapitalizmin gelişimiyle toplumsal etkisi biraz azalmıştır. Futbol da modern kapitalist yaşam içinde din-dışı bir kutsallık olarak işlev görmektedir. Kitleler büyüü futbol evreninde uyutulmak istenmektedir. Futbolun kutsallaştırılması bilinçli bir ticari stratejidir; siyasi iktidarlar, medya, endüstri patronları futbolu pazarlanabilir bir meta haline sokmuştur. Modern futbol dinin alanına girerek insanlara mitsel bir dünya yaratmakta, içine girilmesi kolay kolektif birliktelik yaratmaktadır. (Arık, 2004, 184-187) Futbol statları adeta dinsel bir mabet gibi görülmektedir. Takım formları kutsaldır, maç günleri taraftarlarca giyilerek "ibadet" gerçekleştirilir.

“Marx gibi düşünen bazı sosyologlara göre de Dünya Kupası ve bazı uluslar arası müsabakalar, ilk çağ Roması’ndaki sirk gösterilerinden başka bir şey değildir. Kitleleri zihinsel faaliyetlerinden uzaklaştıran bu dev gösterilerde seyirciler Ronaldinho’nun hızlı dönüşlerini ya da Zidane’ın bacak aralarını seyrederken toplumsal düzene karşı çıkmayı, onu eleştirmeyi düşünmez. Böylece genel olarak spor, özel olarak da futbol her egemen sınıfın projesinin içinde yer alır.” (Boniface, 2007, 111)

Futbol kişilerde bir toplumsal aidiyet duygusu yaratabilmektedir. Taraftarı olunan takım adeta bir cemaattir. Futbol kimilerine göre bir ayinin evreleridir ve ılımlı bir din görünümündedir. Daha az kurumsal ve daha çok kişisel, daha birleştirici ve daha tutku uyandırıcıdır. (Boniface, 2007, 113) Bireylere sosyal bir katılım imkânı sağlamaktadır. Statta veya TV başında toplanıp takımının maçını izlemek sonra da bu maçı saatlerce, günlerce konuşmak sosyal bir faaliyet işlevi görmektedir. Taraftar kendini takımıyla özdeşleştirir; takımı kazandığında mutlu olur ve başı dik gezer, kaybettiğinde de mutsuzlaşır, diğer sosyal ilişkileri de – aile hayatı, arkadaş çevresi v.s - bundan olumsuz etkilenebilir.

Futbol sosyolojik, kültürel, ekonomik, hukuki ve siyasal yönleriyle günümüz toplumlarında, spor kurumunun önemli bir parçası olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Dil, cinsiyet, etnik farklılık gözetmeden milyonlarca insanı bir araya getiren bir organizasyondur. Dönen büyük paralarla ekonomik sektördür. Siyasal iktidarlarca da kullanılabilen bir araçtır.

‘80lerden itibaren futbol daha rahat konuşulabilen, tartışılabilen bir alan haline gelmiştir. Artık üst kesimlerin de eğlence faaliyeti haline gelen futbol giderek yaygınlaşmıştır. Öyle ki; toplantılar, randevular; lig fikstürü ve televizyondaki maç yayın programı dikkate alınarak düzenlenmek durumuna gelmiştir. Ülkemizde futbol dünyasının üzerinde Aralık ayının sonları ile Ocak ayının son günlerini de içine alan ve yılın Haziran ayıyla Eylül ayının başlarını kapsayan dönem içerisinde futbolsuz geçen günler nedeniyle bir boşluk duygusu oluşur. Başlayacak olan her yeni futbol sezonu sabırsızlıkla beklenir. Başladığında da medyada “hasret bitti”, “çok özlemiştik” gibi ifadeler kullanılır. Futbol sezonu başlar başlamaz taraftarlık olgusunun her insanda nasıl bir boyutta seyredeceği de ortaya çıkmaya başlar. Kimi holiganizm derecesinde, kimi sempati ile kimi de bir eğlence, seyir zevki olarak bu boyutu sergiler.

Futbolun toplum ile ilişkisi konusunda; oyunu (ve daha genel olarak sporu) toplumsal anlamlardan bağımsız bir doğal ya da fiziki faaliyet olarak gören ve siyasete alet edilmemesini isteyen bakışla; kitlelerin denetlenmelerini, gerçek hayattan uzaklaştırılmalarını sağlayan bir araç gibi işlev gördüğüne yönelik bakış açıları vardır.

İngiliz Sosyal Sorunlar Araştırma Merkezi'nin (SIRC) 'Futbol Tutkuları' – Football Passions (2008) – adıyla, 18 Avrupa ülkesinde yaptığı geniş kapsamlı araştırmayla, futbol izleyicisi (fans) olmanın yarattığı duyguları ve bunların karşılaştırılması, futbol takımlarını desteklemeyle ilgili davranışları ve ifadeleri ortaya konmak istenmiştir. Futbolun, Avrupa boyunca bakıldığında her yerde, bir tutkusu, heyecanı, adanmışlığı bulunmaktadır. Kimisi futbolu saf bir eğlence olarak görmekte, kimisi futbol maçlarına farklı anlamlar yükleyebilmektedir. Bir maç kaybedildiğinde ağlayan izleyiciler futbolla, duygusal olarak hayal kırıklıklarını günlük yaşantılarına taşıyabilmektedir.

Gerçek futbol izleyicilerinin futbolu hayatlarının bir parçası gibi yaşayan, katılımcı olan kişiler olduğu belirtilmektedir. Onlar on ikinci adam olarak görmektedirler. Maçlarda tribünlerde adeta bir dinsel seremoni sergilerler, şarkılar söylerler, bayrakları ve afişleri dalgalandırır. Takımlarına bu şekilde yardım edeceklerine inanırlar. Futbol insanlar için belki de başka türlü elde edilemeyecek güçlü arkadaşlık biçimleri ortaya çıkarmaktadır. Futbolun – Avrupa boyunca - erkek baskın bir taraftar profiline sahip olduğu da bu araştırmada görülmektedir.

Ortaya çıkan bu sonuçları sadece Avrupa temelli ya da Avrupa futboluna özgü özellikler olarak değerlendirmemek gerekir. Futbolun iyice evrenselleştiği günümüzde, tüm dünyada buna yakın özellikler görülebilmektedir. Bu özelliklerin, duyguların derecesi ulusların kültürel ve tarihsel farklılıklarına bağlı olarak değişebilmektedir.

### **3. Futbol ve Ekonomi**

Spor olgusunun tarihsel süreçte gelişimi onu ekonomi kurumuyla da iç içe geçmeye uygun hale getirmiştir. 80lerle birlikte değişen dünya ekonomisi, çok uluslu şirketlerin etkileri sporun özelde de futbolun yapısını etkilemiştir. Başta İngiltere olmak üzere Avrupa'da 1980lerin başından, ülkemizde ise 1990lı yılların sonlarından itibaren kulüplerin yeni statlar



inşa ederek gelirlerini artırma isteğiyle başlayan ve sonrasında ortaya çıkan reklam, sponsorluk gelirleri ile bunların etkisiyle artış gösteren kulüp logosunu taşıyan ürün (merchandise) gelirleri ve özellikle özel televizyon kanalları arasında yaşanan yoğun rekabetin bir sonucu olarak önemli artış gösteren yüksek yayın hakları gelirlerinin de katkısıyla futbol büyük bir endüstri olarak yeniden yapılanmıştır.

Futbol ekonomik değişimlerden en çok etkilenen spor dalı olmuştur. Televizyonlar, sponsorlar futbol kulüplerine, çok uluslu şirketler futbola her yıl çok büyük paralar dökmektedir. (Authier, 2002, 13) Şirket patronları ile futbol kulüpleri yakın ilişki içindedir. Futbolda yeni kapitalizmle önlenemez dönüşüm yaşanmıştır. Authier'e göre; sporculuk mantığı ve ahlakı yok olma yolundadır. Bugün futbol kulüplerinin işleyişini ve uygulamalarını belirleyen 'yatırım' ve 'kârlılıktır.' Futbol ekonomik ve mali bir savaş yaşamaktadır. Oyuncular birer paralı askerdir ve en yüksek teklife satılmaktadır, birer yatırım araçlarıdır. Artık parayla ölçülen bir oyun söz konusudur. Seyirciler de bu duruma göre şekillenmiştir.

Futbol yeni dönemin ekonomik değerlerini geniş kitlelere yaymada ve benimsetmede etkili bir araç olmuştur. Futbol bir iletişim sistemi ve dili oluştururken, bir takım mekanizma ve kurumlarda yaratmıştır. Artık futbol tartışmalarında neo-liberal ekonomi ve yeni dünya düzeni tartışmalarına yer verilmektedir. (Talismciler, 2005, 159) Sporun/futbolun ekonomik dönüşümlerine 'küreselleşme' adı altında ileride değineceğiz.

#### **4. Futbol ve İktidar İlişkisi**

İktidar her yerde bireysel veya toplumsal düzeyde karşımıza çıkabilecek bir olgudur. Belirgin bir şekli yoktur, çok yönlüdür ve değişkenlik gösterebilir. İlişki temelli olduğundan en az iki kişinin etkileşim halinde durumlarda iktidarın varlığından söz edebiliriz. İki kişi arasındaki iktidar bireysel iktidardır. Günlük sosyal hayatımız içinde, belki de bir arkadaşımızla aramızda bile iktidar ilişkileri görülebilir. Bizi ilgilendiren ise; ekonomik, kültürel, siyasi temellerin hepsini içeren toplumsal boyuttaki iktidar biçimleridir.

Dijk'e göre (1999) toplumsal iktidar; gruplar, sınıflar ya da diğer toplumsal üyeler olarak kişiler arasındaki ilişkilere dir. Bu ilişkilerin özelliğinin nasıl olduğu iktidarı belirler.

Örneğin bir grubun başka bir grup üzerinde toplumsal denetim uygulaması iktidardır. Grubun özgürlüğünün ne derece sınırlandığı iktidarın da gücünü gösterir.

Brohm'a göre spor sürekli bir yarışın sosyal sistemidir. Kitlenin etkisine bağlı sportif gösteriler, kitlelerin siyasal manipülasyonunun parametrelerinden biridir. Bunlar totemleştirme, ritüelleştirme, kitlelerin ilkel heyecanlarının canlandırılması, sportif kitlenin/sürünün yaratılması aracılığıyla milliyetçi duyguların yeniden doğmasını ya da ortaya çıkmasının sağlayan unsurlardır. Vassort da sporun kurulu düzenin meşrulaştırılmasında bir işleve sahip olduğundan bahseder. Sporun devletin ideolojik aygıtı olma gibi bir işlevi vardır. Baskı altında tutulan halka siyasal ve ekonomik çıkarlarını unutturur. (Brohm ve Vassort'tan akt. Boniface, 2007, 114)

Futbol bugün yaygın ve kitlelerle yakın bağlar kurmaya uygun bir spor dalıdır. Bu yüzden de iktidarlar açısından en önemli aktörlerden biridir. İktidarların egemen oldukları toplumları kontrol altında tutabilmek ister. Bu kontrol için de toplumun eline oyalanacakları bir şey vermek, onları düşünmekten, sorgulamaktan uzak tutmak gerekmektedir. Futbol bu iş için iktidarlara adeta bulunmaz bir nimet olmaktadır. İktidarlar futbolun o kendine has büyülu yapısıyla toplumu istedikleri gibi yönlendirebilmektedir. Futbolun toplumda var olan güç ilişkileri ve ideolojiden uzak kalabilmesi mümkün değildir. Futbol teknik ve düşünsel olarak siyaset ile iç içedir. Futbol ve ideoloji ilişkisini ortaya koyabilmenin yolu toplumsal ve kültürel yaşantımızda yaşanan değişimleri dikkate almaktan geçer. (Talimciler, 2005, 148)

Futbol bir serbest zaman etkinliği haline geldikçe iktidarların dikkatini daha çok çekmeye başlamıştır. Serbest zamanın planlaması ve kitleler üzerinde uygulanması, iktidarların işini kolaylaştıran bir etken olmaktadır. Kapitalizmin ilk yıllarında sportif faaliyetler pek tasvip edilmiyordu; çünkü çalışmak bu yıllarda en önemli erdem sayılıyordu. Boş zaman veya serbest zaman gibi oluşumlara pek yer yoktu. Ancak kapitalizmin ilerlemesi, insanlara farklı etkinlikler yapabilme imkânının oluşması iktidarların sportif faaliyetlere ve özellikle futbola daha farklı gözle bakmalarına neden olmuştur. "Günümüzde futbol, sadece sermayenin baskısı altında değildir; aynı zamanda siyasi iktidarlar da hegemonyayı pekiştirmek adına sıklıkla bu oyunun alanına girmekte, duruma müdahil olmakta ve oyun üzerinde güçlerini sergileyerek, buradan siyasi kazanımlar elde etmenin çabası için girmektedir." (Arık, 2004, 159)

Futbolun siyaset ve buna bağı olarak da iktidarla yakın ilişki içinde olduğu gerçektir. Futbol ve iktidar birbirlerinin karşılıklı olarak devamlılıklarını sağlamaktadır. İktidar futbol aktörlerinin başarılı olması için bir çaba içine girebilmektedir ve kazanılan başarılarından kendilerine de pay çıkarmaktadır. Kazanılan başarıların iktidarların en önemli propaganda aracı olan medyayla kitlelere yansıtılması, olumsuzlukların ve sorunların üstünü örtmektedir. İktidarlar sorgulanmamakta ve devamlılıklarını korumaktadır. İktidarı aktörü devlettir; devlet ulusal başarı, birlik ve beraberlik gibi duyguları futbola yükleyerek, siyasi bir manipülasyon yapabilmektedir.

Dünyanın çoğu yerinde politikacılar futbola özel bir önem göstermektedir. Özellikle Latin Amerika ülkelerinde futbol kitleleri uyutma silahıdır. İnsanlar futbolla adeta yatıp kalkmaktadır. Futbol hayatın merkezindedir. Bu sebeple zaman zaman maçlarda kanlı çatışmalar çıkabilmektedir. Örneğin; Arjantin’de Boca Juniors ve River Plate takımlarının arasında oynadığı maçlar adeta bir “savaş” niteliği kazanmıştır.

1968’e kadar Portekiz’i yöneten Salazar’ın “futbol olmasa bu ülkeyi bir saat bile idare edemezdim” ya da “ben ülkemi yıllarca 3F (fado, fiesta, futbol) ile yönettim” sözleri; yine İspanyol diktatör Franco’nun Madrid’deki Barnebau stadını kastederek “Bana yüzbin kişilk uyku tulumu yapın!” sözleri iktidarların futboldan nasıl faydalandıklarının işaretleridir. (Arik, 2004, 161)

Eco’ya göre spor gevezeliği denen bir durum vardır. Spor gevezeliği iktidarların işlerini kolaylaştırmaktadır. Spor gevezeliği bireylere sanki bir kamusal tartışma olanağı sağlamakta, bir konuda görüş belirtmesine neden olmakta ve böylece bireylere sosyal hayatta kabul görülme imkanı sağlamaktadır. Spor herkesin izleyip; çok fazla bir bilgi birikimine sahip olmadan görüş belirtebileceği, konuşacağı bir alandır. Siyaset, ekonomi gibi konular belli bir altyapıyı gerektirir. Ancak spor hakkında 7’den 70’e herkesin düşünceleri olabilmektedir. Bir futbol maçı hakkında (önemli ya da önemsiz) günlerce konuşulabilmektedir. Kitle iletişim araçları ve medya da bunu körüklemektedir.

Futbolun Türkiye’ye gelişiyle beraber siyasetle olan ilişkisi giderek artmış ve futbol ve siyaset iç içe geçmiştir. Bir kitle sporu olarak yasaklarla karşılaşan futbol, zamanla siyasiler tarafından sahiplenilerek serbest bırakılmıştır. Siyasetçiler kulüp yönetimlerinde yer almaya başlamıştır. (Kılıç, 2006, 7)

Türkiye’de ‘50li yıllardan itibaren futbola olan ilgi artmıştır. Futbol günlük yaşamın ve konuşmaların bir parçası haline gelmiştir. Tek partili dönemin sona erdiği, Demokrat Parti’nin iktidara geldiği o dönemde Türkiye’nin siyasi ve ekonomik koşulları futbola yansımış, ulusal basın ortaya çıkmıştır. O dönemlerde yabancı sermayelerin ülkeye girmesi, hızlı kentleşme ülkede büyük değişimlere neden olmuştur. Futbol da artık profesyonel bir meslek olarak kabul görmeye başlamıştır. Futbolun kitleleşmesi, ticarileşmesi, profesyonelleşmesiyle siyasetin müdahalesi artmıştır. İkinci ve üçüncü futbol ligleri kurulmuş, her ilin bir futbol takımı oluşturulmuştur. O dönemki milletvekilleri seçildikleri illerin takımlarının profesyonel liglerde olması için uğraşmışlardır. (Kılıç, 2006, 21-22)

Futbolun 1980 askeri darbesi sonrasında kitleleri depolitize etmek amacıyla kullanıldığını ve bu ideolojik işlev sayesinde kitleleri meşgul ederek var olan sorunlar üzerinde düşünmeyi engelleyici ve ülke içinde yaratılmaya çalışılan huzur ve güven ortamını sağlayıcı bir işlev gördüğünü söyleyebiliriz. ’80 sonrası ortamda futbol kitleler için bir kimlik edinme alanı olmuştur. Devlet politikalarında futbolu geliştirmeye yönelik uygulamalara yer verilmiştir. (Talimciler, 2005, 148)

Türkiye’de ‘80li yıllarla birlikte siyasetin futbola olan etkisi daha da belirginleşmiştir. Özal hükümetinin getirdiği serbest piyasa anlayışı futbolu da etkileyerek, futbolun Türkiye’de de bir endüstri olmasını sağlamıştır.

1983 seçimleriyle tek başına iktidara gelen Turgut Özal futbolun kitleler için önemli bir alan olduğunun bilinciyle, kendisinin her an halk içinde olduğunu göstermek amacıyla, takımlarımızın yurt dışı maçlarına dahi gitmiştir. (Talimciler, 2005, 149) Ondan sonra gelen siyasetçiler de maçlarda şeref tribününde yerleri almıştır. Kendisi de eski bir futbolcu olan R. Tayyip Erdoğan ve Eski Genelkurmay başkanı Hilmi Özkök futbolla yakın ilişki içinde olan, maçlar öncesi fikirleri alınan iktidar figürleridir.

#### **4.1. Kitle İletişim Araçları Yoluyla İktidar**

İletişimin ve araçlarının gelişimi toplumda değişim ve dönüşüm bağlamında önemlidir. Kitle iletişim araçları da iktidarların devamlılığını sağlayan araçlar olarak işlev görmektedir. Spor dünyasında da çok etkili olan kitle iletişim araçları, iktidar ve direniş odaklarının oluşmasında katkıda bulunmuştur. (Sert, 2000, 130)

Futbolun iletişim araçları yoluyla aktarımının yaygınlaşması iktidarlar için önemlidir. Futbol maçlarının çok büyük izleyici kitlelerini bir araya getirmesiyle iktidarlar, siyasetçiler bu alana inmeye başlamıştır. Siyasetçilerin maçlara giderek halkın önüne çıkması, halkla aynı şeyi yapıyorum imajını vermesi ve bunu TV aracılığıyla daha da genişletmesi iktidarını ve popülerliğini güçlendirmektedir. Zaten bu durum kitlelerin de hoşuna gitmektedir. Kişisel olarak özel yaşamda ya da iş yaşamında görüşme şansı bulamayacağınız başbakanlar, bakanlar, valiler, bürokratlarla iki saatliğine aynı amaç için bir araya gelebilme imkânına futbol sayesinde sahip olmaktadır. (Sert, 2000, 133)

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KÜRESELLEŞME VE FUTBOLDAKİ DÖNÜŞÜM

#### 1. Küreselleşme

'80lerden itibaren dünyada birçok alanda değişimler, dönüşümler meydana gelmiştir. Özellikle Sovyetler Birliği'nin dağılıp dünyanın "tek kutuplu" hale gelmesiyle '80lerde başlayan değişimler '90larda hızlanarak devam etmiştir. Modernizmin bir eleştirisi gibi görülen post-modernizm, küreselleşme, popüler kültür, kitle kültürü gibi kavramlara; sosyal olayları açıklamada sıkça başvurulmaya başlanmıştır. Bunların pek çoğu eleştirel ve sorgulayıcı düzeydedir.

Spor/futbol da bu değişimlerden etkilenerek oyun olmaktan çıkıp, bir sosyal olay haline gelmiştir. Futbolun küreselleşmenin etkisiyle daha da yayılması, medya organlarında geniş yer tutması, kitleleri peşinden sürüklemesi onu incelenir, basit bir oyun olarak görülmeğe çıkarır hale getirmiştir. Futbol bugün sosyal hayatın geniş bir kısmını işgal eden, önemli bir kitle kültürü unsurudur.

Küreselleşme son yılların en popüler konularından biridir. Çok fazla alanı etkileyebilmektedir. Futbol da bir spor dalı olarak küreselleşmeden etkilenmektedir. Küreselleşmeyle meydana gelen dönüşüm futbolu da küresel ve ticari bir iş haline getirmiştir. Pek çok dinamik bu dönüşüm içinde yer almaktadır.

Futbol bir spor dalı olsa da; içinde bulunduğu toplumun özelliklerini yansıtabilme özelliğiyle sosyolojik bir olgu olarak da ele alınmaktadır. İngilizlerin geliştirerek

kurumsallaştırdığı bu spor zamanla endüstriyel değişimlerden etkilenmiştir. Futbol kimi zaman iktidarların halkı uyutmak için kullandığı bir araç olarak da işlev görmüştür.

Futbol günümüz dünyasında çok önemli bir yere ve etkiye sahiptir. Televizyonda futbol maçları çok reyting almaktadır, gazeteleri spor sayfaları için alan insanlar vardır. Spor sayfalarının büyük bir bölümünde futbola ilişkin haberler ve yorumlar yer alırken, diğer spor dallarına daha az yer verilmektedir.

2002 Dünya Kupasında Çin - Brezilya maçını 330 milyon kişi TV'den izlemiştir.(Emrence, 2005, 93) Bu futbolun kitleler üzerindeki gücünü gösteren çarpıcı bir örnek. Brezilya ve Çin farklı bir geçmişe ve siyasi yapıya sahip iki ülke ama böylesi bir spor organizasyonu için bir araya gelebiliyorlar. Bu futbolun gizli gücünü ortaya çıkarıyor. Dünyada başka hiçbir şey için bu kadar insan bir araya gelmeyebilir. Futbol – genel olarak spor- hem kapitalist birikim sürecine katkı yapıyor hem de sosyal kimliklerin kamusal alanda temsilini sağlıyor. Spor/Futbol için bugün medyaya bağımlı ticari bir araç halindedir ifadesini kullanabiliriz.

Küreselleşme üzerinde en çok tartışılan konularından biridir. Küreselleşme konusunda bir anlama ve yorumlama karmaşası yaşanmaktadır. Çağımızın moda söylemi ve gündem sözcüğü küreselleşmeye farklı anlam yüklemeleri yapılmaktadır. Yaşadığımız dünyada her şey birbirine karıştırılmakta ve gerçekler gerçekdışı gibi sunulmaktadır. (Kızılcelik, 2003)

Küreselleşme kuramı küresel çaplı bir kültürel sistemin ortaya çıkışını inceler. Küreselleşmeyle çok çeşitli toplumsal ve kültürel gelişmeler ortaya çıkmıştır. Bunların bazıları; küresel tüketim ve tüketicilik kalıplarının ortaya çıkması, kozmopolit yaşam tarzlarının gelişmesi, olimpiyat oyunları, futbolda Dünya Kupası gibi organizasyonların gelişmesi, ulus devletlerin hâkimiyetinin gerilemesi gibi durumlardır. Küresellik dünyayı tek bir yer olarak kavrayan yeni bilincin şekillenmesini kapsamaktadır. (Marshall, 1999, 449)

Sosyal, kültürel, ekonomik ve politik dönüşümleri açıklamada teorisyenler küreselleşme konusuna göndermede bulunurlar. Küreselleşme bugün sosyal bilimlerde ana noktalardan biri haline dönüşmüştür ve kesin bir tanım vermek oldukça zordur. Küreselleşme toplumsal bir gerçeklik olarak dünyanın son yıllarda geçirdiği değişim ve dönüşümü simgeleyen bir kavram haline gelmiştir. Küreselleşme süreci dünyayı tek bir yer

olarak kavrayan yeni bir anlayışın şekillenmesini sağlamış ve ulus devlet ve onun yurttaşlarına yönelik bağların gevşemesine de neden olmuştur. Küreselleşme sürecinde bireysel kimlikler ve farklılıklar ön plana geçerken, tüketim önem kazanmış ve hayatın her alanı metalaştırılmıştır. (Talimciler, 2005, 153)

Küreselleşmeyi açıklamada farklı görüşler, yaklaşımlar bulunabilmektedir. Küreselleşmeyi ekonomik, politik ve kültürel sistemlerin birbirine uyum sağlaması veya Amerikanlaşma ve Amerika'nın (U.S.A) dünya üzerinde baskın olması gibi görenler; küreselleşme ekonomik büyümeyi, refahı, demokratik özgürlüğü sağlar ya da çevresel yıkımı ve insan haklarını bastırmayı getirir diye düşünenler vardır. Guillen (2001) küreselleşme söylemleri arasındaki farkları; Küreselleşme diye bir şey var mı? Küreselleşme bütünleşmeye yol açıyor mu? Ulusal devlet olgusu ortadan kalktı mı? Küreselleşme modernitenin devamı mıdır? Bu süreç küresel bir kültür üretmekte midir? gibi sorularla ortaya koymaktadır. Pek çok düşünür ekonomik, politik ya da kültürel bir küreselleşmenin olduğunu belirtir. Ancak buna Giddens ve Robertson gibi düşünürler karşı gelmektedir. (Gullien, 2001)

Küreselleşme herkese farklı anlamlar ifade edebilen, öznel olarak değerlendirilebilecek bir olgudur. Gelişmiş ülkeden bir kişi küreselleşmenin iyi bir şey olduğunu, bu sayede insanların tüm dünyayla iletişim kurabildiğini, sınırların yok olduğunu, bunun kültürel açıdan önemli bir dönüşüm olduğunu düşünebilir. Öte yandan; gelişmemiş ülkeden bir insan da küreselleşmenin kötü ve yıkıcı olduğunu, gelişmiş ülkelerin daha da zenginleştiğini kendilerinin ise fakirleştiğini düşünebilir. Küreselleşme zengin ya da fakir olsun, bütün ülkelerdeki insanların hayatını, gündelik yaşama kadar etkilemektedir. Dünya toplumunun artan karşılıklı bağımlığını anlatan genel bir terimdir. (Giddens, 2000)

Şurası bir gerçektir ki küreselleşme terimi gelişmiş ülkelerde ortaya çıkmıştır. Bu ülkelerde sınırların ortadan kalktığı tartışılmakta, bütüncül kültüre, ekonomiye, kimliğe vurgu yapılmaktadır. Küreselleşme denildiğinde insanların aklına ilk olarak Avrupa'nın gelişmiş kısmı ve ABD gelmektedir. 16.y.y dan itibaren gelişen Avrupa kapitalizmi küreselleşmenin başlangıcı olarak görülebilir. Bazı görüşler de küreselleşmenin II. Dünya Savaşı sonrası başladığını belirtir. Ancak küreselleşmenin kavram olarak ortaya çıkması kapitalizmin ortaya çıkmasıyla çakışmaktadır. Küreselleşme Batı dünyasının sosyal, ekonomik, politik ve kültürel temelleri olan kapitalizmin adıdır. 16. y.y.da temellenen ve 19.y.y.da dünya toplumlarına önemli ölçüde yayılan kapitalizmle yaşıttır. (Kızılçelik, 2003)



Küreselleşme kavramsal olarak son yıllarda moda haline gelerek, insan hayatına dair her türlü tarifte başvurulan referans kaynaklarından biri olmuştur. “Son zamanlarda yaşanan değişimleri, dönüşümleri dünyanın değişen niteliğini anlamlı kılmaya yönelik bir kavram olarak kullanılmaktadır. Küreselleşme sadece ekonomik, kültürel, siyasal, sosyal ilişkileri değiştirmekle kalmayıp, kullandığımız kavramlara yeni boyutlar da eklemektedir.” (İçli, 2001)

Küreselleşme kültürel yapıyı etkileyerek kitle kültürü/popüler kültür gibi alanlar yaratmıştır. Oluşan bu küresel kültür günümüz modern araçları ve görsel medya tarafından iyice yayılmaktadır. Pek çok alan bundan etkilenmektedir. Küreselleşmenin sosyo-kültürel boyutu, batı kültürünü ön plana çıkarmakta ve bu kültürün diğer ülkelere yayılmasını sağlamaktadır. Demokrasi, insan hakları, piyasa ekonomisi gibi batılı değerler bütün dünyaya yayılmaktadır. Ayrıca batılı ülkelerin yemek yeme alışkanlıkları giyim tarzına kadar zevk ve tercihler giderek homojenleşmekte, tek tipleşen toplumlar ve kültürler ortaya çıkabilmektedir. Kültürün küreselleşmesinin etkileri buna maruz kalan kültürün kendi özel şartlarına göre de değişebilmektedir. Ulusal ya da yerel kültürü tamamen reddedip küresel kültüre bağlanmak veya kendi kültürü içine kapanıp dış dünyaya kapalı olmak şeklinde tercihler oluşabilmektedir. Bunun dışında küreselleşme ve yerelleşme arasında orta bir yol bulup insanların kendi kültürel değerlerini kaybetmeden, küresel değerlerle bütünleşmeleri ve yaşamaları da söz konusu olabilmektedir.

## **2. Futbol ve Küreselleşme**

Genel olarak baktığımızda sporun kiteselleşmesi sürecinin II. Dünya Savaşı'ndan sonra hızlandığını ve antropolojide yer alan kültürel yayılmanın en süratli örneklerinden biri olduğu söylenebilir. Bu yayılma, 19.y.y. sonlarında o dönemdeki emperyalist ve endüstriyel gücün etkisiyle İngiltere'de başlamış ve diğer Batı ülkelerine ve Üçüncü Dünya'ya doğru yayılmıştır. (Amman, 2000, 110) Sporun en büyük dallarından biri olan futbolu da küreselleşme başlığı altında da incelemek yerinde olacaktır.

Son yıllarda - özellikle '80lerden itibaren - serbest piyasa ekonomisinin ortaya çıkması kapitalizmi yeniden şekillendirerek dünyayı adeta tek bir 'Pazar' haline getirmiştir. Küreselleşme olarak nitelendirilen bu durum toplumsal ve kültürel alanda da kendisi

göstermiştir. Bu durumdan Olimpiyat oyunları, Dünya Kupası gibi spor organizasyonları da değişime uğrayarak etkilenmiştir. (Talismenler, 2005, 153)

Futbol küreselleşmenin önemli aşamalarından, evrelerinden biri olarak görülmektedir. Futbol küresel bir gerçekliktir. Dünyadaki herhangi bir insan bu Futbol İmparatorluğundan etkilenebilir. Küreselleşmenin görsel ve işitsel araçları – T.V. internet, gazete, dergi v.s. – yaygınlaştırması, futbolun da cinsiyet ayrımı yapmaksızın kitleler arasında yayılmasını sağlamıştır. Futbolun bugün kadın izleyicisi sayısı da artmıştır.

İtalya'nın önemli kulüplerinden Lazio'nun eski başkanlarından Sergio Cragnotti futbolun dünyanın en küresel işi olduğuna dikkat çekerek ve üç milyar tüketicinin aldığı bu malın rakamına Coca-Cola'nın bile ulaşamayacağını belirtmiştir. (L'Equipe, 2000 Akt: Authier, 2002) İş dünyasından patronların girmesiyle futbol; borsaya giren, televizyon yayın hakları ve ürün satışlarıyla gelir sağlayan bir marka olmuştur.

Boniface, futbolun küreselleşmenin son evresi olduğunu söylemektedir. Demokrasiden, piyasa ekonomisinden ve hatta internetten bile daha fazla küresel bir olaydır.(Boniface, 2007, 11)

“Günümüzde futboldan daha küresel bir olgu yoktur. İmparatorluğu ne sınır tanır ne engel. Dahası, popüler olan, halka mâl olmuş tek imparatorluktur; çoşan, kendilerinden geçen halkların kendisinde fethedilmeyi istedikleri tek imparatorluk... Bu halklar bu imparatorluğa ait olmaktan büyük zevk duyar, bu imparatorluğun sadık kulları olmak için mücadele ederler. Yeryüzünde futbolun fethine direnmek isteyip de direnebilmiş küçük alan bile yoktur. Bu tipik Britanya sporu dünya sporu haline gelmiştir.” (Boniface, 2007, 9)

Futbolun birleştirici bir spor olma özelliği vardır. Farklı kültürden, sınıftan birçok insanı bir araya getirme özelliği bulunmaktadır. Bir firma patronu ile bir işsizi veya gecekondulu insanıyla “yüksek sosyete”den bir insanı bir araya getiren bir olaydır. Futbol bir dünya sporudur, bu nedenle de küreselleşmenin somut etkilerini ilk yaşayan dallardan biridir. (Authier, 2002, 13)

Aslında küreselleşmeyle sadece futbolda değil, genel olarak sporda bazı dönüşümler meydana gelmiştir. Futbolda bu dönüşüm içinde payına düşeni en fazla alan spor dalı olmuştur. Küreselleşmeci perspektife göre sporda piyasanın gücü artmış ve küresel sporcu

göç ilişkileri yeniden şekillenmeye başlamıştır. Sporcu göçünün, göçü alan ve veren ülkelere değişik etkileri olmaktadır. Kültürel geçmiş, dil, gönderen ülkedeki siyasi ve iktisadi durum, tarihsel sömürge bağları sporculara bir yol haritası çıkarmıştır. Latin Amerika'dan, Afrika'dan sporcu göçlerine rastlayabiliriz. Bugün Avrupa'nın çoğu ülkesinde bu kıtalardan gelip bu ülkeler için oynayan futbolcular yer almaktadır.

Küreselleşme ticari ve ekonomik ilişkileri yeniden şekillendirirken, spor da bundan etkilenmiştir. Çok uluslu şirketler spor dünyası içinde etkin konuma gelmeye başlamıştır. Spor ticarileşme ve metalaşma ekseninde yeniden şekillenmeye başlamıştır. Eğlence endüstrisi ve spor arasında ortaklıklar kurulmuştur. Spor kulüpleri medya-eğlence dünyası tarafından satın alınmaya başlamıştır. Tüketim kalıplarının şekillenmesiyle spor, özellikle erkek müşterileri elde tutmanın bir yolu olarak gözükmektedir.

İnsanların futbolu anlamsız ve saçma bir oyun olduğunu düşünmesi, ancak neden kitleleri peşinden sürüklediğinin yanıtını verememesi, futbolun sadece bir oyun olmadığını fark edememelerinden kaynaklanmaktadır. Futbol son derece basit bir oyundur, kurallarını herkes anlayabilir ve her yerde zevk için oynanabilir. Başka spor dalları gibi karmaşık bir yapısı yoktur. Örneğin, basketbolun veya tenisin daha ayrıntılı kuralları vardır ve oynamak için salonlara, kortlara ihtiyaç duyarsınız. Fakat bulabileceğiniz bir topla pek çok yerde futbol oynayabilirsiniz. Sokak aralarında, her yerde bulabileceğiniz halı sahalarda bu oyunu oynayabilirsiniz.

### **3. Futboldaki Dönüşüm**

1990larda dünya etkili ve güçlü bir süreçle sporda meydana gelen ticarileşmeye tanık oldu. Spor olayları ve onun değerleri önemli birer ekonomi sektörüne dönüştü. Sporla ilgili endüstri kolları – spor malzemeleri, araçları, yiyecekler v.b. – toplumlar için alışılmış, sıradan tüketim alanları haline geldi. Artık spor bazı marketler arasında kâr sağlayan bir köprüdür.

Futbol belirttiğimiz gibi dünyada en popüler spordur. Ayrıca; sadece bir spor dalı değildir, güçlü bir sportif-ekonomik komplekse sahip eğlence sektörüdür.

Sporda ticarileşme konusunda bazı karakteristik özelliklerden bahsedebiliriz:(Merih, 2005)

- Spor toplumlar için bir tüketim nesnesidir. Pazarlarda (Markets) pek çok sportif ürünü görebilirsiniz.
- Spor bir rahatlama ve eğlence sağlayan sektördür.
- Sporun aktörleri için “Süperstarlar” diyebiliriz. Onlar aslında temel sermayedir. Seyirciler onları sever. Bu yüzden televizyon, medya ve reklamlar için önemlidir.

Futbol uluslararası katılımı içeren bir olaydır. FIFA (Federation International Football Association) bu süreçte önemli rol oynar. FIFA özellikle 1980lerin başından itibaren dünyanın futbola olan ilgisiyle yeni metotlar geliştirmiştir. Büyük şirketlerin, spor malzeme kuruluşlarının, TV kanalları ve medyanın da işbirliğiyle futbol küresel bir olaya dönüşmüştür. Bu şekilde futbol olağanüstü bir kitle tüketim olayı ve bazı ekonomilerin merkezi konumuna gelmiştir. Futbol da artı değerler yaratmaktadır.

“Bundan en fazla 30-40 yıl önce zengin bir kulüp kaynaklarını öncelikle stadyumlara akın edip bilet alan seyircilerden, ikinci olarak televizyondan, sponsorlardan temin ederdi. Bugün bilet gelirleri artık marjinalleşti. Bir kulüp cirosunu artık ilk olarak televizyon gelirlerinden, sponsorlardan, amblemini taşıyan ürünlerden ( forma, kaşkol, şapka, cep telefonu...) arttırmaktadır. Futbolcular ucuza mal edilmeye çalışılmakta, başarılı olanlarda yüksek fiyatlara başka kulüplere satılmaktadır.” (Authier, 2002, 14)

Authier’in bu tespitleri futbolun kendi yapısı içinde nasıl dönüştüğünü, nelerinin değiştiğini iyi açıklamaktadır. Seyircilerle beraber TV yayınlarının, reklam ve sponsorluk anlaşmalarının, ürün satışlarından elde edilecek gelirin de önemi artmıştır. Futbol kulüpleri kendilerini yeniden yapılandırma durumunda kalmıştır. Bugün futbol yalnızca büyük bir iş değildir. Futbolun ekonomik durumu özellikle son 10-15 yıl içerisinde çok değişmiştir. Futbol artık çok büyük paraların döndüğü kâr getiren bir sektördür.

### 3.1. Bir Müşteri Gibi Olan İzleyiciler

İlk olarak, futbol kulüplerinin seyircileri ve destekleyenlerinden bahsetmeliyiz. İzleyicilerin izlemek için para ödediği, oyuncuların para talep ettiği bir spor; ekonomik bir sektördür. Eğer futbol bir ekonomik sektörseniz, izleyiciler ve taraftarlar da birer müşteridir.

Son yıllarda taraftarlar futbol kulüpleri için birer gelir kaynağı haline gelmiştir. Ancak sadece statlara gelip, bilet alıp maçları izleyerek kaynak oluşturmuyorlar. Onlar, kulüp propagandası ve medyanın da katkısıyla her durumda tam destek mantığıyla hareket etmektedir. Kulüp ürünlerini (merchandise<sup>ii</sup>) satın almaktadırlar. Kulüpler de bunun bilinciyle artık pazarlama, ürün satma işine çok önem vermektedir.

Sonuçta futbolun endüstrileşme süreciyle yetmişli ve seksenli yılların ortalama seyirci profili yerini artık, yıllık gelirinin belirli bir kısmını taraftar tüketici olarak, bağlılık körlüğü temelinde kulübüne harcayan gelir düzeyi daha yüksek, konforlu localarında ve yıllık ciddi tutarda harcamayla kombine kart alan, orta ve üst gelir grubu seyirci almıştır. (Akşar, 2006a)

Türkiye’de de taraftarlar arasında bir burjuvalaşma söz konusudur. Dar gelirli taraftarların “el yakan” bilet fiyatları nedeniyle maçlara gitmeleri zorlaşmıştır. Kombine yoluyla bilet satışları yaygınlaşmıştır. Futbolun ticarileşmesiyle taraftar profili orta ve üstü sınıflar lehine değişmiştir. (Ünsal, 2005, 373-374)

### 3.2. Futbol İşindeki İş Adamları

Futbolun bir oyun olmaktan çıkıp küresel bir iş haline dönüşmesi, iş adamları için yeni bir alan yaratmıştır. İş adamları futbolun dönüşümde önemli aktörler olmuşlardır. Futbol kulüp yönetimlerinde yer almakta, kulüp satın almaktadırlar. Kulüplerinin sağladığı başarılarla; kendi popülaritelerini, iktidar güçlerini arttırmayı amaçlarlar.

Örneğin; Rusya’nın en zengin iş adamlarından biri olan Roman Abramovich’in İngiltere’den Chelsea kulübünü satın alması, kulübün borçlarını ödemesi bu duruma çok güzel

---

<sup>ii</sup> Ticari olarak alınıp – satılabilecek ürünlere verilen ve bu ekonomik sistemi içeren genel ad

örnektir. Chelsea, Abramovich'in sağladığı kaynaklarla patlama yapmış, İngiltere'de ve Avrupa kupalarında önemli başarılarla imza atmıştır. Sonuçta bu ortaklıktan iki tarafta kârlı çıkmıştır. Abramovich'in bu girişimi paranın küresel dolaşımına - Rusya'dan İngiltere'ye - , dünyanın bir yerinden başka bir yerine yapılan – küresel ekonomi içinde – girişime çok güzel örnek teşkil eder.

Hem futbol kulüplerine hem de televizyon kanallarına sahip olan çok uluslu şirketler futbola çok büyük paralar yatırmaktadır. Örneğin İtalya başbakanı Silvio Berlusconi İtalya'da bir medya grubuna (Fininvest) sahiptir ve Milan A.C. gibi bir kulübün de başkanıdır. Berlusconi örneği futbolun iktidarla da yakın ilişki içinde olabileceğinin bir göstergesidir. Berlusconi, iletişim ve spor aracılığıyla 1994 yılında İtalya Başbakanı seçilmiştir. Berlusconi partisi ve kulübüyle ortak hareket ederek, kulübün gücüyle de iktidara gelebilmiştir. Milan kulübünün kazandığı sportif başarılar iktidarını güçlendirmiştir.

Türkiye'den de Cem Uzan, Berlusconi'yle benzer bir yol takip etmiştir. Cem Uzan Türkiye'nin ilk özel televizyonu olan Magic Box / Star1'i kurmuştur ve hemen futbol maçları yayın haklarını satın almıştır. Uzan da futbol ve futbol yöneticiliği üzerinden iktidarı hedeflemiştir. Galatasaray SK başkanı olma çalışmaları yapmış fakat başarılı olamamıştır. Daha sonra da İstanbulspor'u satın alarak bu kulüp üzerinden popülaritesini arttırmak istemiş, sportif başarılar için çok para harcamış, futbolcular transfer etmiştir fakat yine istediği hedeflere ulaşamamıştır.

Türkiye'de '80lere gelince özellikle üç büyükler olarak nitelenen Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş kulüplerinde; işadamı, müteahhit kimliğiyle ve mali destek sözüyle yönetime gelen kişiler ortaya çıkmıştır. Örneğin; Fenerbahçe'de başkanlık yapmış Ali Şen, Metin Aşık, Güven Sazak gibi isimler ve şu an halen başkanlık görevini sürdüren Aziz Yıldırım, bu kimliklere sahip yöneticilerdir. Artık kulüp yönetimleri, ülkenin de kapitalistleşmesine paralel olarak "para babaları"nın eline geçmiştir. Kulüplerin şirketleşme ve holdingleşmeye yönelik çabaları, kapitalistleşen ve küreselleşen Türkiye ekonomisindeki genel eğilimle uyumludur. (Ünsal, 2005, 350)

### 3.3. Süperstar Futbolcular

Eğer büyük ve ünlü bir futbolcuysanız çok fazla para kazanabilirsiniz. Büyük futbolcularla büyük kulüpler arasında etkileşim vardır. İki tarafta birbirinin peşindedir. Kulüp ünlü futbolcuları aracılığıyla ürünlerini satar, taraftarları stada çeker. TV ve medya da bu futbolcuları bir süperstar gibi tanıtarak prim elde eder. Medya her zaman süperstarları kovalar. Futbolcu da bu şöhretten elde edebileceği maksimum değeri almaya çalışır.

Spor yıldızları endüstriyel spor içinde dikkatlerin odak noktalarıdır. “Bu yıldızlardan spor sahalarında üstünlük göstermeleri beklenir; aynı zamanda gençler için rol modelleri olarak, onaylanmış şirket değerlerinin cisimleşmeleri olarak ve kimi durumlarda kışkırtıcılar ve tartışmacılar olarak işlev görmeleri için baskı altına alınırlar.” (Rowe, 1996, 192) Sahadaki oyuncular artık dudak uçuklatan paralar karşılığı yeteneğini satan “özel” kişilerdir. Sahada oynanan oyun ise, TV yayınlarının gözdesidir, pazarlanmaya hazır bir maldır. Bu, endüstriyel futbolun öyküsüdür, endüstriyel futbol ile futbol oyununun kendisi, kapitalist dünyanın nesnesi haline gelmiştir. (Aydın; Hatipoğlu; Ceyhan, 2008, 294)

Süperstar futbolcu konusunda verilebilecek en iyi örnek, İngilizlerin altın çocuğu olarak nitelendirilen David Beckham’dır. Beckham Manchester United ve Real Madrid gibi Avrupa’nın en büyük kulüplerinde forma giymiş, şöhretini arttırmak için pop grubu Spice Girls’ün elemanlarından Victoria ile evlenmiş, dünyanın en çok kazanan futbolcularından biridir. Real Madrid kulübü Beckham’ı Manchester United’dan 2003 yılında 35 milyon euroya transfer etmiştir ve bunu sonucu olarak da Real Madrid o yıl tanesi 60 küsur eurodan 800bin Beckham forması satmıştır. (Ünsal, 2005, 416) Böylece Beckham’a yapılan yatırımın karşılığı alınmak istenmiştir. Şu anda ABD’de Los Angeles Galaxy adlı takımda oynayan Beckham, yılda 30 milyon dolardan fazla kazanmaktadır. Magazin dergilerinde yer alışıyla, yaptığı sponsorluk anlaşmalarıyla servetine servet katmaktadır. Bir marka gibi görülen Beckham reklam filmlerinde boy göstererek tanıttığı ürünü geniş kitlelere yaymaktadır; toplumda bir kanaat önderi, bir rol modeli olarak işlev görmektedir.

### 3.4. En Zengin Futbol Kulüpleri

Futbolun ne kadar çok kâr getirdiğini anlamak için bazı somut verilerden yararlanmak yerinde olacaktır. Bugün futbol kulüpleri şirket mantığıyla çalışmaktadır. Her yıl en zengin kulüpleri belirlemek için araştırmalar yapılmaktadır. Aslında listenin en tepesindeki kulüplerin yeri pek değişmemektedir. Bu kulüpler zaten futbol ekonomisine yön veren baş aktörler durumundadır.

Deloitte&Touche Center'ın (2006/2007) her yıl yaptığı araştırmaya göre en zengin kulüpler: <sup>iii</sup>

<b>Kulüp</b>	<b>Gelir (Million Euro)</b>
1. Real Madrid (İspanya)	351.0
2. Manchester United (İngiltere)	315.2
3. FC Barcelona (İspanya)	290.1
4. Chelsea (İngiltere)	283.0
5. Arsenal (İngiltere)	263.9
6. AC Milan (İtalya)	227.2
7. Bayern Munich (Almanya)	223.3
8. Liverpool (İngiltere)	198.9
9. Internazionale (İtalya)	195.0
10. AS Roma (İtalya)	157.6
11. Tottenham Hotspur (İngiltere)	153.1
12. Juventus (İtalya)	145.2
13. Olympique Lyonnais (Fransa)	140.6
14. Newcastle United (İngiltere)	129.4
15. Hamburg SV (Almanya)	120.4
16. Schalke 04 (Almanya)	114.3
17. Celtic (İskoçya)	111.8
18. Valencia (İspanya)	107.6
19. Olympique de Marseille (Fransa)	99.0

<sup>iii</sup> <http://www.ntvmsnbc.com/news/435750.asp> 14 - 02 - 08



Görüldüğü gibi listede genelde İspanya, İngiltere, İtalya, Almanya ve Fransa liglerinden kulüpler yer almaktadır. Bu durum hiç de şaşırtıcı değildir. Bunlar aynı zamanda Avrupa'nın en gelişmiş ülkeleridir. 5 büyük futbol ligi olarak adlandırılmaktadır.

Bu tip listelerde İngiltere ve İspanya'dan kulüpler hep en tepede yer alır. Bu iki ülke Avrupa'da en çok göz önünde olan liglere sahiptir. Çoğu futbolcunun oynamak istediği liglerdir. Sadece bu ülkelerde değil dünyanın hemen her yerinden insanlar tarafından takip edilir. Real Madrid, Barcelona, Manchester United gibi kulüplerin Çin'de, Japonya'da bile izleyicileri vardır ve bu yerlerde ürünlerini satarak gelir elde edebilmektedirler. Manchester United'ın dergisi sadece Tayland'da 15bin kişiye ulaşır. Real Madrid dünyanın ilk özel futbol şirketi ve tüm dünyanın tanıdığı bir markadır. (Boniface, 2007, 30)

Dünyanın en zengin kulüplerinin gelir kaynaklarında en önemli pay naklen yayın gelirlerinden gelmektedir. Bu kulüplerin maçları kendi ülkeleri dışında başka ülkelerde de yayınlanmaktadır. Stadyum gelirleri de oldukça yüksektir. Özellikle Manchester United, Barcelona, Real Madrid ortalama 80bin kişilik statlarla maçlarını oynamaktadır. Sezon öncesi satılan kombine biletlerle ve yüksek sayılabilecek bilet fiyatlarıyla gelirler artmaktadır.

Türkiye'de de kulüpler sosyal yönden dışa kapalı olsa da ekonomik yönden dışa açılmış ve bunu geliştirme çabasına girişmişlerdir. Galatasaray ve Beşiktaş Şubat 2002'de, Fenerbahçe Şubat 2004'te "Sportif A.Ş."ler kurarak ekonomik yönden dışa açılmanın ilk adımlarını atmışlardır. Ancak gerçek anlamda şirketleşen bir kulübümüz henüz yoktur. (Ünsal, 2005, 364-365)

#### **4. Futbol ve Televizyon İlişkisi**

Futbol bugün büyük bir kitlesel medya eğlencesidir. Dünya Kupası, Avrupa Şampiyonası, Şampiyonlar Ligi gibi büyük futbol organizasyonları milyarca insan tarafından izlenmektedir. Milyarca dememizin nedeni futbolun televizyon aracılığıyla çok büyük kitlelere ulaşıyor olmasıdır.

Televizyon dünyada oluşan küresel kültürün yayılmasında internetle birlikte en önemli araç durumundadır. Kitle iletişiminin gelişmesiyle televizyon bugün hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelmiştir. Erdoğan ve Alemdar’a göre televizyon, kültürle ilgili günlük yaşamda popüler olanı ve yapılmak istenileni taşıyan, gösteren, sunan, değerlendiren, yücelten, popülerlik kimliği veren bir iletişim aracıdır. Televizyonun ideolojik bir yükü vardır. Hafta içi, iş dışındaki zamanlarda ya da işsizlerin ve evde çalışmayan kadınların zaman geçirmesinde kullanılan popüler bir faaliyettir. Televizyon günlük program pratikleriyle var olan endüstriyel yapıyı koruyan ve popülerleştiren bir işlev görmektedir. (Erdoğan, Alemdar, 2005, 103-104)

Futbol da televizyon sayesinde kitle kültürü durumuna gelmiştir ve bugün “Televizyon Futbolu” denen bir durumdan bahsedilmektedir. Televizyon çok etkili bir kitle iletişim aracı olarak; sadece bir aktarıcı ya da toplumsal değişimin bir etkileneni değildir, günümüz toplumsal yapısının oluşumunda aktif bir işlev yüklenmiştir. (Arık, 2004, 264)

Boniface’e göre futbol dünyadaki fethini televizyonla tamamlamıştır. Televizyon ile futbolun bu kadar iç içe girmesi ya da televizyonla ‘evliliği’ çok kolay olmamış; futbol sorumluları, statları seyircisiz bıraktığı kabul edilen televizyon yayınlarına ilk başta karşı çıkmışlardır. Yayınlar daha çok seyirci çekme mantığıyla, milli takım başarılarına tanık olmayı sağlama amacıyla uluslar arası maçlarla başlatılmıştır. Örneğin Fransa’da ilk maç yayını 1950’de Fransa – Almanya maçıyla gerçekleştirilmiştir. O dönemde televizyon sayısı 1500’dür ve maçın yayınından önce sadece bir günde bin televizyon satılmıştır. (Boniface, 2007, 19-20)

Televizyon her zaman her spor dalı için uygun olmaz. Bir sporun televizyonda yer bulması için bazı kriterleri yerine getirmesi gerekir. Televizyon için uygun olan spor; kuralları basit olan, herkesçe kolay anlaşılıp takip edilen, karşılaşmaları televizyon için yayına uygun saatte olan – ki gerekirse bu televizyon kuruluşunun isteğine göre de ayarlanabilir - yaratıcılığa, heyecana açık olan spordur. Bu kriterleri yerine getiren en büyük spor da futboldur. Ne basketbol, ne voleybol ne tenis ne de atletizm futbolun sahip olduğu heyecana, sürprizlere, basitliğe sahip değildir. Bu yüzden futbol kitlelerin ilgisini daha çok çeker ve televizyon kuruluşları için gelir ve reyting elde etme şansındır.

Televizyon sayesinde futbolun medyatik olarak sahneleniŒi söz konusudur, futbol televizyonla adeta yeniden üretilir ve ortaya yeni bir gerçeklik çıkar. Televizyon futbolu seyircinin dikkatini her türlü teferruattan arındırılmış futbol maçına odaklaştırır, yönlendirir. Televizyonun değişmez ilkeleri olan eğlence, gerilim, dramatiklik mükemmel bir şekilde uyarlanır. (Klose, 2004, 374)

Futbol ve televizyon arasında karşılıklı, birbirini besleyen bir ilişkiden söz edilebilir. Futbol televizyon izleyicisinin sayısını arttırmaktadır. Televizyonculuğun paraya ve reklama bağımlı bir endüstri oluşu, onu seyirciye bağılı hale getirmiştir. Televizyonlarda yayınlanan her programın giderini karşılaması gereklidir, yani çok seyredilmesi ve reklam alması gereklidir. Futbol yayınlarıyla gerekli reyting elde edilmeye çalışılır. Bu anlamda bir örnek verecek olursak; 2002 Dünya Kupasında Türkiye ile Brezilya'nın oynadığı, TRT tarafından yayınlanan yarı final maçı Türk televizyonculuk tarihi içinde yüzde 82,2'lik izlenme oranıyla en çok izlenen program olmuştur. (Arık, 2004, 279) O maçı o zamana kadar Türk futbolunun ulaştığı en üst seviyedir ve öncesinde yapılan yayınlarla heyecan ve dikkatler arttırılmıştır. Böylece ortaya çok yüksek bir izlenme oranı çıkmıştır.

Ayrıca futbol televizyonlar için program çeşitliği de yaratmaktadır. Yani yapılan yayınlar sadece futbol karşılaşmasının yayınıyla sınırlı değildir. Maçı öncesi ve sonrasının değerlendirilmesinin yapıldığı, futbol yorumcularının “yorum” yaptığı programlar televizyonlarda geniş yer bulmakta ve önemli reytingler elde edebilmektedir.

Futbolun dijital yayıncılığın gelişmesine önemli etkileri olduğu bir gerçektir. Dijital yayın kuruluşları futbol maçı yayın haklarını satın alarak büyük bir kitle olan futbol izleyicisine dekoder satmayı amaçlar. Maçı yayın haklarını çok büyük bedeller ödeyerek satın alan dijital yayın kuruluşları bunun kendilerine daha sonra kâr olarak geri döneceğini bilirler. Decoder satışları artacak ve reklamlar gelecektir.

Futbolun bugün bir dijital yayın kuruluşunun yaşamasını sağlayan en önemli unsur olduğu kabul edilir. İnsanların bir dijital yayın kuruluşuna sırf maçı yayın hakları nedeniyle abone olabilmektedir. Türkiye'den Digiturk son yıllarda Süper Lig futbol yayın haklarını elinde bulundurmaktadır.

Bu duruma tersten baktığımızda da televizyonun futbola önemli bir gelir kaynağı yarattığını söyleyebiliriz. Naklen yayın haklarını alan TV kuruluşu ödedikleri paralarla futbola gelir sağlar. Naklen yayın gelirleri bugün kulüpler için çok önemlidir. Futbol TV sayesinde büyük bir kitle eğlencesi haline dönüşmüştür. Kulüpler yayın gelirleriyle ekonomik anlamda güçlenmiştir ve taraftarlarını memnun edecek, heyecanlandırarak ve buna bağlı olarak da maçlara çekecek, ürün sattırarak sporcu/futbolcuları getirmeye başlamıştır. Sportif başarılar geldikçe de kent sokaklarında zafer kutlamaları başlamıştır. Kulüpler profesyonel yöneticilerden kurulu birer kapitalist şirket haline dönüşmüştür.

Arık'a göre futbol ile televizyon arasında bir işçi-işveren ilişkisi kurulmuştur ve buna bağlı olarak futbolun hareket sınırları televizyon tarafından belirlenir olmuştur. Serbest zaman etkinliğine dönüştürülen ve toplumsal köklerinden iyice kopan futbol; televizyon, sponsorluk ve reklam ilişkisinden oluşan bir örgü içindedir. Sponsorluk ve reklam gelirleri en önemli finans kaynaklarıdır. Televizyon da futbolu reklamcılar için önemli bir hedef haline getirmiştir.

Televizyon kuruluşları günümüzde futbol oyununun “aktarıcısı” ve aynı zamanda “yönlendiricisi” durumundadır. Futbola bu kadar kaynak aktardıktan sonra, futbol üzerinde de söz sahibi olmayı kendilerinde bir hak gibi görürler. Kapitalist düzen içerisinde futbolun bir spor olmaktan çıkarılıp alınıp satılabilen bir meta haline dönüştürülmesi, televizyona bağlı hale gelmesi bu durumu meydana getirmiştir.

“Dünyada futbolun en büyük finansörü televizyon kanallarıdır artık. Türkiye’de de öyle. Bu nedenle, fikstürler, maç programları hep kanalların istekleri doğrultusunda hazırlanıyor. Hatta FIFA, futbol oyun kurallarını televizyon yayıncılığına daha uygun hale getirmeye yönelik arayışlar içinde. Güç böyle olunca, futbol dünyasıyla medya arasındaki ilişki de, karşılıklı alışverişin ötesinde, bir patronaj çerçevesine doğru kayıyor yavaş yavaş.”  
(Kozanoğlu, 2002, 186-187)

Kozanoğlu, TV-medya ve futbol arasındaki ilişkiyi iyi özetlemektedir. Futbol ve TV arasındaki ilişkiler zaman içerisinde dönüşmüştür. Bu ilişkiler içerisinde futbol artık bir “show-business”dir. Futbolun aktörleri de birer ‘süper stardır’. Futbolcu sadece bir futbolcu değildir – özellikle büyük ve popüler kulüplerin futbolcuları - her hareketi takip edilen, idolleştirilen birer yıldızdır. Televizyonun futbola kaynak akıtmaya devam etmesi için bu gereklidir, böyle olmalıdır. Kulüpler de bunu bilerek bu duruma boyun eğmiştir.

Kıvanç'a göre futbol televizyonla gerçekliğinden uzaklaşmaktadır. Gerçekte olan bitenle görünen birbirinden uzaktır. TV futboluyla oyunun doğal dinamiğini kavrayacak görüşten yoksun kalınır. Futbol maçı naklinin bir TV programı olarak düzenlenişi, sahadaki gerçeklik ile ekrandan görülen farkı iyice ortaya koymaktadır. (Kıvanç, 2001, 42-43)

## **5. Dünya Kupası Analizi**

Küresel bir spor olayı olarak değerlendirebileceğimiz futbolda, ülkelerin milli takımlarının yarıştığı Dünya Kupası organizasyonu önemli bir olaydır. İlk olarak 1930 da Uruguay'da düzenlenen bu organizasyon; Olimpiyat oyunlarından sonra gelen en büyük spor olayıdır. Pek çok takım, taraftar, destekçi v.s. bir ülkede veya bir yerde bir araya gelirler; maçları izleyip eğlenirler, üzüntü ve sevinci bir arada yaşarlar ve para harcarlar. Dünya kupasının, uzmanların yaptığı ekonomik analizler sonucu sadece bir sportif faaliyet olmadığı da ortaya çıkmaktadır. Dünya kupası sosyo-kültürel, ekonomik bir sportif faaliyettir. Pek çok disiplinden uzmanlara çalışma ve inceleme alanı yaratmaktadır.

Türkiye'nin Dünya Kupası'yla tanışmasının başlangıcı olarak 1974 yılının verebiliriz. O yıl düzenlenen organizasyon ilk kez TRT tarafından yayınlanmıştır. Daha önceki organizasyonlar Türk insanı için daha kısıtlı imkânlarla; Halit Kıvanç'ın sesinden radyo naklen yayınlarıyla, iki gün sonraki gazete haberleriyle, bir yıl sonra sinemalara gelen filmlerle takip edilirdi. (Gültekingil, 2002) Dünya Kupası artık Türkiye'de de evlere girmişti. Türk halkı dünya futbolunun yıldızlarını izleme imkânı bulmaya başlamıştı.

### **5.1 Dünya Kupasının Ekonomik Yönü**

Günümüzün en önemli spor aktivitelerinden biri olan Dünya Kupası'nın öncesinde ve sonrasında yaşananlarıyla, global ekonomiye etkileri vardır. Özellikle organizasyonu düzenleyen ülke önemli kazançlar elde edebilmektedir. Sıradan bir izleyici bir spor organizasyonunun ne gibi ekonomik etkileri olabileceğini kestiremeyebilir. Fakat rakamlar ortada büyük bir ekonomik pasta olduğunu göstermektedir.

Dünya Kupası günümüzde düzenlenen en önemli ekonomik ve sportif etkinliklerin başında gelmektedir. Kupa öncesi, kupa dönemi ve kupa sonrasında başta turnuvayı düzenleyen ülke ekonomisi olmak üzere tüm küresel ekonomi, bu organizasyondan önemli ölçüde etkilenmektedir. (Akşar, 2006b)

Tabloda Dünya Kupasını düzenleyen ülkelere ilişkin ekonomik durumu görebiliriz: (Akşar, 2006b)

	<b>Ekonomik Büyüme: 1 yıl önce</b>	<b>Ekonomik Büyüme: Dünya Kupası Sırasında</b>
<b>Uruguay 1930</b>	0,8	13,7
<b>İtalya 1934</b>	-0,7	0,4
<b>Fransa 1938</b>	5,8	-0,4
<b>Brezilya 1950</b>	6,1	4,8
<b>İsviçre 1954</b>	3,5	5,6
<b>İsveç 1958</b>	4,5	0,5
<b>Şili 1962</b>	4,8	4,7
<b>İngiltere 1966</b>	2,3	2,0
<b>Meksika 1970</b>	6,1	6,6
<b>Almanya 1974</b>	4,6	0,5
<b>Arjantin 1978</b>	6,0	-4,4
<b>İspanya 1982</b>	8,8	-0,5
<b>Meksika 1986</b>	2,2	-3,1
<b>İtalya 1990</b>	2,9	2,0
<b>U.S.A 1994</b>	2,7	4,0
<b>Fransa 1998</b>	1,9	3,6
<b>Güney Kore (2002)</b>	3,8	7,0
<b>Japonya (2002)</b>	0,2	-0,3
<b>Ortalama Büyüme Hızı</b>	<b>3,7</b>	<b>2,6</b>

Görülüyor ki yıllar geçtikçe bu organizasyonu düzenleyen ülkelerin kazançları – özellikle ‘90lardan itibaren – artmıştır. Son yıllarda futbolun küresel ekonomik gücünün arttığı düşünülünce bu durum oldukça doğaldır.

2006'da Almanya'da düzenlenen son Dünya Kupası ekonomik ve sosyal bir olaydı. Yaklaşık on milyar avroluk bir katma değer yaratmış ve Almanya da bundan yaklaşık 5.5 milyar avroluk bir kazanç elde etmişti. (Akşar, 2006b) Dünya Kupası önceden yapılan hazırlıkları bir kenara koyarsak, bir ay süren bir organizasyondur. Bu kadar kısa süre içerisinde başka bir şirket veya organizasyon böylesine büyük bir gelir elde edemeyebilir. Bu durum futbolun endüstriyel gücünü göstermektedir.

Ayrıca son 2006 Dünya Kupası TV yayınlarıyla beraber milyarlarca insan tarafından izlenmiştir. Yani ortada çok büyük bir hedef kitle bulunmaktadır ve bu kitleye maksimum düzeyde ulaşılmaya çalışılmış, bunda da büyük ölçüde başarılı olunmuştur.

Akşar, Türkiye'nin 2006 Dünya Kupası organizasyonuna katılmayarak büyük kayıp yaşadığını belirtmiştir.(2006c) En az 100 bin adet televizyon satışından 75 milyon dolar, forma ve bayrak gibi tekstil ürünlerinden 50 milyon dolar kazanma, yayıncı kuruluşun 15 milyon dolarlık reklam geliri, en az 35 milyon dolarlık tanıtım fırsatı gibi imkânlar kaçırılmıştır.

Türkiye 2002 Dünya Kupasına katılıp başarılı olmuştu. O organizasyonun yaklaşık 3.5 milyar kişi tarafından izlendiği düşünüldüğünde büyük bir tanıtım ve reklam fırsatının kaçtığı söylenebilir. Görüldüğü gibi Dünya Kupası düzenlendiği ülke kadar katılan ülkelere de katkılar sağlayan bir organizasyondur.

Dünya Kupası'nın iyi organize edildiği takdirde yapıldığı ülkeye büyük bir ekonomik fayda sağlamaktadır. Otelcilik, spor giyim, yeme-içme, perakende ve turizm gibi sektörler kazançlı çıkabilmektedir.

## **6. Küreselleşme ve Türk Futbolu**

Türkiye'de de küreselleşmeden kulüplerin, oyuncuların, yöneticilerin, taraftarların gelişmiş ülkelerdeki gibi olmasa da, etkilendiğini görmekteyiz. Geleneksel ateşli taraftarların ya da fanatiklerin yerini zamanla, "izleyici-tüketici" taraftarların alması beklenmektedir. Artık her takımın olmasa da büyük kulüplerimizin stadyumları birer alışveriş merkezine dönüşmeye başlamıştır. Stadyumda bilet fiyatları daha da pahalalmıştır, özel kişiler için VIP locaları

konulmaya başlanmıştır. Stadyum yerine TV'den maç izleme alışkanlığı artmaya başlamıştır. Kamuoyu araştırmaları izleyicilerin liginin maçlarını büyük oranda evlerinde televizyon karşısında takip ettiğini ortaya koymaktadır. (Ünsal, 2005, 412)

Naklen yayın gelirleri, biletlerin fiyatlarının arttırılması, kombine bilet uygulaması, ürünlerin satıldığı mağazalar açmak Türkiye'deki kulüplerin de faaliyetleri arasına girmiştir. Ancak baktığımızda İtalya, İngiltere, İspanya, Fransa ve Almanya gibi futbolun artık bir endüstri olduğu ülkelerde reklam, sponsorluk ve “merchandising” gelirleri gişe hasılatlarına göre daha önemliken, Türkiye'de gişe hasılatları daha büyük önem taşımaktadır. Özellikle Fenerbahçe bu yönde ekonomik olarak diğer kulüplerin biraz daha önündedir. (Ünsal, 2005, 416-417)

Küreselleşme her alanda her yerde toplumu etkilemektedir. Futbol da bundan payına düşeni almaktadır. Küreselleşmenin ulus-devlete ve milliyetçilik akımına zarar verdiği tartışılmaktadır. Bu belli oranda doğru olmakla beraber baktığımızda küreselleşmenin etkilediği alanların kendi yapısını koruma çabalarını da görebilmekteyiz. Futbol küreselleşmeden çok fazla etkilenmektedir, fakat bazı durumlarda futbol kimlik koruyucu, milliyetçilik gibi güçlü akımları devam ettiren görev de görmektedir. Örneğin; İspanyanın FC Barcelona kulübü, taraftarları için Katalunya<sup>iv</sup> bölgesinin takımıdır. Kendilerini İspanya'dan ayrı olarak görür ve en büyük rakipleri olan Real Madrid'le olan karşılaşmalarını İspanya-Katalunya savaşı haline getirirler. Katalanlar Barcelona ile kendi kimliklerini korumayı amaçlar. Hatta Barcelona forması çok kutsaldır ve günümüz küresel futbol ekonomisi içinde dahi üzerine reklam alınması düşünülemez.

Küreselleşme, ulusal bağın ve bölgesel kimliklerin parçalanması gibi sonuçlar getirirken, futbol tuhaf bir paradoksla tam tersi bir duruma götürebilmektedir. Küreselleşme sınırları silerken, futbol halklara sınırlar içinde yaşadıklarını ve bir topluluk oluşturduklarını hatırlatır. Futbol kimlikleri güçlendirebilmektedir. (Boniface, 2007, 50) Sadece futbol değil spor özelinde de baktığımızda; sporun bazen yerel özellikleri ve kimlikleri destekleyerek, yerel ve bölgesel düzeyde “birlik-beraberlik” duygusunu ön plana getirdiğini, bölgesel kıskançlıkları ve düşmanlıkları körüklediğini söyleyebiliriz. (Alemdar; Erdoğan, 2005, 180)

---

<sup>iv</sup> İspanya'nın Akdeniz kıyısındaki bölge.



Futbolun Türk insanı için birleştirici özelliği bulunmaktadır. Bugün Avrupa'nın ve Dünya'nın bir çok ülkesinde yaşayıp "sıla" hasreti çeken Türkler, bir Türk takımının maçında yaşadığı ülkenin sokaklarına dökölüp, Türk bayraklarıyla gösteriler yapmaktadır. Özellikle Almanya'da bu duruma çok sık rastlanır. Bu bakımdan Türkler küresel uluslu bir millet olarak sayılabilmektedir. Futbol gibi küresel ortak bir heyecanla, aynı semboller altında birleşme; küreselleşmenin kültürün ve kimliğin yeniden bir örgütlenme olabileceğini göstermektedir.

Dünyada futbolun tutkusu küreselleşmeyle beraber artmaktadır. Ancak küreselleşen ekonominin futbol endüstrisine olumsuz etkileri olmaktadır. Küreselleşen futbolda sadece mali yönden güçlü kulüplerin ayakta kalabildiğinden bahsedilmektedir. Sporun/futbolun özünde sayılabilecek yarış, rekabet gibi etkenler güçlü kulüplerin lehine işlemektedir.

Futbol topu dönmeye ve bir çok insanı içine çekmeye devam ediyor. Futbolun büyüü çok geniş etkiyle kitlelere yayılmış durumdadır. Futbolun etkisinin daha uzun yıllar devam edip etmeyeceğini bize zaman gösterecektir.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### SPORDA ŞİDDET VE MEDYANIN FUTBOLU POPÜLERLEŞTİRMESİ

#### 1. Spor ve Şiddet

Şiddet her yerde her zaman var olan bir olgudur. Kaynağı konusunda da çeşitli görüşler vardır. Şiddet insanın doğasında vardır; ya da insanı şiddete iten toplumdur, toplumsal koşullardır şeklinde belirlemeler yapılmaktadır. (Ünsal, 2001, 29) Şiddetin tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu belirtilmektedir. En eski arkeolojik kazılarda şiddet unsurları içeren sanat yapıtlarına rastlanmaktadır. Günümüze geldiğimizde de toplumsal yaşamın dinamikliği, teknoloji ve kitle iletişim araçlarının değişmesiyle şiddetin görüntüsü de değişmektedir.

Şiddet (Violence) Latince Violentina'dan gelir; sert ya da acımasız kişilik, güç demektir. Violere fiili ise şiddet kullanarak davranmak, değer bilmemek, kurallara karşı gelmek anlamı taşır. (Şahin, 2003, 1)

Şiddet; sertlik, sert ve katı davranış, kaba kuvvet kullanma gibi anlamlara gelmektedir. Yabancı dillerde şiddet; bir kişiye, güç veya baskı uygulayarak isteği dışında bir şey yapmak ya da yaptırmak; şiddet uygulama eylemi, zorlama, saldırı, kaba kuvvet, bedensel ya da psikolojik acı çektirme ya da işkence, vurma yaralama olarak tanımlanır. (Ünsal, 2001, 29) Şiddet insana fiziksel ve ruhsal olarak zarar vermektedir.

Şiddet bir kişi veya topluluğun fiziksel ve ahlaki bütünlüğüne, mülkiyetine, kültürel ve sembolik değerlerine karşı herhangi birey, grup ya da örgütlü bütünlük tarafından verilen zarar veya fiziksel ya da psikolojik acı olarak da tanımlanmaktadır. Şiddet çatışan çıkarları olan taraflar arasındaki sosyal ilişkiden kaynaklanmaktadır. (Acet, 2005, 75) Bir uzlaşmazlıktan, karşıtıktan ortaya çıkar.

Güç ve saldırganlık gibi kavramların şiddetle doğrudan ilişkisi vardır. Saldırganlık; hakim olmak, yenmek, yönetmek amacıyla güçlü, şiddetli bir hareket; bir işi bozmaya, yıkmaya yönelik düşmanca, tahrip edici bir davranış olarak tanımlanabilir. (Erten ve Ardalı, 2001,143) Şiddetin temelinde yer alan saldırganlık dürtüsü değişik biçimlere bürünebilen bir davranıştır. İnsandaki saldırganlık ve bunu şiddete dönüşümü; kişinin psikolojik ve toplumsal gelişiminin, nörolojik ve hormonal yapısının etkileşimiyle ortaya çıkmaktadır.(Lorenz, 2001)

Şiddet olgusu çeşitli bilimsel yaklaşımlarla açıklanmaya çalışılmaktadır. Şiddet eyleminin güdüler ve duygulanımlar sonucu ortaya çıktığını savunan, sosyal faktörleri şiddetin kaynağı olarak değerlendirmeyen psikolojik yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu tip yaklaşımlar sosyal faktörleri eylemin etkisini arttıran dış uyaranlar olarak görür. Ancak şiddeti sadece bu şekilde değerlendirmek doğru değildir, sosyal bir olgu olarak da ele alınmalıdır. Şiddetin ortaya çıkmasında biyolojik, psikolojik nedenlerle birlikte; aile, kültür, yaşam biçimi, hayata bakış gibi sosyal faktörleri de göz ardı etmemek gerekir. (Gökulu, 2007,122) Şiddet suçları ülkelerde bölgesel olarak da farklılık gösterir. Örneğin, şiddet suçu oranları Güney İtalya’da, Güney ve Güneybatı Amerika’da ve Kanada’nın batı eyaletlerinde yüksektir. Birçok gelişmiş ülkede şiddet suçları kentsel bölgelerde yoğunlaşmıştır. (Parillo, Stimson, Stimson, 1996, 142)

Spor günümüzde bir yarış ve mücadele gibi olsa da “barış ve kardeşlik” olduğu, bu yönde davranılması gerektiği vurgulanmaktadır. Ancak bu her zaman bu şekilde olamamaktadır. Sporu yapanlar ya da seyirci ve taraftarlar, bireysel ve sosyal nedenlerle sporun amacı dışına çıkarak, saldırgan davranışlar ve şiddet eylemlerinde bulunabilmektedir. “Sporu yapanların ya da seyircilerin ve taraftarların, bireysel ya da sosyal nedenlerle bu amaçları görmezlikten gelmeleri, saptırmaları, kötüye kullanmaları, sporu; saldırgan davrananların ve şiddet eylemlerinin yer aldığı savaş alanına dönüştürürler.” (Yetim, 2005, 214)

Seyirciler spor karşılaşmalarının en önemli unsurlarıdır. Onlar futbolun on ikinci, basketbolun altıncı adamlarıdır. Tribünlerde yaşanan bazı olayların sahaya ya da sahada yaşanan bazı olayların tribüne yansması beklenebilir. Sporcuların saha içerisinde birbirleriyle kavga etmeleri, itişip kakışmaları tribünleri tahrik edebilmektedir. Tribündeki gerginliklerden de saha içindeki sporcular olumsuz etkilenmektedir.

“Sporda şiddet olaylarına, saldırganlık dürtüsünü bastıramayan, denetlemeyen, günlük hayatında amaç ve beklentilerine ulaşamayan, yeterince sosyalleşmemiş, benlik, kimlik, kişilik bunalımı içinde bulunan gençlerin yol açtığı bilinmektedir.” (Acet, 2005, 79) Bu yapıdaki gençler, taraftarı oldukları takımla bütünleşir, özdeşleşir; o takımın fedailiğini yaparlar ve bu şekilde bir rol kazandıklarını düşünürler. Diğer takımlar onlar için adeta birer düşmandır.

Sporda saldırgan davranışlar genellikle oyunun sonucuna etki etme, sonuçtan memnuniyetsizlik, hayal kırıklığı gibi durumlarda ortaya çıkmaktadır. Sporun normal kuralları içerisinde oyunu kazanamayacağını anlayan sporcular saldırgan davranışlar gösterebilir. Örneğin bir futbolcunun takımı yenik durumdayken, o anki üzüntü ile hakeme saldırması bu duruma örnektir. Aynı şekilde taraftarlar da takımı kaybettiği zaman o anki durumla rakip takım taraftarlarına hatta bazen sahaya girerek futbolculara saldırmaktadırlar.

Sporda şiddet olaylarında kitle psikolojisinin rolü olduğu söylenebilir. Tek başınayken herhangi bir kötülük yapamayan kimse, kitle içerisinde her şeyi yapacak duruma gelir, kendini güçlü hisseder, önündeki engelleri tahrip eder, yakar, yıkar.

Sporda saldırgan davranışların ortaya çıkmasında yöneticilerin ve medyanın da etkisi göz ardı edilemez. Maçlardan önce kulüp başkanlarının karşı kulübe ve taraftarlarına yönelik kışkırtıcı konuşmaları, medyada yer alan beyanları iki taraf arasında gerilimi arttırabilir ve bu durum maç günü şiddet eylemleriyle kendini gösterebilir. Medya da fazla reyting uğruna bu beyanları, olayları sütunlarına taşıyarak bu gerilime ortak olmaktadır.

Sonuçta sporda şiddet eylemleri, fiziksel boyutuyla yaralanmalarla beraber rakibe ya da rakip seyirciye yönelik her türlü sözel şiddet eylemini de içinde barındırır. Rakibe ya da

rakip seyirciye yönelik ırkçı, inançları ve yaşayış biçimleri gibi insani vasıfları aşağılayan her türlü sözel saldırı şiddet eylemleri olarak nitelendirilebilir. (Gökulu, 2007, 122)

### *Sporda Şiddetin Ortaya Çıkmasına Neden Olan Unsurlar*

Yapılan bazı araştırmalar ile spor sahalarında ortaya çıkan şiddet bazı unsurlara bağlanmaktadır: (Mutlu, 1991 akt. Yetim, 2005, 216)

- Genel eğitim yetersizliği ve spor kültüründen yoksunluk
- Sporcu ve seyircinin aşırı rekabet hissinin baskı altında bulunması
- Oyunlar sırasında seyircileri yönlendiren amigoların yanlış davranış ve yönlendirmeleri
- Güvenliğin ve disiplinin yeterince sağlanamaması
- Hakemin yanlış ve tahrik edici kararları
- Sporcuların kavga ederek seyirciyi tahrik etmesi
- Yenilgiyi kabullenmeme
- Spor medyasının bilinçsiz ve maksatlı yayınları
- Eğitim, kültür ve ekonomik yönden yeterli düzeyde olmayan, anti sosyal ve kişilik bunalımında olan gençlerin fanatizm derecesindeki taraftarlıkları

Sporda şiddet olayları toplumun genel gerginliğinin yansıması olarak değerlendirilebilir. Ekonomik sıkıntılar, gelecek kaygısı spor sahalarında saldırıya dönüşebiliyor. Kulüp yöneticilerinin ortamı gerici açıklamaları, hem rakip takımın seyircilerini hem kendi takımının seyircilerini kışkırtıyor. Oluşan gerginlikler sporcuya yansıyor. Sporcunun sahadaki gerginliği seyirciye yansıyor ve sonuçta spor sahalarında üzücü ve şiddet dolu olaylar yaşanabiliyor.

## **2. Futbolda Şiddet ve Fanatizm (Holiganizm)**

Spor seyircisi bir spor olayını yerinde canlı olarak ya da televizyon gibi görsel medya araçlarıyla seyreden kişidir. (Gutman, 1986 akt: Kayaoğlu, 2004, 81) Seyirciler birer tüketicidir, izlediği spor olayına bağlıdır.

Futbol şiddet olaylarının en çok görüldüğü, üzerinde en çok durulan spor dalıdır. Futbol diğer spor dallarından farklıdır; bir eğlence, bir deşarj aracıdır. Futbol taraftarları takımlarına çok bağlıdır; takımlarıyla yatıp kalkarlar, işlerini takımlarına göre ayarlarlar.

Futbolda taraftarlık kavramında bir belirsizlik vardır. Bir takım tutan ama o takımın hiçbir maçına gitmeyen de bir taraftardır, o takımla bir gönül bağı vardır; ya da desteklediği takımın her maçına giden, o takımı hayatının merkezine koyan artık 'fanatiklik' derecesine ulaşmış kişiler de taraftardır. Fanatikler takımlarına adeta tapar, futbol statları onlar için birer mabettir. Takım tutma ve fanatiklik kazanma-kaybetme, gurur duyma-üzülme gibi psikolojik tatminler elde etme için katılma ve bundan haz duyma, özdeşleştirilen şeyin üstünlüğünden zevk alma ile ilgilidir. (Alemdar; Erdoğan, 2005, 180)

Futbol izleyicilerinin büyük çoğunluğunu genç erkekler oluşturur. Şiddet kullanmada da işsizler ve öğrenciler ilk sırada yer alır. Futbol fanatizmi özellikle şehirleşme ve endüstriyel gelişmenin olduğu yerlerde daha çok yer bulmaktadır. Futbol işsiz ve kente gelip kimlik bunalımı yaşayanların, kendilerini kente adapte etme sürecinde etkili olmaktadır. (Talmiciler, 2003, 44-45) Futbol bir sığınma aracı gibi işlev görmektedir.

1960lı yıllardan itibaren futbol fanatizminin oluşumunda bazı etkenler belirleyici olmuştur.

- İşçi sınıfının kaba ve saygın kesimleri içinde ve bunlar arasındaki ilişkilerde görülen yapısal değişimler
- Gençlere özgü boş zaman pazarının yükselişi
- Genç taraftarların gerek ülke içinde gerek ülke dışındaki yabancı saha (deplasman) maçlarına gitme imkan ve isteklerindeki artış
- Futbolun kendi yapısındaki ve kulüplerle taraftar arasındaki ilişkilerde değişmeler
- Futbol otoritelerinin, fanatikliğin önüne geçme yönündeki belirli girişimleri ve bu sürece merkezi hükümetin dâhil olması
- Kitle iletişim araçlarının yapısındaki ve işleyişindeki değişimler, özellikle televizyon çağının başlangıcı rekabetle üretilmiş popülist haber değeri taşıma kavramı ile 'tabloid'<sup>v</sup> basının ortaya çıkışı

---

<sup>v</sup> Popüler gazeteciliği ifade eden kavram

- Yakın zamanlarda gençlik işgücü pazarının gerçek anlamıyla çöküşü (Dunning, Murphy, Williams, 1989 akt: Talimciler, 2003, 46)

Fanatiklik genel olarak taraftarı olunan takıma her ne şartta olursa olsun bağlanmayı ifade eder. Bu bağlılık ötekileştirilen diğer takımlara karşı hoşgörüsüzlüğü, ileri boyutlarında da şiddeti getirebilmektedir. Fanatikler maç sırasında takımlarını destekler, tezahürat yapar rakip takıma da küfürler yağdırır. Maç bittiğinde de eğer takımı kazanamamışsa karşı takıma bir tahammülsüzlük ortaya çıkar. Maç bitince amaç da değişir.

Holiganlık terimi İngiltere’de ortaya çıkmıştır. Holiganizm karşılıklı ön yargı ve düşmanlıkla beslenen sosyo-kültürel bir süreçtir. (Talimciler, 2003, 49) Başlangıç yılları 1. Dünya Savaşı öncesine kadar gitmektedir. İki dünya savaşı arasında yükselişini sürdüren holiganizm, ‘50lerde düşüşe geçtiyse de ‘60larda yeniden yükselmiştir. Bugün yalnızca İngiltere’de değil, her yerde varlığını sürdürmektedir. Holiganların şiddeti uygulama biçimi; kavga etme, yaralama, kırıp dökme hatta adam öldürme şeklinde ortaya çıkar. İşçi sınıfının ailelerinin çocuklarından çıkan holiganlık, toplumsal güvence eksikliği, toplumsal sorunların etkisi, kendini bu şekilde ifade etme isteğiyle meydana gelebilmektedir. Holiganlar futbolu kendilerini ifade etme aracı gibi kullanmaktadır. (Sert, 2000, 69)

Futbol tarihinde ilk ve en dehşet verici şiddet olayları ile karşılaşan İngiltere futbol holiganizmi ile mücadeleye diğer ülkelerden önce başlamış, tedbirleri erken almış ve bu alanda öncülük etmiştir. (Kıraç, 2006) Holiganizm ile mücadele adına bazı uygulamalar geliştirilmiştir. Seksenli yıllardan itibaren birçok Avrupa ülkesine yayılan holiganizm konusunda, olayların sayısının ve ciddiyetinin ulusal maçlarda olduğu kadar uluslararası turnuvalarda da artması alınacak önlemlerin geliştirilmesine neden oldu. Taraftarların statlara girerken elektronik cihazlarla aranması yaygınlaştırıldı, tribünlere video kameralar yerleştirildi. Başta İngiltere olmak üzere bazı ülkelerde polislerin elebaşlarını tespit etmek amacıyla holigan çetelerine girme uygulaması yapıldı. Ayrıca elde edilen verilerin kayıtlarının tutulduğu danışma merkezleri kurulmuştur. (Tsoukala, 2002, 27-29)

Futbol fanatizmi çeşitli sinema filmlerine de konu olmuştur. Örneğin; 2004 yılında İngiltere’de yayınlanan “Football Factory” adlı film, İngiliz futbol holiganizmiyle ilgili, o dönemde medyada tartışmalara yol açmış bir filmidir. Erkeklik, futbol ve kimlik, özellikle de İngiliz kültürüyle olan ilişkilerine filmde yer verilmiştir. John King’in romanından uyarlanan

Football Factory; kendilerine “sert” (firm) diyen, pek çok kulüpte var olan holigan çetelerini anlatmaktadır. Bunu da Londra’daki Chelsea ve Millwall takımlarının holigan çetelerinden yola çıkarak yapmaktadır. Filmin baş karakteri ve anlatıcısı olan kişi, sürekli sarhoş olan, uyuşturucu kullanan, sekse düşkün ve futbol şiddeti içinde yer alan birisidir. Chelsea ve Millwall arasındaki kavgalar, çatışmalar sırasında bu kişi, kendi kimliğini ve futbol holiganizmiyle olan ilişkisini sorgulamaktadır. Film; holiganlığı motive edici, kimi akademik araştırmalarda da yankılanan yaklaşımları izleyiciye sunmaktadır. Filmde; erkeklik, sosyal sınıf ve şiddet konularının getirdiği zorluklar belirtilmekte ve futbol holiganlığının yoksullukla, ihtiyaç duymayla bağlantılı olduğu, holiganların işsiz ve yoksul – bazılarının – oldukları gösterilmektedir. (Rich, 2006)

#### *Heysel faciası:*

29 Mayıs 1985 günü Brüksel’de oynanan Juventus ile Liverpool arasındaki Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası Final maçının başlamasından önce bazı Liverpool taraftarları İtalyan taraftarlara saldırmıştır. Oluşan panik sonucu bir duvar çökmüş ve taraftarlar tel örgülere sıkışmıştır. Tarihe “Heysel Faciası” olarak geçen bu olaylarda 38 İtalyan ve 1 Belçikalı taraftar hayatını kaybetmiştir. Bu olaylar futbolda holigan dehşetinin en çarpıcı örneklerindedir. Sonuçta da; Liverpool takımına 8 yıl boyunca, tüm İngiliz takımlarına da 5 yıl boyunca Avrupa kupalarından uzaklaştırılma cezası verilmiştir.<sup>vi</sup>

Futbol karşılaşmalarında ırkçı semboller ve sloganlar kullanılmakta, futbol ve şiddet stadyumlarda iç içe yaşanmaktadır. Yabancı ve siyahî oyunculara yönelik ırkçı saldırılar veya tezahüratlar stadyumlarda görülebilmektedir. Yabancı düşmanı olanlar ve ırkçılar, Nazi sloganları gibi ırkçı ileti içeren ve açıkça söylenmeleri yasak olan ifadeleri kapalı kodlarla ifade etmektedirler. Kapalı kodlarla ve sembollerle iletişim kurma yolunu seçerek ve ırkçı mekanizmalardan yararlanmaktadır. (Alver, 2008, 233-234)

Stadyumlarda yaşanan yabancı düşmanlığı ve ırkçı şiddeti nedeniyle Avrupa ülkelerinde önlemler alınmaya çalışılmaktadır. “Anti-racism” adı altında Avrupa Birliğince desteklenen kampanyalar, futbolda farklı renklerin ve centilmenliğin öneminin vurgulanması, “Football Against Racism in Europe”in (FARE) çalışmaları buna örnek olarak gösterilebilir.

---

<sup>vi</sup> Wikipedia



(Alver, 2008, 234) Zaman zaman ırkçı saldırılara maruz kalan futbolcular da bu duruma tepkilerini göstermekte. Örneğin; İspanya'nın Barcelona takımının Kamerunlu oyuncusu Samuel Eto bir maçta attığı golden sonra "maymun" taklidi yaparak, bu tarz saldırılarla bir nevi dalga geçmiştir.

Stadyumlar futbolun ibadet yerleri olarak kabul edilir. Aynı zamanda taraftarların içlerindeki şiddeti de gösterdikleri yerlerdir. Avrupa'ya baktığımızda son yıllarda stadyumların iyice modernleşmesi ve adeta bir kültür kompleksi haline gelmesi, maçlara ailecek gidilmesi futbolu sadece bir erkeklerin izlediği bir oyun olmaktan çıkarmıştır. Avrupa'da insanlar hafta sonlarını değerlendirmek amacıyla maçlara gitmektedir. Maçlar – önemi nasıl olursa olsun – dolu tribünler, kalabalık taraftar grupları önünde oynanmaktadır.

Türkiye'de de bu yöne gitme doğrultusunda bir amaç olsa da tam olarak gerçekleştiği söylenemez. Türkiye'de kadın taraftar sayısı artmıştır ancak Avrupa'daki düzeyde değildir. Halâ statlarda küfürler, taşkınlıklar devam etmektedir. Stadyumlar çağdaş düzeyde değildir. Tamamen dolu tribünlerde oynanan maçların sayısı bir elin parmaklarını geçmeyecek sayıdadır. İnsanları maçlara çekecek şartlar yeterince oluşmamıştır. Türk spor basının önemli isimlerinden Hıncal Uluç da yıllardır maçları statlardan değil, evinde TV karşısında izlediğinden bahsetmektedir:

"İşte ben... Futbolu seviyorum, ama 2000 yılından beri tribüne oturmadım... Çünkü... Futbol bir oyun... Bir keyif... Bir seyirlik boş vakit değerlendirme aracı, benim için... Tribünlerde keyif almadığımı fark ettim zaman içinde... Tersine... Anlamsız bir stres içinde gerildiğimi hissettim... Evde kendi tribünümü kurdum... Arkadaşlarımla... Bakın farka... Dostların bana gelmesi sorun değil.. Özel arabasıyla gelenlerin park sorunu yok.. Eve her kulübün taraftarı geliyor, içerde istediği yerde oturuyor. "Fenerli gelemez... Beşiktaşlı şuraya oturamaz" kuralları yok. Bu sayede maç boyu birbirlerine takılarak, kızdırarak, şakalaşp, kahkahalar atarak izliyorlar. Yani eğleniyorlar..." (Hıncal Uluç, 9 Ekim 2008, Sabah Gazetesi)

İşte pek çok insan da Uluç'un bu kaygıları gibi sebeplerle maçlara pek gitmeyip, evlerinde izlemeyi tercih etmektedir.

Ülkemizde stadyumların birçoğu UEFA standartlarının altındadır, mimari açıdan zayıf, giriş çıkış kapı sayıları az, stat içerisindeki donanımlar (kafeterya, tuvalet vs.)

yetersizdir. Özellikle tel örgüler ve demir parmaklıklar insanlara kafese atılmış duygusu verirken tribünlerdeki gerilimi artırıcı rol oynamaktadır. Taraftarlar tel örgünün arkasında dokunulmaz olduklarını varsayıp istedikleri gibi davranmaktadır. (Kıraç, 2006)

### **3. Sporda Şiddet Olgusuna Medyanın Etkisi ve Futbolun Kitle Kültürü Olması**

#### **3.1. Spor Basınında Haber**

Spor basını okuyucusuna veya izleyicisine haberi, ilk olarak haber verme amacıyla sunar. Yani spor basınının okuyucusuna sunduğu ve okuyucunun da talep ettiği gerçekte haberdur. Ancak günümüzde bu durum biraz farklılaşmıştır. Spor basının işi artık sadece haber vermek değildir. Bir işletme mantığıyla işleyen spor basını da kâr amacıyla haber yapmaktadır. Sporun bir olgu olarak hayatın içine çok girmesiyle spor basını haberlerini çeşitlendirerek ve süsleyerek izleyicisine, okuyucuna aktarmaktadır.

Örneğin, Cuma veya Cumartesi günü karşılaşmayı stattan veya televizyondan izleyen bir taraftar ertesi günü bu karşılaşmayla ilgili özel, süslenmiş haberler istemektedir. Maçta gördüklerini veya göremediklerini bir bakıma ayrıntılı olarak spor basınından talep etmektedir. Spor basını da bu doğrultuda hareket ederek; kâr etmek, okuyucuyu bilgilendirmek, aynı ekseninde bulunan rakiplerine üstünlük sağlamak amacıyla “haber” ürününü ortaya koymaktadır. (Kaya, 2001, 112-113)

#### **3.2. Medyanın Rolü**

Medyanın artık günümüzde toplumsal yaşamda büyük etkisi vardır. “Bireyler medyadaki imgelerden yararlanmak suretiyle içinde yaşadıkları toplumsal gerçekliği ve yaşananları yorumlayabildikleri için medyanın yönlendirmelerinden etkilenebilmektedir.” (Talimciler, 2007, 215) Medya bu durumda iktidarlar içinde vazgeçilmez bir araç olmaktadır.

Popüler sporun popüleritesinin arkasında medyanın – kitle iletişim araçlarının - etkileri bulunmaktadır. İletişim araçlarının topluma egemen olan üretim biçiminin bir fonksiyonu olduğu düşünüldüğünde popüler spor-medya ilişkisi değerlendirilmelidir. Haberin içeriğinden çok sunuluş tarzının ön plana çıkarıldığı, görüntünün olmadığı hallerde bile kurgu teknikleriyle gerçeklerin izleyiciye ulaştırıldığı psikolojisinin yaratılmaktadır. İzleyen kitle, şiddet, felaket, acı, kaygı, üzüntü gibi olgularla motive edilir ve günümüz medyasındaki temel amaç tüketimdir. (Öcal, 2002, 123)

“İletişim gündelik yaşamımızda bize nesnelere, insanları tanımlar, işbölümü içinde değişik toplumsal roller yüklenmiş insanlara bu rolleri yerine getirirken, bu rol dağılımından oluşan toplumun o tarih dönemindeki hayat tarzını öğretir, olumlatır, yeniden-üretimi için gereken değerlendirme biçimlerini aşlar. Toplumsal sistemin sürmesini, kendini yeniden üretmesini sağlar.” (Oskay, 2001, 2) Kitle iletişimi, ideolojinin işlemesi için bir araçtır.

“İletişim en basit düzeyde üç ögeye dayanır. İletiyi gönderen, iletiyi alıp açımlayan ve bu ikisi arasında iletinin gönderilmesinde kullanılacak bir iletişim kodlaması... İletiyi gönderene kaynak, alan hedef-kitle, iletişimde gönderilen bildirimde de ileti diyoruz.” (Oskay, 2001, 10) Hedef kitle; seslenilmek istenen, alıcı durumundaki kişi ya da kişiler, toplumsal kesimlerdir.

Medyada neyin nasıl yer alacağı hedef kitlenin yapısıyla çok ilgilidir. Oskay şu tespiti yapmıştır:

“Gazetelerde spor sayfalarını daha çok erkek okuyucuların, moda ve sosyete sayfalarını ise kadınların izlediğini fark etmişsinizdir. Ya da, önemli bir uluslar arası bunalım olmadıkça gazetelerdeki dış haberleri, daha çok, lise öğrenimi ile yüksek öğrenim düzeyindeki okuyucuların izlediğini; diğer okuyucular arasında ise dış haberlere ilgi duyanların çok az olduğunu biliyorsunuz. Genel olarak insanlar okuyabilecekleri pek çok haberden bazılarını okumaktadır. Eğlendirici sayfalar daha ilgi çekici bulunmaktadır. Sürükleyici bir anlatım, aktüaliteye dayanan bir anlatım haberden başka metinlerde de ilgi çekici gelmektedir. Buna karşılık soyut, zihinsel bir çaba gerektiren anlatım itici bulunmaktadır.” (Oskay, 2001, 79)

Öğrenim düzeyi, sosyo-kültürel yapı, cinsiyet farklılığı medyanın araçlarını nasıl kullanacağını belirler. Spor/futbol haberleri erkeklere yöneliktir. Basittir, renkli sayfalar kullanılır, üslup anlaşılırdır. Her takıma ayrı ayrı sayfalar ayrılır. Gazete harici diğer

araçlarda da durum pek farklı değildir. Kadınlar için magazin, eğlence erkekler için spor/futbol programları geniş yer tutar.

‘80lerden itibaren gelişen iletişim ve bilişim teknolojileriyle medya, tüm dünyada toplumlar üzerinde etkin bir araç haline gelmiştir. Neo-liberal akımlarla medya kuruluşları büyük holdinglerin ellerine geçmiştir. Böylece medyanın birinci amacı “haber verme” değil, kâr sağlama haline dönüşmüştür. Medyanın egemen sınıfların iktidarlarını devam ettirme aracı olarak işlev gördüğü tartışılmaya başlamıştır.

Birtakım bilgilerin ve sembollerin, bir takım hedefler tarafından üretilmesi geniş insan topluluklarına iletilmesi ve bu insanlar tarafından yorumlanması sürecine kitle iletişimi denir. (Dökmen, akt. Gökulu, 127) Gazete, televizyon, radyo, internet en önemli araçlardır. Kitle iletişimi yüz yüze iletişimden farklıdır. Kitle iletişimde mesajlar daha etkili ve çarpıcı şekilde verilebilir ve toplumun bütün kesimlerine hitap eder.

Kitle iletişim araçları 80lerle birlikte dünyaya hâkim olan küresel kültürün değerlerini üretmekte ve toplumda dolaşıma sokmaktadır. Kitlelere tüketerek farklılaşma bilinci aşılacaktır ve ürünlerin seçimi bir yaşam tarzı haline getirilmektedir. (Talimciler, 2007, 218) Bireyler için adeta yeni bir sosyal dünya yaratılmaktadır. Baudrillard (2004), video, internet, multimedya gibi araçların yarattığı sanal gerçeklikten bahsetmektedir. Bu araçlarla olan karşılıklı etkileşim bir tehdit olmaktadır. Gerçekle gerçeğin sureti arasında artık bir mesafe kalmamıştır.

Hall’e göre (1999) kitle iletişim araçları toplumun siyasal, ekonomik, kültürel egemenlerinin elinde kalır, gücünün çıkarları medyada temsil edilir. Van Dijk’e (1999) göre de; egemenler ile medya sahipleri arasında karşılıklı çıkara dayalı bir ilişki vardır. Medya ekonomik olarak bağımlı olduğu için haber başlıkları ve içerikleri egemenlerin isteğine göre belirlenmektedir. Medya sahipleri toplum üzerindeki etkinin nasıl olacağına bile karar verebilecek özerkliğe sahiptir. Kamusal bilgiyi, inançları, tutumları, normları, değerleri, ahlâkı ve ideolojiyi yeniden inşa ederler.

Medya şiddeti kitle iletişim araçları yoluyla sunar. Kitle iletişim araçları tarafından iletilen bilgilerin büyük bir kısmı görüntülüdür. Görüntü olayları geçtiği yerdeymiş gibi algılamamızı sağlar. Medya görüntüleri seçerek, montajlayarak, yorum ekleyerek izleyicilere

aktarır. Bu biçim bozular şiddet görüntülerine de uygulanınca şiddetin derecesi değil, medyanın şiddeti ne kadar gösterdiği ve bizim bundan ne öğrendiğimiz önem kazanır. (Mirioglu, 2007, 53)

### **3.3. Futbolda Şiddetin Sunuluşu ve Popülerleştirilişi**

Futbol izleyicileri, medyanın '80lerden itibaren kimlik değiştirmesiyle potansiyel birer müşteri haline dönüşmüşlerdir. Futbol en popüler, dünyada en çok izlene spor dalıdır ve medyanın ilgisini çekmektedir. Medya futbolun daha da popülerleşmesini sağlayarak, futbola kaynak da yaratmıştır. Futbolun televizyon aracılığıyla takip edilmesi, reklamlar için büyük bir hedef kitleyi ortaya çıkarmıştır. Futbolun televizyon aracılığıyla sadece bir oyun olmaktan çıkarılarak daha destansı ve eğlenceli hale getirilmesi izleyici sayısını arttıran unsurlardır.

Türkiye'de de bu dönüşüm '80 askeri darbesinden sonra başlamıştır. Toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik pek çok değişim yaşanmıştır. Halk depolitize edilerek oluşabilecek muhalefet bitirmeye çalışılmış ve futbolda bu yolda bir araç olarak kullanılmıştır. Medya – futbol medyası – reyting ve tiraj uğruna, sinemaya-tiyatroya gitmeyen, yazılı basında spordan başka haber okumayan, kitap-dergi karıştırmayan, özgün meşgaleleri bulunmayan gençlere – özellikle erkeklere – yönelmiştir. (İker, 2002, 45)

“Önce ekonomiyle başlayan globalleşme süreci, son on yılda yaşamın diğer yerlerine de yansırken, büyük bir ivmeyle iletişim teknolojisi ve tekniğini de etkiledi. Bu büyük gelişme, Türkiye'de görel olarak çok daha çabuk gerçekleşti. Yazılı basın, görsel medyaya olgunlaştırıcı bir hazırlık dönemi yaşayamadan geçiverdi, bu da haliyle en çok futbol medyasını etkiledi.” (İker, 2002,43)

Türkiye'de spor basınının geçmişine bakacak olursak; yılar geçtikçe, ülkenin büyümesiyle spor basınının da büyüdüğünü ve geliştiğini görürüz. Türkiye'de gazetelerde spor sayfalarının sayısı yıllar geçtikçe daha da artmıştır. Futbolcular, onların hocaları, yöneticiler, taraftarlar kısacası herkes spor sayfalarının etki alanı içindedir. 1910'da Burhan Felek tarafından ilk Türk spor dergisinin çıkarılmasıyla başlayan Türk spor basını serüveni, günümüze kadar şekil ve yapı değiştirerek gelmiştir. '50lere kadar gazetelerde 'spor sayfası' diye sabit bölümlere rastlanmamıştır. Bu yıllardan itibaren gazetelerde spor servisleri ve bundan sorumlu profesyoneller yerleştirilmeye başlanmıştır. Spor sayfaları oluşturulmuş ve

futbol bu sayfaların en büyük malzemesi haline gelmeye başlamıştır. ‘60larla birlikte gazete ve spor sayfaları renklenmiş, spor servisleri genişlemiştir. ‘80lerde spor artık Türkiye gündemini işgal eden önemli konulardan biri olmuştur. Bununla birlikte de 90larda spor dergileri, günlük spor dergileri yaygınlaşmış ve büyük tirajlar yakalamıştır. (Kozanoğlu,2002, 174-175) ‘80lerden günümüze, özel radyo ve televizyonlar sahneye çıkmıştır ve eskiden basının içinden gelen kişilerin kurduğu ve yönettiği, aile işletmeleri niteliğinde büyük gazeteler kurulmuştur. Bunlar da endüstri ve finans dünyasından gelen kişilerin mülkiyetine geçmiştir. Bu kişiler de futbola daha çok önem vermişlerdir. TV kanallarındaki futbol programları futbolu Türkiye’de kitle kültürünün – pop kültürün – araç ve öznelereinden biri haline getirmiştir. (Ünsal, 2005, 376)

Sonuçta “1980li yıllardan başlayan ve günümüze kadar gelen süreçte, yazılı spor basını sayfaları her geçen gün, geniş halk kitleleri tarafından daha çok okunmaya başlamıştır ve futbola gösterilen ilgi; hiç spor yapmayan, hatta spor karşılaşmalarını izlemeyen bireyler açısından artmıştır. Bir futbol karşılaşmasına nadiren giden veya hiç gitmeyen milyonlarca okuyucu, sadece bu karşılaşmaların haberlerini değil, bunlara ait ayrıntılı bilgi içeren karşılaşma öncesi haberlerini bile ilgiyle okumaktadır. Artık okuyucu günümüzde günlük gazetelerdeki spor sayfalarının yanı sıra, futbol günlük spor gazetelerinden haftalık, aylık periyotlarda çıkan futbol dergilerinden de takip etmektedir.” (Büyükbaykal, 2003, 39)

Medya, devletin sporla ilgili kurumları, spor kulüpleri, amatör veya profesyonel olarak spor yapan herkes ve izleyenler spor kamuoyunu oluştururlar. Medyadaki spor yazar ve yorumcularının, kulüp yöneticilerinin tutum ve davranışları toplumu etkileyebilmektedir. Türkiye’de oldukça büyük bir futbol medyası bulunmaktadır ve bunların çoğunluğunu genel olarak televizyonculuk ve gazetecilik eğitimini almamış kişiler oluşturmaktadır. Pek çok yazar aynı zamanda televizyonda da yorum yapmaktadır ve bunların çoğunluğu eski futbolcu, hakem ve hatta magazin dünyasından ünlü kişilerdir. Gazetecilik ve habercilik etiğinden uzak birçok kişinin medyayı işgal etmesi doğal olarak toplumda yanlış yönelimlere sebep olmaktadır. Spor basını bugün bağımsız, etkisi olan bir sektördür.

Bugün futbol/spor basını denilen oluşum spor/futbol üzerinde çok etkin durumdadır. Kulüp yazarı olarak bilinen ve yazdığı kulübün taraftarı olan kişiler bulunmaktadır. Bu kişiler takım ve kulüp hakkında her şeyi söylemeyi, yazmayı kendilerinde bir hak gibi görürler. Futbol basınının görevi ilk etapta oynanan maçları yorumlamak ve maçlarda neler olduğunu izleyicilere aktarmaktır. Ancak durum bundan son derece farklıdır. Takımın nasıl kurulacağı,

kimin hangi mevki de oynayacağı, teknik direktörün takımı nasıl oynatması gerektiği, başkanın ve yönetimin ne yapması gerektiği, hakemin maçı nasıl yönettiği ve yaptığı hatalar gibi ilk etapta kendisini çok ilgilendirmeyen konularda yorumlar yapmakta, televizyonlarda bu şekilde saatlerce süren programlar yayınlanmaktadır. Ünsal'a göre televizyonlardan "çok sıfırlı" bedeller alan, bir kanaldan başka bir kanala tıpkı yıldız birer futbolcu gibi, büyük paralarla transfer olan futbol yorumcuları kullandıkları sansasyonel ve provokatif üslupla Türkiye'deki futbol şiddetine katkı yapmaktadır. (Ünsal, 2005, 377)

Futbolun basit bir oyun olması, basın mensuplarından sokaktaki vatandaşa kadar pek çok kişinin üzerinde yorum yapmasını imkânlı kılmaktadır. Ancak antrenman metotlarına kadar müdahale edilmesi, yorumlar yapılması ve bunların doğruymuş gibi seyircilere aktarılması hem bu işin gerçek sahiplerine saygısızlıktır hem de izleyiciler yanlış yönlendirilmektedir.

Türkiye'de futbol basını taraftar zihniyetinin üretilişine katkıda bulunmaktadır. Yönlendirici ve saptırıcı olabilmektedir. Son yıllarda "taraftar-yorumcu" olarak nitelenebilecek kişilerin devreye girmesiyle futbol yorumculuğu nesnellikten bir hayli uzaklaşmıştır. Bu durum da futbolseverliliği sıradan – olması gerektiği gibi – bir izleyicilikten çıkarıp; takımıyla yatıp kalkan, takımını hayatının merkezine yerleştiren, başka takımlara karşı tahammülsüz bir izleyici profili yaratmıştır.

Futbol alanında zihinsel anlam haritalarımızın oluşturulmasında futbol sayfaları, televizyonlardaki futbol programları ve futbol gazeteleri aracı bir rol oynamaktadır. Bu yayın organları yaptıkları yayınlarla taraftarı olunan takımla ilgili zihinlerde var olan şemaların gelişmesinde ve yeni şemaların oluşmasında rol oynarken, medyanın ikili karşıtlıklar içerisinde kurulu olan dili içinde 'bizim takım' ve 'rakip takım' imgesini kurgular farklılıkları keskinleştirmek suretiyle gerilimin artmasını sağlar. (Talimciler, 2005, 154)

Bugün futbol muhabbeti denen; kadınların her daim şikâyetçi olduğu, alt gelir seviyesinde bir kişiden üst düzey şirket yöneticisi bir kişiye kadar 7-70'e herkesin içinde olduğu bir oluşumdan söz edebiliriz. Özellikle Türkiye ve Latin Amerika ülkeleri gibi gelişmekte olan, ekonomileri nispeten zayıf ülkelerde futbol siyasetten bile daha fazla konuşulmaktadır. Ancak sıradan insanların yaptığı günlük futbol muhabbetlerinde bile nesnellik yoktur. Taraftar için önemli olan, en doğruyu yapan, en haklı olan hep kendi

takımıdır. Taraftar her koşulda takımdan bahsetmek, galip gelmiş maçları hatırlayarak keyfini çıkarmak, yenilgilerde hep birilerini suçlamak – çünkü tuttuğu takımın yazarı da böyle yapmaktadır – ister. (Kıvanç, 2001, 122) Kendi takımının futbolcusu en iyisidir, diğerleri kötüdür. Diğer takımların başarılarını küçük görme eğilimi vardır, başarılı oluyorsa başka etkenler – hakemler, federasyon v.s. – aracılığıyla oluyorlar inanışı hâkimdir. “Taraftar–yorumcular” da bu yönde bir manipülasyon yaratmaktadır. Ortaya çıkan sonuç; futbolu ilk başta bir spor olarak görmekten uzak izleyici profilidir.

Bugün spor/futbol programlarında konuşulanlar düzeysiz, asparagas haberleri olan, yönlendirici tartışmalardır. Yazılı medya da yine tiraj kaygısıyla böyle bir eğilim içindedir. Televizyon spor yazarlığını popüler bir iş haline getirmiştir. Böylece gazeteciliğin iki önemli ögesi olan etik ve tarafsızlık aşınmaya başlamıştır. Futbolun da yayın kurumlarının desteğiyle Türk spor kamuoyunun spor anlayışını büyük oranda temsil etmesi spor yazarlığındaki kaliteyi düşürmüştür. (Bayatlı, 2002, 49)

Türkiye’de uzun yıllar futbol oynamış kişilerin ya da eski hakemlerin, işlerini bıraktıktan sonra hemen bir spor gazetesine yazar veya televizyonda yorumcu olması son derece yaygındır. Fenerbahçe, Galatasaray veya Beşiktaş yorumcusu olan bu kişilerin, yazar-yorumcu olma niteliklerini taşıdıkları pek söylenemez. Sadece maçlarda gördüklerini okuyucuya aktaran, teknik analiz yapamayan bu kişiler spor basınındaki kaliteyi de düşürmektedir. (Büyükbaykal, 2003, 57) Tabi ki Türk spor basınında işini doğru dürüst, etik kurallar çerçevesi içinde yapan yazar ve yorumcular da vardır. Ömer Üründül, Mehmet Demirkol, Uğur Meleke, Mert Aydın gibi isimler eskiden futbolcu olmayan ama futbolu doğru yorumlayabilen yazarlardır. Bu belirttiğimiz duruma istisna olarak Fenerbahçeli eski futbolcu Rıdvan Dilmen gösterilebilir. Futbolculuğunda da beyefendi olarak nitelenen Dilmen, aynı çizgide yorumculuk yapmaktadır. Çok fazla gazete, televizyon olması nedeniyle spor/futbol yorumculuğu talep gören bir meslek haline gelmiştir. Mehmet Demirkol’un “Futbol Kulübü” adlı TV programında da belirttiği gibi “gençler; futbolcu veya hakem olmayı, sonrasında yorumculuk yapmak için istiyorlar.”

Takım tutmak medyada büyük bir haz, ayrıcalık gibi yansıtılmaktadır. İzleyicilere manevi tatmin olanağı sunulur. “Büyük takımın büyük taraftarı” şeklinde ifadeler ya da alınan galibiyetlerden sonra “destan yazdı”, “ezdi, geçti” gibi ifadeler spor sayfalarını süsler. Özellikle Türk takımlarının Avrupa maçları veya milli maçlar sırasında medyaya bir



milliyetçilik söylemi hakim olur, “Avrupa” ötekileştirilir. İzleyici/okuyucu kazanmak adına söylemde şiddet, argo, abartı öğelerine başvurulur. (Miriçoğlu, 2007)

“Spor medyası satmak veya izlenmek için başarıya ihtiyaç duyar. Başarısızlık anında medya kendisine bir günah keçisi bulur ve izleyen kitle bu hedefe yönlendirilir. Bu hedef futbolcu, teknik direktör, yönetici veya hakem olabilir. Şiddet de bu noktada ortaya çıkar. Medyanın yönlendirdiği kitle, fiili saldırılara kadar uzanan bir tavır geliştirir.”

Futbol her ülkenin milli özelliklerinden beslenerek millileşmiştir. Oyun tarzları, oyuncu halleri, futbol söylemi, takım/kulüp ve taraftarlık alt-kültürleri; yani futbol kültürü milli karakteristiklerle yüklenmiştir. Bu durumda futbol dünyada millileşme yaygınlığından, milli spor kimliği kazanmıştır. Futbola gösterilen ilgi, diğer spor dallarıyla kıyaslanmayacak kadar kitleseldir. Spor gündemini futbol oluşturur. Türkiye’de de futbol bir milli spor haline gelmiştir. (Bora; Erdoğan, 2004, 222)

Belirttiğimiz gibi medya, futbol maçlarını haber yaparken metaforik sloganlar kullanır. Özellikle milliyetçi söylem hâkimken bu daha da abartılı bir seviyeye ulaşır. Örneğin Türk milli takımının Avusturya ile oynayacağı maçlarda “Türkler Viyana’yı kuşattı” gibi manşetler atılır. Burada aynı zamanda eski Osmanlı dönemlerine gönderme de vardır. Bu tip medyatik futbol söylemleri milli kimliğin yeniden kuruluşunda pay sahibi olur. Milli maçlar adeta bir ölüm-kalım meselesi gibi sunulur. Bunu sonucunda da alınan galibiyetler sonrası havaya sıkılan silahlar birçok kişinin yaralanmasına hatta ölümüne neden olur. Kötü bir sonuçta da taşkınlıklar, kavgalar meydana gelmektedir. Türkiye’de futbolda hem milli takım düzeyinde hem de kulüp düzeyinde başarılar geldikçe, bunlar medyada Türk tarihinde kazanılan başarılarla özdeşleştirmeye başlanmış, o zaferlere göndermeler yapılmaya başlamıştır. 6 Eylül 1995 Macaristan maçı öncesi medyada teknik direktör Fatih Terim tam bir ‘Fatih’ olarak lanse edilmiş, futbolcular Avrupa’yı sarsmaya giden askerler gibi gösterilmiştir. Maç kazanılınca ‘Tarih Yeniden Yazılmıştı’.

Milli maçlarda veya kulüp takımlarının oynadıkları dış maçların spor basınındaki yorumlarına ve basına yansımalarına baktığımızda; etraf düşmanlarla çevriliymiş gibi abartılı bir tehdit algılaması söz konusudur. Dünyanın ve Batı bize komplo kurmuş gibi gösterilir. Kötü bir sonuçta hakemler, dış güçler sorumludur, onlar Türk düşmanıdır. Uluslar arası maçların milliyetçi bir bağlamda yeniden kurulması, Türkiye’de medyatik futbol söyleminin

milli kimliğin yeniden kurulmasında paya sahip olduğunu göstermektedir. (Bora; Erdoğan, 2004, 227-228)

Tabii ki medyayı şiddetin tek başına sorumlusu olarak görmek doğru değildir. Ama şiddetin medyada yer alma biçimine bağlı olarak sporda şiddetin uygulanması, sorun olarak tanımlanıp tanımlanmaması konusunda medya etkili olabilmektedir. Medyayı başka nedenlerle birlikte tetikleyici bir etken olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır. Medyanın fanatizm ve holiganlık üzerinden kendi pazarını oluşturma çabası içine girmemesi gerekmektedir.

Medya bu yaklaşımlarıyla futbolda şiddeti körüklediği gibi futbolun kitleler arasında yayılmasını kolaylaştırıcı bir rol üstlenmektedir. Kitlesel bir eğlence haline dönüşen futbol, medyanın da etkisiyle toplum için bireysel ve kolektif kimlik edinme alanı haline gelmiştir.

“Bir aktivite ya da ilgi alanı olarak spor toplumsal olarak inşa edilmiştir. Anlamı tanımlanır ve ona anlam yüklenir. Sporla ilgili olan değerleri bize taşıyan bu anlamlardır ve bu anlamlar bize kimlikler ve özdeşleşmeler sağlar. Futbola popülaritesi kazandıran şey ona atfedilen anlamdır. Sporun bu sosyal konumlandırması ve değerlendirilmesi anlaşılacakça sporun medya tarafından ele alınışını doğru bir biçimde kavrayamayız. Medyanın spor portresi ve sunumu yaptığı ortam, sporun daha önce mevcut olan sosyal inşasına dayanır.” (Clarke ve Clarke, 1985, 62-63 akt. Talimciler, 2007, 230-231)

Medyanın kullandığı dil ve söylemler bir takım rol ve kalıplarının toplumsal yaşama aktarılmasında aracı olur. Medyanın özellikle uluslar arası karşılaşmalarda takındıkları tavır, kimliklerin şekillenmesinde etkilidir. Medya, hakim olan egemen değer yargıları ile erkek egemen ideolojinin yaşamasını sağlar. Erkekler spor/futbol dünyasını kendi kimliklerini oluşturdukları bir alan olarak görürler. Medya da bu alanı sık sık kullanır. Erkek tüketicilerin önemli bir yeri vardır.” (Crolley ve Hand, 2002, 8-15 akt. Talimciler, 2007, 232) Popüler spora medyada yer verilmesinde ağırlıkla erkek ilgi, beğeni ve zevklerine yönelme, tüketici kitlenin daraltılması da değildir. Kadınlar için de aerobik, jimnastik gibi yoğunlaşabilecekleri tüketim çerçeveleri sunulmaktadır. (Öcal, 2002, 124)

Talimciler’e göre (2005) Türk futbolu ve medyası üç büyük kulübün – Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş – hegemonyası altındadır. Bu kulüpler birer İstanbul takımı olmasına rağmen Türkiye’nin her yerinde taraftara sahip kulüplerdir. Türkiye’de yerel ve yaşanılan yerin takımını destekleme durumu pek yaygın değildir. İstanbul dışında yaşayanların kendi şehir

takımlarıyla beraber bu üç takımdan birini de desteklediği görülür. (Bunun istisnası Trabzonspor olarak gösterilebilir. Trabzonspor bu üç büyük kulüp haricinde şampiyonluklar yaşamış tek Anadolu kulübüdür.) Bu üç büyük kulüp Türkiye’de futbolun yayılmasına ve sevilmesine en büyük katkıları yapmıştır. Bir insanı bir takıma çeken asıl güçlü halat, kimlik vaadidir. Tek bir kararla, uğraşmadan, yorulmadan yeni bir kimlik kazanılmış olur. Güçlü bir takımdan yana olur güçlü bir kimlik edinme çabası, taraftarlık dengeleri üzerinde belirleyici bir rol oynayan etkidir. Türkiye’de de üç büyüklerden birinin saflarına katılmak belli ölçüde bir güç garantisi vermektedir. Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş’ın kupalara, gündeme ve “güç” imajına el koymaları, Türkiye’nin taraftar dağılımını etkilemiştir. (Kozanoğlu, 2002, 109-110)

Bu durumda medyamızda bu kulüplere organlarında geniş yer vermektedir. Medyanın seyircisi, okuyucusu çok olan, geniş ve kökleşmiş taraftar kitlesine sahip bireylerin kolayca kendisini özdeşleştirebildiği “büyük” takımlara yönelmesi, spor/futbol ve tüketim ilişkisi bağlamında açıklanabilir.

Sonuçta; medya kulüpler arası rekabeti körükleyerek, kulüp yöneticilerinin, futbolcuların demeçlerini tahrik edici bir havaya sokup hakemleri, futbol federasyonunu ya da rakip kulübü suçlayan bu açıklamaları ustalıkla büyüterek, şiddeti kışkırtıcı ve saldırganlığı tahrik edici yayınlarda bulunmaktadır. Genellikle büyük kulüplerin söz sahibi olduğu futbol medyasında tiraj ve reyting uğruna zaman zaman milliyetçiliği kışkırtan, rakip takım futbolcu ve yöneticilerini rencide edici yayınlar yapılabilmektedir. Maç görüntülerinin dahi yayınlanmadığı birçok TV kanalında ise futbolcular ve hakem kararları üzerine saatlerce konuşulmakta genellikle dört büyük kulübün temsil edildiği bu programlarda reyting uğruna basit kavgalar çıkartılmaktadır. (Kıraç, 2006)

#### **4. Türkiye’de Taraftarlık ve Şiddet**

Türkiye’de insanlar genelde düzenli spor yapma alışkanlığına sahip değildir. Bu sebeple halkın sporla olan ilişkisi izleyicilikle sınırlıdır. Nüfusu 70 milyona dayanmış Türkiye’de lisanslı sporcu sayısı - Gençlik ve Spor genel Müdürlüğü Ekim 2008 verilerine göre - sadece 1.427.953’tür, faal sporcu sayısı da 200.418’dir. Hükümet programlarında da sporu teşvik edici, önemini vurgulayan politikalara pek yerilmez, üç-beş cümleyle geçiştirilir. (Sert, 2000, 120) Halkın spora gösterdiği ilgi futbol izleyiciliği düzeyindedir.

Görsel ve işitsel medyadan futbol yoğun bir şekilde takip edilir. Türkiye’de sporda/futbolda şiddet ve saldırganlık eylemlerinin genelde işsiz, genç erkekler tarafından sergilendiği pek çok kaynakta belirtilmektedir. Medyada küçük takım ve taraftarlarını küçümseyici ve aşağılayıcı dilden kaçınılmaktadır. Büyük takım taraftarları kendilerini takımlarıyla özdeşleştirmektedir. Medya da her büyük takım için ayrı ayrı abartılı bir dil kullanır. Kazanan takım her zaman abartılı bir şekilde yüceltilmektedir. Çünkü o takımın taraftarının ilgisi bu şekilde çekilmek istenir. Her taraftar kendi takımının galibiyetini destansı bir şekilde okuma, duymak istemektedir. Medya yenilen takımın da futbolcularını suçlayıp yine taraftarı yüceltmektedir. (en büyük taraftar, futbolcular sahtekar)

Medyada futbol temsillerinin spora özgü unsurlardan çok spor dışı, özellikle şiddet içeren savaş, kavga, dövüş gibi (eril) unsurlarla kurulması sırf Türkiye’ye özgü değildir. Futbol hem bireysel, hem de kolektif mücadeleye dayanan bir spor olduğu için, medyanın çatışmayı dramatikleştirme eğilimi nedeniyle bu mücadeleye ilişkin unsurları vurgulaması normaldir. Ne var ki, Türkiye’de bu unsurların medya temsillerindeki oranı oynanan futbolun tekniği, incelikleri ve niteliğine ilişkin değerlendirmeleri tümüyle bastırarak düzeye ulaşmıştır. Basında spor sayfaları, televizyonda spor bölümleri artık nedense tümüyle ‘erkek sayfaları, programları’ haline dönüşmüştür. (Mutlu, 2005, 335)

Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)’ün yaptığı “Televizyonlardaki Spor Programları İzleme Eğilimi Kamuoyu Araştırması” (2008) medyanın şiddet üzerine olan etkisini ortaya koymaktadır. Araştırmaya göre, izleyicilerin yüzde 63’ü spor programlarının toplumsal şiddeti arttırdığını düşünmekte ve özellikle programlarda yapılan yorumların bu etkiyi yarattığı görüşünde birleşmektedirler.

Araştırmada deneklere "spor haber yorum programlarında konuların ele alınışı hakkındaki" düşünceleri sorulduğunda yüzde 45’inin "konuların ele alınışında eleştiri boyutu aşıyor ve konu istismar ediliyor", yüzde 20,8’inin "konuların ele alınış biçimlerini olumlu buluyorum", yüzde 17,3’ünün ise "konuların ele alınışı yapıcı özellik taşıyor" şeklinde görüş belirtmişler. Spor programlarındaki tartışmalar ile programlarda yer alan görüntü ve tezahüratlar deneklere sorulduğunda, "bu görüntü ve tezahüratlardan bazen olumlu bazen olumsuz etkileniyorum" diyenlerin oranı yüzde 48, "olumlu etkilendiğini" söyleyenler yüzde 16,5, "olumlu ya da olumsuz etkilenmiyorum" diyenlerin oranı yüzde 15,5, "olumsuz etkileniyorum" diyenler yüzde 20.2 olarak ortaya çıkmış.

Spor programlarında kullanılan dile ilişkin görüşlerde bu araştırmada ortaya çıkmış. Spor programcılarının Türkçeyi doğru, zengin, argodan uzak ve seviyeli konuşma konusunda duyarlı olup olmadığı" konusunda izleyicilerin yüzde 65'inin programda yorum yapan yorumcuların Türkçe konusunda duyarlı davranmadıklarını ifade etmişler.

Spor programları kamuoyunda spora karşı özendirilmesi, sporun günlük hayatımızda daha etkili gelmesi amacıyla yayınlanması gereken programlar iken, amacının tamamen dışına çıktığı ve tamamen reyting hedefli programlara dönüştüğü ortaya çıkmıştır. Futbol içerikli spor haber yorum programlarında daha çok işlenen konular ma görüntüleri, hakem hataları, yorumcu ve sporcuların değerlendirmeleri, futbolcuların davranış ve beyanatları, taraftar davranışları, kulüp yöneticilerinin beyanatları olarak sıralanırken, denekler futbolla ilgili yorum içeren ve futbolla ilgili programlarda yönetici ve sunucuların yüzde 70'e yakının taraflı davrandığı ifade etmişler.

Sporun izlenme bağlamındaki durumu da RTÜK'n bu araştırmasında ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılanların yüzde 64' spor/futbol programlarını izlediğini belirtmiş. Futbolla yüzde 81'lik oranıyla en çok izlenen, tercih edilen spor dalı olarak ortaya çıkmış. Bu durum Türkiye'de spor denilince akla futbolun geldiği gerçeğini ortaya koymaktadır. Futbolla ilgili en çok izlenen kanallar Star, TRT1, NTV, Show ve Lig Tv olarak sıralanmış.

Spor programı izleyicileri, izleme meknı olarak yüzde 94'lk bir oranla ev ortamını tercih ettikleri ortaya çıkmış. TRT 1 de yayınlanan "Stadyum", NTV deki "90 Dakika" ve Lig Tv deki "Maraton" adlı programlar en çok izlenen ve beğenilen programlar olarak öne çıkmaktadır. "Stadyum" ve "Maraton"un maçları görüntülerle vermesi ve yorumlamasıyla, "90 Dakika" da diğerlerine göre daha düzeyli yorumlarıyla izleyicinin beğenisini daha çok toplamaktadır.

Futbolun yüzde 72'lik bir oranla en çok yer verilmesi istenilen spor dalı olması, medyada ve spor programlarında futbolun daha çok yer tutmasının izleyici talebiyle de ilgili olduğunu ortaya koymaktadır. İzleyiciler uzun süreli futbol programlarını ekranlarında görmek istemektedir.

Bu araştırmada ortaya çıkan çarpıcı bir veri; katılımcıların yüzde 68.5'inin futbol programlarında taraflı yayın yapıldığını düşünmesidir. Bu durum Türkiye'de spor/futbol medyasının gazetecilik etiğinden, tarafsızlığından uzak olduğunu göstermektedir.

Türkiye'de sporda şiddet olaylarının bir sosyal problem olarak değerlendirilmesi mümkündür. Sosyal yaşamın başka alanlarında da şiddetin olması, sporda şiddetin fark edilmesini ve gereken önemin verilmesi engellemektedir. Sporda şiddet eylemlerini önlemede; ülkenin gelişmişlik düzeyinin artması, kente göç edenlerin uyum sorunlarının üzülmesi, medyanın kışkırtıcı yayınlar yapmaması, maçlarda çirkin ve kötü tezahürat yapılmaması, sosyal güvenlik önlemleriyle bireylerin şiddete eğiliminin azaltılması etkili olacaktır.

Sporda şiddet olaylarını önlemede cezaların yetersiz olduğunu belirten görüşler bulunmaktadır. Cezaları arttırmak veya revize etmek önemlidir ancak sorunun psikolojik, sosyolojik ve ekonomik nedenlerini de irdelemek, bu alanda zmler üretmek hem devletin hem de toplumun görevidir.

## SONUÇ

Sporun insanları geliştiren, insanın kendisini keşfetmesini sağlayan, başkalarıyla sosyal ilişkiler geliştirmesine imkân sağlayan, sosyal bütünleşmeye katkıda bulunan özelliklere sahip olduğundan çalışmamamızın ilk bölümünde bahsetmeye çalıştık. Sporun bu şekil işlevlere sahip olması onu bir toplumsal olgu yapmakta ve toplumsal hayattaki önemini ortaya koymaktadır. Futbol da bugün üzerinde en çok kafa yorulan, televizyon yayınlarıyla aynı anda milyarlarca kişinin izlediği sosyal olaylardan biridir.

Futbol zamanla basit bir oyun olmaktan çıkarılarak bir bakıma halkın elinden alınmış, kültür endüstrisi içinde bir popüler kültür unsuru haline gelmiştir. Futbolun geniş bir insan kitlesi tarafından izlenilmesi ve ilgilenilmesine bağlı olarak popülerleşmesi, sanayileşme ve sonrasına rastlamaktadır. (Şentürk, 2007, 34-35) Sanayileşme sonrasında futbol, katılımdan ziyade seyirlik bir durum almıştır. Amaç izleyicilere eğlence sunma haline gelmiştir. Bu durumda futbolun sanayileşme sonrası dönüşümlere bağlı olarak diğer spor dalları içinde üzerinde en çok konuşulan ve izleyicisi sürekli artan durumda olduğunu söyleyebiliriz.

Futbol insanlara deşarj olma, rahatlama ve eğlenme imkânı vermektedir. Zaten sporun bu şekil bir işleve de sahip olduğunu belirttik. İnsanlar futbol karşılaşmalarına duydukları ilgiyle, futbolun getirdiği heyecan ve eğlenceyle en önemli sosyal, siyasal ve ekonomik sorunları bir süreliğine unutulabilmektedir. Böylece futbolun seyirciler açısından amacı; eğlence, hoşça vakit geçirme ve bunlara bağlı olarak sıkıntılardan bir süre de olsa uzaklaşmak olmaktadır.

Günümüz dünyasında insanın biliminden ve aklından ziyade bilinçaltına, duygu, haz ve iç dünyasına hitap eden sinema, televizyon, bilgisayar, internet, müzik, eğlence ve spor endüstrisinin kitlelerin hayatlarını, zevklerini, beğenilerini ve anlam dünyalarını biçimlendiren bir mekanizma olarak yapılandırıldığını gözlemleyebilmekteyiz. (Şentürk, 2007, 36) Futbol yaratılan bu kültür endüstrisi içinde en etkin şekilde yerini almaktadır.

Futbolda taraftarlığın adeta ortak bir değer ve payda altında toplanma gibi bir anlamı vardır. Taraftarlık insanların kendini tanımlamada kullandıkları bir biçim ve kimlik durumundadır. Bir insanı tanıtırken; “Fenerbahçelidir” veya “Galatasaraylıdır” diyerek, onun kişisel bir özelliğini ortaya koyabilmekteyiz. Seyircilikle taraftarlık arasında fark vardır. Seyirci bir olayı izleyendir, o olay bittiğinde günlük yaşantısına daha kolay geçer. Seyirci futbol maçını izler, alacağı zevki alır ve olay orada sonlanır. Ancak taraftar için futbol takımı hayatının önemli bir kısmını işgal etmektedir. Taraftar futbol maçına sadece bir oyun gözüyle bakmamaktadır. Futbolun popüler olmasında bu taraftarlık kimliğinin önemi bulunmaktadır. Sosyal hayatında başarısız kalmış, mutsuz olan taraftarlar takımlarının sahadaki başarılarından pay alma ve tatmin olma eğilimi içerisindedir.

Endüstriyel futbol içerisinde seyirciler, başından beri tüketici olarak hedeflenmiştir. Taraftarlar futbola özne olarak yeniden dâhil olma amacındadır. Bu sebeple de, taraftarlık ile endüstriyel futbol arasında da gerilimli bir ilişki olduğu sonucu çıkmaktadır. (Aydın, Hatipoğlu, Ceyhan, 2008, 298) Futbolda ortaya çıkan şiddette, futbolda meydana gelen dönüşümlerin etkisi bulunmaktadır.

Taraftarlık futbolu takip eden kitleler arasında bugün daha azınlıkta kabul edilen bir durumdur. Günümüzde takımına sıkı sıkıya bağlı taraftarlar yerine daha “müşteri” tipinde olan seyirciler tercih edilmektedir. Artık istenen tuttuğu kulüp için daha fazla para verebilecek seyircilerdir. Böylece de, futbolun endüstriyelleşmesi sürecinde futbol oyununun peşinden koşan kitlelerin yeniden düzenlenmesi sonucu doğmuştur. Fakat taraftarlık seyirciler gibi pasif izleyiciliği kabul etmeyen, etki alanı açısından güçlü bir konuma sahip, beraber ‘hareket etme’ temelli sosyallikleri içermektedir. Seyirci yalnızca sunulan gösteriyi takip ederken, ‘taraftar’ taraf olan, kendi ‘kolektif’ kimliğini oluşturandır. (Aydın, Hatipoğlu, Ceyhan, 2008, 299)

Futbolun yaygınlaşıp, popülerlik kazanmasında televizyonun etkisinin çok fazla olduğunu bu çalışmada belirtmeye çalıştık. Televizyonun büyük ölçüde toplumsal hayata girmesi, özel ve şifreli kanalların çoğalması, futbola çok fazla yer verilmesi futbolun hem dünyada hem de Türkiye’de popülerlik kazanmasına olanak sağlamıştır. Endüstriyel futbol piyasası tarafından yaratılmaya çalışılan futbol kültüründe yalnızlık, bireyselleşmiş hayranlık ve tüketim özendirilmektedir. Televizyon futbolu, statlardaki kolektivite potansiyelinin yerine



evde tek başına yaşanacak sevinç veya üzüntüyü pazarlayarak, oyunu doğrudan etkileme ihtimalini ortadan kaldırmaktadır. (Aydın, Hatipoğlu, Ceyhan, 2008, 300-301)

Kitle iletişim araçlarının topluma etkisinin, günümüzde fazla olduğundan bahsedilmektedir. Kitle iletişim araçları futbolda insanın kendisini özdeşleştirebileceği objeler çıkarmıştır. Kitle iletişim araçlarından görülüp takip edilen, “yıldız” olarak nitelendirilen futbolcular bireyi ister sosyal yönden olsun, ister duygusal yönden olsun etkilemektedir. Kitle iletişim araçlarının etkisiyle birey kendini o sporcuların yerine koyma ve onlar gibi olma duygusuyla spora veya sporun bir dalı olan futbola yönelebilmektedir.

Futbolun kitle iletişim yoluyla medyada çok yer alması, onu üzerinde en çok konuşulan konulardan biri yapmaktadır. Kişilerin medyada görüp duyduğu, üzerinde saatlerce konuşulan futbol konularını günlük hayatına da taşıması gibi bir sonuç çıkmaktadır. Futbol anlaşılması çok da zor olmayan yapısıyla, konuşulurken ekstra bir bilgi ve uzmanlık gerektirmemektedir. Bir maçın herhangi bir pozisyonun bile saatlerce tartışıldığı bu ortamda, herkes birer “futbol uzmanı” olarak toplumda kendine yer bulabilmektedir. Yani bu durumda oyundan anlayan ama oyunu oynamayıp konuşan kalabalık bir grup söz konusudur.

Futbolda seyircilerden 12.(on ikinci) adam olarak bahsedilmektedir. Bu söylem futbolun bir şov haline gelmesiyle medyada kendine çok sık yer bulmaya başlamıştır. Futbolcular ve yöneticiler seyirciler için “onlar bizim her şeyimiz, 12. adamımız” gibi yüceltici ifadelere başvururlar, medyada da “seyirci, 12. adam yine çok iyiydi, takımın ateşledi” gibi yorumlar yer alır.

12. adam olma ifadesi seyirciler tarafından da benimsenmiştir. Onlar da 12. adamlıkla takımlarına yardım ettiklerini, oyuna bu şekilde dâhil olduklarını düşünmektedirler. SIRC’in yaptığı araştırmada da buna benzer bir durum çıkmıştır. İsviçreli bir izleyici “oyunda aktör olarak yer aldıklarımı”, bir Hollandalı da; “yaratılan iyi bir atmosferle oyuna etki edebildiklerini” söylemiştir. (SIRC, Football Passions, 2008) Türkiye’de de taraftar grupları bulunmaktadır. Emniyet Genel Müdürlüğü Güvenlik Daire Başkanlığı tarafından hazırlanan raporda en fanatik taraftarın Beşiktaş’ta olduğu belirtilmiştir. Rapora göre Beşiktaş’ı; Bursa, A.Gücü, Galatasaray, Göztepe, Karşıyaka, Diyarbakır, Mardin ve F.Bahçe taraftarları takip etmektedir. (Hürriyet, 03-01-09) Özellikle Beşiktaş’ın “Çarşı” adı verilen taraftar grubu

maçlarda etkin bir şekilde yer almakta, muhalif yapısıyla medyada da kendisine yer bulmaktadır.

Futbol stadyumlarının bugünkü endüstriyel futbol içinde anlamlandırılmasında adeta dini bir mabet gibi işlev gördüğü gerçektir. Stadyumlar toplumsal hiyerarşinin en aza inebildiği, tıpkı bir camii veya kilise gibi, birbirinden farklı insanların toplandığı yerler olarak kabul edilmektedir.

Toplum içinde çoğunluğun, büyük bir kesimin tercih ettiği, ilgi duyduğu, içinde yer alarak yaşattığı olgular toplamı popüler kültürü oluşturmaktadır. Popüler kültürün varlığını kitle iletişim araçlarına borçlu olduğu bir gerçektir. Televizyonun karelerine girebilen her şey izleyiciler tarafından ilgi görüp benimsenmektedir. Ortaya çıkarılanların halkın ilgisine ve bilgisine sunulmasıyla, çoğunluk tarafından onaylanan "popülerlik" kavramından söz edilebilmektedir. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarıyla halka yapay, yüzeysel, geçici, tekrara ve reklama dayalı popüler kültür unsurları sunulmaktadır. Popüler kültürün reklama dayanan geçici olan, kendi içinde çelişik olabilen, hiçbir konu ve alan sınırlamadan kendine materyal temin eden, kullandığı hiçbir şeyi "saf" bırakmayan, eğlenceye dayalı olan, insanlara umut aşıl原因, insanları düşünmekten çok heyecanlanmaya teşvik eden ve üretimden çok tüketime yönelik bir yapısı bulunmaktadır. (Şentürk, 2007, 39)

Futbolun bu kadar ticarileşip yayılmasında medyanın rolü vardır. Futbol böylece değerini de yitirmektedir. Küresel kapitalist toplumda futbol, bir medya olayı olarak tasarlanarak izleyicilere sunulmaktadır. Oluşan ekonomik düzen içerisinde reklamcılar ve sponsorlukların medya ve futbol kulüpleri üzerinde büyük baskısı vardır. Her taraf birbirinden beslenmektedir. Futbol kulüpleri reklama, televizyona bağımlıdır. Medya futboldan büyük ölçüde beslenmekte, haber yapmaktadır. Televizyon futbola geniş yer vermektedir. Reklamcılar, sponsorluklar futbol ve televizyonla geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu dönüşümlerle futbol kendi doğasından ve ruhundan uzaklaşmaktadır.

Küreselleşmeyle oluşan yeni dünya düzeninden ve kitle iletişim araçlarının bu düzen içindeki rolünden bahsetmeye çalıştık. Kitle iletişim araçları küresel kültürün unsurlarını üretip, tüm dünyada dolaştıran konumdadır. Bu durumda medya da, bireysel kimlikleri yaratıp tüketim ilişkilerini belirleyen araçtır. Medya kültürel işlevini genellikle medya egemenlerinin çıkarları doğrultusunda, tüketim kültürünü yaygınlaştıran yozlaşmış ve dejenere yayınlardan

yana yaptığı bir gerçektir. Televizyon da bu dejenerasyonda en etkili medya aracı olarak rol almaktadır.

Ekonomik, psikolojik, sosyolojik unsurları içinde barındıran futbol, popülerliği gittikçe artmış bir oyundur. Günümüzde birçok insan, futbolu çok yoğun bir şekilde takip etsin veya etmesin, bir takıma sempati beslemektedir. Bu sempatinin yarattığı aidiyetlik duygusu medyanın etkisiyle artabilmekte, ileri seviyelere gelebilmektedir.

Türkiye’de medyanın gelişmesi ve büyümesi süreci ‘90larla birlikte başlamıştır. O dönemlerde birçok özel televizyon ve medya kuruluşu hayatımıza girmiştir. Medyanın futbola olan ilgisi, Türk takımlarının Avrupa’daki başarılarıyla artmaya başlamıştır. Kulüplerimizin de dünyadaki dönüşümlere ayak uydurmaya çalışmasıyla, futbol medya ve televizyona bağımlı, izleyicileri bir müşteri gibi gören, kâr amaçlı şirketler olmaya başlamışlar ve bu yönde bir ilerleme eğilimi içerisindedirler.

Günümüzde futbolun hayatta önemli bir yer edinmesinde, adeta “ölüm kalım meselesi” hatta “savaş” olarak görülmesinde medyanın önemli bir etkisi vardır. Futbol iktidarının oluşumunda kitle iletişim araçlarının önemli işlevleri bulunmaktadır. Bu iktidarlar, futbolu kitleler tarafından çok konuşulur hale getirerek kendi iktidarlarının yeniden üretilmesini sağlamaya çalışırlar. Kitle iletişim araçları, herhangi bir – futbol gibi - seyirlik durumun izleyicilerini toplu olarak avucunda tutabilmektedir.

Türkiye’de futbol diğer spor dallarına göre çok daha fazla medyada kendine yer bulmaktadır. Bu durum futbola olan ilgiyi daha da arttırmıştır. Bu durumu futbol içerikli haberlerin çıktığı gazetelerin tirajlarında, radyo-TV yayınlarında görebilmekteyiz.

Futbolun, medyanın, pazarlama ve ulus ötesi tüketim odaklı şirketlerin büyümeleri birlikte gerçekleşmiştir. Futbol profesyonelleşmekte geleneksel futbol kulüpleri ticari amaçlara yönelmekte, yüksek profesyonel kriterlere erişmeyi amaçlamaktadır. Sporun özellikle de futbolun, güncel toplumsal değerini ve küresel popülaritesini medyanın etkisi olmadan düşünmek pek olası değildir. Futbol, medyanın etkisi ile günlük yaşamın bir parçası olmuş ve özellikle de televizyon; futbol, yaşam tarzı ve tüketim arasındaki ilişkinin kurulmasında yönlendirici olmuştur. (Alver, 2008, 239)

Medyanın şiddet içerikli söylemlerinin bazı etkileri vardır. Türk futbol medyası 4 büyük kulüp – hatta Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş olarak üç büyük kulüp - temelli bir anlayışa sahiptir. Bu kulüpler en çok taraftara ve izleyiciye sahip kulüplerdir ve her yıl büyük hedefler koyarak sezona başlarlar. Günümüz rekabetçi anlayışı içerisinde Türk futbolunda ister istemez fanatik bir dil kullanımı söz konusudur. Medya da bu durumdan fazlasıyla etkilenir ve bu yönde fanatik söylemlere yer verir. Günümüzde özellikle objektif bakış açısından, habercilikten uzak futbol yorumculuğu yapan kişiler de, taraflar arasındaki gerginliği artırmada etkili rol oynamaktadır.

Türkiye'deki spor basınının aslında bir futbol basını olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Futbol basınında da belli bir seviyeden yoksunluk söz konusudur. Gazete başlıklarına baktığımızda klişe, basit ve anlamsız; argo içeren, tahrik edici ve kızdırıcı ifadeler görmekteyiz. Özellikle milliyetçi, militarist söylemlerde (milli maçlarda veya Türk takımlarının başka ülkelerin takımlarıyla oynadıkları maçlar öncesi veya sonrasında) fazlaca bulunulması toplumsal şiddeti tetiklemektedir. Basının futbola çok fazla yer verip diğerlerini adeta yok sayması, genç nüfusun başka spor dallarına olan ilgisini de ortadan kaldırmaktadır.

Medyanın kullandığı söylemlerde, insanların doğasında olduğu kabul edilen şiddet kendini göstermektedir. Medya, halkın futbol içindeki holiganizm olaylarını görmesinde ve gözlemlemesinde de rol oynayabilmektedir. Çıkan şiddet olayları, “istenmeyen görüntüler” olarak medyada yer bulmaktadır. Bu durumda, futbolda şiddet medya organlarında iki farklı şekilde görülebilmektedir. Fanatizm ve holiganizm önlenmesi gereken bir şey olarak sunulmakta ve bu alanda yapılması gerekenler sıralanmaktadır. Fakat diğer yandan da yapılan yanlış yayınlar toplumu olumsuz yönde etkileyebilmekte ve medya bu sefer şiddeti tetikleyici bir mekanizma olarak işlemektedir.

Medyada özellikle de televizyonda futbol haberleri ve programları, eğlence endüstrisinin bir kolu olarak gelişmektedir. Futbol karşılaşmalarının sunum biçimi, haber aktarmadan farklı olarak eğlence formatında kurgulanmaktadır. Futbol yalnızca canlı olarak yayınlanmamaktadır; bunun yanında yorumcular oynanan oyunu yorumlamakta ve futbol uzmanları ile söyleşi ve oyun analizleri yapılmaktadır. Spor programları ve haberler aracılığıyla futbol, giderek daha fazla kurgulanmaktadır; duygu yüklü görüntü ve iletiler giderek artmakta ve yeni futbolcu kahramanlar yaratılmaktadır. (Alver, 2008, 240)

Taraftarlık anlamında kitlesel olarak ortak noktada buluşturma özelliği olan futbol, artık sadece sıradan bir oyun, eğlence, medyatik imparatorluk, hatta siyasal iktidar aracı olmaktan öte, tüm kimliksel ifadelerin yankılandığı bir alana dönüşmüştür.

Bu çalışmada değinilen bir diğer konu da; futbolun siyasetle ve iktidarla olan ilişkileri olmuştur. Futbol ve siyaset farklı alanlar olarak düşünülse de, her iki kavramın birleşimi ülkemizde ve dünyadaki örnekleri ile bizlere futbol ve siyasetin aslında iç içe olduğunu göstermektedir.

Sokaklarda amatör bir ruhla başlayan futbol oyunu kitleselleştikçe siyasetin etkisine girmiştir. Futbol siyasetçiler için bir oy potansiyeli ve iktidarlarını devam ettirme aracı olmuştur. Büyük bir endüstri olarak futbolun bu durumdan kurtulması pek kolay ve mümkün görünmemektedir. (Kılıç, 2006, 157-158)

Futbolu siyasetle ve iktidarlara olan ilişkileri bağlamında egemen güç ilişkileri dışında değerlendiremeyiz. Futbol kapitalist ve endüstriyel yapının yeniden üretimi ve hep üretilmesi bağlamında önemli bir yere sahiptir.

Günümüzde kitle kültürünün önemli bileşenlerinden biri olan futbol; eleştirel bir açıdan bakıldığında, kitlelerin boş zamanlarını denetim altına alıp, onları sisteme bağlayan kültürel bir öğedir. Futbol toplumsal anlamda egemen ideolojiyi meşrulaştırmaktadır. Futbol statları, söylemsel ve eylemsel şiddetin ortaya çıkmasına olanak verip toplumsal bir boşalım yaratmaktadır. Futbolun oyalayıcı yönüyle kitleler denetim altına alınmaktadır.

Futbol kulüpleri de çeşitli çıkar hesapları bağlamında iktidara ve siyasete bağımlı durumdadır. Vergi borçları, stadyum inşaatları, finansal getiri sağlayacak çeşitli yatırımlar gibi sorunları olan kulüpler iktidara göre hareket edebilmektedir.

Kapitalizm kitleleri tüketime yönlendirmek için var olan bir sistemdir. Endüstrileşen futbol, kapitalizmin devamına yardım eder durumdadır. Futbolun yarattığı sanayi ile birçok iş dalı oluşmuştur. Spor basını, spor mağazaları, organizatörler, reklamcılar, sponsorlar tüketime yönlendirici bir işlevdedir. Bu bileşenler karşılıklı ilişki içerisinde bunu gerçekleştirmektedir. Medya da bu ilişkileri yansıtmada en büyük işleve sahiptir.

Görüldüğü gibi futbol sadece “22 kişinin bir topun peşinden koştuğu bir oyun” değildir. Taraftarlarının kulüplere yüklediği, takımların/oyuncuların stillerine yüklenen anlamlar ve mitoslar vardır. Bazı takımlar, bazı maçlar bazı zamanlarda müthiş bir ifade ve temsil gücüne erişirler. Takımların yapıları, kimlikleri, imajları, taraftar alt-kültürleri, toplumun yapısına bir ölçüde ayna tutar. Futbol dünyasının merkezi olan Avrupa’da, kurumlaşmış ve gelişmiş bir "Futbol Sosyolojisi”nden söz edebiliriz. (Bora, 2000) Özellikle futbolun kurumsallaştığı İngiltere bu alanda da önemli durumdadır.

Spor basını ve medyası, objektif kriterler doğrultusunda, habercilik ahlakı içerisinde okuyuculara/izleyicilere haber vermelidir. Ancak genel olarak baktığımızda Türk spor medyasında habercilik etiğinden uzak, şova yönelik hareket eden (eski futbolcu, hakem, yönetici gibi) pek çok kişi bulunmaktadır. Belli bir seviyeden yoksun tartışmalarla Türk spor medyasının değişmesi zor gözükmemektedir.

## KAYNAKÇA

- Acet M., Sporda Saldırganlık ve Şiddet, Morpa Kültür Yayınları, İstanbul, 2005
- Akay A., Michel Foucault İktidar ve Direnme Odakları, Bağlam Yayınları, İstanbul, 1995
- Althusser L., İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, İletişim Yayınları, İstanbul 2005
- Alver F., “Kapitalist Üretim Sürecinde Irkçılık Futbol ve Medya” İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı:26, Kış-Bahar 2008, s.223-248
- Amman T.M., “Spor Sosyolojisi”, Sporda Sosyal Bilimler, Der: İkizler, H.C., 85-150, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000
- Arık B., Top Ekranda Medya Çağındaki Futbol ve Televizyon Arasındaki Kaçınılmaz İlişki, Salyangoz Yayınları, İstanbul, 2004
- Authier C., Futbol A.Ş., Kitap Yayınevi, İstanbul, 2002
- Ayan S., “Şiddet ve Fanatizm”, C.Ü İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Sayı 2, 2006, s. 191-210
- Aydın M.B., Hatipoğlu D, Ceyhan Ç., “Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, sayı 26 Kış-Bahar 2008, s.289-316
- Balcıoğlu İ., Sporum Sosyolojisi ve Psikolojisi, Bilge Yayınları, İstanbul, 2003
- Baudrillard J., Tam Ekran, Yapı-Kredi Yayınları, İstanbul, 2004
- Bayatlı T., “Spor Medyasını Gelişimi”, Toplumbilim Sayı:16, 2002 s.49-50
- Boniface P., Futbol ve Küreselleşme, NTV Yayınları, 2007 İstanbul
- Bora T, Erdoğan N., “Dur Tarih, Vur Türkiye”, Futbol ve Kültürü (Derleme) Horak Roman, Reiter Wolfgang, Bora Tanıl, İletişim Yayınları, İstanbul, 2004
- Bourdieu P., Toplumbilim Sorunları, Kesit Yayıncılık, İstanbul, 1997
- Bourdieu P., Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, Translated by: Richard Nice, Harvard University Press, Cambridge Massachusetts, 2002
- Büyükbaykal G.N., Geçmişten Günümüze Türkiye’de Yazılı Spor Basınında Futbolun Yeri ve Önemi – Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik A.B.D, 2003

- Clement J.P., “Contributions Of The Sociology Of Pierre Bourdieu To The Sociology Of Sport”, *Sociology of Sport Journal*, Human Kinetics Publisher, s.147-157,12, 1995
- Çabuklu Y., *Toplumsalın Sınırında Beden*, Pusula Yayıncılık, İstanbul, 2004
- Ermence C., “Marksizmden Küreselleşme Okuluna: Spor Sosyolojisi” *Toplum ve Bilim, Spor: Oyun Değil Ciddi İş*, sayı:103, Birikim Yayıncılık, 2005, s.93-106
- Erdoğan İ., Alemdar K., *Popüler Kültür ve İletişim*, Erk Yayınları, Ankara, 2005
- Featherstone M., *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996
- Fişek K., *Türkiye Spor Tarihi*, Gerçek Yayınevi, İstanbul, 1985
- *Football Passions*, The Social Issues Research Centre (SIRC), Oxford, 2008
- Goldman L., “Marcuse’yi Anlamak”, *Frankfurt Okulu içinde Ed: H.Emre Bağce, Doğu-Batı yayınları*, s.305-320, Ankara, 2006
- Gökalp E., “Medya ve Spor ya da Spor/Futbol Medyası” *Toplum ve Bilim, Spor: Oyun Değil Ciddi İş*, sayı:103, Birikim Yayıncılık, 2005 s:121-137
- Gökulu G., “Kramponlu Mehmetçikler Medyada Futbol Haberlerinin Sunumunda Fanatizm ve Milliyetçilik” *Cogito sayı:53-Kış*, 2007 s.121-134
- Guillen M.F., “Is Globalization Civilizing, Destructive or Feeble? A Critique of Five Key Debates In The Social-Science Literature” *Annual Review Of Sociology Vol.27*, 2001
- Gültekingil M., *Dünya Kupası Nedir?*, *Dünya Kupası (Derleme)*, İletişim Yayınları, İstanbul 2002
- Hall S., “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü” *Medya, İktidar, İdeoloji Der. Mehmet Küçük, Ark Yayınları, Ankara, 1999*
- Işık E., *Beden ve Toplum Kuramı*, Bağlam Yayınları, İstanbul 1998
- İker H., “Futbol Medyasının Etik ve Sorumlulukları”, *Toplumbilim Sayı:16*, 2002 s.43-48
- Kaya A., *Yalçın, Türkiye’de Spor Basını Haber Dili: Futbol Haberlerinde Sözcük Seçimi Üzerine Bir İçerik Çözümlemesi – Yayınlanmamış Doktora Tezi – Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 2001
- Kayaoğlu A.G., “Futbolda Seyirci Şiddeti: Sosyal Psikolojinin Katkıları ve Sınırlılıkları” *Türk Psikoloji Yazıları*, 2004, 7(13) 79-101
- Kılıç E., *Politik Goller Futbol ve Siyaset*, Güncel Yayıncılık, İstanbul, 2006



- Kıvanç Ü., Kesin Ofsayt Televizyon Futbolu ve Futbol Medyası, İletişim Yayınları, 2001, İstanbul
- Klose A., “Televizyon Futbolu”, Futbol ve Kültürü (Derleme) Horak, Roman, Reiter, Wolfgang, Bora, Tanıl, İletişim Yayınları, İstanbul, 2004
- Kozanoğlu C., Bu Maçı Alıcaz Türkiye’de Futbol, İletişim Yayınları, İstanbul, 2002
- Kuper S., Futbol Asla Sadece Futbol Değildir, İthaki Yayınları, İstanbul, 2003
- Lasch C., Narsizm Kültürü, Çev: Suzan Öztürk-Ümit Hüsrev Yolsal, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1997
- Lorenz L., “Saldırganlığın Spontanlığı” Cogito sayı: 6-7-Kış-Bahar, 2001, s.165-168
- Marshall G., Sosyoloji Sözlüğü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1999
- Mirioğlu M., Futbol Haberlerinin Sunumunda Şiddet: Hürriyet, Zaman, Birgün Gazetelerinde Futbol Sunumlarının Analizi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi S.B.E, 2007
- Mutlu E., “Avrupayı Salladık İngiltere’yi Sarsacağız: Futbol, Milliyetçilik ve Şiddet” Cogito sayı: 6-7-Kış-Bahar, 2001 s.367-379
- Mutlu E., “Popüler Kültürü Eleştirmek” Globalleşme Popüler Kültür ve Medya (Derleme), Ütopya Yayınevi, Ankara, 2005
- Oskay Ü., İletişimin A B C’si, Der Yayınları, İstanbul 2001
- Öcal D., “Halkla İlişkiler Endüstrisi, Popüler Spor ve Futbol” Toplumbilim, Futbol Özel Sayısı, Sayı: 16, Ekim 2002, Bağlam Yayınları sy: 117-129
- Parillo V.N, Stimson J., Stimson A., Contemporary Social Problems, Third Edition, Allyn and Bacon, Baston London, 1996
- Rich E., “Audio-Visual Review: Football Factory (2004)” Sociology of Sport, Sage Publications, 41/1 (2006) s.129-132, London
- Rowe D., Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996
- RTÜK Televizyonlardaki Spor Programları İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması 2008
- Sert M., Gol Atan Galip Futbola Sosyolojik Bir Bakış, Bağlam Yayınları, 2000, İstanbul
- Stemmler T., Futbolun Kısa Tarihi, Dost Kitabevi, Ankara, 2000
- Şenel A., “Olimpiyatlar, Yarışmacı Spor Gerçeği ve Eleştirel Spor Kuramları”, Bilim ve Gelecek, sayı:53, 2008, s.6-28, İstanbul

- Şentürk Ü., “Popüler Bir Kültür Örneği Olarak Futbol”, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Mayıs 2007, Cilt:31, s. 25-41
- Talimciler A., Türkiye’de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2003
- Talimciler A., Türkiye’de Futbol ve İdeoloji İlişkisi: Medya’daki Futbol Söylemi Üzerine Bir İnceleme, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005
- Talimciler A., “Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Türkiye’de Futbol” Toplum ve Bilim, Spor: Oyun Değil Ciddi İş, sayı:103, Birikim Yayıncılık, 2005 s.147-163
- Trifonas P., Umberto Eco ve Futbol, Everest Yayınları, İstanbul, 2004
- Tsoukala A., “Avrupa’da Holiganlaşmayla Mücadele: Kamusal Özgürlükler Tehlikede mi?” Toplumbilim, Futbol Özel Sayısı, Sayı: 16, Ekim Bağlam Yayınları, 2002 s.27-32
- Ünsal A., “ Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi”, Cogito sayı: 6-7-Kış-Bahar, 2001 s.29-37
- Ünsal Ü., Tribün Cemaatinin Öfkesi Ticarileşen Türkiye Futbolunda Şiddet, İletişim Yayınları, İstanbul, 2005
- Van Dijk Teun A., “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, Medya, İktidar, İdeoloji Der. Mehmet Küçük, Ark Yayınları, Ankara, 1999
- Voigt D., Spor Sosyolojisi, Alkım Yayınları, İstanbul, 1998
- Yetim A., Sosyoloji ve Spor, Morpa Kültür Yayınları, İstanbul, 2005

### **İnternet Kaynakları:**

- Akşar T., “Taraftar mı, Müşteri mi?”, 2006a  
[http://www.fesam.org/sur\\_makale.php?kod=2&url=uzman/ta041.htm](http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=2&url=uzman/ta041.htm) (19-01-08)
- Akşar T., “Dünya Kupası’nın Ekonomik Analizi”, 2006b  
[http://www.fesam.org/sur\\_makale.php?kod=2&url=http://www.fesam.org/sur\\_makale.php?kod=2&url=uzman/ta033.htm](http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=2&url=http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=2&url=uzman/ta033.htm) (19-01-08)
- Akşar T., “2006 Dünya Kupası'nın Parasal Boyutunun Küresel Ekonomiye, Almanya'ya ve Bize Olası Etkileri Üzerine...”, 2006c  
[http://www.hursertekinoktay.com/tugrul\\_%20aksar\\_ve\\_kutlu\\_merih.htm](http://www.hursertekinoktay.com/tugrul_%20aksar_ve_kutlu_merih.htm) (10-12-08)
- Bora T., “Futbol Medyasından Ne Bekleriz O Bize Ne Verir?” Medyakronik, 2000

- [http://www.medyakronik.net/arsiv/tbora\\_arv\\_100600.htm](http://www.medyakronik.net/arsiv/tbora_arv_100600.htm) (15-10-08)
- Devocioğlu S., “Futbolun Tarihsel Gelişimi”, 2007  
[http://www.fesam.org/sur\\_makale.php?kod=12&url=uzman/sd012.htm](http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=12&url=uzman/sd012.htm) (19-01-08)
  - İviz M., “Futbolun Tarihi I”, 2007  
[http://www.fesam.org/sur\\_makale.php?kod=13&url=uzman/mikiz015.htm](http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=13&url=uzman/mikiz015.htm) (19-01-08)
  - Kiraç E., “Futbol Holiganizmi Sebepleri ve Çıkış Yolları”, Akademik Görüş, 2006  
[http://www.gsgm.gov.tr/spor\\_kurulu%C5%9Flar%C4%B1/akademikgor%C3%BCs.htm](http://www.gsgm.gov.tr/spor_kurulu%C5%9Flar%C4%B1/akademikgor%C3%BCs.htm) (16-09-08)
  - Merih K., “Futbolun Küreselleşmesi”, 2004  
<http://www.ntvmsnbc.com/news/294049.asp> (10-12-07)
  - Toplumsal Boyutlarıyla Spor, Sporbilim 2008  
<http://www.sporbilim.com/index.php?s=icerik&katid=83&id=135> (08-12-08)

## Ö Z G E Ç M İ Ş

**Adı ve SOYADI** :Cihan AKKAYA

**Doğum Tarihi ve Yeri** :17-02-1981 Tarsus

**Medeni Durumu** :Bekar

### **Eğitim Durumu**

**Mezun Olduğu Lise** :Antalya Gazi Lisesi

**Lisans Diploması** :Akdeniz Üniversitesi

**Yükseklisans Diploması**:Akdeniz Üniversitesi

**Tez Konusu** :Spor ve Medya:Medyanın Futbolu Kitle Kültürü Haline Getirmesi

**Yabancı Dil / Diller** :İngilizce

### **Bilimsel Faaliyetler**

**Makale**: Cihan AKKAYA, “Küreselleşme ve Futboldaki Dönüşüm”, ETHOS (Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar), Sayı: 1, 2008

### **İş Denevimi**

**Çalıştığı Kurumlar** :Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

**Adres** :Cumhuriyet Mahallesi 620 Sokak Duran Apt. 8/6 Antalya

**Tel. no** :0242 343 18 43