MÜŞTERİ Mİ TARAFTAR MI? İSTANBUL FUTBOL KULÜPLERİNİN TARAFTARLARI ÜZERİNE NİTELİKSEL BİR ÇALIŞMA

Ömer Burak KALPAKLIOĞLU
211127104

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Sosyoloji Anabilim Dalı
Sosyoloji Tezli Yüksek Lisans Programı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ferhat DEĞER

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Temmuz, 2024

MÜŞTERİ Mİ TARAFTAR MI? İSTANBUL FUTBOL KULÜPLERİNİN TARAFTARLARI ÜZERİNE NİTELİKSEL BİR ÇALIŞMA

Ömer Burak KALPAKLIOĞLU
211127104
ORCID: 0009-0004-1145-9455

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Sosyoloji Anabilim Dalı
Sosyoloji Tezli Yüksek Lisans Programı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ferhat DEĞER

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Temmuz, 2024



JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

ÖMER BURAK KALPAKLIOĞLU'ın "Müşteri mi Taraftar mı ? İstanbul Futbol Kulüplerinin Taraftarları Üzerine Niteliksel Bir Çalışma" başlıklı tezi 02.07.2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği" nin ilgili maddeleri uyarınca Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans/Doktora/Sanatta Yeterlik tezi oy birliğiyle/oy çokluğuyla, başarılı/başarısız olarak kabul edilmiştir.

	Unvanı. Adı ve Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	Dr.Öğr.Üyesi Ferhat DEĞER (Danışman) Maltepe Üniversitesi	.....
Üye	Prof.Dr.Nurgün OKTİK Maltepe Üniversitesi	.....
Üye	Doç.Dr. Sait GÜLSOY Atatürk Üniversitesi	.....

Enstitü Müdürü

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli "Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge" ile bildirilen 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmada bazen deplasman otobüslerinde, bazen yağmurlu karlı maçlarda destekledikleri takımları için her türlü fedakarlığı yapan futbolun gizli kahramanlarının yani taraftarların hikayelerine odaklanmaya çalıştım. Görüşmelerde hem çok şey öğrendim hem de insanların hikâyelerinden çok etkilendim. Bu çalışmada bana vaktini ayıran, görüşme talebimi kırmayan bütün taraftarlara müteşekkirim.

Tez yazım süreci boyunca desteğini hiç esirgemeyen, odasına her görüşmeye gittiğimde beni inanılmaz motive eden ve çok detaylı geri dönüşler yapan kıymetli danışman hocam Dr. Ferhat Değer'e çok teşekkür ederim. Onun desteği ve rehberliği olmasa bu tezi bitirmem asla mümkün olmazdı. Tez jürisindeki diğer hocalarım Prof. Dr. Nurgün Oktik ve Doç. Dr. Sait Gülsoy'a tezimi çok titiz bir şekilde okumaları ve yaptıklarıkatkılar için teşekkürü borç bilirim.

Saha sürecimde görüşmecilere ulaşmama yardımcı olan kıymetli arkadaşlarım Osman Zinnur Aksu, Murat Yalçın ve Galatasaray tribünlerinden Hüseyin Yılmaz ağabeyime çok teşekkür ederim. Görüşmelerin deşifre edilmesi sürecinde yardımlarını esirgemeyen kıymetli dostum Şükrü Atsızelti'ye ne kadar teşekkür etsem az. Sayesinde sürecin en zorlayıcı kısmını rahat bir şekilde atlattım.

Üniversiteye kadarki eğitim hayatımda çok büyük emeği olan, lisans ve yüksek lisans yıllarımda da hep yanımda olduğunu hissettiğim kıymetli ablam Burcu Kalpaklıoğlu'na çok teşekkür ederim. Tezime hep çok ilgi gösteren kıymetli babam Kemal Kalpaklıoğlu'na çok teşekkür ederim. Tez boyunca benden desteğini hiç esirgemeyen, bana hep inanan, okumam için maddi ve manevi her türlü desteği göstermiş olankıymetli annem Demet Kalpaklıoğlu'na çok teşekkür ediyorum ve bu tezi kendisine ithaf ediyorum.

Ömer Burak KALPAKLIOĞLU

Temmuz, 2024

ÖZET

MÜŞTERİ Mİ TARAFTAR MI? İSTANBUL FUTBOL KULÜPLERİNİN TARAFTARLARI ÜZERİNE NİTELİKSEL BİR ÇALIŞMA

Ömer Burak Kalpaklıoğlu
Yüksek Lisans Tezi
Sosyoloji Anabilim Dalı Adı
Sosyoloji Tezli Yüksek Lisans Programı
Danışman: Dr. Öğr Üyesi Ferhat Değer
Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 2024

Bu çalışmada futboldaki endüstriyelleşmenin futbol taraftarlarını nasıl etkilediği anlaşılmaya çalışılmıştır. Futbolun televizyonda kendisine yer bulmasıyla beraber futbol dünyanın her yerine ulaşmış ve sınırları gelişmiştir. Oyunun bu kadar küreselleşmesinde televizyonun etkisi büyük olmuştur. Bu tezde endüstriyel futbol ile beraber değişen taraftarlık profilleri Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi kavramı üzerinden anlaşılmaya çalışılmıştır. Stadyumlarda katılımcı gözlem yapılmış ve Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Karagümrüklü toplam 23 taraftar ile derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Mülakatlardan elde edilen veriler ışığında endüstriyel futbolun getirdiği değişim ile beraber statlardaki taraftarların seyircileştiği ve agresif taraftar profilinin de disipline edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşılık tribüncülerin endüstriyel futbolun uygulamalarından rahatsız olduğu ve futbolun endüstriyelleşmesine muhalefet ettikleri görülmüştür. Özellikle passobilet ve 6222 sayılı sporda şiddetin önlenmesine ilişkin yasanın futbol taraftarlarının en fazla şikayet ettikleri ve endüstriyel futbolun statlardaki "tribüncülük geleneğini" bastırmaya yönelik uygulamalar olduğu görüşü taraftarlar tarafından paylaşılmıştır. Bu bakımdan taraftarların bir yandan müşterileşirken bir yandan da endüstriyel futbol ile aralarında gerilimli bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Futbol, Taraftarlık, Spor Sosyolojisi, Kültür Endüstrisi, Tüketim Toplumu

ABSTRACT

CUSTOMER OR FAN? A QUALİTATİVE STUDY ON FANS OF FOOTBALL CLUBS İN ISTANBUL

Ömer Burak Kalpaklıoğlu
Master Thesis
Sociology of Department
Sociology Master's Program with Thesis
Advisor: Asst. Prof. Dr. Ferhat Değer
Maltepe University Graduate School, 2024

In this study, it is tried to understand how industrialisation in football affects football fans. With football finding a place on television, football has reached all over the world and its borders have developed. Television has had a great impact on this globalisation of the game. In this thesis, the changing fan profiles with industrial football have been tried to be understood through Adorno and Horkheimer's concept of culture industry. Participant observation was conducted in the stadiums and in-depth interviews were conducted with 23 fans from Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş and Karagümrük. In light of the data obtained from the interviews, it was concluded that with the change brought by industrial football, the stadium fans have become spectators and the aggressive fan profile has been disciplined.

On the other hand, it has been observed that the fans are uncomfortable with the practices of industrial football and oppose the industrialisation of football. In particular, passobilet and Law No. 6222 on the Prevention of Violence in Sports are the practices that football fans complain about the most and that industrial football is aimed at suppressing the "tradition of tribunalism" in the stadiums. In this respect, it has been concluded that there is a tense relationship between fans and industrial football while at the same time, they are becoming customers.

Keywords: Football, football fans, Sociology of Sport, Culture Industry, Consumption Society

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ii

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI iii

TEŞEKKÜR iv

ÖZET v

ABSTRACT vi

TABLOLAR LİSTESİ x

KISALTMALAR xi

1. GİRİŞ 1

1.1 Problem 3

1.2 Amaç 3

1.3 Önem: 3

1.4 Varsayımlar: 4

1.5 Sınırlılıklar: 4

2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE 6

2.1 Frankfurt Okulu 6

2.2 Kültür Endüstrisi 8

2.3 Futbol Bir Kültür müdür? 11

2.4 Futbolun Endüstriyelleşme Süreci 12

2.5. Bosman Kararları: Endüstriyelleşen Futbolda Bir Milat 21

2.6 Taraftarlık, Holiganlık, Kimlik ve Aidiyet: Dünyadan ve Türkiye'den Örnekler 23

3. SPOR SOSYOLOJİSİ VE FUTBOL.....36

3.1 Spor Sosyolojisinde İşlevselci ve Çatışmacı Teori..... 38

3.2 Tüketim Toplumu ve Futbol..... 42

4. YÖNTEM 46

4.1 Araştırma Modeli..... 46

4.2 Araştırmanın Katılımcı Havuzu ve Örnekleme Tekniği..... 47

4.3 Verilerin Toplanması ve Yorumlanması 50

5. ARAŞTIRMADAN ELDE EDİLEN NİTEL VERİLERİN ANALİZİ VE YORUMLANMASI 53

5.1 Taraftarlık: Aileden ve Semtten Bir Miras 53

5.2 Bir Yaşam Biçimi Olarak Taraftarlık 55

5.3 Taraftarlar Arasında Bir Statü: Deplasmana Giden Tribüncü 58

5.4 Taraftarın Kulübüne Karşı Sorumluğu: İyi Günde Kötü Günde Desteklemek 61

5.5 Taraftarın Kulübe Karşı Sorumluluğu: Kulübün Lisanslı Ürünlerini Almak..... 65

5.6 Tribünlerde Taraftar Profili Değişiyor: Taraftarlıktan Seyirciliğe 67

5.7 Tribünlerin Disipline Edilmesi: 6222 Sayılı Kanun ve E-Bilet Sistemine Geçiş . 73

5.8 Kaçak Yayın: Endüstriyel Futbola Karşı Bir Tavır 78

5.9 Taraftarlar Kulüplerin İş İnsanlarına Satılmasını Desteklemiyor..... 80

5.10 "Futbol Kravatlıların Değil Atkılılarındır" Futbolda Endüstriyelleşme Futbolun Ruhunu Öldürüyor*!*..... 83

6. SONUÇ ve ÖNERİLER 86

KAYNAKÇA.....92

EKLER.....99

Ek 1. Derinlemesine Görüşme Formu 99

Ek 1. Etik Kurul Kararı..... 101

ÖZGEÇMİŞ 102

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Dünya Kupası TV Yayın Gelirleri 16

Tablo 2. Kulüplerin Harcama Limitleri 48

Tablo 3. Görüşme Listesi 52

KISALTMALAR

FIFA **:**Fédération Internationale de Fotbootball Association (Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği)

UEFA **:**Union of European Football Association (Avrupa Futbol Federasyonları Birliği)

FA **:** Football Association

1. GİRİŞ

Futbol tüm dünya geniş kitleleri etkileyen spor dallarından birisidir. Oyunun etki alanının bu kadar geniş olması futbolu sadece bir oyun olarak değerlendirilemeyeceği anlamına geliyor. "*Maçların oynandığı statlar, tıpkı kitlesel temsiliyetlerde yaşanmakta olduğu gibi kitlelerin anlam dünyalarında geçişkenliği sağlayabilir. Ehrenberg'in deyimiyle statlar demokrasi ütopyasının ete kemiğe büründüğü yerlerdir*" (Talimciler, 2010, s.107). Futbolun bu kadar ilgi çeken bir oyun olmasını çok basit ve her türlü ortamda oynanabilmesiyle açıklanabilir."*Futbolun büyülü yanlarından biri, herkesin oynayabileceği çok kolay bir oyun olması. Nizami bir top yoksa onun yerini uyduruk bir plastik top da tutulabilir, bezler, kağıtlar sıkıştırılıp iple bağlanarak yaratılmış tuhaf bir topak da, sırasında bir teneke gazoz kutusu da*" (Bora, 2016, s.23). Bu bakımdan futbol oynaması çok kolay bir oyundur. Ancak bir işçi sınıfı oyunu olarak ortaya çıkan futbol 20. yüzyıl ile beraber profesyonelleşme ile birlikte tribünden izlenen seyircisi olan bir oyun haline gelmiştir. Daha sonrasında ise televizyon ve kitle iletişim araçlarının da gelişmesiyle birlikte artık bir oyun olmaktan çıkıp küresel çapta dev bir ekonomi haline gelmiştir. Artık futbolcuların attığı gollerden ya da oynanan oyundan ibaret olmayan futbol, kulüplerin transfer bütçeleri ile forma satışlarıyla, maç gelirleriyle, forma sponsorluklarıyla bahis siteleri ile daha da gündeme gelmeye başlamıştır denilebilir. Futbolun dev bir ekonomi haline gelmesinde özellikle renkli ekranlarda yayınlanan maçlar ve maç sonrasındaki futbol tartışma programları, kulüplerin naklen yayın gelirleri de bu ekonominin büyümesinde büyük rol oynamıştır denilebilir. Buna ek olarak siyasetle, sosyal hareketlerle ve sporun ideolojik bir alan olmasından ötürü futbol gündelik hayattan izler taşır. *"Futbol toplumun büyük sorunlarının dışında kalan kurtarılmış bir bölge değildir. Aksine, büyük ekonomik çıkarlar, ideolojik çarpışmalar, ulusal ve uluslararası politikalarla şekillenen alanlardan biridir. Futbol, çağımızın sorunlarının aynasıdır. Futbol toplumlarımızın aynasıdır*" (Wahl'dan Akt. Talimciler, 2014, s.50). Bunun yanında futbol aynı zamanda gündelik hayatta çok önemli bir sosyalleşme alanıdır. Maç öncesinde, maç sırasında tribünlerde ve sonrasında taraftarların neredeyse bütün bir gün mesai harcadıkları ve birbirleriyle sosyalleştikleri bir aktivitedir. Oyunun insanların hayatında bu kadar büyük yer işgal etmesi ve çok

güçlü bir kimlik unsuru haline gelmesi belki de futbolu kitlelerin nezdinde bu kadar çekici kılan en önemli etkendir. Ancak bir yandan futbol her geçen gün cazibesini daha da artırırken öbür taraftan futbolun ve taraftarlık aktivitesinin git gide daha da metalaşması ve oyunun geldiği yere ilişkin eleştirileri ve memnuniyetsizlikleri her geçen gün daha da arttırdığı söylenebilir. Bu çalışmada futbolun endüstriyelleşmesinin taraftar profilini nasıl etkilediği irdelenecektir. Futbol kulüplerinin her zaman vurguladığı "12. Adam" olarak taraftarın bu oyun içerisinde nasıl bir yeri olduğu ve tribünlerde müşteri olarak mı yoksa taraftar olarak yer aldıkları anlaşılmaya çalışılacaktır. Taraftarlık profilleri ve taraftarların kulüplerle olan ilişkisi bu çalışmanın başlıca konusudur. Buna ek olarak, yukarıda da belirtildiği üzere hayatın bir yansıması olarak futbol, uzunca bir süre hayatın bütün gerilimlerini, milliyetçiliği, sosyal hareketleri, toplumsal öfkeleri de barındıran bir oyun olmuştur. Endüstriyel futbolla beraber futbola ve futbol kulüplerine yüklenen bu sembolik değerlerin anlamını kuruyup korumadığı da anlaşılmaya çalışılacaktır.

Bu çalışma beş ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde araştırmanın amacı, önemi ve sınırlılıklarına değinilmiştir. İkinci bölümde ise kavramsal ve kuramsal çerçeve açıklanmıştır. Bu bölümde Frankfurt Okulu ve Frankfurt Okulu'nun içinden çıkan Adorno ve Horkheimer'ın geliştirdiği kültür endüstrisi kavramı açıklanmıştır. Adorno ve Horkheimer'ın geç kapitalizm döneminde kültür endüstrisi ve kültürün şeyleşmesini nasıl izah ettikleri açıklamaya çalışılmıştır. Buna ek olarak futbolun endüstriyelleşme sürecinin tarihi, taraftarlık ve holiganlık kavramlarının nasıl geliştiği ve futbol taraftarlığın nasıl bir kimlik haline geldiği açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca bu bölümde Bosman kurallarının futbolun küreselleşmesinde nasıl bir kilometre taşı olduğu izah edilmeye çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise spor sosyolojisinin ve futbol üzerine yapılan sosyal bilim çalışmalarının genel anlamda Avrupa'da özelde ise Türkiye'de ne zaman ve nasıl geliştiği izah edilmiştir. Spor sosyolojisindeki başlıca akımlar olan işlevselci ekol ve çatışmacı ekol bu bölümde anlatılmıştır. Dördüncü bölümde ise yöntem kısmı açıklanmıştır. Araştırmanın model, örneklem grubu ve araştırma tekniği bu bölümde yer alır. Beşinci bölümde ise nitel saha araştırmasında katılımcılardan elde edilen verilere yer verilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerden oluşan bu çalışmada nitel veriler ve verilerin yorumlanmasına bu bölümde yer verilmiştir.

1.1 Problem

Bu çalışmada futboldaki endüstriyelleşmenin taraftarlığı nasıl etkilediği anlaşılmaya çalışılacaktır. Özellikle taraftarların tüketim alışkanlıkları, endüstriyel futbolun getirdiği yenilikler ve yeni uygulamalar taraftarların gözünden anlaşılmaya çalışılacaktır. Futboldaki endüstriyelleşmenin taraftarlık pratiklerini nasıl etkilediği sorusu bu tezin araştırma sorusudur. Futbol taraftarlığının ülkemizde çok yaygın olması ve insanların gündelik hayatında üzerinde çok konuşulan ve görüş belirtilen bir konu olması sebebiyle futbol taraftarlığı bu çalışmanın konusu olarak belirlenmiştir. Futboldamedya sektörünün etkisi ve futbolun çok dev bir endüstri haline gelmesi sebebiyle futboldaki endüstriyelleşmenin oyunun aktörlerinden olan geniş taraftar kitlelerine etkisi anlaşılmaya çalışılmıştır.

1.2 Amaç

Bu çalışmada futbolun endüstriyelleşme sürecinin tribünlere ve taraftar profiline nasıl etki ettiğinin anlaşılması bu çalışmanın asıl amacıdır. Endüstriyel futbolun en bariz göstergelerinden olan futbolun piyasalaşması ve pazarlanması ile beraber taraftarların nasıl bir tüketim alışkanlıkları edindiği de bu çalışmanın alt amaçlarından birisidir. Ayrıca taraftarlık kimliğinin güçlenmesinde etkili olan faktörler, genel anlamda endüstriyel futbolun sorunları ve kulüp-taraftar ilişkisi bu çalışmanın içerisinde sorunsallaştırılmıştır. Bu sorunsalın detayına inme amacıyla maç günleri taraftarların yoğunlaştığı toplanma alanları olan semtlerde katılımcı gözlem yapılmıştır. Bu günlerde taraftarlık pratikleri, maç öncesi tezahüratlar, taraftarların takımlarına olan sevgilerini nasıl ifade ettikleri ve taraftarlık kimliklerini nasıl görünür kılmaya çalıştıkları gözlemlenmiştir. Ayrıca endüstriyelleşen futbolun çok önemli bir parçası haline gelen taraftar mağazalarında da katılımcı gözlem yürütülmüştür. Tüm yapılan mülakatların ve gözlemlerden elde edilen verilerin ışığında endüstriyel futbolun taraftarlar tarafından nasıl algılandığı ve yorumlandığı anlaşılmaya çalışılmıştır.

1.3 Önem:

Futbol dünyada kitleleri belki de en çok etkileyen ve en çok harekete geçiren oyundur. Bu anlamda futbolun bu mobilize edici tarafı oldukça önemlidir. Türkiye'de de sosyal

bilimler çalışmalarında üzerine çalışılan bir konudur. Ancak yapılan çalışmaların büyük bir kısmının fanatizm, holiganlık ve toplumsal cinsiyet konuları üzerine yürütüldüğü görülmüştür. Özellikle taraftarlık ve şiddet konusu araştırmacıların sıklıkla üzerinde durduğu bir konu başlığı olmuştur. Her ne kadar endüstriyel futbol üzerine yapılan çalışmaların sayısı artsa da (Sipahi, 2022; Talimciler, 2008, Akşar, 2010) bu çalışma endüstriyel futbolu kitle endüstrisi kavramı üzerinden ele aldığı için çalışmanın literatürde özgün bir yeri olacağı düşünülmektedir.

1.4 Varsayımlar:

Bu tez, ilerleyen kısımlarda da detaylandırılacak biçimde İstanbul'da üç büyük kulüp olan Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve bir semt takımı olan Karagümrük taraftarları ile birlikte yürütülmüştür. Tezin konusu, amacı ve kapsamı dahilinde Türkiye'de maç gelirleriyle, forma satışlarıyla ve transfer ücretleriyle İstanbul'daki üç büyük kulübün endüstriyelleşen futbola en iyi örnek oluşturacağı varsayılmıştır.

Bu temel varsayımdan hareketle, içinde yaşadığımız tüketim toplumu ve küreselleşme çağında, futbolun yalnızca bir spor dalından ibaret olmadığı, aynı zamanda endüstriyelleştiği ve sosyolojik olarak değişip dönüştüğü, bir diğer varsayım olarak karşımıza çıkmaktadır. Futbolun yapısal olarak değişip dönüştüğü bu varsayım, beraberinde futbol taraftarlarının da artık taraftarlıktan ziyade, endüstriyelleşen yeni bir tüketim unsurunun müşterileri haline getirdiği alt varsayımını doğurmaktadır.

1.5 Sınırlılıklar:

Araştırma İstanbul futbol kulüplerinin taraftarları ile yürütüldüğü için katılımcılar da İstanbul'da ikamet edenlerden seçilmiştir. Maç günleri toplanan taraftarlarla mülakat yapabilmek pek mümkün olmamıştır. Çünkü maç günlerinde taraftarlar maç öncesinde genellikle eğlenceye vakit ayırdıkları için bir saatlik bir mülakat için pek gönüllü olmamışlardır. Bu yüzden mülakatlar maç günlerinin dışında genellikle bir kafede, katılımcıların çalıştıkları şirkette ya da öğrencilerin okuduğu üniversitenin kantininde yapılmıştır. Öğrenciler katılımcılarla yapılan mülakatlar için randevu almak kolay olmamıştır çünkü sınav dönemleri sebebiyle birkaç kez randevuların tarihinin değişmesi gerekmiştir. Katılımcılardan mülakat talep edilirken, bazı katılımcıların tereddütlü

davranmasına karşın araştırmada katılımcıların gerçek isimlerinin kullanılmayacağı ve anonim isimler kullanılacağı söylendikten sonra katılımcılar mülakat vermeye razı olmuşlardır. Bunlara ek olarak, özellikle Fenerbahçe ve Galatasaray'ın maç biletleri diğer kulüplere nazaran görece yüksek olduğu için, araştırmanın başında daha fazla yapılması hedeflense de stadyumlarda maç içerisinde gözlem yapma olanağı dört maçla sınırlı kalmıştır. Problem bölümünde de bahsedildiği gibi bu çalışmada futbol taraftarlığı konusuna odaklanılmıştır. Futbol taraftarlığının ekonomik faktörlerden nasıl etkilendiği ve tüketim kültürünün futbol taraftarlığını nasıl etkilediğine odaklanılmıştır. Dolayısıyla başka spor dallarının taraftarları ve futbolu etkileyen başka faktörler bu çalışmanın kapsamının dışındadır.

2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Frankfurt Okulu

Felsefe ve bilim tarihinde Frankfurt Okulu ya da eleştirel kuram olarak bilinen gelenek, kurumsal olarak, 3 Şubat 1923'te Frankfurt Üniversitesi'ne bağlı olarak "*Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü adıyla kuruldu. Çok önemli sosyal bilimcilerin yer aldığı bu gelenek Almanya'da 1920'lerin başlarından itibaren sol radikal çevrelerin ortaya koyduğu akademik kurumlaşma çabalarının sonucuydu*" (Dellaloğlu, 2018, s.15). Özellikle aydınlanma ve Ortodoks Marksizme yönelik eleştirileri ile etkili olan bu gelenekte Kar August Wittfogel, Franz Borkenau, Henryk Grossman, Friedrich Pollock, Leo Löwenthal, Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Eric Fromm, Walter Benjamin, Otto Kircheimmer, Franz Neuman gibi isimler en öne çıkanları olmuştur(s.16). Frankfurt Okulu Birinci Dünya Savaşı'nda başlayıp Soğuk Savaşta sona ermiştir; dünya kapitalizminin bölgesel kayıplara uğradığı ancak yine de yeniden kabuklanma,yeniden yapılanma ve güçlenme yoluyla varlığını sürdürdüğü bir dönemin eseridir. Dünya savaşının yol açtığı yıkım, Bolşevik devriminin gerçekleşmesi, Avrupa'da yükselen Nazizm ve faşist harekete işçi sınıfının desteği gibi gelişmelerden memnun olmayan bir sosyal teori geliştirilmeye çalışılmıştır (Bekalp'tan Akt. Türkben, 2023, s.32). Enstitünün kuruluşu Rusya'da Bolşevik devriminin zaferi, özellikle Almanya'da olmak üzere, merkezi Avrupa devrimlerinin yenilgisiyle sonuçlanan bir döneme denk gelmiştir. "*Bu anlamda, Frankfurt Okulu entelektüellerinin çabası Marksizm'in birçok yerde yenilgiyle sonuçlandığı bir dönemde Marksist kuramı yeniden canlandıracak olan sol entelektüeller tarafından hissedilen gereksinime bir karşılık olarak görülebilir"* (Dellaloğlu, 2018, s.19). Bu anlamda Frankfurt Okulu entelektüelleri Marksizm'e yeni bir açılım getirirken, aynı zamanda aydınlanma ve pozitivizm eleştirileri de bu isimlerin ele aldıkları önemli konu başlıklarıdır."*Bu anlamda Frankfurt Okulu'nun ortaya koyduğu eleştirel teori; mantıksal pozitivizm, kapitalizm, Ortodoks Marksizm, kültür endüstrisi ve araçsal rasyonelitenin kararları ve eleştirileri ile şekillenir"* (Çetin'den Akt. Türkben, 2023, s.33). Okulun önde gelen isimlerinin neredeyse hepsinin Yahudi olması sebebiyle okulun entelektüelleri Birinci

Dünya Savaşı sonrası Almanya'daki Yahudi karşıtı Nazilerin iktidara gelmesiyle beraber Frankfurt Okulu entelektüelleri İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna dek çalışmalarını başka ülkelerde devam etmek zorunda kalmışlardır. Anti-semitizm ve faşizm konusu okulun en önde gelen çalışma alanlarından birisidir. Buna ek olarak başta Adorno ve Horkheimer olmak üzere Frankfurt Okulu aydınlanmanın eleştirisi üzerine metinler kaleme almışlardır. "Aydınlanmanın Diyalektiği" bu anlamda Adorno ve Horkheimer'ın birlikte kaleme aldıkları Frankfurt Okulu entelektüellerinin en önemli eserlerinden birisidir denilebilir. Adorno ve Horkheimer'a göre;

> En geniş anlamda ilerlemeci bir düşünme olarak aydınlanmanın öteden beri hedefi, insanları korkudan arındırmak ve efendi konumuna getirmek olmuştur. Ne ki tamamen aydınlanmış şu yeryüzü muzaffer felaket alametiyle parlıyor… Aydınlanma karşısındaki direniş hangi söylenceye başvurursa vursun, bu söylenceler beklenenin tersine uslamlamaya dönüşerek aydınlanmayı suçladıkları ayrıştırıcı rasyonelliğin tarafını tutarlar. Aydınlanma totaliterdir (Adorno ve Horkheimer, 2010, ss. 19-23).

Adorno ve Horkheimer insanı özgürleştirici iddiasına karşın totaliter aydınlanma felsefesini totaliter olmakla eleştirmiştir. Aydınlanma felsefesi ve bu dönemle beraber gelişen teknoloji ve bilim yeni bir tür barbarlığı beraberinde getirmiştir. "*Aydınlanmanın Diyalektiği kitabının girişinde dile getirilen ana tema, bilimsel düşüncede ve pozitivist bilim felsefesinde ulaşılan "yanlış açıklık" aracılığıyla aydınlanmanın kendi kendini yıkıma uğratmasıdır*" (Bottomore, 2022, ss.22-23).

Kendi dönemdaşlarının aksine Frankfurt Okulu ve Adorno ilerlemeci tarih anlayışına da eleştirel yaklaşır. Adorno'ya göre; "*Vahşetten insancıllığa götüren bir evrensel tarih yoktur, ama sapandan bombaya götüren bir evrensel tarih vardır. Bu tarih, örgütlenmiş insanlığın örgütlenmiş insanların karşısına çıktığı topyekûn tehditte, süreksizliğin özünde son bulur" (*Adorno, 2014, s.13). Aydınlanmaya ek olarak Frankfurt Okulu düşünürleri pozitivizm ve ekonomik belirlenimciliğin de eleştirisini yapar. Bu sebeple Frankfurt Okulu ve devamındaki ekol "eleştirel kuramcılar" olarak da adlandırılırlar. Eleştirel kuramcılar Marksist kuramdan yola çıkmakla beraber Marksist kuramın ekonomik belirlenimciliğini eleştirmişlerdir. Eleştirel kuramcılar, ekonomik

belirlenimcilerin ekonomik alanda odaklanmasının yanlış olduğunu değil, onların toplumsal yaşamın başka yönleri ile de ilgilenmeleri gerektiğini söylerler. Ritzer (2018) pozitivistlerin eyleyen insanı doğal güçler tarafından belirlenen edilgen varlıklara indirgendiği için eleştirel kuramcılar tarafından eleştirildiğini söylemiştir: "*Kısaca, pozitivizm, eyleyenleri "doğal güçler" tarafından belirlenen edilgen varlıklara indirgeyerek onların görüşünden yoksun kalır" (*Ritzer, 2018, ss.282-283). Frankfurt Okulu üyelerinin merkezi konularının başında gelen pozitivizm eleştirilerinde üç ana temanın öne çıktığı söylenebilir:

> Birinci olarak pozitivizm doğru bir toplum yaşamı kavramlaştırmasına ya da kavrayışına ulaşmayan ve ulaşamayan yetersiz ve yanıltıcı bir yaklaşımdır. İkinci olarak yalnızca var olan şeyle ilgilenerek mevcut toplumsal düzeni onaylar, herhangi bir köktenci değişimi engeller ve siyasi dinginciliğe yol açar. Üçüncü olarak yeni bir tahakküm biçimiyle, yani "teknokrasi tahakkümüyle" çok yakından bağlantılıdır ve aslında onun sürdürülmesinde ya da üretilmesinde büyük bir etkendir (Bottomore, 2022, ss.34-35).

Buna ek olarak aydınlanmanın insanı özgürleştirme işlevini yerine getiremediğini savunan Frankfurt Okulu düşünürleri aydınlanma sonrasında ortaya çıkan pozitivizm ve "bilimciliğe" de eleştiriler yöneltir. Pozitivizm ve ekonomik indirgemecilik yaklaşımları birbiriyle bağlantılıdır. Bu bağlamda, yukarıda da değindiğimiz gibi, eleştirel okul entelektüelleri ekonominin yanında kültür alanına da yönelirler. Özellikle modern dünyanın rasyonelliğini "irrasyonel" olarak adlandıran düşünürler kültürel alanın şeyleşmesi üzerine odaklanırlar. Bu noktada "kültür endüstrisi" kavramı ile Frankfurt Okulu'nun en önemli isimlerinden Adorno ve Horkheimer öne çıkan isimlerdir. Bu çalışmada "kültür endüstrisi "Adorno ve Horkheimer üzerinden tartışılacaktır. Bu sebeple bundan sonraki başlıkta kültür endüstrisi kavramı Adorno, Horkheimer ve Marcuse'in katkıları üzerinden açıklanacaktır.

2.2 Kültür Endüstrisi

Kültür endüstrisi kavramı ilk kez Frankfurt Okulu düşünürleri Adorno ve Horkheimer tarafından Aydınlanmanın Diyalektiği kitabında kullanılmıştır. 2. Dünya Savaşı sonrası kültürün metalaşmasını ele alan Adorno ve Horkheimer geç kapitalizm döneminde

insanın, sanatın ve kültürün de şeyleştiğini anlatır. Dellaloğlu'na (2018) göre kültür endüstrisinin gerçek bir kültür değil şeyleşmiş kitle kültürünün "barbarlığı" içerisinde yüksek kültür ve alt kesimlerinin kültürünü tekdüzeleştiren kendiliğindenliği olmayan sözde bir kültür üretmiştir(Dellaloğlu, 2018, s.112). Nazizm dönemi öncesi Almanya'da yaşayan Frankfurt Okulu düşünürleri Nazilerin iktidar olduğu dönemde ABD'ye taşınmışlardır. Bu bakımdan Adorno ve Horkheimer faşizm Almanya'sında hem de modern kapitalizmin merkez ülkesi olan ABD'de ideoloji ve kültürün nasıl araçsallaştırıldığını gözlemlemişlerdir. Frankfurt Okulu'nun bir diğer önemli ismi Marcuse'ye göre ise geç kapitalizmin temel özelliği bütüncül bir toplum olmasıdır. "*Böyle bir yapı içinde teknolojiyi, siyaseti ya da kültürü birbirlerinden kopuk bir biçimde ifade edebilmek* neredeyse o*lanaksızdır. Bir başka deyişle, kültür teknolojidir, teknoloji siyasettir, siyaset de kültür"*(Dellaloğlu, 2018, s.111). Ortodoks Marksizm'den farklı olarak Adorno ve Horkheimer kültürü sadece altyapının belirlediği bir üst yapı kurumu olarak görmez. Dolayısıyla faşizmin ortaya çıkması sadece Almanya'da yaşanan ekonomik krizin doğal bir sonucu ve ekonomik altyapı ile açıklanabilecek bir vaka değildir. Bu bakımdan Frankfurt Okulu düşünürleri faşizmin ideolojik ve kültürel boyutuyla ilgilenmişlerdir. Adorno'nun kültürü endüstrisi eleştirisi aslında sanatın ve kültürün metalaşması insanın şeyleşmesine bir itirazdır denilebilir. Buradaki en temel vurgulardan birisi kültürün piyasalaşması, bir tüketim aracı olarak üretilmesi ve yaratıcılığı ve sanatın elimine edilmesidir. "*Endüstri toplumunun kudreti, insanlarda her zaman etkili olacaktır. Kültür endüstrisinin ürünleri, insanlar perişan halde olsa bile canlı bir biçimde tüketilecektir"*(Adorno, 2014, s.56). Kültür endüstrisindeki en önemli nokta tüketim olduğu için kapitalizmde bir sanat ürünü tüketildiği ölçüde değerlidir. Bu bakımdan yüksek kültür ürünleri (ya da yüksek sanat ürünleri) kolay anlaşılabilir olmadığı için yeterince tüketilemezler. Bu yüzden yüksek sanat ürünleri aslında arzu edilir değildir. Kültür endüstrisi kavramıyla Adorno ve Horkheimer insanın bireyselliğinin tehdit edildiğini açıklar. Bireyi edilgen bir kültür tüketicisi konumuna getiren kitle kültürü sanat, eğlence, dinlenme, boş zaman ve sportif aktiviteleri gibi yaşam pratiklerini birer tüketim eylemine dönüştürmektedir. Adorno ve Horkheimer insanların kitlesel olarak tüketime yönlendirildiği her olguyu iktidar ilişkilerinin oluşturulduğu, çoğaltıldığı ve yeniden üretildiği kısacası iktidarın olumladığı ve iktidar tarafından beslenen bir endüstri olarak görürler (Kara, Aytekin, 2019, s.1659).

Kapitalizmin her şeyi metalaştırması ve kar istenci haline getirmesi kültürün de bir endüstri haline gelmesine yol açmıştır. Adorno'ya göre *"kültür endüstrisinin kültürel ürünleri, üretildikten sonra metalaşmamıştır. Daha üretilmemişken bile onların meta olduğu bellidir. Kültür ürünleri bir pazar ürünü gibi planlanarak oluşturulurlar"* (Dellaloğlu'ndan akt. Ünal, 2018). Adorno ve Horkheimer kültür endüstrisi kavramıyla ürünlerin pazarlanmasında reklamın oynadığı role de işaret eder. Kültür endüstrisi makalesinde reklam ile kültür endüstrisinin her ikisinin de "insanları yönlendirme yöntemi" haline geldiği bir birleşmelerinin söz konusu olduğu savunulmuştur. Adorno ve Horkheimer, reklam yoluyla kültür endüstrisinin insanları gördüklerini almaya ve kullanmaya mecbur hissettiklerini söylemişlerdir (Bottomore, 2022, s.63). Adorno ve Horkheimer klasik Marksizme mesafeli yaklaşsa da kültür endüstrisi ile Marx'ın "toplumdan egemen fikirler egemen sınıfların ideolojisidir" cümlesine uygun bir kavram geliştirmişlerdir. Adorno ve Horkheimer kültür endüstrisi yoluyla egemen sınıflar ve en güçlü olanların iktidarının pekiştiğini ifade ederler; "*Gerçekten de hem manipülasyonun hem de geçmişteki ve gelecekteki gereksinimlerin yarattığı döngü içinde sistemin birliği giderek pekişir"*(Adorno ve Horkheimer, 2014, s.49).

Adorno ve Horkheimer'a göre kültür endüstrisi sanatı ve sanat ürünlerini tekdüzeleştirmiştir. Kitle kültürü ile sanatın özgünlüğü ve özgürlüğü de sınırlandırılmıştır. Sanat ayrı bir alan olarak yalnızca burjuva toplumunda mümkün olabilmiştir. Fakat sanatın özgürlüğü ekonomi tarafından kısıtlanmıştır (Dellaloğlu, 2018, s.113). Buna ek olarak, Adorno ve Horkheimer'a göre kültür sadece Ortodoks Marksistlerin açıkladığı gibi alt yapının yani sadece mülkiyet ilişkilerinin belirlediği bir üst yapı kurumu değildir. Ancak kültür endüstrisi kavramından da görüleceği üzere ekonomi alt yapısından da tamamen bağımsız değildir. Ancak modern dünyada egemenlik ekonomiden kültürel alana kaymıştır. Aynı zamanda eleştirel okul düşünürlerine göre kültür endüstrisi rasyonelleşmiş ve bürokratikleşmiş yapılar ağıdır. Bu bakımdan yine bireyi baskı altına alan, bireyin özgürlüğünü ve özerkliğini kısıtlayan yönüne vurgu yapılır. Ritzer'e (2019) göre eleştirel düşünürler, bu endüstri hakkında iki şeye dikkat çekerler; birinci olarak kültür endüstrisinin kitlesel olarak üretilen ve medya tarafından dağıtılan bir endüstri olduğuna ve ikinci olarak ise kültür endüstrisinin insanları pasifleştirici ve sersemleştirdiğine dikkat çekerler (Ritzer, 2019, s.285). Tüm bunlardan yola çıkarak, kültür endüstrisi kavramı, Adorno ve Horkheimer'ın kapitalist

sistemin kültürü ve kültürel aktiviteleri metalaştırarak tüketici bir seyirci kitlesi oluşturduğu şeklinde açıkladığı bir kavramdır. Böylece sanatsal ve kültürel faaliyetler de birbirine benzeşmeye başlamış ve kültür endüstrisi kültürel alanı tektipleştirmiştir. Bu çalışmada endüstriyel futbol ile beraber evirilen futbol taraftarlığı profilinin kültür endüstrisi kavramı ile ne derece ilişkilendirilebileceği tartışılacaktır.

2.3 Futbol Bir Kültür müdür?

Klasik dönem sosyologları kültürü farklı biçimlerde tanımlamışlardır. Edward Taylor'a göre, kültür "insanın toplumun bir üyesi olarak edindiği bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, örf ve benzeri faaliyetleri kapsayan karmaşık bir bütündür." Amerikan antropoloji geleneğinin önemli ismi Geertz'e göre ise *"kültür sadece somut davranış biçimleri değil, yani gelenekler, adetler kümesi olarak değil, davranışı yönetmek için birtakım denetim mekanizması, yani plan, reçete, kural, program ve benzeri şeyler olarak görülmelidir"* (Hasanov, 2014, ss.81-82). Bütün bunlara dayanarak Geertz'e göre kültür *"tarihsel olarak taşınan ve sembollerle somutlaşan anlamlar örüntüsüne, insanların hayat hakkındaki ve hayata karşı tutumları hakkındaki bilgilerini ileterek, sürdürerek ve geliştirerek sembolik formlarla ifade ettikleri tevarüs edilmiş bir kavramlar sistemine işaret etmektedir"* (Geertz, 1973, s.89). Kültür insanların hayat hakkındaki ürettikleri sembollere ve anlam örüntülerine işaret ederken, popüler kültür ile yukarıda bahsettiğimiz kitle kültürü arasında benzer bir ilişki vardır:

> Popüler kültürde içinde halkın kültürü; halka ait kültür gibi tanımlamalarda bulunulmaktadır. Popüler kültür ulus devletlerin oluşumu sonrasında yaşanılan değişiklikleri bünyesinde barındırmaktadır. Folk kültürünün tersine evrensel, ulusal, açık toplulukları da kapsamaktadır. Popüler kültürün kendisi manipüle edici, sınıf egemenliğinin bir aleti, kapitalist ideolojinin yekpare bir çoğaltıcısıdır. Sermaye tarafından kontrol edilen kültür endüstrisi tarafından üretilen popüler kültür hegemonik veya egemen ideoloji üretmeye/çoğaltmaya yöneliktir (Erdoğan ve Alemdar'dan Akt. Talimciler, 2014, s.23).

Gökalp'e (2004, s.126) göre ise medya iletişim araçları ile popüler kültür küresel bir hal alır ancak popüler kültür sadece medya pratikleri ve temsilleri değildir ve gündelik hayat pratikleri ve onun alt kültürlerinden bağımsız okunamaz.

Bu popüler kültür tanımlarından yola çıkarak, futbolun tamamen egemen sınıfın çıkarlarına hizmet eden bir kültür aktivitesi olduğunu iddia etmek mümkün değildir. Ancak kitlelerin boş zaman aktivitelerini belirleyen ve onların aynı zamanda tüketim ekonomisine de katılımını sağlayan, siyaset ve milliyetçilik ile de son derece ilişkili bir popüler kültür aktivitesi olduğu söylenebilir. Türkiye örneğinden yola çıktığımızda, özellikle 12 Eylül Darbesi sonrası futbolun kitleleri kontrol etmede önemli bir unsur olduğu yorumu yapılır. Seydioğulları'na (2021) göre 12 Eylül sonrası egemenlerin apolitik bir toplumsal yapı oluştururken, futbol kitleleri apolitize etmede önemli bir işlev görmüştür. "*12 Eylül 1980 askeri darbesinden sonra hem darbe yönetiminin oluşturmaya çalıştığı apolitik toplumsal yapının etkisi, hem de çok uluslu güçlerin emperyalist eğilimleri doğrultusunda ortaya çıkan küreselleşme olgusu sayesinde futbol, geniş halk kesimlerince kabul edilir ve benimsenir olmuştur"* (Seyidoğulları, 2021, s.229).

2.4 Futbolun Endüstriyelleşme Süreci

Modernite öncesi futbol bir avam oyunu olarak adlandırılır. Henüz modern futbolun şu an ki oyun kuralları belirlenmeden önce oldukça vahşi bir oyundur. Öyle ki 18 ve 19. yüzyıllarda siyasi iktidarlar ve kilise tarafından hoş karşılanmaz hatta yer yer oynanması yasaklanır. *"Futbol gelişim sürecinde siyasi ve dini iktidarlar tarafından hoş karşılanmayan bir etkinlik olagelmiştir. İngiltere'de futbolu yasaklamak için imparatorlar ferman üstüne ferman çıkarmışlar ve bu kurallara uymayanları cezalandırma yoluna gitmişlerdir"* (Arık, 2004, s.133).

İlk ortaya çıkışına ilişkin çeşitli rivayetler olsa da bugünkü anlamıyla ve kurallarıyla modern futbolun ortaya çıkışının başlangıcı İngiltere olarak kabul edilir. Modern futbolun doğum tarihi İngiliz futbol birliğinin (11 kulüp temsilcisinin katılımı ile) kurulduğu 26 Ekim 1863'tür. Öncesinde "avam oyunu" olarak kabul edilen futbol daha sonrasında İngiltere'de kolej çocukları arasında oldukça yaygınlaşmıştır. Öyle ki, Kuralları belirli ilk futbol maçları Cambridge Üniversitesi öğrencileri arasında oynanmıştır. Bu dönemde özellikle 18. yüzyıl ve sonrasında vahşi kapitalizminin çalışma koşullarında bir dönem futbolun işçiler arasında popülaritesi azalır çünkü işçilerin çok yoğun çalışma koşullarından ötürü futbola ayıracak zamanları kalmamıştır.

Futbol tarihine ilişkin en çok referans verilen kitabın yazarı Theo Stemmler (2000, s.76) İngiltere'de işçi sınıfının futbola olan ilgisinin azalmasında kapitalizmin erken döneminde yeni oluşan sanayi ve kent mahallelerinde eğlenebilecek bir alan olmamasının ve işçilere yoğun çalışma saatlerinden ötürü boş vakit kalmaması sebebiyle işçilerin yorucu futbol oyununa harcayacak enerjilerinin kalmamasının etkili olduğunu söyler. İşte futbolun bu boşluk döneminde soyluların çocukları arasında futbol popüler hale gelmiş ve modern futbolun ilk kuralları da bu dönemde belirlenmiştir. Buna karşılık daha sonrasında futbol 20. Yüzyılın başlarına doğru futbol tekrardan geniş kitleler tarafından kabul gören bir oyun haline gelecektir. Talimciler futbolun kitlelere yayılmasında işçilerin çalışma saatlerinin azalması ve cumartesi öğleden sonralarının tatil olmasının etkili olduğunu söyler (Talimciler, 2014, s.46). Talimciler'in de bahsettiği üzere futbolun ilk ortaya çıktığı dönemde oyunu oynayanlar ile seyirciler arasında sınıfsal bir ayrım yoktu. Bu bakımdan futbol ilk ortaya çıktığı dönemlerde işçi sınıfının boş zamanlarını dolduran bir sosyal aktivitedir ve henüz şov endüstrisi olma özelliği taşımamaktadır. Sanayi devrimi sonrası ortaya çıkması sebebiyle de futbolun modernite döneminin oyunu olduğu söylenebilir. Buna ek olarak, işçi sınıfının oyunu olarak ortaya çıkmasına futbolu zamanla sermayedarlar ve kilise de takip etmeye başlamıştır. Futbola olan ilginin artması özellikle iki kesimin dikkatini çekmiştir: sermayedarlar ve kiliseler. Öyle ki İngiltere'de bazı kulüplerin kurucuları kiliselerdir (Talimciler, 2010, s.103). Bu anlamda modern futbol ilk başlarda İngiltere'de kurumsallaşmış ve örgütlenmeye başlamış ve buradan dünyaya yayılmıştır.*"İngiliz tacirleri gemicileri ve müstemlekecileri her yönü ile geliştirdikleri bu oyunu gittikleri memleketlerin halklarına öğretmeye başladılar. Sırasıyla, 1874'de Almanya, 1875'te Hollanda, 1876'da Danimarka, 1882'de İsviçre, 1890'da Çekoslovakya, 1894'te Avusturya, 1895'te Macaristan kurallı hale gelen futbolu benimseyip oynamaya başlamıştır"* (Somalı'dan akt. Dever, 2013). Yukarıda da değinildiği üzere, modern futbol oyunu ilk olarak kolejlerde kuralları belirlenir ve oynanmaya başlar. Ancak ilk çıktığı kolej öğrencileri olsa da kısa bir zaman içerisinde kolejlerin kampüslerinin dışına taşar ve işçi sınıfının da benimsediği bir oyun haline gelir ve bu sayede iyice kitleselleşir. Stemmler'a göre dünyanın ilk futbol ligi İngiltere'de (1888) kurulduğunda hem oyuncular hem de seyirciler işçilerden oluşmaktadır. Bu bakımdan, o dönemde oyuncular ile seyirciler arasında bir sınıf farkı bulunmamaktadır. Stemmler (2000) o

dönemlerde kulübün kimliğini sahiplenen taraftarların ortaya çıkmaya başladığını ifade eder: *"Bu seyirciler daha o zamandan deplasmanlara giderler, takımın renkerine bürünürler, kavga ve alkole düşkündürler"* (Stemmler, 2000,s.99). Bu anlamda, futbol 19. yüzyılın son çeyreğinin İngiltere'si için işçi sınıfının önemli bir boş zaman etkinliği anlamına gelmektedir. İngiltere'de ve Fransa'da çok daha 18. ve 19. Yüzyılda futbol popüler bir oyun haline gelirken Almanya'da yaygınlaşması ise daha gecikmeli olur. Almanlar bu İngiliz oyununa ilk başta kuşkulu yaklaşsa da 19. Yüzyılın sonlarına doğru artık Almanya'da futbol popülerleşmeye başlar. Almanya'da futbol İngiltere'dekinden daha farklı bir gelişim seyri izlemiştir:

> İngiltere'de 1880'li yıllardan sonra yüksekokul ve üniversite öğrencilerinin yerini, en önemli oyuncu grubu olarak işçiler alırken, Alman futbolunda işçiler başlangıçta önemli bir rol oynamamıştır. Eisenberg'in dediği gibi, futbol oynayan öğrencilere 1890'lı yıllarda daha çok memurlar katılır. İşçiler futbolda ancak 1914'den sonra boy göstermeye başlar (Stemmler, 2000, s.108).

İlk kurulan futbol kurumu ise 1863 yılında kurulan FA'dır (Football Assocation). Daha sonrasında 1904 yılında Fransa, Belçika ve İsviçre önderliğinde kurulan FİFA'dır (Uluslararası Federasyon Birliği). FİFA'nın kurulmasının ertesi senesinde İngiliz FA kurumu da FİFA'ya dahil olmuştur. Bu anlamda futbolun kurumsallaşma ve küreselleşme süreci 20. Yüzyılın başlarında FİFA'nın kurulmasıyla başlamıştır denilebilir(Yeldan, 2014). Futbolun ilk kez bir uluslararası organizasyona dönüştürülme fikri FİFA'nın 1921 yılındaki başkanı Jules Rimet tarafından ortaya atılmıştır. 1930'da Uruguay'da ilk dünya kupası düzenlenmiştir. İlk dünya kupasını Arjantin'i yenen ev sahibi takım olan Uruguay kazanmıştır. "*Bu anlamda 1930'da Uruguay'da düzenlenen Dünya Kupası küresel çapta organizasyonu yapılan ilk futbol turnuvasıdır"* (Durmuş, 2017). 1930'lu yıllar ise Avrupa'da milliyetçilik rüzgarlarının estiği bir dönemdir. Her dönem için saha dışı unsurlardan etkilenen futbol, bu dönemde de milliyetçilik rüzgarından nasibini almıştır. 14 Mayıs 1938'de Berlin Olimpiyat Stadyumunda Almanya ve İngiltere milli takımları arasında oynanan karşılaşmada İngiliz devletinin emriyle İngiliz oyuncuların müsabaka öncesi Nazi selamı vermesi uzun dönem boyunca hafızalardan silinmemiştir (Talimciler, 2010, s.105).

Futbol artık dünya kupası sonrası ve 1930'lu ve 40'lı yıllarda dünyada en popüler spor haline çoktan gelmiştir. Bu durumu futbol üzerine yazılan en meşhur kitaplardan birisi olan "Futbol Asla Sadece Futbol Değildir'de" Simon Kuper şu şekilde ifade etmiştir: "*22 Haziran 1941'de Almanlar'ın Sovyetler Birliği'ni işgale başladığı gün, yani savaşın belirleyici gününde, doksan bin izleyicinin Berlin'de Alman Ligi finalini seyrettiğini öğrendiğiniz zaman 2. Dünya Savaşı farklı bir görünüme bürünmüktedir"* (Kuper, 2004). Simon Kuper'in ifade ettiği gibi, milyonlarca insanın hayatını kaybettiği 2. Dünya Savaşı'nın sürdüğü 1940'lı yıllarda dahi futbol insanların ilgi cazibesi olmaya devam etmiştir. Ancak oyunun bir şova dönüşmesi ve artık iyiden iyiye dünyanın her tarafında takip edilebiliyor olması hiç şüphesiz futbolun televizyonda gösterilmeye başlamasıyla gerçekleşmiştir. Televizyonla beraber hem oyun artık iyice bir tüketim unsuruna dönüşürken futbolcular da bir şov figürüne dönüşmeye başlamıştır. 1938'de ilk kez İngiltere Federasyon kupası BBC kanalında yayınlanmıştır. Bu tarih futbolun televizyonda yayınlandığı ilk tarih olarak tarihe geçmiştir. Daha sonrasında 1958 yılında İsveç'te düzenlenen Dünya Kupası televizyon yayını yapılan ilk dünya kupası olmuştur. 1960 yılında Real Madrid ile Eintracht Frankfurt arasındaki Avrupa Kupası finalinin televizyon hakları 8.000 Euro olarak belirlendi. *"1970 Meksika Dünya Kupası'nın uyduyla Avrupa'ya gönderilmesiyle futbol uzay çağına girdi"* (McGill,2006, s.114). 1970'ler ve sonrasında futbol televizyon sayesinde milyarlarca insana ulaşır hale gelmiştir. *"Bu sayede özellikle reklamlar ve sponsor firmalarının amblemlerinin sürekli bir şekilde gösterilmesiyle birlikte televizyon futbolu çok kısa süre içerisinde çok sayıda insana satabilmektedir"(*Klose'dan Akt. Dever, 2013).

Futbol ve televizyon arasında karşılıklı bir bağımlılık ilişkisi vardır. Televizyon futbolu daha geniş kitlelere ulaştırırken futbol da televizyonu daha fazla izlenen bir aygıt haline getirmiştir. Örneğin ilk dünya kupası canlı olarak yayınlandığı zaman o dönem Federal Almanya'daki televizyon aygıtı sayısı yaklaşık 11.000'den 85.000'in üstüne çıkmıştır *(*Demir, 2012, s.411). Futbolun endüstriyelleşmesi sürecinde televizyonun işlevi büyüktür. Milyarlar tarafından takip edilen oyun aynı zamanda naklen yayın gelirleri ile de futbol kulüplerin en büyük gelir kaynağı olmuştur. Naklen yayın gelirlerinin futbol ekonomisindeki etkisiyle birlikte, Avrupa ligleri yani merkez ligler ile çevre ligler arasındaki ekonomik farkın büyümesine yol açmıştır. Bu sayede, Avrupa liglerindeki (özellikle İngiltere Premier Ligi örnek verilebilir) kulüplerin diğer ülkelerdeki kulüpler

ile aralarındaki makas açılmış ve futboldaki rekabetin seyri değişmiştir. Buna ek olarak, televizyon futbolu her anlamda etkilemiştir. Örneğin saha içindeki hemen taç çizgisinin yanındaki reklam panoları artık neredeyse bütün stadyumlarda görebileceğimiz artık oyunun bir parçası haline gelmiş panolardır. Yeni nesil stadyumlar da artık basına ve maç yayınına en uygun şekilde inşa edilirler. Futbolda rekabet arttıkça futbol kulüplerinin ekonomik bağımlılığı da artıyor ve bu kulüpleri televizyona ve sponsora daha bağımlı bir hale getiriyor. Klose'a (2020, s.381) göre profesyonel futbol sponsorluğa, reklamlara ve bunlara dayanan ekonomik bağımlılığı sebebiyle gittikçe artan bir şekilde televizyonun önceliklerine tabi kılınıyor.

Televizyonun etkisiyle beraber futbolun bir gösteri oyununa dönüşme süreci daha da etkisini artırmıştır denilebilir. Bu bakımdan futbol özellikle -70'ler ve 80'ler ile beraber-futbolun profesyonelleşme ve endüstriyelleşme süreci ivme kazanmıştır. *"Endüstriyel futbolun dönüşümünde gösterileşme ve profesyonelleşme dikkat çekmektedir. İki ana damar halinde, profesyonelleşme ve gösteri eğilimleri olarak gelişen değişimin toplamı bugün endüstriyel futbol olarak adlandırılabilir"* (Aydın, Hatipoğlu ve Ceyhan, 2008, s.295). Televizyon ile futbolun bu ilişkisine kulüpler ve FİFA açısından bakıldığında en dikkate değer başlık hiç şüphesiz TV gelirleri. Her dönemde TV yayınlarından elde edilen gelirler arttığı için kulüpler ve FİFA açısından yayın gelirleri futbolun vazgeçilmez bir unsuru olmuştur. Örnek vermek gerekirse 1990 ile 2006 yılları arasında FİFA'nın dünya kupalarının zamanla artan TV gelirleri aşağıdaki gibidir;

Tablo 1. Dünya Kupası TV Yayın Gelirleri (Akşar, 2005)

Dünya Kupaları	**TV Yayın Gelirleri (İsviçre Frangı)**
1990	**95 milyon**
1994	**110 milyon**
1998	**135 milyon**
2002	**1,3 milyar**
2006	**1,5 milyar**

2022 yılında Katar'da düzenlenen dünya kupasında ise bu rakam da daha da artmış ve 2,64 milyar dolar ile rekor seviyeye ulaşmıştır. Bilet satışları ve sponsorlardan gelen gelirler de katıldığında FİFA'nın elde ettiği toplam gelir 4,67 milyar dolardır (Altay, 2022).

TV yayınlarına ek olarak 2000'li yıllarda futboldaki endüstriyelleşme süreci internet ile de farklı bir aşamaya ulaşmıştır. 2000'li yıllar ile beraber artık futbol ve futbol kulüpleri artık bir sportif organizasyon olmaktan öte birer anonim şirkete dönüşmüşler ve futbol da artık pazar için üretilen bir meta haline gelmiştir. Bilet gelirleri, reklam gelirleri, sponsorluk gelirleri ve forma satışlarından elde edilen gelirler kulüplerin rekabet yarışında ayakta kalabilmesi için hayati öneme sahiptir. Futbolun ekonomi politiği üzerine önemli çalışmalar yapan Tuğrul Akşar futbolun ve kulüplerin dönüşümünü şu şekilde açıklar:

> Teknolojinin zamanla televizyon ve internet evliliğini futbolun emrine vermesiyle, futbol tüm dünyada on-line ve real time pazarlanan bir metaya dönüştü. Bu eko-sport oluşumla, futbol kulüpleri kendi faaliyetlerinden yarattığı kapı girişi, oyuncu ve forma satışı gibi konvansyonel gelirlerin dışında, başta sponsorluk gelirleri olmak üzere yayın, medya gelirleri, halka arz ve maç günü gibi yeni gelir türleriyle tanıştı. İşin ilginci teknoloji ve televizyon ile başlayan bu işbirliği adeta birbirini besleyen bir yaşama dönüştü ve bunun sonucunda yayın gelirlerinde ve ticari gelirlerde geometrik artışlar yaşandı (Akşar, 2020, s.6).

Futbolun bir endüstri olarak gelişimi futbolu her açıdan pazarlanabilir hale getirmiştir. Örneğin gitgide büyüyen bahis sektörü, spor malzemeleri, kulüplerin kendi mağazaları, televizyonların ve gazetelerin tirajlarının artması, bunların hepsi futbolun endüstriyel olarak gelişmesiyle yaşanmıştır. Ancak hiç şüphesiz futbolun endüstriyel gücünün artmasındaki en büyük etken televizyon olmuştur. Televizyon oynanan oyunu yeşil sahadan dışarı çıkarmış ve futbolu 7 gün 24 saat konuşulan bir fenomen haline getirmiştir. Günümüzde de maç öncesi, devre arası ve maç sonrası tartışma programlarıyla futbol televizyonda en çok konuşulan konulardan birisidir. 1950'li yıllarda ilk emekleme dönemine başlayan futbol-televizyon ortaklığı üzerine Ellias

Cashmore şu benzetmeyi yapmıştır; *"Eğer cennetten çıkma bir evlilik varsa, bu hiç kuşkusuz televizyon ve spor arasında olurdu. Her birinin ticari başarısı bir diğerinin de doğrudan başarısına yol açmıştır" (*Cashmore'dan Akt. Arık, 2004). Yukarıda da belirttiğim üzere televizyon gelirleri ve televizyon yayınları ile futbol global çapta da daha da yaygınlaşmış ve yerküre üzerinde futbolun girmediği ev neredeyse kalmamıştır.

Televizyon ile birlikte futbolun bu kadar yaygınlaşması ve adeta bir gösteri oyununa dönmesi kendi süperstarlarını doğurdu. Bu süperstarların bazıları reklam yıldızı oldular, bazıları ise kendi kasetlerini çıkarıp pop yıldızı oldular. Bu futbolculardan en bilinen örnek 90'ların ve 2000'li yılların önemli ismi David Beckham'dır. Kariyeri boyunca birçok reklam filminde oynayan İngiliz oyuncu futbolculuğu ile birlikte aynı zamanda bir reklam yıldızı ve rol modeldir. Aktif futbol hayatında zamanının en çok kazanan sporcularından birisi olan *"Beckham 2003 yılında 35 milyon Euro karşılığında Manchester United'dan Real Madrid'e transfer olmuş ve bunun sonucu olarak da Real Madrid o yıl tanesi 60 küsür eurodan 800 bin Beckham forması satmıştır"* (Ünsal, 2005, s.416). Böylelikle Real Madrid kulübü David Beckham'a yaptığı bonservis yatırımının karşılığını almıştır. Beckham da *"magazin dergilerinde yer alışıyla, yaptığı sponsorluk anlaşmalarıyla servetine servet katmıştır. Oynadığı dönem bir marka gibi görülen Beckham reklam filmlerinde boy göstererek tanıttığı ürünü geniş kitlelere yayarak toplumda bir kanaat önderi, bir rol model işlevi görmektedir*" (Akkaya, 2009, s.51). Bugünlerde de Cristiano Ronaldo ve Messi bu alanda en öne çıkan isimlerden olup, ayakkabı markasından, şampuan reklamına kadar TV reklamlarında boy göstermektedirler. David Beckham erken 2000'li yılların ikon bir örneği olduğu için üzerinden epey zaman geçmesine rağmen ismi zikredilmesi gereken isimler arasında halen hafızalardaki yerini korumaktadır. Kültürün üretilmesi sürecinde bu şöhret isimlerin çok önemli fonksiyonları olmuştur. Yeni dönemde sporcular ve özellikle yıldız futbolcular sadece futbolcu olmaktan çıkmış şöhret ve popüler kültürü yayan birer figüre dönüşmüşlerdir. Tüketim kültürünün işlemesinde ve ilerlemesine bu şöhret isimler de oynadıkları reklamlarla ve üzerlerine giydikleri markalarla katkıda bulunmuşlardır. Dolayısıyla bugün futbol ve futbolun yıldız isimleri kapitalizmin ve tüketim kültürünün önemli birer ismi haline gelmişlerdir. "*Sporun farklı sınıfsal kitlelere ulaştırılmasında popüler kültürün üretim mekanizmalarında yeni dönemin yıldız sporcularına büyük işler düşmektedir"* (Talimciler, 2010, s.83).

Endüstriyelleşen futboldaki TV yayını bugün artık farklı boyutlara varmıştır. Türkiye bağlamından baktığımızda lig maçları ve Türk takımlarının Avrupa maçları farklı kanallarda yayınlanmakta bu da taraftarlar için farklı platformlara aboneliği gerektirmektedir. Televizyona ek olarak artık günümüzde yayınlar dijital mecralarda da yapılmaktadır ve bu da ayrı bir abonelik ücreti anlamına gelmektedir. Örneğin Türkiye'de Türk takımlarının Avrupa maçlarını Exxen adlı dijital platforma yayınlamaktadır. Buna ek olarak Youtube'da yapılan futbol programlarını da geniş bir izleyici kitlesi takip etmektedir. Bu anlamda artık televizyon yayıncılığından dijital mecralara doğru bir akış söz konusudur denilebilir. Ancak televizyon halen futbol yayıncılığı konusunda güçlü bir aygıttır.

Futbolun endüstriyelleşmesinin son aşamasını Tuğrul Akşar (2020) "Finansal Futbol" olarak adlandırır. Akşar'a göre finansal futbolun en ayırt edici özelliği kulübün takım değerinin, marka değerinin, piyasa değerinin maksimize edilmesi en öncelikli amaçtır. Finansal futbolda amaç kulüplerin konvansiyonel gelir maksimizasyonundan sermaye kapitalizasyonuna yönelerek servet maksimizasyonuna ulaşmaktır. *"Bu dönüşümü gerçekleştiren finansal futbolun takımları finansal futbolun kulüplerine dönüşürken, bu dönüşümü gerçekleştiremeyen çevre liglerin kulüpleri ise takım olarak kaldılar"* (Akşar, 2020, s.8). Akşar'ın finansal futbol şeklinde adlandırdığı dönüşüm ile beraber 2000'li yıllarda kulüpler de artık sportif dernekten Anonim A.Ş'ye dönüşmeye başlamışlardır. Böylece kulüp hisseleri borsaya da açılmıştır.

Yukarıda da bahsedildiği üzere futbol ligleri arasında merkez ve çevre ligler şeklinde bir farkın oluşması da futbolun endüstriyelleşmesinin önemli sonuçlarından bir tanesidir. Naklen yayın gelirleriyle doğrudan bağlantılı oluşan bu fark uluslararası başarıları elde edilen kulüpleri de belirli bir bölgede yoğunlaştırmıştır. Örneğin son dönemlerde Avrupa'daki beş büyük ligin diğer ligler ile arasındaki ekonomik uçurumun bir sonucudur denilebilir. Bu bakımdan, ekonomik ve finansal anlamda başarıya ulaşan ligler ve kulüpler rekabette de daha öne geçmişlerdir. "*Merkez ligler olarak adlandırılan Avrupa'daki beş büyük lig İngiliz Premier Ligi, İspanyol La Liga, Alman Bundesliga, İtalyan Serie-A ve Fransız Ligi'dir. Bu ligler futbolun kaynaklarından daha çok pay aldığı için Avrupalılar tarafından Big five-beş büyük olarak adlandırılmıştır*" (Akşar, 2020). Bir de bu merkez liglerin etrafında yer alan periferi (çevre) ligler olarak

adlandırılan futbolun kaynaklarından merkez liglere göre daha az yararlanabilen ligler vardır. Akşar'a (2020, s.16) göre çevre ligleri içerisinde yer alan Türkiye, Rusya, Hollanda, Portekiz, İskoçya, Belçika, Avusturya, gibi ligler Avrupalı diğer çevre liglerden ayrı olarak yarı-çevre (semi-periferi) ligler kategorisinde değerlendirilebilir. "Bu anlamda, merkez ligler ile çevre ligler arasındaki ayrışma futboldaki rekabeti de etkilemiş, merkez liglerdeki takımlar uluslararası turnuvalarda ekonomik güçlerinin etkisiyle son yıllarda daha başarılı olmuşlardır. Özellikle uluslararası bir futbol kuruluşu olan UEFA'nın düzenlediği şampiyonlar ligi organizasyonunun çok fazla ticarileşmesi ve bu organizasyona sürekli katılan kulüplere büyük gelir sağlaması kulüpler arasındaki mesafeyi aşan önemli sebeplerden birisidir. Şampiyonlar ligi organizasyonunda başarılı olmak bu organizasyona katılabilen kulüpler için sadece bir prestij kazanmaktan öte kulüpler için çok ciddi bir gelir kaynağı haline geldi. Şampiyonlar ligi yapılanmasıyla futbolda 2000'in başından itibaren artık finansal bir aşamaya geçildi. Futbolun parasallaşması, kendi paradoksal yapısındaki anomalileri de artırdı. Öyle ki, artan parasal getiri, mutluluk ve refah yerine kulüplere kriz ve sefalet getirdi. Borç ekonomisi adeta kulüpleri esir aldı. Merkez liglerin lehine, çevre liglerin aleyhine dengesiz ve haksız rekabetin giderek artması, özellikle çevre liglerde gelirlerin üzerinde giderlerin doğmasına yol açtı. Buna ek olarak naklen yayın gelirleri de kulüplerin en önemli gelir kalemlerinden bir tanesidir. Naklen yayın gelirlerinde de İngiltere Premier Ligi kulüplere en fazla gelir getiren lig olarak öne çıkar. Bugün yurt içi ve yurtdışında toplam 3 milyar Euro'ya yakın yayın geliri olan Premier Lig yayıncı kuruluşları aradan çıkartarak aylık 10 sterlin ücretle tüm dünyada 200 milyon kişiye Premier Lig maçlarını satmak istiyor. Böylece yıllık 24 ila 30 milyar sterlin arasında bir gelire ulaşmak istiyor (ss. 19-20). Buna ek olarak da bugün futbol öylesine bir güçlü küresel imparatorluk haline gelmiştir ki, imparatorluğunun boyutunu başka bir sosyal fenomenle kıyaslamak çok güçtür. Bu imparatorluğun gücünü İtalyan Lazio kulübünün başkanı Sergio Cragnotti şu şekilde açıklamıştır; "*Futbol küreselleşme döneminde ve eğlencenin zirvede olduğu bir dönemde dünyanın en küresel işidir. Üç milyar tüketici tarafından satın alınan başka bir mal var mıdır? Coca Cola bile ulaşamamıştır bu rakama*" (Boniface, 2007, s.31).

Futbolda elit liglerin elit kulüpleri ile diğer kulüpler arasında açılan makas Şampiyonlar Ligi dışında Avrupa'da yeni bir projenin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. UEFA

sadece Avrupa'nın elit kulüplerinin yer alacağı yeni bir turnuva düzenleme projesini futbol kamuoyunun gündemine atmıştır. Elit kulüplerin birbirleriyle daha fazla karşılaşmasını hedefleyen bu proje özellikle merkez ligler dışındaki kulüpler tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Futboldaki katılımcılığı ve rekabeti öldüreceği sebebiyle geniş futbolsever kitleleri da bu projeye mesafeli yaklaşmışlardır. *"Avrupa Süper Ligi girişimi temel olarak hiyerarşik Avrupa futbol piramidinin parçalandığı, katılım koşulları ve rekabet dengesi açısından açıklık ve adaletin zarar gördüğü ve insanların, üyelerin ve taraftarların oyundan uzaklaştığı bir ortam yaratma riskini gündeme getirmektedir"* (Cukurov ve Ritz'den Akt. Şenyuva, Göksel, ve Irgalı, 2022). Ayrıca 1993 yılında kurulan ve Avrupa'da bir gelenek haline gelen Şampiyonlar Ligi'ni zayıflatacağı ya da ortadan kaldıracağı ihtimali sebebiyle Avrupa Süper Ligi girişimine karşı çıkılmıştır. UEFA'nın bu girişimi endüstriyel futbolun geldiği son aşamadaki görsellik ve şov endüstrisini daha köpürtmek ve futbolun yıldızlarının daha fazla karşılaşmasını artırmak amacıyla ortaya attığı açıktır. Her ne kadar kulüplerin tepkiyle şu anlık bu proje rafa kaldırılmış görünse de piyasanın ihtiyaçlarına cevaben futbol dünyasında tekrar tekrar gündem olacak gibi görünüyor. Endüstriyel futbolun bugün geldiği aşamaya kulüpler açısından baktığımızda ise, rekabette ayakta kalabilmek için sürekli borçlanan borçlarını kapatmak için daha çok sportif başarıya ihtiyacı olan böylece daha çok borç sarmalının içerisine giren kulüpler gerçeğini görüyoruz. Özellikle büyük borç yükü altına giren kulüplerin iş insanlarına satılması ve bu yolla sportif başarı elde etme şansları her geçen gün daha fazla ihtimal dahilinde gözükmektedir. 2000'lerin başında İngiliz kulübü Chelsea'nin Rus iş insanı Roman Abramoviç'e satılmasıyla başlayan silsile bugün Fransa'da PSG, İngiltere'de Manchester City gibi büyük Avrupa kulüplerinin Arap iş insanlarına satılması ile devam etmektedir. Kulüplerin iş insanlarına satılmasının taraftarlar açısından nasıl karşılandığı konusu bu tezin tartıştığı önemli konu başlıklarından bir tanesi olacaktır. Endüstriyel futbolun bugünkü aşamasına gelmesinde çok önemli bir eşik olan Bosman kararları ve bu kararların 1990'ların futbol dünyasında yarattığı kırılma bundan sonraki bölümde tartışılacaktır.

2.5. Bosman Kararları: Endüstriyelleşen Futbolda Bir Milat

"*Futbol küreselleşmenin son evresidir. Günümüzde futboldan daha küresel bir olgu yoktur. İmparatorluğu ne sınır tanır ne engel"* diyerek Pascal Boniface (2007, s.9)

“Futbol ve Küreselleşme kitabında futbolun dünyanın en büyük küresel olgu haline geldiği tespitini yapar. Oyunun bu denli büyük kitlelere yaygınlık göstermesinin şüphesiz belli başlı eşik noktaları vardır. Televizyon yayıncılığının başlaması ve futbolun naklen yayınlanması belki de en önemli eşiktir. Ancak 1990’larda ortaya çıkan Bosman kuralları futbolda emeğin serbest dolaşımı açısından çok önemli bir eşik olmuştur. Özellikle Avrupa futbolu açısından bir milattır diyebiliriz. “Futbolda liberal devrim” olarak adlandırılan Bosman kararları Jean Marc Bosman isimli 26 yaşındaki Belçikalı bir futbolcunun transfer hikayesi sonucu alındı ve futbol transfer yönetmelikleri değişti. Bosman’ın 1990 yılının temmuz ayında Royal FC Liege takımıyla kontratı sonra ermişti. Kendisine yeni kontrat öneren kulübünün teklifini beğenmeyen Bosman başka bir kulübe transfer olmak istiyordu. Ancak o dönem kontratı biten oyuncuların başka bir kulübe transfer olabilmesi için o oyuncuyu transfer edecek kulübün bonservis bedeli ödemesi gerekiyordu. Fransız kulübü Dunkerque’nin Bosman’ı transfer etmek istemesine ve oyuncuyla anlaşmasına karşın Bosman’ın kulübü Royal FC Liege ile bonservis bedeli konusunda anlaşamadılar. Bosman yine de Fransız kulübüne imza atsa da Royal FC Liege kulübü Bosman’ın bonservisini transfer olduğu kulübe göndermedi ve oyuncuyu kadro dışı bıraktı. Bu olayın ardından Bosman 5 yıllık hukuk mücadelesi verdi. Tüm futbol dünyasını altüst edecek meşhur Bosman kararını Avrupa Adalet Divanı 15 Aralık 1995’te açıkladı. Görülen davada:

> Öncelikle Futbolun bir ekonomik sektör olarak kabul edilmesi gerektiğini, futbol dahil tüm profesyonel spor dallarının birer ekonomik alan ve aktivite olarak görülmesinin zorunlu olduğunu, Avrupa Topluluğu vatandaşı futbolcuların, kontratlarının bitiminin ardından bonservis gibi kısıtlamalarla transferlerinin engellenmesinin hiçbir hukuki dayanağı olmadığı” kararlarına varılmıştır (Akşar, 2010, s.13).

Bosman kararı oyuncuların serbest dolaşımı açısından futbolda çok önemli bir gelişme olmuştur. Artık sözleşmesi biten oyuncular serbest kalacak ve istedikleri kulüple yeni sözleşme imzalayabileceklerdir. Bosman kararı, Avrupa Birliği projesinin en temel amacı olan Avrupa Tek Pazarı kapsamında yer alan dört dolaşım serbestisinden (sermayenin, mallarının, hizmetlerin, emeğin serbest dolaşımı) biri olan ve Avrupa Birliği anlaşmaları ile güvence altına alınan *“işçilerin serbest dolaşım hakkının Avrupa*

Birliği vatandaşı olan profesyonel futbolcular, ama dolaylı olarak tüm diğer sporcular için, uygulanması gerektiğine hükmetmiştir" (Şenyuva, Göksel ve Irgalı. 2022, s.84). Bu anlamda "futbolda liberal devrim" olarak adlandırılan Bosman kararları sadece futbolda değil Avrupalılık kimliği açısından önemli bir gelişme olmuştur. Avrupa kimliğinin inşası anlamında önemli sonuçlar ortaya çıkarmış futbolu ve özellikle Avrupa futbolunda çok kültürlülük alanını açmıştır.

2.6 Taraftarlık, Holiganlık, Kimlik ve Aidiyet: Dünyadan ve Türkiye'den Örnekler

Taraftar futbolun en önemli bileşenidir. Öyle ki futbolda rekabetin bu kadar büyük olmasının sebeplerinden birisi de tribünleri dolduran taraftarlardır denilebilir. Futbol kuralları itibariyle çok basit bir olduğu için de anlaması ve oynaması çok kolay bir oyundur, bu yüzden bir takımın destekçisi ve taraftarı olmak da çok kolaydır. Özellikle erkek ortamlarında ve gündelik sohbetlerde futbolun yeri çok büyüktür. Bir maç 90 dakika olsa dahi üzerine yapılan sohbetler ve değerlendirmeler bazen günlerce ve haftalarca sürebilir. Özellikle aynı şehrin büyük takımlarının karşılaşmalarının (bu maçlar derbi maçları olarak adlandırılır ve diğer maçlardan çok daha önemlidir taraftarların nezdinde) etkisi günler öncesinden başlayıp 1-2 hafta boyunca devam eder. Bu anlamda futbol kamuoyu herkesin kolaylıkla dahil olabildiği oldukça demokratik bir alandır denilebilir. Tabi ki taraftar kelimesi çok geniş bir anlama sahiptir. Tuttuğu takımın maçını arada bir seyreden de her maçı televizyondan kaçırmayan da her maça stadyuma giden de taraftar olarak adlandırılabilirler. Ancak futbol kültüründe "tribüncü" olarak adlandırılan taraftarlık ise futbol taraftarlığının en uç tarafıdır. Bu taraftarlar açısından taraftarlık büyük cefakarlık demektir. Her zaman kazanmak ve mutlu olmak demek değildir taraftarlık. Birçok taraftara göre desteklenen takım kaybettiğinde her zamanki desteğe yine devam etmektir.

Nick Hornby (Kendisi "tribüncü" olarak tanımlanabilecek çok sıkı bir İngiliz kulübü olan Arsenal'in taraftarıdır) taraftarlığın bu yönünü şu şekilde açıklamıştır; "*Hayat evinde kızarmış patates ya da balık yedikten sonra liderlere karşı 2-0 kazanılan bir maç değildir, hiçbir zaman da olmamıştır… Tam tersine futbol takımları,taraftarların umutsuzluğa düşmedeki olağanüstü hayal güçlerinin tanıklarıdır*" (Hornby, 2006, s.57). Takımın çok iyi bir performans göstermediği sezonlarda dahi yağmurda çamurda soğuk

havalarda statlara koşan, otobüslere doluşup uzak yerler deplasmanlara giden taraftarlar büyük fedakarlık ve özveriyle kulüplerini desteklemektedirler ve taraftarlık belki de modern dünyadaki en güçlü kimliklerden birisidir denilebilir. "*Futbol taraftarlığındaki biz duygusu stadyumlarda maç izleyen taraftarları aşan geniş bir bağlamı yansıtır. Bir kulübün, özellikle 3 büyük kulüpten birinin taraftarı olmak, kişiyi bir hayali cemaatin üyesi haline getirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır"* (Zelyurt, 2019, s.50).

Taraftarlık kimliği aynı zamanda insanlar için önemli bir sosyalleşme imkanıdır. Maçlara birlikte gitmek, maçların öncesinde ve sonrasında tuttuğunuz kulübün semtlerinde vakit geçirmek ve eğlenmek, bunlara birçok taraftarlık ritüeli maç günleri icra edilir. Taraftarlar özellikle maç günleri tuttuğu takımın renklerini şehrin her tarafına üstlerine giydikleri formalarla ve atkılarla yayarlar. Taraftarlık kimileri için bir futbolseverliktir, hobidir, kimileri içinse eşsiz bir tutku,bir yaşam tarzı ve güçlü bir kimliktir. Futbolseverlerin bu tutkuları ve futbola mesafeli olanlar tarafından iğneleyici şekilde damgalansa da, taraftar kitleler üzerindeki gerçeği göz önüne alındığında futbolun modern dünyanın en büyük sosyal olgusu olduğu söylenebilir. Öyle ki Eduardo Galeano (2022) futbol ile tanrı arasında bir benzerlik ilişkisi kurmuştur: "*Futbol tanrıya ne yönüyle benzer? Hemen söyleyeyim: Birçok insanın ona inanmasıyla ve entelektüellerin ona kuşkuyla yaklaşmasıyla"* (s.67). İtalyan Marksist aydın Antonio Gramsci de futbolu kitlelerin afyonu olarak görmeyen bir entelektüel olarak futbolu şu şekilde tanımlıyordu: "*Açık havada ortaya konan insan sadakatinin krallığıdır futbol"(s.68)".* Bromberger'e göre ise futbol, basitliğin ötesinde, modern toplumların genel bağlamı hakkında çok şey anlatan felsefi bir dram ortaya koyuyor. "*Bromberger'e göre futbol, sıradan, basit veya faydasız bir boş zaman etkinliği olmak yerine dünyanın en önemli önemsiz şeyidir"* (Battini, 2012, s.701). Bromberger'in de söylediği gibi futbol kitleler nezdinde çok şey ifade etmektedir. Öyle ki, bazı yazarlardan futbolu dine benzetenler dahi olmuştur: Serhat Hürkan futbol ile din arasındaki benzerliği şu şekilde açıklar; "*Futbol bir dünya oyunu. Dünya dini demek daha doğru mu yoksa? Peygamberleri, hazretleri, kitabı, ibadetleri ve mabetleri hepsi mevcut.. Hele mabetleri(...) Maracana, Barnebeu, Wembley, Stade Frençais. Futbol dininin müminleri ibadetlerini bu mabetlerde yapıyorlar. Peygamberler ve hazretler burada doğuyor ve kayboluyorla*r" *(*Hürkan, 2000, s.180).

Holiganlık ise 20. Yüzyılda 1970'lerden itibaren futbol dünyasında gelişen ciddi bir sorun olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle İngiltere'de başlayan holiganlık önemli ölçüde yayılmış ve ciddi şiddet olaylarına sebep olmuştur. Battini'ye göre radikal taraftar hareketlerinin oluşum dönemi dört ana başlık altında toplanabilir; İngiliz holiganları iki dünya savaşı arasında büyük etkinlik göstermiş ve holiganlık İngiliz holiganlarla anılır olmaya başlamıştır.1940'larda Brezilya'da büyüyen Torcida hareketi, 1950'lerde Arjantin'de büyüyen Barras Brava hareketi, ve 1968'de Milan taraftarlarıyla birlikte İtalya'da yayılan ultras hareketleri radikal taraftar gruplarının dünyadaki farklı yerlerindeki örnekleridir. İtalya'daki ultras hareketi en geç oluşan radikal taraftar grupları olsalar dahi, bugün İtalya'da halen etkililerdir. Ultras Türkçe kelime karşılığı olarak "aşırılar" anlamına gelmektedir. Bu hareketlerin yayılmaları ise üç farklı aşamada değerlendirilebilir; İlk olarak 1980'lerde Güney Avrupa'da Fransa, İspanya, Yugoslavya, Portekiz, İsviçre ve Yunanistan gibi ülkelerde kök salan radikal taraftar oluşumları daha sonrasında 1990'lar ise taraftarlık oluşumlarının tamamen Avrupalılaşması dönemi olmuştur. Bu dönem içerisinde taraftar grupları Hollanda, Almanya, İskoçya, İskandinav ülkeleri ve eski sosyalist Avrupa ülkelerinde yayılmaya başlamıştır. 2000'li yıllar ise artık taraftar gruplarının artık iyiden iyiye küreselleştiği bir dönem olmuştur. Mağripler, Ürdün, Suriye, Kanada, ABD, Japonya, Çin, Güney Kore ve Avustralya'da taraftar grupları oluşmaya başlamıştır (Battini, 2012, s.702). Bu taraftar gruplarının hepsini şiddet ve agresyon açısından aynı sınıfta değerlendirmek mümkün değildir. Örneğin İngiliz holiganları neredeyse 2000'li yıllara kadar sebep oldukları sokak kavgaları, şiddet olayları ile büyük sorun teşkil etmişlerdir ve bu anlamda en önde gelen örnek olabilirler. "*İddialı grup isimleri, çoğunlukla kazınmış saçlar, dövmeli vücutlar, içki şişeleri, dışlanmışlığın ve toplumsal tortunun bir unsuru olmanın yarattığı çılgınca anarşist öfke Avrupa'da "yeraltıyla" sıkı irtibatlı, bir ucu ırkçı, aşırı sağ kanat örgütlenmelerine dayanan futbol serserilerinin çizdiği panorama böyle"* (Hürkan, 2000, s.184). İngiliz holiganlar tribünlerde çıkardığı olaylar kadar maç öncesi ve sonrası rakip takım taraftarlarıyla girdikleri sokak kavgaları ile de gündeme gelmişlerdir. İngiliz holiganlarının çıkardığı en şiddetli olay 1985 yılında "Heysel Faciası" olarak da bilinen İngiliz Futbol Kulübü Liverpool ile Juventus arasında oynanan Kupa Galipleri Kupası final maçında yaşanmıştır. Brüksel'de oynanan Kupa Galipleri Kupası Final maçında Liverpool holiganları örgütsüz Belçika polisinin şaşkın

bakışları altında, Heysel stadının blok 2 adlı tarafsız bölgesine yüklendiler. Juventus'lu İtalyan taraftarlar çöken duvarın altında ezildiler ve bu olayda 39 kişi hayatını kaybetmiş 900 kişi de yaralanmıştır (Uğur, 2020). Avrupa'daki bu tip holigan gruplarının aşırı sağ gruplarla ilişkisi de vardır. Genelde alkol düşkünlüğü ve aşırı sağ tavır ve görüşleriyle bilinirler. Tabi bütün kulüplerinin gruplarını genellemek doğru olmaz. Örneğin İtalya'nın başkent takımları Roma ve Lazio'nun taraftar grupları sağcı unsurlara daha yakın iken, Fiorentina'nın tutkun taraftarları ise tam zıt uçtadırlar. 1978'de kurdukları Collettivo Autonomo Viola grubunun sembolü bir kızılderilidir. Solu ve İtalyan komünist örgütlerini destekliyorlar(Hürkan, s.186). İtalya'daki ve Avrupa'daki ultras oluşumları aynı zamanda bir tribün kültürü oluşturmuşlardır. Sponsorların, reklamların arttığı ve endüstriyel futbolun her geçen gün yükseldiği futbol dünyasında futbol endüstrisine ve modern futbola karşı çıkarak mücadele veriyorlar yer yer yazılı olarak da bunu ifade etmekten geri durmuyorlar. Örneğin Roma kulübünün Ultraslarının 2007 yılında yayınladıkları "Ultras nedir ne yapar" başlıklı manifesto endüstriyel futbola karşı bir isyan niteliğindedir:

> Sürekli artmakta olan TV izleyicisi ile stadyumlardaki azalan seyirci arasındaki rekabet gün geçtikçe azalarak stadyumdaki taraftarı kulvardışında bırakacaktır! Birkaç yıl sonra oyun sahası bile sponsorlarla işgal edilecek ve reklamların görünmesine engel olunur diye tribünlere pankart asmak yasaklanacak(Ajax-Arena stadında olduğu gibi). Taraftarların yanlarında büyük bayrak, pankart ve meşale gibi şeyleri getirmeleri engellenecek. Ayrıca yine birkaç yıl sonra takım formalarımız (sahip olduğumuz son şey) tıpkı Formula 1 arabaları gibi sponsorların reklamlarıyla dolu olacak. Senaryo hazır ve uygulama başladı: Ilımlı, uslu taraftar!Artık Ultras'a yer yok. Tüm taraftarların oturarak maç izlemesi gerektiğini söyleyen bir UEFA bildirisi var. Sinema ve tiyatro seyreder gibi maç seyreden, tezahürat yapmayan taraftar istiyorlar ("Ultras nedir ne yapar," 2007)

Bu manifestolarından da anlaşılacağı üzere Ultras grupları endüstriyel futbola ve onun uygulamalarına birçok alanda karşıdır. Futbolun endüstriyelleşmesi tartışmalarında her zaman zikredilen tribünlerdeki fanatik taraftar profilinin UEFA ve futbolu yönetenlerce bastırılmaya ve seyirciye dönüştürülmeye çalışıldığına dair iddialarını ve buna karşı

mücadelelerini sürdürmektedirler. Manifestoda ifade edilen "biz şehirlerimizi temsil ediyoruz" ifadesi de dikkat çekicidir. Bu anlamda birçok şehrin futbol kulüpleri aynı zamanda o şehirde yaşayan insanlar için hem o şehri temsil eden bir unsur hem de onların bir kimliğidir. Buradaki kimlik meselesi çok önemlidir. Kulüp taraftarlığı insanların hayatında kapladığı yer itibariyle çok önemli birer kolektif kimliklerdir. Kimlik "*bir insanın kişiliğini ya da bir grubun niteliğini belirleyen, onların kim olduğunu ve neyin onlar için anlamlı olduğunu belirleyen ayırt edici özellikler" şeklinde tanımlanmaktadır"* (Giddens, 2008). Bauman'ın ifadesiyle "*kimlik göze çarpmak demektir. Bu yüzden kimlik arayışı, bölmek ve ayırmaktan başka bir şey olamaz"(*Bauman'dan Akt. Zelyurt; 2019). Bu anlamda futbol taraftarlığı belki de modern dünyada insanların en güçlü kimliklerinden birisidir denilebilir. Tribünlerde birlikte bağıran, gol olduğunda birbirine sarılan ve neredeyse her hafta sonunun bir gününü kulübünün maçına ya da bir etkinliğine harcayan insanlar için kulüpleri çok kutsal bir anlama sahiptir. Aslında Simon Kuper'in söylediği "futbol asla sadece futbol değildir" sözü futbol taraftarlığı için de geçerlidir. Örneğin İngiltere'deki futbol taraftarlığı üzerine yazılan önemliotobiyografilerden birisi olan "Futbol Ateşi'nin" yazarı Nick Hornby (2006) futbol ile ilişkisini şöyle açıklamaktadır: "*Futboldan öğrendiğim şeyler oldu. İngiltere'de ve Avrupa'da yer isimlerinin çoğunu okuldan değil, deplasman maçlarından veya gazetelerin spor sayfalarından öğrendim; holigancılık ise bana hem sosyolojiden, hem de alan çalışmasından zevk almayı öğretti"* (Hornby, 2006, s.69). Buna ek olarak Futbol taraftarlığı da aynı zamanda kulüp taraftarlığını aşan çok ciddi politik, dini, mezhebi anlamlar barındırmaktadır. Bunun en bilinen örneği İspanya'da krallığı temsil eden Real Madrid ile Katalanların kulübü olan Barcelona arasındaki rekabettir. İspanya'nın en önde gelen iki kulübünün karşılaştığı maçlar sadece iki futbol takımının karşılaşması değil aynı zamanda İspanya'nın başkentinin yani merkezi rejimi ile özerk Katalanya bölgesinin karşılaşmasıdır. İspanyol diktatör Franco'nun iktidarından beri bu iki kulübün karşılaşması oldukça politik bir anlama sahiptir ve bütün dünyadaki futbolseverlerin ilgisini çekmektedir. Barcelona taraftarları için stadyumları Nou Camp merkezi rejime muhalefet için bir imkan olmuştur: *"Franco iktidarında Real maç yapmak için Barcelona'ya geldiğinde Nou Camp stadının tribünleri yasaklanmış olan Katalonya bayraklarıyla dolarmış…İnsanlar sokakta yürürken Katil Franco diye bağıramazlardı bu yüzden onun yerine Real*

Madridli futbolculara bağırırlardı. Katalonya varlığını sadece Nou Camp'ta sürdürüyordu" (Kuper, 2022, s.144). 1939-1975 arası İspanya'yı diktatörlükle yöneten Franco'nun iktidarının döneminin üzerinden neredeyse 50 yıl geçmiş olmasına rağmen Barcelona-Real Madrid derbisi taraftarlar için halen aynı politik anlamını korumaktadır.

Avrupa'nın bir diğer önemli derbi karşılaşması ise İskoçya'daki Celtic ve Glasgow Rangers kulüpleri arasındadır. İskoçya'nın Glasgow kentinin iki takımı olan Glasgow Rangers ve Celtic takımları arasındaki rekabet 100 yıldan fazla bir zamana dayanıyor. Futbol coşkusunun en üst zirvede yaşandığı Celtic-Rangers karşılaşması iki büyük kulübün sahadaki başarılarından öte çok derin bir mezhepsel sosyo-politik ayrımın yaşandığı ve bu ayrımın taraftarlar arasında büyük bir gerginliğe sebep olduğu bir derbidir. "Old Firm" olarak adlandırılan karşılaşma İskoçya'da halen anlamını korumaktadır. Geleneksel olarak Rangers taraftarlarının büyük çoğunluğunun Protestan, muhafazakar ve İskoçların Büyük Britanya'ya bağlı olan kesiminden oluşurken, 1888'de kurulan Celtic ise şehirdeki İrlandalıları, Katolikleri ve sosyalistleri temsil ediyor. Bu mezhepsel, politik farklılaşma öylesine katı bir ayrışma yaratmıştır ki, bir dönem Rangers'ın Katolik oyuncu transfer etmediği söylenir. Rekabetin bugünkü seyri ise eskisi kadar katı olmasa dahi halen eski alışkanlıklar devam etmektedir. Örneğin Rangers taraftarları arasında yoğunlukla İskoçya ve İngiltere bayraklarına rastlanırken Celtic tarafı ise İrlanda'nın izlerini taşır (Erdem, 2023). Simon Kuper (2022) mezhepsel ayrıma bağlı olarak bu iki kulüp ve taraftarları arasında sınıfsal da bir ayrım olduğuna dikkat çeker:

> Alman sosyolog Max Weber'in gözlemlerine göre, Protestanlarla Katoliklerin yaşadıkları her yerde Protestanlar daha zengin oluyorlardı. Eskiden Glasgow'da da buna benzer bir durum yaşanıyordu ama bugün Rangers taraftarları da en az Celtic taraftarları kadar yoksul oldukları konusunda ısrarlılar. Buna karşılık Rangers F.C hala zengin, Celtic F.C hala yoksul ve Old Firm maçlarına giden tutucu taraftarların bazıları hala "Sizin Hiç Paranız Yok" şarkısını söylemeyi sürdürüyorlar (Kuper, 2022, s.317).

Buna ek olarak, daha öncesinde futbol sahası dışında gündelik hayatın içerisinde de gerilimi hissedilen Celtic-Rangers rekabetinde bugün saha dışında aynı keskin ayrımdan

bahsetmek mümkün değildir. Rekabet halen devam etse dahi mezhepçiliğin etkisi eskisi kadar keskin değildir.

Yukarıda örnekleri görülen rekabetlere ek olarak başka ülkelerde de kulüp taraftarlığı ile mezhepsel, etnik kimlikler ve sınıfsal pozisyonlar ayrışma sebebi olmuştur. Özellikle Fransa'da, İtalya'da, İspanya'da Post-Sovyet ülkelerinde futbol taraftarlığı aynı zamanda çok ciddi anlamda politik kimliklerin sesi ve taşıyıcısı olmuştur. Örnekleri çoğaltmak gerekirse, "*İngiliz Liverpool kulübü bir halk takımıdır ancak aynı şehrin kulübü olan Everton seçkincidir. Londra'da her takım özel bir kimliğin temsilcisidir ve babadan oğula geçer gibi bir miras olarak taşınır. Aynı zamanda bölgesel ayrımlar da söz konusudur"* (Boniface, 2007). Latin Amerika örnekliği de futbol ve taraftarlık kültürü konusunda oldukça çarpıcıdır. Tarihe geçmiş futbolcularıyla ve Dünya Kupası'ndaki şampiyonluklarıyla futbol tarihinde çok büyük bir yeri olan Latin Amerika'da (Özellikle Brezilya ve Arjantin'de) futbol derbileri ateşli olduğu kadar aynı zamanda kanlı ve şiddetli çatışmalara da sahne olmuştur. Örneğin Arjantin'in en büyük derbisi olan Boca Juniors ve River Plate derbisi ilk maçlarının oynandığı 1913 yılından itibaren çok kanlı çatışmaların yaşandığı bir derbi karşılaşması olmuştur ve "zenginlerin takımı River Plate ve yoksulların takımı Boca Juniors" şeklinde bir ayrışma meydana gelmiştir. Bu bakımdan iki kulüp taraftarları arasındaki sınıfsal ayrışma futbol stadyumlarında da birbirlerine karşı duydukları kinin simgesi olmuştur (Bilgiç, t,y)

Futbol taraftarlığı ve şiddet konusu tartışılırken ilk zamanlarda taraftarların dezavantajlı gruplardan olması ve ekstrem yoksulluk ve işsizliğin bu şiddetin oluşmasında etkili olduğu yorumları yapılmıştır. Ancak holiganizm ve futbol taraftarları üzerine çalışan araştırmacılar bu konunun hiç de bu kadar basite indirgenemeyeceğini hangi sınıfsal temelden olursa olsun şiddetin tribünlerde çok yayın olabileceğini söylemişlerdir. Taylor' (1972) John Harrington'dan yaptığı alıntıda futbolda şiddet konusunun hiç de dezavantajlı gruplara indirgenemeyeceğini belirtiyor. Harrington araştırmanın sonucunda iyi geçmişe sahip istikrarlı insanların da tribünlerde ve sokakta şiddete yönelebildikleri sonucuna ulaştığını ve bunun geri dönüşü olmayan bir durum olduğunu söylemiştir (Taylor, 1972, s.355). Benzer bir şekilde Can Kozanoğlu (1990) da futboldaki şiddetin sadece yoksul ve ezilmiş insanlara hasredilemeyeceğini ifade eder ve şiddetin tek sebebinin yoksulluk ve ezilmişlik olamayacağını söyler; "*Britanya'da*

*yalnızca bir tek kent kanlı maçlara sahne oluyordu, o da savaşın yoksulluğunu en derinden hisseden Glasgow'du. Ama eziklik-yoksulluk-deşarj üçgeni her şeyin üstünü örtmüyor ki(…)En basitinden, Türkiye'de "iyi okul" öğrencilerinin stat kapılarında sabahlamalarını açıklamıyor" (*Kozanoğlu, 1990, s.103).

Türkiye örneğine baktığımızda ise, Avrupa ve Latin Amerika'daki politik ve mezhepsel gerilimlere karşılık Türkiye'deki taraftarlığın oldukça köksüz olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin Türkiye'nin en önde gelen spor tarihçisi Kurthan Fişek'e göre Galatasaray genel seyirciden soyutlanmışlığı (burjuvaziyi), Fenerbahçe'nin zengin olma özlemi (burjuvazi) ve Beşiktaşlılığın işçiyi, işsizi, memuru yani halkı temsil ettiği söylense de (Zelyurt, 2021) bu temsillerin eskiden kalma bir ayrışma sebebi olduğu ve bugün için taraftarların hafızasında ve pratiklerinde yer eden, içinde yaşadığımız toplumsal gerçeklikle örtüşen bir ayrışma sebebi olup olmadığı tartışmaya açıktır. Bu anlamda, "üç büyükler" olarak adlandırılan İstanbul kulüpleri taraftarlarının arasındaki ayrışma ve gerilim sadece renkler üzerinden ortaya çıkmıştır diyebiliriz. Ancak semtlerin taraftarların hafızasında ve örgütlenmesinde önemli yeri vardır. Fenerbahçelilerin semtleri Kadıköy ve civarı iken, Beşiktaşlılar Beşiktaş semtinden toplanıp maçlara giderler. Galatasaraylılar için diğer iki kulüp kadar keskin bir semt kültürü olmasa da Galatasaray Lisesi civarı ve Beyoğlu semti Galatasaray taraftarlarının toplanıp birlikte maça gittikleri yerdir. Türkiye'deki futbolun kitleselleşmesinde bu üç büyük İstanbul kulübü büyük rol oynamıştır. Sadece İstanbul'da değil Türkiye'nin her bölgesinden üç büyüklerin taraftarları vardır. Avrupa ve Latin Amerika kadar olmasa da özellikle 80'lerin sonları ve 90'ların başlarında Türkiye'de tribünlerde şiddet olayları ve holiganizm faaliyetleri görülmüştür. Türkiye'de yaşanan en büyük tribün faciası ise 1967 yılında Kayseri-Sivas arasında oynanan maçta tribünler arasında çıkan kavga sebebiyle 41 kişinin ölümüyle sonuçlanan olaydır. Bu yaşanan olay futbol üzerinden değil, şehirlerarası husumetten kaynaklanmıştır.Can Kozanoğlu'nun "alaturka holigan" diye tanımladığı, Avrupalı holiganlara benzemeye çalışan, maça kavga etmeye giden ve döner bıçağı ile birlikte anılan gruplarsa 80'li yıllarda ortaya çıkmıştır (Toklucu, 2001, s.17).

80'li yıllarda özellikle derbi maçlarında şiddet olayları artık bir rutin haline gelmiştir. Maçlar gündüz oynandığı için taraftar grupları geceleyin bir yerde sabahlayıp, maçtan

evvel sabahları bir yerde toplanıp kavga ederler. Galatasaray, Fenerbahçe ve Beşiktaş taraftarları arasında bu o kadar rutin hale gelmiştir ki taraftarlar kendi aralarında önceden sözleşerek kavgaya tutuşurlar. Tabi ki sadece sözleşerek değil, birbirlerine karşı genel olarak "mekan basma", "semt basma" gibi eylemler yaparlar. 1990'lı yılların başlarında şiddet olayları daha da yükselir. Ancak 1991 yılında Beşiktaşlı "Mühendis Oktay'ın" öldürülmesi hadisesi sonrası İstanbul'daki üç büyük kulübün taraftar liderleri arasında barış yapılır ve tribünlerde barış sağlanır. Bu anlamda 1991 tarihi tribünlerdeki ve maç öncesi yaşanan şiddet olayları açısından bir dönüm noktasıdır. Bu tarihten itibaren yer yer şiddet olayları devam etse dahi organize bir şekilde toplu kavga etme olayları azalmıştır. Yukarıda da değinildiği üzere "91 barışı" bunda çok etkili olurken aynı zamanda 90'ların başlarından itibaren maçların gündüz yerine akşamları oynanmaya başlanması da taraftarların bir mekanda sabahlayıp maç öncesi birbirlerinin semtlerini basması geleneğinin bitmesinde etkili olmuştur (Toklucu, 2001, ss19-31).

İstanbul'un "üç büyüklerine" Anadolu'da şiddet taraftarlığın bir parçası haline gelmiştir. Anadolu'da şehir kimliğini de temsil eden futbol kulüpleri 1960'lı ve 70'li yıllarda güçlenmeye başlamıştır. Öyle ki Anadolu şehirleri arasındaki bu maçlarda taraftarlar arasında ciddi kavgalar yaşanmış ve sadece kulüp taraftarları arasında kavgayla sınırlı kalmamış aynı zamanda iki şehrin birbiri arasındaki gerginliğe de dönüşmüştür.

> Anadolu futbolunun sahneye çıktığı 60'lı yılların göze çarpan bir özelliği ise, Anadolu'da kurulan kent takımları arasında oluşmaya başlayan şiddetli rekabetlerin, "kent savaşları" kertesinde taraftar kavgalarına dönüşmesidir. Kırk kişinin öldüğü Kayseri-Sivas, Eskişehir-Bursa ve Kırıkkale-Tarsus İdman Yurdu maçlarında çıkan olaylar bu durumun başlıca örneklerini teşkil etmektedir. Anadolu'da ölümlerle sonuçlanan bu futbol rekabetleri, futbol takımları yoluyla kentsel bir kimliğin savunusu ya da futbolda kentsel taraftarlığın gündeme gelmeye başladığını akla getirmektedir (Zelyurt, 2014, s.239).

Özellikle İstanbul hegemonyasına karşı kazandığı şampiyonluklarla "Anadolu'nun sesi" olan Trabzonspor taraftarı, Marmara bölgesinin ateşli taraftarları olan Kocaeli, Bursa,

Sakarya taraftarları, önemli bir futbol geleneğine sahip olan Eskişehir, diğer kulüp taraftarlarının deplasmana giderken çekindiği şehirlerden önde gelenleridir. Deplasmana gitmek taraftarlık açısından bir eşik atlamaktır belki de. Taraftarlığın en tutkulu ve cefakarca yaşandığı yerlerdir deplasmanlar. Can Kozanoğlu (2020) deplasman ruhu diye tanımladığı ruhu şu şekilde ifade eder: "*Bir şeyi çok ama çok sevdiğinizi hissettiğiniz anda, kalbinizin altından elektriklenme, kaşınma, ürperme karışımı bir dalgacık geçiverir ya, deplasman ruhunun fiziksel ifadesi o dalgacıktır işte. Takımınızı çok ama çok sevdiğinizi hissedersiniz"*(Kozanoğlu, 2020, s.97). Kozanoğlu'nun bahsettiği üzere arabalarla ve trende başka şehre deplasmana gitmenin kulübe ve dahil olunan taraftar topluluğuna aidiyeti artırıcı çok güçlü bir etkisi vardır.

Türkiye'deki taraftar örgütlenmeleri geç 90'lar ve 2000'li yılların başlarında kurumsallaşmaya başlar. Beşiktaş'ın taraftar grubu olan Çarşı grubu 1980'li yılların başlarından beri faaliyet gösterse de Beşiktaş'ın da taraftar dernekleri 2000'li yılların başlarında kurulmuştur. Taraftar grupları (UltrAslan, Çarşı, Genç Fenerbahçeliler) kısa zamanda hızlıca yayılmış ve çok sayıda üyeye ulaşmıştır (Tepeköylü, 2016, s.386). Özellikle 2001 yılında kurulan Galatasaray'ın UltrAslan grubu bu gruplar arasında tabana en hızlı yayılan ve en çok taraftara ulaşan grup olma özelliğinde. Ayrıca UltrAslan 2001 yılında ortaya çıktıktan sonra kendi manifestosunu yayınlayan ilk taraftar grubudur. Yayınladıkları manifestoda endüstriyel futbolun ortaya çıkardığı uygulamalara da dikkat çeken UltrAslan bu konudaki tepkilerini ve taleplerini de dile getirmiştir:

> Bilet fiyatları, Türkiye koşulları göz önüne alınarak saptanmalı, açık tribün biletleri her zaman ucuz tutulmalıdır. Futbolun sadece varlıklı insanların seyredebileceği bir etkinliğe doğru sürükleyen pahalı bilet uygulamalarına son verilmeli ve bu sporun halkın tek eğlencesi olduğu unutulmamalıdır… Tüm lig maçları, tüm sezon boyunca aynı gün ve aynı zamanda oynanmalıdır. Tüketimin yaygınlaştırılması amacıyla naklen yayın şirketlerinin öngördüğü sistem değiştirilmeli ve eski günlerde olduğu gibi futbolun zevki ve heyecanı sıradanlaştırılmadan, en üst düzeyde keyifle yaşanmalıdır (Toklucu, 2001, s.51).

Manifestodan da görüleceği üzere UltrAslan pahalı bilet, naklen yayın sistemi ve forma reklamı gibi konularda endüstriyelleşen futbola dair tepkisini ve eleştirilerini ortaya koymuştur. Seyirci profilinin değişmesi ve dar gelir gruplarının tribünlerden uzaklaşmaya başlaması da bu dönemlerde dile getirilmeye başlanmıştır. Özellikle 90'lı yılların ortalarından itibaren kombine bilet uygulamasının başlaması kombine bilet alacak maddi imkanı olmayan taraftarlar açısından zorlayıcı olmuştur. Taraftarların bazı durumlarda endüstriyel futbolun uygulamalarına sadece bildiri ve sözlü bir şekilde değil somut anlamda tavır göstererek de karşı koydukları durumlar olmuştur. Bunun en net örneği Türkiye'de son on yıldır uygulanan e-bilet sistemi olmuştur. Bu uygulamaya geçildiği dönemde taraftarlar uygulamayı tribünlerde güvenlik önlemlerinin artırılması, devletin taraftarların bilgilerini kaydetmesi ve fişlemesi olarak değerlendirmiş ve birkaç sezon boyunca tribünlerde e-bilet uygulamasına karşı tepkilerden ötürü tribünler boş kalmıştır. Öyle ki boykot sebebiyle 2016-2017 sezonunda dört büyükler olarak adlandırılan Galatasaray-Fenerbahçe-Beşiktaş ve Trabzonspor'un sezon boyunca seyirci ortalaması toplam stat kapasitesinin yalnızca yüzde kırk beş oranında kalmıştır. (Ogut, 2019, s.1).

İstanbul'daki örneklere benzer bir şekilde Anadolu'nun birçok yerinde de birçok taraftar grubu ve taraftar dernekleri ortaya çıkmış ve kendi isimleri ve pankartlarıyla tribünlerde takımlarını desteklemişlerdir. Taraftarlar aynı zamanda kendi isimlerinin basılı olduğu ürünlerini, kıyafetlerini, atkılarını üretmiş ve satmışlardır. Bu anlamda, kulübün kendisi kadar olmasa da kulüpten sonra akla gelen ilk figür olmuşlardır. Günümüzde futbol sektörü; medya, yöneticiler sponsorluk firmaları kadar öne çıkmış taraftar grupları için de bir gelir kaynağıdır. Kulüplerin yanı sıra taraftar grupları da birer marka haline gelmişler ve grubun mensuplarına yönelik ürünlerin pazarlandığı yeni bir süreç başlamıştır. Bu markalar bazen kulübün isminin dahi önüne geçebilmiştir (Talimciler, 2010, s.163).

Taraftar grupları her ne kadar kendileri için bir gelir kaynağı oluştursalar da, bu gruplar endüstriyel futbolun müşterileştirmeye çalıştığı kitlelerin dışında yer alan, endüstriyel futbol sistemi açısından "huzursuzluk" yaratan, yer yer meşale yakan ve stadyumlarda uysallaştırılamayan topluluklar olmuşlardır. Bu anlamda "tribüncü" olarak tanımlanan taraftar grupları ile geniş futbolsever kitlelerini tüketici ve seyirci haline getiren

endüstriyel futbol arasında bir gerilimden bahsedebiliriz. Futbolun gelişim seyrine bakıldığında, taraftarlık ile endüstriyel futbolun birbirinden bağımsız gelişmediği ve aynı zamanda birbirlerine arasında bir karşıtlık olduğu görülecektir. Aydın, Hatipoğlu ve Ceyhan, (2008, s.294) ise taraftarlık kimliği ile endüstriyel futbol para merkezci anlayışı arasında bir gerilim olduğu tespitini yaparlar.

Avrupa'daki örneklerine kıyasla, sosyal, politik ve mezhepsel kimliklerin bir yansıması olmasalar da Türkiye'deki futbol ve taraftarlık geleneğinin hiç de apolitik olduğu söylenemez. Özellikle milli takım maçlarında ve Türk kulüplerinin Avrupalı takımlarla maçları söz konusu olduğunda, Türkiye'de futbol milliyetçi söylemlerin ve temsillerin güçlü bir şekilde yer bulduğu bir alan olmuştur. Bu bakımdan, Türkiye'de iktidarlar ve özellikle 12 Eylül rejimi futbola ve taraftarlara ayrı bir önem atfetmiştir. Tanıl Bora ve Necmi Erdoğan'a göre Türk milli kimliğinin Türk milli futboluna yansımasının belki de en berrak görünümü Batı'ya karşı bakışta ortaya çıkar. Batı'ya kendini kanıtlama kaygısı, Batı tarafından kabul görme isteği Türk futbolunun bariz bir "milli" karakteristiğidir (Bora ve Erdoğan. 2020, s.233). Bu batıya karşı milli kimlikle iç içe geçme hali Türk kulüplerinin Avrupa maçlarında "Avrupa Avrupa duy sesimizi" şeklindeki tezahüratla da sık sık ortaya çıkar. Bu anlamda, Avrupa'daki örnekleri gibi mezhepsel ve sınıfsal fay hatları olmasa da, Türkiye'de de futbol (özellikle milliyetçilik anlamına) oldukça politiktir. Buna ek olarak, futbol Türkiye'de milli kimliğin inşasında da çok kilit bir rol oynar. Cumhuriyet öncesinden İttihat ve Terakki iktidarı döneminden itibaren siyasi iktidarlar futbola hep yakın ilgi duymuşlardır. Hatta bazı gerilimli sorunları çözmek için futbola da bazı misyonlar yüklenmiştir. Bu girişimlerin tipik bir örneği 1950'lerden itibaren Türkiye'de önemli bir dış politika konusu olan Kıbrıs meselesidir. Eski futbolcuları göndererek kurdurulan futbol takımları aracılığıyla "Yavru vatan" ile "Anavatan" arasındaki bağlar güçlendirilmeye çalışılır. Bu girişimin bir başka örneği ise başta Diyarbakırspor olmak üzere Güneydoğu takımlarına destek sağlanarak, Kürt meselesine çözüm aranmasında ortaya çıkar. Aynı zamanda Türkiye'de son 50 yılda çok ciddi anlamda bir köyden kente göç akını yaşanmıştır. Bu hızlı yaşanan toplumsal değişim kentin yeni sakinlerinin bazı kimlik krizleri yaşamasına da yol açmıştır. Bu anlamda, "*köylerden kentlere akan kitlelerin yaşadıkları kimlik krizi başta olmak üzere göğüslemek zorunda oldukları sorunların hafifletilmesinde, bir takımın taraftarı olmak kayda değer bir işlev görecektir"* (Gökaçtı, 2008, s.14).

Futbolun hayatın diğer alanlarıyla iç içe olduğu ve yeşil sahaların dışındaki hayatın futbolun diline yansıdığı çok sık görülen bir durumdur. Dolayısıyla, ülkeler arasındaki gerilimde ülkelerin milli maçlarında sahalara yansımıştır. Türkiye ve Yunanistan karşılaşmaları bunun en bariz örneğidir. İki ülkenin milli takımları ve kulüp takımları genelde karşılaştırılmamaya dikkat edilse de karşılaşmalar bir futbol maçından çok daha büyük bir anlam ifade etmiş, adeta "düşman ülkeyle" karşılaşılmıştır. Örneğin 1968 yılında Fenerbahçe ile Yunanistan'ın AEK takımı Kıbrıs bunalımının ertesinde karşılaşmış ve maça iki tarafın basını ve taraftarları tarafından da futboldan çok daha öten anlamlar yüklenmiştir. Tanıl Bora ve Necmi Erdoğan (2020) iki takımın İstanbul'daki rövanş karşılaşmasını şu şekilde betimler: "*Türk basını "Kıbrıs'ın hıncının Yunan takımından alınacağı" yorumunu yaparken Yunan basınında şunlar yazılmaktadır: Bizans –yani İstanbul- iki başlı kartal armasıyla yüzyıllarca dünyaya egemen olmuştu. Şimdi,AEK kendi kartal armasıyla Bizans efsanesine yeni bir sayfa ekleyecek"* (Bora ve Erdoğan, 2020, s.226). Her ne kadar son zamanlarda Türkiye'deki tribünlerde son zamanlarda sol eğilimlerin de yer aldığı görülse de, Türkiye'nin dış konjonktürüne ve iç siyasetine bağlı olarak yükselen ve alçalan dozda baskın eğilim milliyetçilik olmuştur.

Endüstriyel futbol bir yandan taraftarları uysallaştırırken ve futbolu daha geniş kitlelere (burada televizyonun rolü büyüktür) pazarlarken, öte yandan yukarıda bahsedilen ultras grupları ve tribüncüleri de statlardan uzaklaştırmaya çalışır. Örneğin meşale yakan, statlara toplu bir şekilde gelen, sürekli tezahürat yapan taraftarlar artık endüstriyel futbolun konforlu stadyumlarında tehlikeli kimselerdir. Öyle ki Ultras grupları olarak adlandırılan gruplara mensup olan taraftarlar birçok müsabakada stadyuma girme cezası alabilmektedirler. Bunun en son örneği her maç ceza alan ve bu yüzden UEFA'ya tepkilerini dile getiren bir pankart açan Legia Varşova taraftarları olmuştur ("Legia Taraftarlarından UEFA'ya ağır gönderme," t.y.) UEFA oturarak maç izlemeyi teşvik ederken ultras grupları ile arasında bu anlamda bir gerilim vardır. Bu çalışmanın odaklandığı en önemli nokta futbolu endüstriyelleşme ile tribünlerin eski yüzleri arasındaki gerilimi anlamaya çalışmaktır.

3. SPOR SOSYOLOJİSİ VE FUTBOL

Spor içinde yaşadığımız modern dünyanın çok önemli bir kurumudur. Futbol, basketbol, voleybol ve atletizmin tüm branşları da göz önüne alındığında profesyonel olarak icra edenleri ve takipçilerinin çok geniş kitleler olduğu söylenebilir. Bu çalışmanın konusu olan modern futbolun kökeni 150 yıl öncesine dayansa da ilk oynandığı haliyle tarihi milattan öncesine kadar dayanmaktadır (Cenikli, Dalkılıç, Yiğit ve Bozkurt, 2017, s.54) Bu kadar önemli bir kurum olmasına karşın sosyolojinin alt dalı olan spor sosyolojisi ise ancak 1950'ler sonrasında gelişmiştir. Bu anlamda, sosyolojinin diğer alt dallarına göre oldukça yenidir. Beden eğitimciler ve spor sosyologları bu alanda çalışmalar ortaya koymuşlardır. Beden eğitimi araştırmacıları sporun yapılış amacı ve yapılış teknikleri üzerine çalışmalar ortaya koyarken, sosyologlar ise toplumsal yapı ile spor arasındaki ilişkileri, sporu icra eden ve izleyenlerin, sportif etkinliği nasıl görmekte olduklarını, sportif etkinliği toplum içinde ne gibi işlevleri yerine getirdiğini inceler (Talimciler, 2010, s.74). Aynı zamanda spor sosyolojisi spor içindeki insan ilişkilerini, toplumsal cinsiyet, sınıf ve ırk dinamiklerini inceler. Sporun yapılış biçimi ve sportif faaliyetlerin ticarileşmesi ve gösteriye dönüşmesi de spor sosyolojisi incelemelerinde öne çıkan konu başlıklarıdır. Spor kurumsallaştıkça, özellikle de toplumun en üst düzeylerinde amatör ve profesyonel rekabet, kurumsal/emtia modelini yansıtır hale geldi. Spor oyundan çok işe benzer hale gelmiştir. Kontrol odağı oyuncu/katılımcıdan yönetici ve seyirciye kaymıştır. Ahlak ve soyluluğun yerini gösteri ve eğlence aldı. Oyunun yerini gösteri aldı. (Stone'dan Akt. Frey, Eitzen, 1991, s.508) Özellikle spor profesyonelleştikçe ve bir gösteri haline dönüştükçe, sporu yapanlara ek olarak sporu izleyenler de (örn; futbol taraftarları) spor sosyolojisinin bir konusu haline gelmişlerdir. *"Spor sosyolojisi, diğer bilim dallarıyla işbirliği yaparak sporda sosyal yapılar ve sosyal davranışlar ile sporun sosyal etkilerini araştırır"* (Voight'tan Akt. Talimciler, 2010).

Almanya sporda gelişmiş bir ülke olarak bu alanda da ilk öncü eserleri ortaya koymuştur. H. Reisse'im 1921'de yayınlanan Soziologie des Sports adlı eseri bu alanın ilk eseri denilebilir. Spor ve oyun alanında Hollandalı tarihçi Johan Huiziga'nın Homo Ludens (Oynayan İnsan) adlı eseri 1938 yılında yayımlanmıştır. Spor sosyolojisi

alanındaki en önemli gelişmelerden birisi de 1960'lı yıllarda yaşanmıştır. Spor sosyolojisi alanında çalışan sosyologların bir araya gelerek oluşturdukları International Review of Spor Sociology (Uluslararası Spor Sosyolojisi Dergisi) 1966 yılında yayın hayatına başlamış ve alanın gelişmesine büyük katkıda bulunmuştur (Talimciler, 2010, s.75). Bu tarihten sonrasında spor sosyolojisi alanında yayınlar dönemi başlamıştır. Özellikle insanların boş zamanlarını nasıl değerlendirdiği ve boş zaman aktivitelerinde sporun yeri gibi konular önemli konu başlıkları olmuştur.

Türkiye'de futbol üzerine yapılan çalışmalar da sosyolojinin diğer alt disiplinlerine nazaran oldukça geç tarihlere denk gelir. Bunun en önemli sebeplerinin başında Türkiye'de aydınların ve sosyologların futbola ve futbolun taraftar kitlesine mesafeli yaklaşımıdır denilebilir. Özkan'a (2011, s.8) göre futbol mafyanın kara para aklamak için kullandığı ve popülist siyasetçilerin sıklıkla referans verdiği bir alan olmasından ötürü akademisyenlerin uzun süre pek bulaşmak istemediği bir alan olarak kalmıştır.

Türkiye'de de başlarda spor üzerine yapılan çalışmalar spor tarihçiliği üzerine yoğunlaşmakla beraber futbol üzerine yapılan ilk çalışma ise Can Kozanoğlu'nun 1990 yılında yayımlanan "Bu Maçı Alıcaz" isimli çalışması Türkiye'de futbol taraftarlığı ve futbolun sosyolojik yanlarına ilişkin yapılan ilk çığır açıcı çalışma olmuştur. Ayrıca bu çalışma ile Türkiye'de ilk kez bir sosyolog futbol üzerine bir çalışma yayınlamıştır (Özkan, 2011). 1990'lı yıllarda İletişim Yayınları ve Tanıl Bora futbolu sosyal bilimlerin ve aydınların ilgi alanı haline getirebilecek bir yayın çıkarmıştır. 17 çeviriden ve 10 telif yazıdan oluşan yayın futbolu akademik dünyanın da ilgi merkezi haline getirmiştir. Farklı ülkelerdeki futbol kültürü, tribün anıları, futbol ve taraftar kimlikleri gibi konuların yer aldığı derleme 1993 yılında yayımlanmış halen önemli bir referans çalışma özelliğini korumaktadır. Bora'ya göre bu dönemlerde okuryazar kesimlerle futbol arasındaki gerilim aşılmaya başlanmıştır;

> Futbol, "aydın" veya okur-yazar muhitlerinde, mahcubiyetle yaşanan bir tutku idi. Son yıllarda, galiba yine "80'den sonra", bu mahcubiyet yavaş yavaş kaybolmaya başladı. "Maç var" türlü bahanelerle gizlenen bir tasa iken; meşru hatta "cenazem var" gibisinden, misilsiz önemde bir gerekçe mertebesine geldi (Bora, 2020, s.11).

Bora'nın da bahsettiği üzere 90'lı yıllar futbolun aydınların ve sosyal bilimcilerin dikkatini çekmeye başladığı yıllar olmuştur. Bunda Türk takımlarının Avrupa maçlarında elde ettiği başarıların ve bu maçlarla beraber ülkede yükselen milli coşkunun etkisinin olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle *Birikim Dergisi* futbol üzerine özel sayılar yayımlamış ve bu sayılarda futbol konusu sosyal bilim perspektifinden ele alınmıştır. Birikim Dergisi'nin 54. ve 55. sayılarında Tanıl Bora ve Necmi Erdoğan'ın yazıları ile futbol ve milliyetçilik konularında yeni bir alan açmıştır. Tanıl Bora "Tanrı Türkü Korusun ve Şampiyon Yapsın" başlıklı makalesi ile futbol ile yükselen milliyetçilik dalgasını ele alırken Necmi Erdoğan'ın aynı sayıda yayımlanan Yaşasın Futbol: Galatasaray'ın Avrupa'yı Fethi başlıklı makalesi akademisyenler arasında tartışmalara sebep olmuştur (Özkan, 2011, s.10).

2000'li yıllarda ise spor sosyolojisi ve futbolu akademik olarak çalışan sosyologların sayısı epey artmıştır. Ahmet Talimciler Futbol ve medya ilişkisi, Sporun ideolojik söylem üretimindeki etkisi ve spor sosyolojisi çalışmaları ile alanın en önde gelen ismi olmuştur. Özgür Dirim Özkan ve Ayhan Dever de futbol kültürü ve spor sosyolojisi üzerine önemli çalışmaları yapan önde gelen sosyologlardan olmuştur. Her ne kadar Beden Eğitimi akademisyenlerinin alanda ağırlığı olsa da 2000'li yıllarda sosyologlar da önemli çalışmalar ortaya koymuşlardır. Özkan'a (2011, s.3) göre ister beden eğitimcilerin ister sosyologların çalışmalarında olsun, spor sosyolojisi çalışmalarında kuramsal tartışmaların eksikliği bariz bir şekilde görülür. Bundan sonraki bölümde spor sosyolojisinde öne çıkan iki zıt yaklaşım olan işlevselci teori ve çatışmacı teori ele alınmaya çalışılacaktır.

3.1 Spor Sosyolojisinde İşlevselci ve Çatışmacı Teori

İşlevselci teori 1929 ekonomik krizi ve 2. Dünya savaşı dönemlerinde sosyoloji çalışmalarında oldukça baskın hale gelmiş bir teoridir. O dönemki hegemonyasını halen koruduğunu söylemek güç, ancak halen oldukça etkili olduğu söylenebilir. Özellikle Amerika ve İngiltere'de büyük ilgi gören teori, dünya genelinde problemlerin oldukça fazla olduğu zamanlarda ortaya çıkmıştır. "*İşlevselci teoride toplumun bir sistem olarak ele aldığını görürüz. Teoriye göre toplum, birbiriyle sürekli bir şekilde ilişki içerisinde bulunan alt sistemlerden oluşan bir bütündür. Toplum, kendisini meydana getiren alt*

sistemlerin toplamından daha fazla bir bütünlüktür" (Dever, 2017, s.98). Bu anlamda işlevselci teoride önemli olan toplumdaki bütünlük ve düzendir. Durkheim'in dayanışma ve toplumsal düzeni kurmaya ilişkin teorisinin etkili olduğu işlevselci teori spor sosyolojisi ve futbola ilişkin çalışmalarda baskın teori olmuştur denilebilir. Spor sosyolojisi çalışmalarında etkili olan yapısal işlevselci yaklaşımın en etkili isimleri ise Talcott Parsons ve Robert Merton olmuştur. Guilanotti, Durkheim'in yurttaşlık ahlakı ve milliyetçiliğin modern toplumun oluşumundaki önemine ilişkin açıklamalarında sporun da milliyetçilikle birlikte organik dayanışmayı güçlendiren iki önemli etkenden birisi olduğunu iddia eder (Guilianotti'den Akt. Çakır, 2014). Modern toplumlarda geniş kitlelerin takip ettiği uluslararası organizasyonlarda (Örn; Dünya Kupası ve Olimpiyat Oyunları) sporun toplum içerisindeki dayanışmayı ve birlikteliği artıran rolü büyüktür. Örneğin Milli Futbol Takımlarının karşılaşması birçok ülkede farklı ideolojik görüşten ve kimlikten insanların aynı hedef ve takım üzerinde birleştiği spor organizasyonları olmuştur. Bu anlamda, yukarıda da bahsettiğim üzere futbol ile milliyetçiliğin iç içe geçen ilişkisi bu tip organizasyonlarda toplumdaki dayanışmanın ve ortak bilincin yükselmesi şeklinde ortaya çıkabilmektedir.

Günümüz spor sosyolojisi çalışmaları Durkheim'in yaklaşımını modern sporun dini ritüel ile benzerliğini açıklamak ve anlamak amacıyla kullanmaktadır. "*Sporun karmaşık yapısı ve ilişkileri içerisindeki karşıt görüş ve kimliklerin sosyal düzeni sarsma potansiyeline karşılık işlevselci analizlerin çözüm önerilerine işaret etmek için Talcott Parsons ve Merton'un çalışmalarını kaynak almaktadır*" (Çakır, 2014, s.211). İşlevselcilik teorisinde toplumun devamlılığı ve toplumu birbirine bağlayan değerler önemlidir ve bu değerlere atıfta bulunulur. İşlevselci teoriye göre spor değerler sistemini güçlendiren bir sosyal kurumdur. "*Spor, toplumdaki birtakım ortak değerleri ön plana çıkartarak, toplumun sorunsuz bir şekilde devamına katkıda bulunmakta ve bu sayede toplumsal düzen devam etmektedir"* (Dever, 2017, s.106). Özellikle spor üzerinden vatandaşlara uygulanan beden terbiyesinin toplum düzeni sağlamada önemli bir işlevi vardır. Yiğit Akın'a göre Osmanlı ve erken dönem Cumhuriyet'in beden terbiyesi ve spor politikası üç sacayağı üzerinde yükselir;

> Salgın hastalıklar ve açlık gibi çeşitli sebeplerden dolayı bozulmuş olan sağlığının en kısa yoldan düzeltilmesi, bütün toplumun özellikle de genç

> nüfusun, iki savaş arası dönemde varlığını her zaman hissettiren savaş tehlikesine karşı fiziki yeteneklerle donatılması, son olarak da gençlik arasında giderek bozulduğu düşünülen ahlaki normların korunmasına yönelik yoğun bir moral regülasyon çabası (Akın, 2005, s.57).

Akın'ın bahsettiği üzere, cumhuriyet döneminde spor, sağlıklı ve ahlaki değerleri yüksek vatandaş idealinin bir parçası ve aracı olmuş ve bu yönde politikalar uygulanmıştır. Nazi Almanya'sında da spor siyasetin önemli bir parçası olmuş ve Alman halkının daha güçlü olabilmek için spora yönelmesi teşvik edilmiş, hayatta kalabilmek ve başarılı olabilmek için güçlü olunması gerektiğine yönelik bir algı oluşturulmuştur (Çakı, 2019). Bu anlamda işlevselci teoride bahsedildiği üzere, toplumun devamı ve düzeni için sporun bir araç olarak kullanıldığı ve teşvik edildiğini görüyoruz. Sadece bireysel anlamda değil çok sık bahsedilen "milli birlik" duygusunun pekiştirilmesi için de sporun işlevsel bir etkisi olmuştur. Buna karşılık işlevselci teori spordaki eşitsizlikleri ve ayrımcılıkları çözümlemede yetersiz kalmıştır. Örneğin işlevselciler toplumu bir bütün olarak kabul ederken sporun herkes için faydalı olduğu görüşü teorinin zayıf tarafıdır.. Bu anlamda sporun herkese eşit fayda sağladığı görüşü buna karşılık bazı kesimlerin spordan fayda sağlamak konusunda dezavantajlı olması teorinin eleştirilen tarafıdır. Sporun birleştirici yanı kadar spordaki eşitsizlikler ve ortaya çıkan gerilimler de önemli araştırma konularıdır.

Çatışma teorisi, işlevselci teorinin eleştirisi olarak ortaya çıkmıştır. Sosyoloji tarihinde uzun bir geçmişe sahip olan teori işlevselci teori ile beraber en fazla ilgi gören teori olmuştur. İşlevselci teori toplumdaki düzen, dayanışma ve devamlılığa, toplumdaki statik yapıları incelerken, çatışmacı teori sosyal değişimi inceler. Bu anlamda işlevselci teori oldukça muhafazakar kalırken, bunun aksine, çatışmacı teori toplumdaki değişime odaklanır. Bu anlamda araştırma konuları itibariyle tam zıt konumda yer alırlar denilebilir. Çatışma teorisi Marx'ın ve Weber'in düşüncelerine bağlı olarak ortaya çıkmıştır. "*Marx'a göre değişimin kaynağı çatışmadır" (*Dever, 2017, s.117). Bu perspektiften yola çıkan sosyologlar, sosyal sınıf, ırk, etnik köken, cinsiyet ve yaş gibi faktörlerin eşit olmayan para, güç, eğitim ve sosyal prestij dağılımıyla nasıl bağlantılı olduğunu araştırıyor. Bir çatışma analizi, sosyal yapının bir bütün olarak toplumun işleyişini desteklemekten ziyade bazı insanlara yarar sağlarken diğerlerini mahrum

bıraktığına işaret etmektedir (Macionis and Plummer, 2005, s.26). Bu anlamda Marksist düşünürler sporu ele alırken toplumdaki eşitsizliklere ve aynı zamanda sporun kapitalistlerin bir aracı olarak nasıl kullanıldığına dikkat çekerler. Marx'ın yaşadığı dönem itibariyle sporla alakalı doğrudan bir görüşü olmasa da din için kullandığı "afyon" tespiti spor için de Marksist düşünürler tarafından yapılmıştır. Emrence'ye (2005) göre Marksist düşünürler sporun iki temel misyonuna işaret ederler: "*1- İşçi sınıfına sömürüyü unutturma 2- Topluma egemenlerin değerlerini empoze etme" (*Emrence, 2005, s.94). Özellikle futbol yoluyla kapitalist sistemin eşitsizlikleri artırdığı dünyada, kitlelerin gündelik hayatlarında bir neşe kaynağı bulmaları aynı zamanda bir *false consciounnes* (yanlış bilinç) edindikleri sıkça yapılan bir yorumdur (s.95). İşlevselci teorinin toplumdaki kardeşlik, dayanışma duygularını artırdığı için olumlu anlam yüklediği Olimpiyatlar gibi organizasyonlara yapısalcı Marksistler devletlerin güçlerini sergilediği bir güç gösterisi olarak yorumlarlar (s.97). Bu anlamda yapısalcı Marksistlere göre bu tip organizasyonların sistemin devamlılığını sağlayan ideolojik bir rolleri vardır. Yapısalcı Marksistlerin spor çalışmalarına yaptıkları katkılar üç maddede özetlenebilir; Birinci olarak, spor içinde bulunduğumuz dünyada ideolojik bir rol oynamaktadır ve kapitalist sistemin devamlılığına katkıda bulunmaktadır. İkincisi, spor, sistem dışı bir anomali olmanın aksine, kapitalist iş organizasyonunun önemli ve aktif bir parçasıdır. Son olarak modern ulus devletin meşruiyetinin inşasında spor çok önemli bir rol oynamaktadır (Emrence, 2005, s.96). Bunlara ek olarak, her ne kadar futbol dikey sosyal hareketliliğe imkan verse de bunu gerçekleştiren futbolcu sayısının az olduğunu söylemek gerekir. Örneğin birçok oyuncunun hayali yurtdışında büyük kulüplerde oynamak olsa da bunu son zamanlarda Arda Güler, Arda Turan ve Burak Yılmaz gibi az sayıda oyuncu dışında yapabilen çok fazla futbolcu olmamıştır.

İşlevselcilik ve çatışma teorisine ek olarak bazı spor sosyologları kültürel çalışmalar perspektifini benimsemiştir.Bu perspektiften bakıldığında, hem işlevsel hem de çatışma perspektifleri deterministtir, yani sosyal değişimde insani failliğini göz ardı etme eğilimindedirler. Ayrıca her iki teorik bakış açısı da hatalı kabul edilir çünkü sporun kültürel bir ifade olarak görüldüğü kültürel zorunlulukların önemini göz ardı edilir. Bu görüşe göre spor, gelişimsel öneme sahip olan sosyal olarak inşa edilmiş bir alandır (Frey and Eitzen, 1991, s.505). Kültürel çalışmalar okuluna göre spor sadece altyapı tarafından belirlenen bir üst yapı kurumu değil, altyapıdan özerk bir kültürel formdur.

3.2 Tüketim Toplumu ve Futbol

Futbolun endüstriyelleşme serüvenini dünyanın genel ekonomik ve politik dönüşümünden bağımsız okumak mümkün değildir. 1980 sonrası Türkiye'yi ve tüm dünyayı etkileyen neoliberal dönüşüm futbol dünyasında da hissedilmiştir. Özellikle medya ve televizyon bu dönüşümün önemli bir ayağını oluşturmuştur. Türkiye örnekliğine baktığımızda ise futbolun popülerleşmesi aynı zamanda 12 Eylül rejimi tarafından da desteklenmiştir. 12 Eylül 1980 darbesinin ardından tüm toplumu düzen ve intizam içerisine yerleştirme, gençleri siyasi şiddet olaylarından uzaklaştırmak için futboldan yararlanılmıştır. "*Bunun için ülkenin hemen her yerinde futbol sahalarının yapımının hızlandırılması ve yöre takımlarının desteklenmesi sağlanmıştır"* (Talimciler, 2005, s.148). Bu anlamda, futbol 12 Eylül rejimi açısından gençleri apolitize edebilmek için kullanışlı bir araç olmuştur. Bu dönemde futbol politik kimlerin yerine geçmiş ve geniş kitleler açısından yeni bir kimlik edinme alanı olmuştur. 24 Ocak kararları ile başlayan ve 12 Eylül sonrası Özal dönemi ile devam eden neoliberal dönüşüm sürecinde muhalif siyasal tepkileri törpülenmesi gerekirken futbol burada kilit bir rol oynayarak araçsallaştırılıyordu. Futbolun bu dönemde Althusser'in kullandığı anlamda devletin ideolojik aygıtlarından kültürel DİA olarak işlev gördüğü söylenebilir. (Zelyurt, 2019, s.91) Aynı zamanda 1980 sonrasından bugüne kadar olan geçen süreç içerisinde Türkiye'de futbol tüketim toplumunda önemli bir metalaşan bir sektör haline dönüşüyordu. Futbol artık medya sektörüyle, reklamlarda sık sık görülen yıldız futbolcularıyla ve şirketleşen ve borsaya açılan futbol kulüpleriyle tüketim toplumunun önemli bir kültür endüstrisi haline gelmiştir. Sadece Türkiye'de değil Avrupa'da da futbol tüketim kültürünün önemli bir parçası olmuştur. Baudrillard (2024) *Tüketim Toplumu* kitabında Avrupa'da insanların tarihsel süreç içerisinde değişen yaşam tarzlarını şu şekilde ifade eder; "*Sıfırdan başlayan adamın ve kurucuların, öncülerin, kaşiflerin ve sömürgelerde yaşayan Avrupalının örnek niteliğindeki yaşamları yerlerini sinema, spor ve oyun yıldızlarının, birtakım yaldızlı prenslerin ya da uluslar arası feodallerin yani kısaca büyük savurganların yaşamlarına bıraktı*" (Baudrillard, 2024, s.45). Burada Baudrillard'ın Avrupalıya ilişkin verdiği örnek küresel ölçekte futbol dünyası için de geçerlidir. Türkiye'de ve diğer ülkelerde yıldız futbolcular çok bilinen markaların reklamlarında oynayarak takipçilerini ve hayranlarını tüketim ekonomisine teşvik etmektedirler. Aynı zamanda kulüpler de taraftarlarını kendi mağazalarından

(örneğin Türkiye'de neredeyse bütün süper lig kulüplerinin kendi store mağazaları vardır) ürünlerini almaya teşvik ederek ekonomik olarak kendilerini güçlendirmeye çalışırlar. "*Galbraith firmaları şu malları ya da hizmetleri üretirken aynı zamanda o malları ve hizmetleri kabul ettirmeye uygun tüm telkin araçlarını üretirler ve dolayısıyla onlara tekabül eden üretirler der"* (Baudrillard, 2024, s.85). Baudrillard'a göre toplumun dili tüketimin dilidir, "*bireysel ihtiyaçlar ve hazlar bu dile bağlı olarak sözden ibarettir.. Birey etkin bir şekilde kendini tüketmeye hasretmelidir, aksi takdirde toplum dışı kalma tehlikesiyle karşı karşıya kalır"* (Değer, 2019, s.22).

Bunlara ilaveten postmodern dönemde tüketim yaş, etnik kimlik ve cinsiyet üzerinden önemli bir kimlik göstergesi haline gelmiştir. "*Bu dönemde alışveriş merkezlerinde gerçekleşen tüketim pratikleri, modern dönemde olduğu gibi sadece temel ihtiyaçların (yeme, içme,barınma) giderilmesini hedefleyen faaliyetler bütünü olmaktan çıkmış ve postmodernizmin göstergeleri haline dönüşmüştür" (*Hatipler, 2017, s.36*).*

Artık futbolun mabetleri olan stadyumlar da günümüzün postmodern tüketim alışkanlıklarına uygun bir şekilde kurgulanmıştır. Örneğin günümüzde inşa edilen modern stadyumlar da alışveriş merkezlerini andırırcasına kafeleri ve yeme,içme mekanlarını barındıran futbolun oynandığı mekandan öte birer tüketim merkezleri haline gelmişlerdir. Bauman'a (2015, s.225) göre tüketim toplumunda tüketim çarkının döndürülebilmesi için satın alma heyecanının diri tutulması gerekir ve reklamlar bu hevesi diri tutmanın etkili bir aracıdır. Günümüz futbol dünyasında da reklam adeta oyunun bir parçası haline gelmiştir. Maç öncesi, devre arası, maç sırasında, sahanın içerisindeki reklam panolarında oyunun izlendiği her anda reklam bu tüketim sisteminin önemli bir ayağıdır. Son dönemlerde futbolcuların maç sırasında giydikleri formalar ve şortlar da reklam panosunu andırır bir şekilde dizayn edilmektedir. Tüketim kültürü kavramı kapitalist sistemde meta üretiminin genişlemesine dayanmaktadır. "*Featherstone, bu durumun eşitçilik ve bireysel özgürlüğü getirdiği gerekçesiyle destek gördüğünü fakat toplumsal ilişkilerden uzaklaştırdığı ve tüketim faaliyetlerini daha da ön plana çıkardığı gerekçesiyle eleştirildiğini belirtmektedir"* (Değer, 2019, s.36).

Tüketim toplumuna geçiş aslında tüm dünya genelinde gerçekleşen ekonomideki üretim-tüketim sisteminin değişimidir. 19. yüzyıldan sonra iyiden iyiye yerleşikleşen ve

1970'lere kadar devam eden sosyal refah devletinin düzenleyici ve kontrol edici rolünün olduğu ve ulus devlet merkezli örgütsel yapılanmanın olduğu ekonomik sistem fordizm olarak kavramsallaştırılmıştır. Gramsci'ye göre fordizm, kapitalist medeniyette yeni bir dönemi başlatmıştır.

> Planlı ekonomiye geçişe damgasını vurmuştur. Ama yalnızca üretim planlanmamış aynı zamanda bireyi de planlanmıştır. Fordizm fabrikanın kapısının önünde durmamış, evi ve işçinin hayatının en özel ve mahrem alanlarını işgal etmiştir. Amaç yeni bir işçi ve insan tipi yaratmaktır. Fordizm, montaj hattı demekti; ama aynı zamanda içki yasağı ve püritanizm, işçinin çalışma hayatının yanı sıra, cinsel ve ailevi hayatını da düzenleme girişimi anlamına gelmiştir (Arık, 2004, s.46).

Bu anlamda fordizm planlı ekonominin, refah devletinin modernitenin üretim biçimidir denilebilir. Ancak 20. yüzyılın sonlarına doğru refah devletinin krizi ile beraber ciddi bir zihniyet değişimi meydana gelmiştir. İç pazarın doygunluğa ulaşması ve 1970 petrol krizi gibi önemli ekonomik darboğazlar kapitalizmin üretim ve tüketim rejiminde ciddi bir değişime yol açmıştır. Bu dönemde devletin piyasaya olan müdahalesinin azaltılması, çok uluslu şirketlerin global ölçekte genişlemesi ve üretimde ve tüketimde yeni bir esnek yapılanma bu döneme damgasını vurmuştur. Bu anlamda "*kitlesel pazarlama ve kitlesel standart üretimin yapıldığı fordist üretim yerini bireysel pazarlama ve bireysel üretimin yapıldığı post-fordist döneme bırakmıştır. Bu aynı zamanda lüks tüketim kalıplarına yönelik talebin, bireyselliğin arttığı bir dönem anlamına geliyordu*" (Arık, 2004, ss.50-51). Post- Fordist dönem artık tüketim yoluyla a bireylerin bir kimlik kazandığı dönemdir. Moderniteyle yükselen büyük anlatılar, ideolojilerin hakimiyetindeki dönem geride kalmış büyük anlatıların çözüldüğü ve birlik ve dayanış ruhu yerine bireyci kimlik ve girişimciliğin ön plana çıktığı postmodern başlamıştır. Bu yeni dönemde toplumların ve bireylerin kendilerini ifade etme şeklinde de önemli bir değişim yaşanmıştır. "*Post-Fordizm, kimliğin toplumsal tabanının temelinde yaşanan bir değişimi de beraberinde getirmektedir. Geçmişte,toplumsal sınıfların, dolayısıyla da bireyin yaşama şeklini "gösteren" temel belirleyici unsur meslek iken, bu dönemde bireyin toplumsal kimliklerinin temelini, serbest zaman etkinlikleri ve tüketim alışkanlıkları oluşturmaktadır"(*Arık, 2004, s.55). Bu dönemden

itibaren özellikle 90'lardan itibaren futbol kitlelerin önemli bir serbest zaman etkinliği haline gelirken, aynı zamanda çok güçlü bir kimlik haline gelmiştir. Medyanın da etkisiyle futbol üzerine daha çok konuşulan bir alan haline gelirken, aynı zamanda metalaşan önemli bir tüketim malzemesi olmuştur.

4. YÖNTEM

4.1 Araştırma Modeli

Belkıs Kümbetoğlu, fenomenolojik araştırmaları, yaşamdaki bir amaca yönelik edinilen deneyimlerin özünün analiz edilmesi ve bu süreçteki anlamların ortaya çıkarılması olarak özetler (Kümbetoğlu, 2020, s.126). Toplumsal olgular sosyal dünyada olaylar, deneyimler, algılar, yönelimler kavramlar ve çeşitli durumların zaman ve mekanda bir örüntü oluşturmasıyla ortaya çıkabilmektedir. Sıradanmış gibi görünen fakat çok da sıradan olmayabilen bu sosyal olguları araştırmak için fenomenolojik araştırma modeli uygun bir zemin hazırlar. Bu araştırmada da birçok insanın aşina olduğu "taraftarlık" olgusu, sıradan bir kavramsallaştırmanın ötesine geçilerek, taraftarların deneyimleri ve anlatıları aracılığıyla daha derin bir şekilde anlaşılmaya ve yorumlanmayaçalışılmıştır. Bu yüzden bu çalışmada fenomenolojik araştırma modeli uygulanmıştır.

Bu araştırma niteliksel araştırma tekniği ile yürütülecektir. Niteliksel araştırma tekniklerinden yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Bununla birlikte stadyumlara gidilerek taraftarların ritüelleri, tezahüratları ve tutumlarına dair de gözlem yapılmış ve bu gözlemlerde notlar tutulmuştur. Araştırmada taraftarların endüstriyel futbola yönelik algıları ve görüşleri anlaşılmaya çalışıldığı için nitel araştırma ve derinlemesine mülakat tekniği tercih edilmiştir. Böke'ye göre *"Nitel araştırmada insanların kendilerinin ve diğerleriyle olan ilişkilerinin incelenmesini sağlayan ve daha çok karşılıklı etkileşim gerektiren stratejiler kullanılmaktadır… Yarı yapılandırılmış görüşmelerde yapılanmış görüşmelerde kullanılan teknikler de kullanılabilmektedir."* (Böke, 2014, s.291). Nitel araştırmalarda verilerin elde edilmesi tekniği, nicel araştırmaların sayısal tekniklerinden farklıdır. Kümbetoğlu nitel araştırmanın nicel araştırmadan farkını açıklarken "*Araştırmacıların hazırladığı kategorilerin ve kendi perspektifiyle hazırladığı soruların seçeneklerini işaretleyen katılımcılardan farklı olarak niteliksel araştırmada, katılımcıların görüşleri, bakış açıları ve cevapları daha uzun ve derinlemesine bulunur"* demiştir (Kümbetoğlu, 2020,s.19). Niceliksel araştırmalarda ulaşılan sayısal verilerin yerine niteliksel araştırmalarda sosyal fenomenlerin içindeki gömülü anlam çıkarılmaya çalışılır. Bu

anlamda bu araştırmada da taraftarların endüstriyel futbola ilişkin olan bakış açıları, deneyimleri ve tüketim kalıpları önemsendiği için derinlemesine mülakat tekniğinin uygun bir form olacağı düşünülmüştür. McCracken'e göre *"Görüşme metodu nitel çalışmalarda yaygın bir şekilde kullanılmasıyla beraber görüşmeciye görüşülen kişinin zihnindeki anlam dünyasını, perspektifini duygu ve düşüncelerini detaylı bir şekilde kavramaya yönelik fırsatlar verir"*(McCracken'denAkt. Sipahi, 2022). Katılımcılarla yapılan mülakatlardan elde edilen bulgular araştırmanın kuramsal çerçevesini oluşturan kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde tartışılacaktır. Araştırmacıların taraftarlık deneyimlerini nasıl icra ettikleri ve taraftarlıklarını yaşarken kullandıkları tüketim kalıpları yarı yapılandırılmış mülakatlar ile anlaşılmaya çalışılmıştır.

4.2 Araştırmanın Katılımcı Havuzu ve Örnekleme Tekniği

Araştırma, ilerleyen kısımlarda detaylıca açıklanacak biçimde İstanbul'da üç büyük kulüp olan Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve bir semt takımı olan Karagümrük taraftarları ile birlikte yürütülmüştür. Türkiye üzerinde maç gelirleriyle, forma satışlarıyla ve transfer ücretleriyle İstanbul'un üç büyük kulübünün endüstriyelleşen futbola en iyi örnek oluşturulacağı varsayımıyla bu üç büyük kulübün taraftarları örneklem grubunda belirlenmiştir. Türkiye Futbol Federasyonu'nun sitesindeki kulüplerin bir sezon içerisindeki maksimum harcama yapabilme sınırını ifade eden 2023-2024 sezonu harcama limitleri aşağıdaki tabloda paylaşılmıştır (TFF, 26 Haziran 2023). Tabloda görüleceği üzere üç büyük kulüp ile diğer kulüplerin harcama limitleri yani mali kapasiteleri arasında derin bir fark vardır.

Tablo 2. Kulüplerin Harcama Limitleri

2023 / 2024 SEZONU TAKIM HARCAMA LİMİTLERİ

Süper Lig Takımlar*	Takım Harcama Limiti (TL)	% 30 Sapma Dahil Takım Harcama Limiti (TL)
1.GALATASARAY A.Ş.	1.481.993.670	1.926.591.771
2.FENERBAHÇE A.Ş.	1.477.590.736	1.920.867.957
3.BEŞİKTAŞ A.Ş.	824.736.642	1.072.157.634
4.ADANA DEMİRSPOR A.Ş.	290.190.379	377.247.493
5.MEDİPOL BAŞAKŞEHİR FK	334.277.929	434.561.308
6.TRABZONSPOR A.Ş.	992.606.654	1.290.388.651
7.VAVACARS FATİH KARAGÜMRÜK	136.154.052	177.000.267
8.ARABAM.COM KONYASPOR	319.166.302	414.916.193
9.YUKATEL KAYSERİSPOR	242.722.140	315.538.782
10.KASIMPAŞA A.Ş.	117.584.111	152.859.344
11.MKE ANKARAGÜCÜ	395.788.473	514.525.015
12.İSTANBULSPOR A.Ş.	147.927.800	192.306.141
13.FRAPORT TAV ANTALYASPOR	124.888.940	162.355.622
14.DEMİR GRUP SİVASSPOR	156.174.521	203.026.877
15.CORENDON ALANYASPOR	248.392.838	322.910.690
16.GAZİANTEP FUTBOL KULÜBÜ A.Ş.	260.500.613	338.650.796
17.ATAKAŞ HATAYSPOR	332.867.347	432.727.551
18.YILPORT SAMSUNSPOR	196.489.513	255.436.367
19.ÇAYKUR RİZESPOR A.Ş.	196.489.513	255.436.367
20.PENDİKSPOR FUTBOL A.Ş.	196.489.513	255.436.367

Bu üç kulübe ek olarak endüstriyel futbolun farklı bir şekilde etkilediği bir semt kulübü de çalışılmak istenmiştir. Kendi stadyumlarının fiziksel kapasitesi elvermediği için kendi semtlerine çok uzakta Olimpiyat stadında maçlarını oynayan Fatih Karagümrük taraftarları da örnekleme dahil edilmiştir. Çalışmanın örnekleme tekniği ise amaca yönelik örneklem olarak belirlenmiştir. Amaca yönelik örneklemde araştırmacılar çalışmanın amacına ve çalışmaya ilişkin belirli kriterlere uyan katılımcıları belirlerler (Baltacı, 2018, s.263). Bu çalışmada örneklem için belirlenen kriterler aşağıdaki gibidir;

-İstanbul'da yaşayan bir taraftar olmak. İncelenen kulüpler İstanbul kulüpleri oldukları için katılımcıların da İstanbul'da ikamet edenlerden oluşmaları tercih edilmiştir.

-İstanbul'da Galatasaray, Beşiktaş, Fenerbahçe ve Karagümrükspor kulüplerinin taraftarı olmak.

- Düzenli olarak stadyumda desteklenen takımın maçlarına gitmek. Örneğin 2023-2024 sezonunda kombine bilet almış veya daha öncesinde en az bir sezon kombine almış olmak.

-18 yaş üstü erkek taraftar olmak. Araştırmaya başlamadan evvel yapılan pilot gözlemlerde stadyumlarda taraftar gruplarının çok yüksek oranda erkeklerden oluştuğu gözlenmiştir. Bu yüzden araştırmanın örneklem grubunun erkek katılımcılardan oluşturulması tercih edilmiştir.

Bu çalışmada düzenli olarak maçları seyretmeye stadyuma giden 23 taraftar ile yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Katılımcıların hepsi erkeklerden oluşmaktadır. Kartopu tekniği uygulanmasından ötürü mülakat yapılan katılımcılar kendi tanıdığı kişilere yönlendirmiştir. Katılımcıların bir kulübe aidiyet hissetmeleri önemli olduğu için taraftarlığı bir boş zaman aktivitesinin ötesinde bir yaşam tarzı şeklinde yaşayan ve düzenli olarak stadyuma giden taraftarlar araştırma örneklemi içerisinde yer almışlardır. Yaşam tarzına ilişkin sorular sorulması neticesinde örneklem grubu filtrelenerek bu tipteki katılımcılara ulaşılmıştır. Katılımcıların devamlı olarak maçlara giden kişilerden seçilmesi hedeflendiği için tüm katılımcılar bu sezon ya da bir dönem kombine bilet almış devamlı olarak maçlara giden kişilerden seçilmiştir. Amaca yönelik örnekleme tekniğine ek olarak kartopu örnekleme tekniği de kullanılmıştır. Baltacı'ya (2018, s.253) göre kartopu tekniğinde amaç "kişiden kişiye, kişiden de durumlara ulaşarak farklı olguları açıklamaktır.İlk ulaşılan katılımcı aracılığıyla diğer katılımcılara ulaşılmıştır.

Katılımcı havuzunda da bahsedildiği üzere Türkiye'de mali kapasitesi en yüksek olan üç büyük kulübün taraftarları örneklem grubu olarak belirlenmiştir. Ayrıca bu üç büyük kulübün dışında İstanbul'da endüstriyel futbolu başka açılardan tecrübe eden Karagümrükspor taraftarı da bu örneklem grubunun içerisinde yer almıştır. Bu

taraftarlarla yapılan görüşmelerde kulüpleri için yaptıkları harcamalar, endüstriyel futbola bakışları ve taraftar kimliğinin kendileri için ne anlam ifade ettikleri ve endüstriyel futbol ile taraftarlık arasındaki ilişkiye dair sorular sorulmuştur. Bu mülakatlarda katılımcıların isimleri başta olmak üzere tüm kişisel bilgileri gizli tutulmuş, isimlerinin hiçbir yerde kullanılmayacağı kendilerine aktarılmış ve çalışmaya katılmaları için onayları alınmıştır.

4.3 Verilerin Toplanması ve Yorumlanması

Araştırma İstanbul'da 23 katılımcı ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği ile yürütülmüştür. Katılımcılara kartopu tekniği ile ulaşılmıştır. Mülakatlar çoğunlukla katılımcılarla bir kafede buluşularak yapılmıştır. Bazı görüşmeler için ise katılımcıların isteği üzerine katılımcıların çalıştıkları işyerlerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların arasındaki 3 öğrenci ile görüşmeler okudukları üniversitenin kantininde yapılmıştır. Mülakatlarda katılımcılara 26 soru yöneltilmiştir. Katılımcılara şu anki tuttukları takıma nasıl bağlandıkları, taraftarlık aidiyetlerinin hangi sebeplerden ötürü güçlendiği, endüstriyel futbolu nasıl tanımladıkları ve endüstriyel futbol futbolun ruhunu öldürüyor mu yoksa futbolu daha heyecanlı mı kılıyor gibi sorular yöneltilmiştir. Katılımcılara soruları sorduktan sonra araştırmacı olarak katılımcıya hiçbir müdahalede bulunmadan katılımcı hiçbir şekilde yönlendirilmemeye çalışılmıştır. Araştırmacı olarak katılımcıya sadece görüşmenin başında araştırmanın amacına ilişkin bilgilendirme yapılmış ve görüşme için ses kaydı alıp almayacağımın izni istenmiştir. Bunun dışında katılımcıların cevaplarına ve yorumlarına ilişkin herhangi bir müdahalede bulunmamaya çalışılmış ve katılımcılar hiçbir şekilde yönlendirilmemeye çalışılmıştır.

Araştırma boyunca katılımcıların kendi tecrübelerini anlatırken en çok hangi konularda heyecanlandıkları, taraftarlığa dair en çok hangi tecrübelerini önemsedikleri ve destekledikleri takımlarının kendileri için ne ifade ettikleri anlaşılmaya çalışılmıştır. Özellikle görüşmeler boyunca katılımcıların kendilerini ifade ederkenki jest ve mimiklerine de dikkat edilmeye çalışılmıştır. Bu sırada ses kaydı alınırken bu jest ve mimiklere ilişkin notlar da tutulmuştur. Araştırmada varılan bulgular katılımcılardan mülakatlarda elde edilen verilerden çıkarılmıştır. Görüşmeler ağustos 2023 ile mayıs

2024 tarihleri arasında yapılmıştır. Görüşmelere ek olarak dört maçta katılımcı gözlem yapılmıştır. Daha çok maçta gözlem yapılmak istense de endüstriyelleşen futbol ile beraber maç biletleri yüksek fiyatlardan satıldığı için ancak dört maçta gözlem yapılabilmiştir. Maçlarda gözlemlenen tribün ritüellerini ve taraftarların maç boyunca söylediği tezahüratları ve pankartları not edilmeye çalışılmıştır. Özellikle maçta taraftarların sık tekrar ettiği ritüeller ve tezahürat sözlerine maç süresince birbirleriyle olan diyaloglarına odaklanmaya çalışılmıştır. Görüşmelerin hepsi ses kaydına alınmış daha sonra deşifresi yapılmıştır. Görüşmelerde görüşülen kişilerin hepsine anonim isim verilmiş ve etik kuralları gereğince araştırmaya katılan kişilerin gerçek isimlerine yer verilmemiştir. Bu gizlilik katılımcılara da beyan edilmiş ve kendi isimlerinin hiçbir yerde paylaşılmayacağının güvencesi verilmiştir. Katılımcılar olabildiğince uzun yıllardır tribünlerde yer alan ve "tribüncülük" işine çok ciddi anlamda emek veren insanlardan seçilmeye çalışılmıştır. Tüm bunlara ek olarak da bazı maçlardan önce Kadıköy'de, Beşiktaş'ta ve Beyoğlu'nda kendi aralarında toplanan taraftarların taraftarlık pratikleri ve söylemleri anlaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcı profil aşağıdaki tablodaki gibidir;

Tablo 3. Görüşme Listesi

İsim	Yaş	İş	Takım	
G1	33	Beyaz Yakalı- Satın Alma Uzmanı	Fenerbahçe	
G2	35	Beyaz Yakalı- Satış Yöneticisi	Galatasaray	
G3	30	Beyaz Yakalı- Muhasebeci	Galatasaray	
G4	39	Depo Çalışanı	Beşiktaş	
G5	21	Öğrenci	Fenerbahçe	
G6	43	Beyaz Yakalı Çalışan	Fenerbahçe	
G7	20	Öğrenci	Galatasaray	
G8	21	Öğrenci	Galatasaray	
G9	34	Beyaz Yakalı Çalışan	Fenerbahçe	
G10	34	Beyaz Yakalı Çalışan	Beşiktaş	
G11	31	Beyaz Yakalı Çalışan	Fenerbahçe	
G12	47	Kızılay çalışanı	Galatasaray	
G13	44	Beyaz Yakalı Çalışan	Galatasaray	
G14	29	Aşçı	Galatasaray	
G15	26	Avukat	Fenerbahçe	
G16	24	Ticaretle uğraşıyor	Fenerbahçe	
G17	53	Emekli polis memuru	Fenerbahçe	
G18	31	Beyaz Yakalı çalışan	Beşiktaş	
G19	24	İşsiz	Beşiktaş	
G20	55	Müzisyen	Karagümrük	
G21	56	Emekli	Karagümrük	
G22	60	Emekli	Karagümrük	
G23	29	Avukat	Galatasaray	

Katılımcıların yaşları 21 ile 56 arası değişmektedir. Katılımcılardan 3'ü üniversite öğrencisi, 1'i depo çalışanı, 1'i avukat, 1'i satın alma uzmanı, 2'si satış departmanında proje yöneticisi, 1'i muhasebeci, 1'i sponsorluk anlaşmaları departmanında uzman,1'i editör, 1'i kasa memuru, 1'i Kızılay saha çalışanı, 1'i otel müdürü, 1'i aşçı, 1'i de serbest ticaretle geçimini sağlamaktadır.

5. ARAŞTIRMADAN ELDE EDİLEN NİTEL VERİLERİN ANALİZİ VE YORUMLANMASI

Müşteri mi Taraftar mı? İstanbulFutbol Kulüplerinin Taraftarları Üzerine Niteliksel Bir Çalışma başlıklı çalışma 2023 Ağustos ile 2024 Mayıs ayları arasında İstanbul'da yürütülmüştür. Çalışmada 8 Galatasaraylı 8 Fenerbahçeli 4 Beşiktaşlı ve 3 Karagümrüklü toplam 23 taraftarla görüşme yapılmıştır. Görüşmeler tekrar eden bulgulara ulaşılması sebebi ile derinlemesine görüşmeler sonlandırılmıştır. Görüşülen kişilerin yaş aralığı 20 ile 60 arasında değişmektedir.. Görüşmecilerin hepsi İstanbul'da ikamet etmekte ve düzenli olarak destekledikleri kulübün futbol maçlarına stadyuma gitmektedirler. Katılımcılara futbol maçlarına ne zaman gitmeye başladıkları, taraftarlık kimliklerinin nasıl güçlendiği, kulübün taraftara karşı sorumlulukları, taraftarın kulübüne karşı sorumlulukları ve endüstriyel futbol ve taraftarlık konularına ilişkin 26 soru sorulmuştur. Katılımcıların verdiği cevapların herhangi bir yerde kendi isimleriyle yayınlanmayacağı konusunda güvence verilmiş ve ses kaydı alınması için kendilerinden izin alınmıştır.

5.1 Taraftarlık: Aileden ve Semtten Bir Miras

Görüşmeciler büyük bir kısmı destekledikleri takımı babaları ya da bir aile büyükleri sayesinde desteklediklerini söylemiştir. Özellikle çocuklukta ilk gidilen maçın özel bir yeri vardır:

> Bizim ailede herkes Galatasaraylı. Aileden geliyor. Zorlama yok ama ailede herkes Galatasaraylı. Aileden geliyor.Bir dönem Beşiktaşlı oldum. 10 yaşına kadar 95 yılında ben dedemi kaybettim. Dedemi kaybettikten sonra babama şeyi sordum. Dedem hangi takımı destekliyor? O da Beşiktaş'ı tutuyordu ama dedemin Beşiktaş'ı tutmasını severim. Benim dedem Yugoslavya göçmeni olduğu için. O zamanlar Yugoslava'daki tuttuğu takımın renkleri siyah beyaz olduğu için dedem de Türkiye'de Beşiktaş'ı tutmuş. Renklerinden bile. Benim buradaki düşüncem de şu. Dedem öldü. Beşiktaş üzülmesin. Ben dedemin

> yerine Beşiktaş'ı tutuyorum diye ama daha sonra 98 yılından itibaren tekrar Galatasaray'ı tutmaya devam ettim(G2).

> Bizim Galatasaraylımız doğuştan gelen bir şey. Bizim babadan, tabiri caizse doğuştan gelen bir şey. Babadan tabiri caizse babadan gelen. Bir şey benim ailemde, benim hatta sülalemde öyle söyleyeyim. Galatasaray taraftarının dışında bir taraftarlık yoktur. Herkes Galatasaray taraftarı. Babama babasından, babamdan da bana. Şöyle bir laf vardır bizim içinizde. Babadan kalan tek miras diye. Benim için en büyük miras babadan kalan tek miras diye. Benim için en büyük miras babadan kalan Galatasaraylık. Çok şükür. İyi ki böyle bir sevgi. İyi ki beni Galatasaraylı yapmış (G8).

Özellikle Beşiktaşlı taraftarlarda semt sevgisinin ve bu semt sevgisinden kaynaklanan taraftarlığın öne çıktığını görüyoruz. Beşiktaş taraftarları nezdinde Beşiktaşlılık aynı zamanda kendi semt sevgilerinin ve semt kimliklerinin de bir ifadesidir. Tribündeki arkadaşlıklarının aynı zamanda çocukluktan itibaren semt arkadaşlığından geldiğini anlatan G3 babadan oğula aktarılan Beşiktaşlılığı ve Beşiktaş semtinin kendilerinde oluşturduğu kimliği anlatıyor:

> Zaten bizim Beşiktaşlılar çok normal olmuyor. Hiç böyle normal böyle ben Beşiktaşlıyım ama çok fanatik değilim diyen de zor bulursun yani. Beşiktaşlıların hepsi semt takımı olmasından gelen bir şey vardır. Semt takımı olduğu için yani sıfırdan beri orada büyümüşüzdür hepimiz. Hepimiz birbirimizi tanırız. Beşiktaş'ta tribüne gidenler. Hepsi benim 40 senelik arkadaşım. Semte olduğumuz için orada hepimiz abi kardeş. Beraber büyüdük yıllarca. O insanlarla ben 10 yaşında maça gittiğim arkadaşlarımla daha dün yine maça gittim yani (G4).

Beşiktaş gibi Karagümrük taraftarının taraftarlık kimliği de semt kimliği ile iç içe geçmiş durumda. Yaklaşık 100 yıllık bir geçmişe sahip kulübün neredeyse bütün taraftarları Karagümrük semtinde doğup büyümüş ve taraftarlık kimliklerini kendilerinden önce Karagümrük maçlarına giden babalarından ve ağabeylerinden almışlar. Görüşmeler için gittiğim Karagümrük semtinde maçtan öncesinde yaptığım görüşmelerde taraftarlar oldukça sıcak karşılamış, taraftar derneğinin lokalinde içtiğim

çayın hesabını ödemeye çalıştığımda ise "burada misafirsin sana hesap ödetmeyiz" diyerek oldukça sıcak ve misafirperver bir tavır göstermişlerdir. Yaşa dayalı bir hiyerarşinin olduğu Fatih Karagümrük tribünlerinde görüşme talebimizi reddeden genç taraftarlar sebep olarak "ağabeylerimiz buradayken bize konuşmak düşmez anlatılacak bir şey varsa onlar anlatırlar" yanıtını verdiler. Bazı taraftarlar yetişkinlik döneminde iş sahibi olduktan sonra başka semtlere taşınmış olsalar dahi Fatih Karagümrük kulübünü desteklemeye devam etmiş ve halen oturdukları uzak yerlerden maçlara geldiklerini söylemişlerdir. Örneğin çocukluğundan beri Fatih Karagümrük taraftarı olan ve Karagümrük semtinde büyüyen G20 Karagümrük ile alakalı semt kimliği ve taraftar kimliğini kesişiminin çocukluktan geldiğini ve herkesin yaşı ilerlediğinde de bu kimliğe sahip çıktığını anlatıyor:

> Çocukluktan beri Karagümrük taraftarıyım. Bak şimdi şöyle bir şey var burada çoğu insanın evi stadın etrafındaki evlerdedir veya bir arka sokağındadır. Bizim çocukluğumuz duvarın üstünden atlayarak stada girerek maç izlemekle, büyüklerimizi izlemekle, onların peşinden koşmakla geçti. Sonra büyüdük yine gitmeye devam ettik. Burada gençlerin en büyük alışkanlığı yaşlanınca da öyledir Karagümrük maçlarına gitmektir. Bu bir semt kimliğidir (G20).

Taraftarlığı nasıl tanımladığı sorulduğunda ise "hastalık diye ifade eden G20 *"Bak ben Kartal'a taşındım uzun bir zaman önce. Ama her hafta burada maç olduğu için Kartal'dan Fatih'e geliyorum ve buradan toplanıp Olimpiyat Stadı'na gidiyoruz. Her hafta bunu yapıyorum"(G20).*

5.2 Bir Yaşam Biçimi Olarak Taraftarlık

Taraftarlar kendi taraftarlık kimliklerini açıklarken oldukça idealist bir tanım getirmektedirler. Örneğin dine ve mezhebe benzeten taraftarlar olduğu gibi mülakatlarda kendi taraftarlıklarının aslında bir ahlaki duruş ve tavır olduğunu söyleyen taraftarların yorumları oldukça dikkat çekiciydi. Bazı taraftarlar eşiyle evlenmeden evvel kendisinin en büyük aşkının tuttuğu takım olduğunu söylerken bir taraftarın kulüplerin taraftar toplulukların dünyadaki en büyük sivil toplum kuruluşları olduğunu söylemesi taraftar topluluklarının gücü ve etki alanını anlamak açısından oldukça önemliydi.

> Hani maça gittiğim zaman her şeyi unutuyorum. Hiçbir şey umrumda olmuyor. Borcumu unutuyorum. Eşimle kavga etmişsem o gün umrumda değil. Ben zaten evlenirken bunu söyledim. Beşiktaş maçı olduğu gün yokum ben yani. Benimle ilgili plan yapma. Gerçekten. Ya deplasmana gideceğim ya içerideyiz. Beraber de izleriz. Onu da çok götürdüm. Ama sonuçta dediğim gibi benim için bir hayat biçimi yani yaşam biçimi (G4).

> Bence Galatasaray'lılık din gibi, mezhep gibi köklü bir inanış gibi bir şey benim için. Yani işte nasıl insanlar bir dine mensup olurlar..Ona göre nasıl davranmaları gerekiyorsa o şekilde davranırlar . Ben de elimden geldiğince Galatasaray Kulübü'nün kuruluşundan bugüne kadar gelen yapı taşları, mihenk taşları neyse buna bağlı kurallara göre taraftar olmaya çalışıyorum (G2).

> Benim için Beşiktaşlık bir takım tutmaktan ziyade bir üst kimlik gibi. Saçma ama evet öyle bir üst kimlik benim için. Taraftarlık kimliğinin güçlenmesi de konusu da şöyle, ilki tabii büyüklerin seni maça götürüyor olması. Ondan sonra sen Beşiktaş'ı, ben şimdi her sorunu Beşiktaş üzerinden tanımlayacağım kendimi Her sorunu Beşiktaş üzerinden tanımlayacağım kendimi maça gittikten sonra bir Beşiktaş değeri oluşuyor anlatabiliyor muyum? Tribün Beşiktaş semtinin güzelliği ve Beşiktaş'ın şimdiye kadar futbol hayatındaki duruşu. Beşiktaş, Süleyman Sebanın da dediği gibi bir değerler manzumesidir. Ve seni seyirciden çıkartıp taraftar yapan etken odur (G10)

Görüşmecilerden çok önemli bir kısmı taraftarlıklarının kimliklerinin çok önemli bir parçası olduğunu ifade ettiler. Öyle ki taraftarlık sizin için ne ifade etmektedir sorusuna ailesi, eşi ve çocuklarıyla kıyaslayanlar taraftarlar dahi oldu. G13 taraftarlığının kendini tanımlarken nereye oturduğunu şu şekilde açıklamıştır:

> Şöyle, yani Galatasaray benim önceliklerimden. Önce çocuğum, sonra Galatasaray geliyor. Bu ciddi bir öncelik benim için. Yani çok çok çok uzun zamandır hayata dair birçok şeyi planlarken Galatasaray'a göre planlamaya çalışıyorum. Galatasaray'ın maçlarına göre. Sadece futbol değil, basketbol bazen bu olayda var. Ona göre mesela 2007 yılında ben master için Amerika'ya gittim. ama maçlara gidememeye dayanamadığım için bir buçuk senenin

> sonunda orada kalma şansım varken geriye dönmüştüm. Steau Bükreş maçıyla geriye dönmüştüm 2008'de (G13).

G13'ün anlattığına benzer bir şekilde başka bir görüşmecimiz de Fenerbahçe taraftarlığının kendisi için çok önemli olduğunu ve etrafındaki herkesin de kendisini bu kimliği ile bilmesini istediğini söylüyor. Bu taraftarlık duygusunun nasıl bu kadar güçlendiğini sorduğumda ise küçükken yalnız bir çocuk olarak büyümesinin bunda etkili olduğunu ifade ediyor ve bu sayede Fenerbahçelilik kimliğini daha çok benimsediğini söylüyor.

> En önemlisi. Kesinlikle en önemlisi. Beni tanıyan insanların benimle alakalı bilmesini istediğim ilk ve en önemli şey çok iyi bir Fenerbahçe'li olduğumdur. O kadar önemli. Geri kalan hiçbir şeyin o kadar önemi yok…Ben bunu bir kulübe bağlanma meselesini düşündüm Hakikaten düşündüm. Çünkü sonuçta Hiçbir dahlinin olmadığı bir takım. Bütün takımlar için. Kemi tutarsan tut. Senin dahlinin çok sınırlı. En büyük sebebi benceBenim küçüklük yıllarında çok fazla arkadaşım yoktu. Hatta neredeyse hiç arkadaşım yoktu. En ciddi aktivitem, en ciddi işim Fenerbahçe maçlarıyla. Fenerbahçe'nin oynadığı günler. Fenerbahçe kimi alacak, Fenerbahçe kimi şey yapacak (G15).

Görüşmecilere taraftarlığın ne ifade ettiği sorulara en çok verilen cevaplar fedakarlık ve cefakarlık hikayeleriydi. Özellikle kulübün "arması", uğruna en büyük fedakarlık yapılan ve kutsal addedilen bir simge olduğu görüşü birçok görüşmeci tarafından paylaşıldı.

> Şimdi şöyle Fenerbahçe gerçekten de hani bir ruh anladın mı? Hani şöyle bir şey var. ben Fenerbahçeliyim gibi yaşıyorsun hayatta. Hani bir takım tutmuyorum ben. Fenerbahçe bizim için takım değil yani biz de voleybola gideriz futbolda basketbolda geçen sene geçen sene nereye gittik Ampute basketboluna gittik engelli basketbol maçını izlemeye gittik çünkü ne vardı Arma oradaydı Ampute için aynen tekerlekli sandalye Fatih'te Fatih spor salonu var oradaydı. Oradaydı. Tek tribün. Hatta tribünün arka tarafı havuz falan böyle. Ama o arma orada diye gittik (G16).

> Bizim bence kulübe bir yükümlülüğümüz var. Çünkü bizim amacımız futbol değil, basketbol değil, voleybol değil, atıyorum şu topu değil. Bizim amacımız arma. Biz Galatasaray arması var olduğu sürece varız. Bunu yaşatmaya çalışıyoruz. Aynı zamanda taraftarım diyen birisi maça gitmelidir. Hatta şöyle biz yeri geliyor atıyorum U14 maçına gidiyoruz. Ben 20 yaşındayım. Kendimden 6 yaş küçük çocuğa destek oluyorum. Neden? Çünkü o bizim geleceğimiz. Önümüzdeki yıllarda o armayı terletecekler (G8).

5.3 Taraftarlar Arasında Bir Statü: Deplasmana Giden Tribüncü

Taraftarlıkla ilgili kimin gerçek taraftar olduğuna ilişkin katılımcılar arasında görüş ayrılıkların olduğu gözlemlenmiştir. Ancak deplasmana (rakip takımın sahasında oynanan maç) gitmek çoğu taraftar için bir eşiktir. Bu bakımdan aslında taraftarlığın kendi içinde farklı statülere ayrılan bir alan olduğu gözlemlenmiştir. Örneğin deplasmana giden taraftar diğer taraftarlar içerisinde saygı duyulan kişi olabilmektedir. Bu anlamda deplasmana giden taraftar "tribüncüler" arasında önemli bir mertebededir.

> Ben statta takip ediyorum. Deplasmanları eskiden hiç kaçırmazdım. Artık iş gereği, evlilik vesaire biraz daha az gidiyorum. Hiç kaçırmazdın derken hepsine gidiyordum. Yani 4-5 sene hele bir fiil var. Hepsine gitmişimdir. Yani özellikle kendi işimi yaptığım bir dönem var. Beşiktaş'ta spor solumunu aldı benim. O dönem rahattım tabii. Hafta sonu kafama göre ortağım duruyordu. Ne deplasman olursa biniyorduk otobüslerimize. Yine gidiyoruz. Geçen senede birkaç taneye gittim. Antep, Kayseri, Ankara, Van. Yani gitmediğim şehir azdır Beşiktaş'la. Konya, Kayseri, İç Anadolu'da öyle gittim. Güney'de Mersin, Hatay. En son bizim arkadaşlar gittiler ben gitmedim. Hakkari'ye voleybol maçına gittiler. Oraya giden bizim yönetimden birileri şok olmuş şok olmuş demişler sizin burada ne işiniz var ve 4-5 metre de kar var ta Hakkari yani bir de uzağında bırakmışlar otobüsü oradan yürümüşler manyaklık işte (G4).

> Deplasmana gidiyoruz işte hepsine gidiyoruz..Taraftarlık böyle bir şey işte. Yani deplasmana gitmeyen adamı biz taraftar olarak kabul etmiyoruz ki. Bir sezonda 18 deplasman maçı oluyor mesela bazen işimize denk geldiği zaman gidemiyoruz. Ama orada kemik bir yapı var mesela. 40 kişi var o 40 kişi

> muhakkak gidiyor…Bir de otobüslerle gidiliyor bu deplasman maçlarına. Taraftarı sen uçakla götür getir. O taraftar var ya iki misli bağırır. Gırtlağını yarar. Antalya'ya Antep'e her tarafa otobüsle gidiliyor. Diyafram kalmaz. Öyle bağırırız. Her yere. Uçakla giden yok. Şu an daha yeni yeni böyle tribün içinde ufaklı, irili böyle işte. Mesela birileri her zaman ben maçlara gidiyorum diyor ama bence deplasmana gelmeyen adam tribüncüm demesin (G12).

Çok uzun zamandır Galatasaray tribünlerinin içerisinde yer alan G13 ise deplasmana gitmenin çok önemli olduğunu düşünse de taraftarlığın sadece deplasmana gitmeye indirgenemeyeğini söylüyor. Artık deplasmana gitme şartlarının da çok azaldığı için tribüncülerin yapması gereken en önemli şeyin bağırmak olduğunu ve bunun da tribüncülükte bir geriye gidiş olduğunu söylüyor.

> Ben 30 yıldır maçlara gidiyorum ve şimdi benden küçük olan kardeşlerime hep şunu söylüyorum. Artık tribüncü olmak istiyorsanız yapmanız tek şey maçta bağırmak başka yapabileceğiniz hiçbir şey yok. Eskiden deplasmana giderdin. Tribüncülük aslında şudur: Takım nasıl sahada mücadele verip kazanması gerekiyorsa tribün de budur aslında: Tribünde de rakip tribünlere karşı hep galip gelmek zorundasın. Kavgaysa kavga, meşaleyse meşale, taşsa taş. Bağırmaksa bağırmak. Senin elinden bunu aldılar. Bir mücadele kalmadı artık. Neyle mücadele edeceksin? Kadıköy'e deplasmana gidiyorsun. Seni otobüslere dolduruyorlar, otobüsün bir camı kırılırsa otobüsteki herkese 6222'den ceza veriyorlar, kimse bunu göze almaz artık (G13).

Burada "deplasmana gitmek" vurgusunun çok önemli olduğu görülmüştür. Deplasmana gidilmesi rakip takım taraftarıyla karşılaşma alanı olduğu için taraftarlar açısından ayrı bir öneme sahiptir. G13'ün söylediği "rakip takım taraftarına karşı her zaman galip gelmek zorundasın" cümlesinden anlaşılacağı üzere diğer takım taraftarıyla olan karşılaşmalar aslında bir egemenlik mücadelesi olarak ifade edilebilir. Deplasmana giden taraftarların başka şehre gitmesi ve orada o başka şehrin egemenlik alanında kendi kulüplerinin bayraklarıyla ve tezahüratlarıyla var olmaları ev sahibi kulübün egemenlik alanına yapılan bir saldırı ve mücadele olduğundan kendileri için oldukça önem taşımaktadır. Görüşmelerde doğrudan soru olarak yer almasa dahi "deplasmana

gitmek" teması katılımcıların cevaplarında en öne çıkan temalardan birisi olmuştur. Çünkü deplasmana uzun otobüs yolculuklarıyla gidildiği ve başka bir şehrin ya da ezeli rakibin stadına gidildiği için tehlikelidir. Uzun otobüs yolculukları ile gidildiği için de oldukça cefakar bir taraftarlık eylemidir. Deplasmana giden taraftarlar bu deplasman anılarını anlatırken oldukça ve heyecanlı ve gururlu oldukları gözlemlenmiştir. Özellikle futbola ya da amatör branşlarda gidilen maçlar ve deplasmanlar taraftarlardaki birlik ruhunu güçlendiren ve aynı zamandaki taraftarlık kimliğini de güçlendiren bir etken olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle buralarda yapılan fedakarlıklar ve grup üyeleriyle yapılan paylaşımlar (örneğin ekmeğini ve çorbayı bölüşmek gibi) taraftarların söyledikleri birlik ruhu denen şeyi oluşturmada etkili olduğu fark edilmiştir. İlk deplasmanına 14 yaşındayken babasından gizli bir şekilde Samsun'a gittiğini söyleyen G19 taraftarlık kimliğini en çok güçlendiren şeyin birlik olduğunu söylemiş ve birlik duygusunun nasıl geliştiğini anlatmıştır:

> Kesinlikle birlik. Ben şimdi nasıl daha fanatik olmaya başladım? Bu bir tutku bence. Mesela dediğim gibi cebimizde 5 paramız yoktu. Biz buradan pazar günü sabah 9'da kadın futbol maçına gidiyorduk. Fulya'ya. Toplu taşımaya kaçak bin. Orada mevzu yaşa, orada mevzu yaşa. Ya bunlar tabii gençlik dönemlerinde harbiden deli çağlarım dersin ya. Öyle bir şey yani farklı bir tutku. Taraftar kimliği nasıl etkenler var mesela? Ya belki gittiğin maçlar falan etkili olmuştur. Ya tabii ki o ortam zaten etkili. Herkesin birbirini her zaman savunması kimsenin kimseyi hani birbirini yedirmemesi kimsenin her şeyden önce geri adım atmaması. Seksen kişi geldik yetmiş dok 79 kişi dönmeyiz hesabı. Ha 80 kişi geldik. O deplasmanda bir çorbayı 5 kişinin içmesi (G19).

Taraftarlık pratiklerinde rakip takım taraftarıyla girilen mücadelelerin çok önemli bir yeri vardır. Yukarıda ifade edilen rakip takımla girilen egemenlik mücadelesi özellikle bu karşılaşmalarda ortaya çıkar. Rakip takım taraftarlarının üzerlerindeki atkıyı almak ya da astıkları pankartlarını almak bu egemenliği kazanmanın ifade şekillerinden birkaçıdır.

> Sinan Erdem Spor Salonunda 50 tane Beşiktaşlı belki 3 katımız Galatasaraylı kovaladığımızı biliyoruz yani 3 katımız. Belki 100-150 kişi. Amatör branşlar,

> basket. Kadın basket, erkek basket. Fark etmiyor. Üzerinden forma aldık ama hiç formamızı kaptırmadık. Abi bu tribünde bir racondur yani. Fener'lerden pankart çaldık. Texas'ın (Bursaspor'un taraftar grubu) pankartını çaldık. Texas'ın direkt tribün pankartı. Ezelinden beri olan Texas pankartını biz ters çevirdik. Kılıçlı pankartı (G19).

Son olarak G13 tribündeki hiyerarşiden bahsederken bunun olması gerektiğini ve tribünde devamlılığın sağlanmasının bu hiyerarşi sayesinde gerçekleştiğini söyler:

> Yani rakamlar değil ama bazen kendi kendine oluşur. Bazen bedel ödemekle oluşur. Bazen yaptığın fedakarlıkla oluşur. Bazen gücünle oluşur. O tribününe göre değişiklik gösterir. Bizde 40 yıllık şey var. Yani bir güzel var. Sebahattin abi, Yılmaz abi. Onun arkasında çok bir sürü insan tabii ki gitti tribüne. O ara kademelerden. Ama her tribünün bir hiyerarşisi vardır. Olmayanlar bozuluyor zaten. Bu Avrupa'da da böyle bu arada (G13).

5.4 Taraftarın Kulübüne Karşı Sorumluğu: İyi Günde Kötü Günde Desteklemek

Taraftarın kulübe karşı sorumlulukları var mıdır varsa nelerdir? sorusuna verilen yanıtlarda da genel anlamda fedakarlık ve cefakarlık içerikli cevaplar öne çıkmıştır. En çok yapılan vurgu "kulübü başarısı ve kazandığı kupalar için değil rengi ve arması için seviyoruz yanıtları olmuştur. Burada özellikle iyi gün taraftarı ve gerçek taraftar ayrımı çok sık yapılmıştır. Öyle ki bazı katılımcılar bunu gerçek hayatta insanın bir duruşa sahip olmasıyla eşdeğer görmüştür. G5 bu benzerliği şöyle açıklamıştır:

> Dediğim gibi hayatın bazı evreleriyle nasıl mücadele ettiği senin taraftarlığına yansır. Sen iyi gün taraftarıysan demek ki bu hayatta çok başarılı bir adam olamayacaksın. En azından benim gözümde bu hayatı ustaca yaşayan, vasat olmayan, günü birlik, mutluluklarla, keyifli gitgellerle vakit geçirmeyen bir hayat keşişi gibi bir şeye dönüşemeyeceksin. Çünkü sen iyi gün taraftarısın. Bir şey iyi olduğu zaman seviyorsun. Dünyanın en kolay şeyi. Ama işte mesele en dipteyken yani sen 18. iken orada bulunursan o topluluğa destek hani biz buradayız *(G5).*

> Bizim sorumluluğumuz Galatasarayı başarılı hale getirmek. Geri geldiğinde onları kötü gününde de desteklemek. İyi gününde de en üst seviyeye çıkartmak. Bu yüzden Galatasarayı taraflarının bence iyi de kötü günde de takımının yanında olması lazım. Tek sorumluluğu o arma. Branş fark etmeksizin amatörde, profesyonelde, futbolda, basketbolda, voleybolda takımını en üst seviyede desteklemek zorundadır bence (G8).

G8'in de belirttiği üzere "arma sevgisi" taraftarlar tarafından en çok vurgulanan temalardan birisi olmuştur. "kutsal arma, armanın asaleti, armanın olduğu her yerdeyiz" gibi sevgi ve bağlılık içeren ifadeler çoğu katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Kulüplerin armalarına bu kadar yoğun vurgu yapılması armaya neredeyse kutsal bir anlam yüklendiği söylenebilir. Desteklenen takım başarılı olsun ya da başarısız sadece "arma aşkına" desteğe devam etmek taraftarlar açısından önemli görülen bir tavır:

> Ama şöyle bir şey var. Ben taraftarım diyebilmek sadece o takımı en üst en başarılı olduğu branşta değil de amatörde gerekirse altyapıda bile desteklemek. Ben bu takımın taraftarıyım diyebilmenin en iyi yoludur. Şöyle söyleyeyim yani bu işi futbolda başarılı diye sadece futbola gitmek değil de o takım futbolda başarısız olduğunda da gidip desteklemek. Bir baş O takım futbolda başarısız olduğunda da gidip desteklemek, bir başarı, bir beklenti olmadan bu işi gönülden severek yapmak, yarın basketbol maçı olduğunda basketbola, voleybol maçı olduğunda voleybola, hatta kadın futboluna ve altyapıdaki maçlara da giderek desteklemek taraftarım diyebilmenin en büyük koşuludur (G7).

> Şöyle bir laf vardır bizde de, başarılar gelir geçer, asaletimize yeter diye. Her zaman öyle bizim başarılar sadece o dönemli anlık bir sevinçtir. Bir gün seviniriz, iki gün seviniriz, üç gün seviniriz. Başarısız olduğunda yine üzülürüz ama biz onları o olduğu için, kulübümüzü Galatasaray olduğu için seviyoruz. Öyle söyleyeyim (G8).

Diğer katılımcıların da bahsettiği üzere bu koşulsuz destek aslında maçlara gitmekle eş değer denilebilir. Bazı taraftarlar maça gitmenin önemini görev bilinci gibi ifade etmiştir:

> Hayır canım o artık senin rutinin olmuş. O senin hayatında bir yer kaplıyor. Sen işe nasıl gidiyorsan oraya (maçlara) da öyle gidiyorsun. Çünkü bizim gibi adamlar için bizim gibi derken yani benim gibi değil de sürekli maça giden illa tribüncü olmasına gerek yok ama yıllardır maça giden binlerce insan var. Bu adam o maça gidecek hocam. Çocuğunu mu götürecek, arkadaşını mı götürecek bilmiyorum. Ama kendisi gidecek o maça. O adam için o gün o işi yapması lazım. Oraya gitmesi lazım (G13).

Yukarıda da değinildiği üzere taraftarların takımlarına olan sevgilerini ifade ederken en çok vurguladıkları şey fedakarlık ve koşulsuz sevmek olmuştur. Katılımcıların büyük çoğunluğu taraftarlığı bu şekilde yorumlamasına karşın sadece bir taraftar karşılıksız sevmenin ne kadar önemli olduğunu belirtmişlerdir. Buna karşılık taraftarlar takımlarının bir maçı kaybetmelerinin kendilerini nasıl hissettirdiği sorusuna neredeyse tamamı gündelik hayatlarının bundan çok etkilendiğini özellikle sonraki gün işe mesaiye gitmenin çok zor olduğunu belirtmişlerdir. Hatta bazı katılımcılar diğer takımların taraftarlarının mağlup olunan maçın ardından kendileriyle dalga geçmelerini "gurur kırıcı" olarak tarif etmişlerdir:

> Derbi kaybettik. Ertesi günüm b.. gibi geçer. Benim hayatım böyle Galatasaray'a endeksli. Bundan 3 sezon önceki o kötü dönemimizde hayatım b.. gibi geçti. Sürekli mağlubiyet, beraberlik falan yani çok kötüydü. O 2 sezon, o 3 sezon çok kötüydü. Evet çok kötüydü. Bayağı berbattı. B.. gibiydi yani. Bu hayatının normal akışını etkiliyor yani. Etkiliyor. Hayatımın bir parçası ya. Ama kazanmışsam of. Of. Of yani. Hatta yani kötü kaybettiysen şey bu birkaç gün sürer. Bir iki günde değil. Birkaç gün tabii birkaç gün sürer. Allah korusun. Fener'e falan kaybettim mi uzun zamandır neyse ki görmüyoruz. Sinirli olmak ne kelime çıldırıyorum resmen (G14).

> Çok kötü geçiyor. Şimdi Burak canımın içi o hafta. Hatta o hafta değil. O maç bitti. Düdü Hakem çaldı. Ben pert. Ben pert abi. Tüylerim diken diken. Affedersin. Rakip takım kardeşlerimiz, arkadaşlarımız, canlarımız, ciğerimiz. Bizden başlıyor o anda telefon trafiğine. Ben trafiği hemen engelliyorum. Hemen uçak moduna alıyorum telefonu. Bu sefer internet üzerinden

> yükleniyorlar. Abi benim için ölüm. O iki gün bilhassa pazartesi veya salı günü benim için geçmiyor (G17).

Neredeyse bütün taraftarlar maçtan sonraki gün çok üzüldüğünü söyleseler de yaşı daha büyük olanlar çocukken ya da gençken daha çok üzüldüklerini şimdi bu tarz şeyleri daha kolay atlattıklarını, üzülseler dahi etkisinin eskisine oranla daha çabuk geçtiğini belirtmişlerdir. 31 yaşında olan ve kendisini fanatik Fenerbahçe taraftarı olarak tanımlayan G11 bu durumu şöyle ifade etmiştir.

> Yani bu insanın yaşıyla alakalıdır. Küçükken ağlıyordum. Küçükken kastın ne işte 10 yaşında... ...15 yaşında ağlıyordun. O zaman çocuksun. O zaman duyguları daha şeyde yaşıyorsun. Yaş büyüdükçe tabii... ...üzülüyorsun ama hani... ...gidip de hayatını falan kahretmiyorsun yani. Yani derbiyi kaybedince bile üzülüyorsun ama yani şey değilim yani. Gidin abi benimle muhatap olmayın falan değil yani. Konuşurum yani yine başka takımın taraftarlarıyla bile konuşurum (G11).

G10 ise kaybedilen bir maç sonrası statta yaşanan atmosferi cenaze sonrası ölüm sessizliğine benzetir. Bu sessizliğin takımın mücadelesine göre değişebileceğini söyleyen G10, ancak bir maçta takım taraftarın istediği gibi mücadele etmediyse oluşan atmosferin tam olarak ölüm sessizliği olduğunu söyler;

> Hiç evinde ölü oldu mu? Ölü gömdükten sonra evde bir sessizlik oluşur. Dönersin ve evde bir sessizlik vardır. Ona ölüm sessizliği denir. Kimse ne yapacağını bilmez. Ağlasam mı, gülsem mi, kalkıp televizyonumu atsam, yemek mi yesem, ya da işte yanındakine mi sarılsan Ya da işte gidip anneme Nasılsın mı desen Ölüm sessizliği buna denir. Ölünün arkasındaki sessizliktir Benim için kimin nasıl tanımladığını çok önemi yok Ama büyük ihtimalle böyle tanımlanıyordur Beşiktaş maçını kaybettikten sonra Çok büyük bir maçsa bu arada Yani Beşiktaş'ın, Eyüp Spor'a yenilmesiyle Beşiktaş'ın Fener'e yenilmesi aynı şey değildir. Anlatabiliyor muyum? Orada bir rekabet de söz konusudur. Biz Fener'e yenildik ve kötü yenildik. Biz eğer Fener'e direnip yenilseydik evinde o ölüm sözsüzlüğü olmazdı (G10).

Bir taraftar ise kendi çevresinde futbolun "boş adam işi" olarak görüldüğünü bu yüzden futbol ile alakalı sosyal medyadan paylaşım yapmaya çekindiğini ancak yine de her şeye rağmen takımını desteklediğini sosyal medya hesaplarından paylaştığını söylemiştir:

"Toplumda futbol taraftarında çok şey görülüyor tabii ki. Boş adam işi falan görülüyor. Bu işsiz algısı bu bizi bence etkiliyor. O yüzden sadece maç günleri paylaşım yapıyorum genelde. Başka şeyim olmuyor. Çekiniyorum çünkü toplum tepkisinden dolayı"(G9).

5.5 Taraftarın Kulübe Karşı Sorumluluğu: Kulübün Lisanslı Ürünlerini Almak

Katılımcılara sorulan "Kulübünüzün lisanslı ürünlerini ve formalarını satın alır mısınız?" sorusuna büyük bir çoğunluğu her sene alırım diye yanıtlarken katılımcılar bunu bir görev bilinciyle yaptıklarını belirtmişlerdir. Özellikle bazı katılımcılar kulübün her sezona özel çıkarttığı formaları aldığını söylerken bunu bir görev bilinciyle yaptığını söyleyip her taraftarın da bu şekilde davranması gerektiğini belirtmişlerdir. Kulübün sattığı ürünlerin ve forma gelirlerinin çok önemli olduğunu belirten taraftarlar bunun günümüzün futbol rekabetinde kulüplerini ayakta tutabilmek için çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. Buna ek olarak taraftarlar kulüplerinin ürünlerini giyerek kulüplerinin rengini ve armasını dışarıda sergilemenin hoşlarına gittiğini ifade etmişlerdir.

> Destekliyorum benim her şeyim yani Bilekliğimden kolyeme, tişörtümden eşorfmanıma dek tüm ürünleri satın alıyorum. Her sezon düzenli bir şeyler satın alırım hoşuma gidiyor. Galatasaray'ı göstermek, sergilemek, Galatasaray'la olduğumu gururla sergilemek de hoşuma gidiyor. Formaları da satın alıyorum 100. yıl formasını son anda bulmuştum. Çok değerli. Onu da hayatta giymem. Çerçeveleteceğim büyük ihtimalle. Düzenli alamıyorduk eskiden öğrencilik şu bu hayat şartları ama şu an maddi durumum iyi olduğu için her sene alırım Artık koleksiyona başlayabilirim (G14).

Bir katılımcı kendisine bir şey almak isteyen arkadaşlarını her zaman Fenerium'a (Fenerbahçenin ürünlerinin satıldığı kulübün mağazası) yönlendirdiğini ve oradan kendisine ürün almalarını istediğini söylemiştir:

> Forma zaten her sene alıyorum. Evet. Her sene. Hiç boş geçmem. Çubukluluyu iki senede bir alıyorum. Çünkü aynı forma. Ne zaman param olursa herhangi bir harcama yapmam gerekmiyorsa o zaman direkt alırım. Hatta çevremi de mesela bana hediye alınacaksa şey derim. Bana hediye almayın derim. Ya Fenerbahçe'ye direkt bağış yapın Ya da Fenerium'dan bir şey alın Öyle hediyelerle de şeyim yok Ben bana Fenerium'dan bir şey alınmasını isterim İlla bir şey alacaklarsa (G15).

G10 da düzenli olarak Beşiktaş'ın ürünlerini her sezon satın aldığını bunu tüketim toplumuna dâhil olmak şeklinde değil takımına olan sorumluluğunu yerine getirmek olduğunu söylemiştir. Ayrıca her taraftarın da kendi maddi gücü imkânında kulübünün ürünlerini satın alarak kulübüne destek olması gerektiğini ifade etmiştir:

> Her sene forma satın alıyorum ya da her sene en az 2-3 tane lisanslı ürün almaya çalışıyorum. Aslında bu iyi bir şey mi bilmiyorum ama dediğim gibi taraftarın bir şekilde sponsorlarının da ona destek olması gerektiğinin bilinciyle yapıyorum. Tüketim toplumundan ziyade tüketmekten ziyade Beşiktaş'ın yanında olduğumu hissetmek için yapıyorum. Kombinemi alıyorum, maça gidiyorum. Gidip orada yemek yemeye çalışıyorum. Ya da işte ne bileyim eşime, arkadaşıma, çocuğuma forma alıyorum Mesela çocuğuma ilk hediye gidip BJK Store'dan forma aldım. Böyle böyle yanında olmaya çalışıyorum (G10).

G2 bir taraftarın kulübüne karşı yükümlülüğünün kulübü için harcama yapmak olduğunu söylemiştir. Sadece maça bilet almanın yeterli olmadığını kulübün lisanslı ürünlerini kulüp mağazasından almanın da taraftarlığın bir gerekliliğini olduğunu belirtmiştir:

> Yani bu işte taraftarın hani iki soru önce sordun ya taraftarın kulübe karşı yükümlülüğün işte yükümlülüğü bu. Sadece gidip tribünde desteklemek değil. Maddi yönden de bu şekilde destekleyeceksin. İmkânların doğrultusunda alacaksın, kullanacaksın. Zaten maç bileti zaten satın alıyorum. Bazen kendi cebimden satın alıyorum. Bazen yönetimdeki tanıdığım abime söylüyorum. Divan üyesi olan abime söylüyorum (G2).

G15 ise kendisine taraftar diyen herkesin kulübün lisanslı ürünlerini satın alması gerektiğini söylemiştir. Bir taraftar maddi açıdan zor bir durumda olsa dahi kulübün çıkarttığı forma ve ürünleri almakla yükümlüdür:

> Taraftar diyen adam bence ayda eline geçen paranın en azından ya da yılda eline geçen paranın belli bir kısmını Fenerbahçe'ye ayırması lazım. Fenerbahçe için ayırdığı para şey olmalı. Olmazsa olmaz. Mesela kombine. Ben alacağım kombinemi. Ne olursa olsun alacağım. Her koşulda alacağım. Maça gidemezsem de sırf kombine alma hakkım kaybolmasın diye kombinemi alacağım. Forma her sene alacağım (G15).

5.6 Tribünlerde Taraftar Profili Değişiyor: Taraftarlıktan Seyirciliğe

Yapılan görüşmelerde katılımcıların en sık vurguladığı temalardan birisi tribünlerdeki eski ateşli taraftarlığın kalmadığı futbol endüstriyelleşmesinin en çok tribünleri etkilediği yönünde olmuştur. Özellikle bunda futbol maçına gitmenin artık çok maliyetli bir aktivite olmasından ötürü tribünlerde de orta ve orta üst sınıfın baskın hale geldiği görüşü sıkça dile getirilmiştir. Taraftarların tribünlerde gözlemlediği bu değişim "tribüncülüğün" ve taraftar gruplarının statlarda zayıflaması anlamına da gelmektedir. Tribünlerdeki bu değişim esas sebebinin ne olduğu sorulduğunda ise maç biletlerinin artık çok pahalı olması ve kulüp yöneticilerinin pahalı bilet konusunda taraftarlara yardımcı olmaması katılımcılar tarafından eleştirilmiştir. Futbol taraftarlığının kültür endüstrisi olarak tanımlanabileceği tarafı kulüplerin taraftarlarla kurdukları bu müşteri ilişkisidir. G14 maç biletlerinin pahalılığını eleştirirken şunları söylemiştir:

> Gereksiz pahalı. Yani ben bulabilirsem bileti genellikle 5. kategori köşeden bulabiliyorum. Daha da bulamıyorum zaten. 2000 lira onlardan. Asgari ücretin 2 katı üstünde maaş alıyorum diye ayda dört tane maç oluyor. Sadece sekiz on bin lira. E tabi bir de gidiyorsun yeme içme. Ayda On on iki bin lira sadece oraya veriyorsun. E tamam verelim verelim de yani fahiş yani (G14).

G14 taraftar ile seyirci arasındaki ayrımı açıklarken taraftarın statta maç izlerken ki agresif tavırlarına dikkat çekmiştir:

> Çok farklı. VIP tribününde de izledim ben. Onlar otururlar. Çekirdek çitler. Kahve içer. Yemeğini yer. Ama taraftar esas tribün kale arkasındadır. Bazı yerlere de sirayet eder. Taraftar oturmaz. Taraftar destekler. Maçın içine girer. Sahaya girer. Fiziki olarak değil. Barcelona maçında olduğu gibi su bir şeyler atmak değil benim dediğim. Taç çizgisinin orada bir olay olur hemen böyle ayaklanırlar. Eller kollar başlar Oradan küfürler kıyametler kopar (G14).

G12 ise tribünde seyirci olarak tarif ettikleri ile kendileri arasında yani tribüncüler arasında yer yer gerginlik çıkabildiğini anlatır. Tribüncülerin tribünde aynı yerde bulundukları ve bir arada durmaları gerektiğini anlatırken aralarına seyircilerin girmeye çalıştığını ve biletlerinde yazılan koltuk numaralarına oturmak istediklerinden ötürü kendi ambiyanslarının bozulduğunu bu durumdan çok rahatsız olduklarını yakınarak ifade etmiştir:

> Gelip içimizde ee ben burada izlemek istiyorum. Tamam burada da izle. Tamam burada da izle. Ama o abiyası bozma. Sana kimse izleme demiyor. İşte atıyor birisi geliyor diyor ki benim kombinem burada. Ya abicim Pegasus diye bilinir veya Kuzey diye bilinir orası. Bizim olduğumuz bir yer ya. Ya bırak orada da birazcık ayrıcalığımız olsun ya. Abi gelmiş adam telefonunu açmış böyle. Sıraya bakıyor. 206 39. Abi diyor burası benim. Ya abicim git Allah'ını seversen ya Ya şurada şimdi 2000 kişi olacak Sen gelmişsin 2000 kişinin içinde Sağa sola gitmemişsin ha üstte de var. En üstte böyle o Sponsorların olduğu yiyecek gıda Fast food kültürünün olduğu yerlerde var. Ya git orada rahat rahat izle Sandalye de var sandalye de otur (G12).

Birçok katılımcı taraftardan seyirciye dönüşümün en büyük sebebinin bilet fiyatlarındaki aşırı pahalılık olduğunu söylemiştir. Özellikle son yıllarda bilet fiyatlarının çok yükseldiğini dile getiren katılımcılar bundan ötürü alt sınıfların ve öğrenciler için tribünde maç izlemenin çok zorlaştığını dile getirmişlerdir.

> Artık daha farklı oldu tribün şeyi değişti. Eskiden daha fanatik tayfa gelirdi. Şimdi biraz daha durumu iyi olan tayfa. Bir tane kale arkası bileti 750 TL olmuş. Bir çocuğunu götürmeye kalksan, bir yemek yesen bilmem ne, baba oğul gitsen o gün sana 3 gün 3 bin 500 lira. Günümüz 11 bin 12 bin lira olan

bir askeri ücrette bunlar çok uçuk paralar. Kimse çoluğunu çocuğunu alıp maça gidemez. Benim olduğum tribünde şu anda kombine 12.500 lira. Yani senelik. Kale arkaları olmuş 5.000-6.000 lira. Bunlar çok ciddi fiyatlar. O yüzden tribündeki taraftar kitlesi de bayağı değişti. Dolayısıyla artık o eski ambiyans yok. Yani o taraftar yok. O gelen adam birazcık da sinemacı tayfa geliyor açıkçası (G4).

Yani çok pahalı. Hani dedim ya, ülkenin problemi aslında bu. Ekonomik bir problem yani. Taraftar, yani yoksul kitleye, alt sınıflara tribünden iten bir sistem var. Yani burada ne yapıyor biliyor musun? Parası olan tribünlere geliyor artık. Evet. Parası olan stada giriyor. Bak o kadar kötü bir şey ki. Çok kötü yani. Ya düşünsene paran yok nasıl gireceksin? En azından bir tribün çok ucuz olsa bari (G16).

G10 ise gerçek taraftarların değil seyircilerin statta ve sosyal medyada etkinliğinin arttığı için Beşiktaş'ın bir türlü istikrarı yakalayamadığını ve kulübe koşulsuz desteğin azalmasında da bu faktörün etkili olduğunu belirtmiştir:

Beşiktaş tadında da sen gözlemliyorsun. Taraftarlıktan seyirciliğe dönüş. İnanılmaz bir artış da var. Yani 2023'teyiz. Biz bu sene 3 tane teknik direktör değiştik. Bugünle birlikte 3. Bu 3 tane teknik direktörün gitmesinin en büyük sebeplerinden biri sosyal medyadaki seyirciler ve kendini mavi tık aldığı için güçlü zannedenler ve Stada kombineye para verdim ben 200 bin liralık Umut Bulut'u mu izleyeceğim diyen adamlardır. Ve çoğalmaktadır. Bunun en büyük sebebi de Endüstriyel Futboldur (G10).

Profil kesinlikle değişti abi. Elitler gelmeye başladı. Elitler gelmeye başladı. Bu sefer video çekmeye geldiler. Video çekmeye. Evet. İnfluencer kızlar geliyor maçıza. Senin ne işin var orada? Veya kapiletin saçlar, dudaklar dolgu, burunlar dolgu. Bir şeylik daha konuş, bir şeylik daha konuş. Senin ne işin var statta? Senin tribünde yerin yok. Yani loja da senin yerin ya da atıyorum protokol de senin yerin. Git orada izle. Belli birinin bir şeysin yani sen. Anladın mı? Ya da şov yapmak için geliyorlar artık stada. Olay bu değil abi tribün bu değil (G18).

Takım fark etmeksizin katılımcıların üzerlerinde en çok ortak fikir beyan ettiği konu günümüzde stadyumlara artık daha çok seyircinin geldiği ancak stadyumlarda daha çok olması gereken profilin taraftarlar olması gerektiğidir. Taraftarın tribünde daha çok bağırması ve bu sayede takımı daha çok motive edebilmesi katılımcıların dile getirdiği bir görüş olmuştur:

> Kulüplerin bir karar vermesi lazım. Yani sen şimdi bilet fiyatlarını düşürürsen ona göre taraftar profili gelir oraya. Ama adam diyor ki ben 10 bin lira para vermişim kombineye. Bir de geleceğim gırtlağım patlayana kadar bağıracağım mı diyor. Ya da 20 bin lira kombine vermişim diyor. 30 bin 40 bin lira para vermişim diyor. Bir de orada bağıramam yani diyor. Ben zaten o parayı zaten kulübe katkı sağlamışım. Gelirim orada maçımı seyrederim diyor. Ama benim de düşüncem şu o parayı kulüp bir şekilde o geliri sağlar. Bir şekilde elde eder. Oraya daha çok taraftar profilinin gelmesi lazım (G11).

30 yıldır Galatasaray tribünlerinde yer alan ve bu uzun geçmişi sebebiyle de tribünde saygı gösterilen bir taraftar olan G13 de tribünlerdeki dengenin değiştiğini eskiden böyle olmadığını ancak son zamanlarda seyir-taraftar ikiliğinde seyircilerin daha ağır bastığını kendisinin eski zamanlarda taraftarların daha baskın olduğu tribünleri özlediğini ifade etmiştir:

> Daha fazla seyirciler. Daha fazla taraftar geliyor olsaydı muazzam bir görüntü, daha da acayip bir görüntü oluyordu. İnsanlar maça göre taraftarlaşabiliyorlar ama genel olarak seyirciler. Çok para ödüyorlar çünkü bazen. Ve bununla karşılığını almak istemek gibi bir taburları var maalesef. Taraftar mesela maçta bağırır eder falan mesela. Seyirci Bak bağırmak değil bir tek. Seyirci de bağırır. Beklentileri farklıdır. Herkes galip gelmesini ister. Ama seyirci sahada olanla daha çok ilgilidir. Yani o niye pası oraya atmadı? Ben Samiyen'de gollerin yüzde otuzunu görmüşümdür maksimum. Arkam dönük yıllarca arkam dönük maç izledim yani (G13).

Taraftarların en çok vurguladığı konulardan birisi de maç fikstürünün hayatlarındaki yeriydi. Neredeyse bütün taraftarlar takımlarının maçlarının gündelik hayatlarında çok büyük yeri olduğunu ve kendi programlarını da bu şekilde organize ettiklerini

söylemişlerdir. G5 yurtdışı tatilinden Fenerbahçe maçını kaçırmamak için döndüğünü şu şekilde ifade etmiştir:

> Bir ay yurt dışında kaldım. Ama dönüş biletimi 3 Kasım'a aldım. Aslında birkaç gün daha kalabilirdim. Param vardı ama 4 Kasım'da Trabzon maçı vardı. Ve onun için döndüm. Yani İtalya'daydım işte. Oradan döndüm ben de. Veya onun dışında Haydar var bizim mesela. Adam Nevşehir'den geliyor bazen maçlara. Bazen dediğim yani adamın İstanbul'a gelme sebebi Fenerbahçe maçı oluyor. İşte onun dışında statta da görüyoruz. Erzincan'dan Fenerbahçeliler falan geliyor yani maça. Ya bu adamlar taraftar yani. Bu takımın sebebi ama bir hafta sonu eğlencesi olarak gidiyorsan stada. Ama bir hafta sonu eğlencesi olarak gidiyorsan stada, orada seyircisin yani (G5).

Özellikle genç taraftarların stadyumdaki ağırlıklı profilin taraftardan seyirciye dönmesinden daha çok rahatsız oldukları görülmüştür. Özellikle bu durumun tribün içerisinde bazı gerginliklerin çıkmasına yol açtığını ve tribünde yer kavgalarının bu ayrımdan kaynaklandığı katılımcıların cevaplarından anlaşılmıştır: 26 yaşında avukat olan G15 bu dönüşümü tribünlerde bir kırılma olarak tarif ediyor:

> Esas kırılma numaralı diye tabir edilen maraton alt fenerium alt olarak bildiğimiz yerlerde oldu.. Artık insanlar şey diyor burası benim yerim diyor. Anladım. Yani bunu ben 15 sene önce duysam dalga geçerlerdi. Sinema mı lan burası derlerdi. Işte tam i bu dönüşümden bahsediyorum. Ya hala daha biz de mesela hala daha biz saçmalamayın a….. öyle şey mi olur diyoruz. Ama biz bunu yani ben şu an Maratonist G'deyim. Hani bunu G'ye kadar diyebiliriz. Ben Maratonist F'de otursaydım belki ben de burası benim yerim diyecektim. Eyvallah. Olay artık kayıyor. Gitgide daralıyor. Esas kırılma orada. Mesela Twitter'da yazıyorlar atmosfer yok, atmosfer yok. Atmosfer yok çünkü hani bağırtabileceğin kişi sayısı gitgide azalıyor (G15).

Taraftar ile seyirci arasındaki farkı tanımlarken en çok vurgu yapılan nokta yine fedakarlık meselesi olmuştur. Taraftar her şeye rağmen stada gelip bağıran seyirci ise popüler ve yıldız futbolcu için stada gelen kişi olarak tanımlanmıştır. G10 aradaki bu farkı şöyle açıklamıştır:

> Taraftar sorgulamaz. Taraftar gider. Taraftar sorgulamaz. Taraftar bağırır taraftar forma satın alır, taraftar deplasmana gider, seyirciyi oraya götüremezsin Seyirci kime gelir biliyor musun? Seyirci senin İngiltere'den Yüz binlerce dolara satın aldığın yakışıklı bir topçuya gelir Icardi'ye gelir. Seyirci Icardi ile fotoğrafını sosyal medyada satabileceği, like alabileceği yere gelir. Hiçbir zaman maça gitmeyip derbilerde yendiği zaman fotoğrafını Beşiktaşlıyım ya da Galatasaraylıyım deyip sosyal medyaya atandır seyirci. Taraftar onu yapmaz. Benim için fark budur (G10).

Katılımcılar arasında taraftarlardan seyircilere dönüşümü onaylayan tek kişi olan 29 yaşındaki avukat G23 tribünlerdeki bu değişim ile beraber insanların çocuklarıyla ve eşleriyle daha rahat maça gidebildiklerini söyleyerek diğer katılımcılardan farklı bir noktaya temas etmiştir:

> Önceden sevgilinizi, eşinizi, kız kardeşinizi alıp yani aile ortamıyla gidebilme durumunuz stadyumlara hem güvenlik açısından hem de bu tarz durumlar biraz daha orası sadece insanların küfrettiği, bağırdığı işte burası sinema değil oturmayın vesaire gibi bir zihniyetle sadece rakibe baskı yapmak için gidilen bir yerdi stadyum. Şimdi biraz daha insanların pazar gününü, cumartesi gününü hobi niyetle eğlenme amaçlı çocuğumu alayım, stadyuma yakın bir yerde gideyim, restorantlı yemeğimi yiyeyim, çocuğumla beraber bir hatıra biriktireyim gibi izleyebildiği bir, maç izleyebildiği bir alana dönüştü bu. Bundan da taraftarların daha keyif aldığını ben düşünüyorum bazı taraftarlar açısından (G23).

Burada katılımcıların cevaplarından artık futbolun bir kültür endüstrisine dönüştüğü anlamı çıkarılabilir. Adorno ve Horkheimer'ın kültürün şeyleşmesi eleştirisi üzerine geliştirdiği kültür kavramı kültürün aynı zamanda bir metalaşması anlamına gelir. Metalaşan futbol sektörü üzerine taraftarların en yoğun eleştirdiği konu artık tribünlerde eski anlamda bir "tribüncülük yapmanın çok zor olduğu, tribünlerin artık ciddi anlamda orta ve orta üst sınıf kesime hitap ettiği konusudur. Bu anlamda nasıl tanımlarsak tanımlayalım tribüncüler ya da taraftar gruplarına mensup olan kişiler artık tribünlerde kendilerinin ağırlığının oldukça azaldığını kulüplerin ve futbolu yönetenlerin daha pasif,

edilgen seyirci profilini tercih ettiklerini ifade etmektedirler. Başka bir ifadeyle, tribüncüler ehilleştirilmeye çalışıyor denilebilir. Bu ehilleştirme sürecinin en önemli ayağı ise 6222 sayılı "Sporda şiddet ve düzensizliğin önlenmesine dair kanun" ve 2014 yılında getirilen passobilet uygulaması olmuştur.

5.7 Tribünlerin Disipline Edilmesi: 6222 Sayılı Kanun ve E-Bilet Sistemine Geçiş

Passobilet ile uygulanmaya başlanan 6222 sayılı kanun sporda şiddetin önlenmesi amacıyla uygulamaya konmuştur. 2014 yılında passolig uygulamasıyla, kendinden önceki düzenlemelerin etkisini epeyce aşan bir kurallar manzumesi haline geldi. (Aydın, ve Aydın, 2019, s.733) Özellikle taraftarların suçun bireyselliği ilkesinin ihlal edildiğini düşündükleri için eleştirdiği 6222 sayılı kanun ve passobilet uygulaması mülakatlarda katılımcıların tamamının en çok şikayette bulunduğu ve eleştirdiği konu olmuştur. Öyle ki 6222 sayı kanundan ötürü ceza alan bazı taraftarlar her hafta imza vermeye karakola gitmenin çok yorucu ve zorlayıcı bir uygulama olduğunu ve bu kanundan ötürü ciddi anlamda mağdur olduklarını dile getirmişlerdir. Buna paralel bir şekilde, passolig uygulamasının kendi içerisinde de birçok aksaklığa sebep olduğunu ve futbolun bir rant kapısına dönüştüğünü, bilet bulmanın daha da zorlaştığı dile getirilmiştir. Karaborsayı azaltmak için uygulandığı söylenen passolig uygulamasının karaborsayı daha da artırdığı dolayısıyla passolige de kesin olarak karşı oldukları görüşünü birçok taraftar tarafından dile getirilmiştir:

> Çok kısa cevap vereceğim Passolig uygulamasına karşıyım. Hiç desteklemiyorum valla. Bence futbolun endüstriyelleşmesinin sembolüdür passolig ve Tayyip Erdoğan bugün çıkıp ben Passoligi kaldıracağım desin. Yarın onun için hem oy toplarım hem de ona oy veririm. İnanılmaz bir şey. İnanılmaz bir rant kapısı. Paramızla rezil oluyoruz. Çünkü turnike'den hiçbiri çalışmıyor. Sürekli kapıda bekliyoruz. Yani sistem çok kötü doğru düzgün hizmet de alamıyoruz (G15).

> Nefret ediyorum abi. 6222'den de nefret ediyorum. Hah işte geldik malum konuya. Nefret ediyorum kanka. Futbol holiganlıktır kardeşim. Futbol pisliktir. Futbol terördür. Futbol meşalidir. Futbol budur abi. Yani taraftarlık budur. Yani tabii ki söylediğim şeye sahaya şişe atmak filan değil ne bileyim

> Ankaragücü taraftarı gibi girip futbolcuya bıçakla koşmak bunlar değil. Bunlar kötü şeyler ama yani taraftar dediğin kavga stadı yakmalı ya. Ya Fener'lerin stadı yaktığı gibi değil. Beşaylar aynı anda 1500 tane yakıp karşı tarafın taraftarını özel Avrupa maçlarında veya temsil ettiğin yerlerde Lejo Arşova'ya ya da Borussia Dortmund'a dünyada herkes saygı duyuyor kanka bu adamlar çünkü sağlam tribünler. Beşiktaş'a da herkes saygı duyuyor. Dünyada Galatasaray Beşiktaş cehennem diyorlar statlara. Biliyorsun kanka ikisinde çok kuvvetli. O yüzden cehennem olmalı stat (G18).

6222'nin uygulama şekillerine dair çok ciddi itirazları olan taraftarlar özellikle stada girmeme cezası varken bir de maçın olduğu gün karakola gidip imza atma uygulamasını çok saçma bulduklarını ve bunun apaçık zulüm olduğunu dile getiriyorlar:

> Şimdi gelelim 6222'ye. Babam 2 yıl ceza aldı.2 yıl tribünlere giremedi. Her hafta cezadan dolayı kaakola gitti. Her hafta hatta ilk yarı ve ikinci yarı. İlk yarı imza vermeye gidiyorsun. Maçın başlangıcında. Devre arasında hatta gidemediğinde gitmediğine dair imza vermen gerekiyor. Bazı polislerle anlaşırsan iki imzayı da aynı anda çıkarttırabiliyorsun aradan ama tersine gelmeyeceksin. Maç sallıyorum İngiltere'de. İmza vermek zorundasın. Ben maçta değilim diye. Deplasmanlar da dahil abi resmen zulüm yaa (G16).

Buna ek olarak G16 maçlarda çok küçük sebeplerden ceza verildiğini, kanunun İngiltere'deki gibi uygulamaya çalışıldığını ancak bizim kültürümüzün farklı olduğunu o yüzden yapılan uygulamanın yanlış olduğunu söylemiştir:

> Sallıyorum. Maraton E diyorum hep ya. Maraton I, H, G. Küfür etti. Kapandı. Bir maç onlar gelemiyor. Maça girenler gelemiyor. Abi maçta küfür olur ama ya. Küfür olur. Ben yanlış hatırlamıyorum diye duydum ama bu tabii bir söylem yani. Gerçek mi bilmiyorum. Yani en küçük küfürü vermiyor. En küçük küfürü vermiyorlar diye biliyorum. Ama bazen o kadar saçma cezalar var ki. Özellikle deplasmana gidiyoruz. Neymiş? Merdiven boşluklarını tam boş bırakmadığımız için ceza. Diğer maça giremiyorsun. Onlar biraz İngiltere'den örnek alıyorlar galiba ama bizim kültürde öyle yürümez. Yürümez çünkü yani harbi yürümez. Burası Türkiye. Farklı bir kültür. Anladın mı?

> Oturup maç izleyemeyiz biz. Biz hiçbir zaman tribünde yere basmayız, koltuğa basarız (G16).

6222 ve passolig uygulanmasında en çok şikayet edilen konu da toplu cezalandırma yöntemi olmuştur. Katılımcılar bir taraftar sahaya bir şey attığında veya küfür ettiğinde tribünün tamamının ceza aldığını ve bu eylemi hiç yapmamış olanların da ceza aldığını ve bu yüzden birçok sefer tribüne girme cezası aldıklarını birçok defa dile getirdiler. Tribünlerin zaten sürekli kamerayla izlendiğini eylemi yapan kişinin ceza alması gerekirken tribüne toplu ceza verilmesinin hiç adil olmadığını birçok katılımcı ifade etti.

> Meşale taraftarlığın tribünün doğal bir unsuru değil mi? Bak sen sigara içiyorsun keyif alıyorsun ya. Ben o meşalenin kokusundan keyif alıyorum ya. Çünkü bana orada taraftarlığımı hatırlatıyor. Ya meşaledeyi tuttu bir sahaya ya da stada mı attı? Abi o adamın işte yaptırımını uygula. Bana ne abi? Suçun şahsiliği ilkesi yok mu? Yani sen kitleye döküyorsun onu. Bu da absürt bir olay yani (G12).

> Yani ben Pasoligin kalkması taraflarıyım. Pasolig holiganlığın katilidir bence. Katili mi? Katilidir. Çünkü biz teknolojiye ayak uydurabilen bir yaş grubundayız. Ama yine de bunu desteklemiyorum ama en azından elimden geliyor yapabiliyorum. Ama bunu yapamayanlar var. Yapmayanlar var. Mesela 6222 kanunu var. Seni ömür boyu men ediyor tribünden. Ama bir küfür yüzünden oluyor ya da bir olay yüzünden oluyor. Tribünde heyecanın bu kadar yüksek bir noktada olduğu sırada kavga çok olağan bir şey. Olabilir yani. Ama sen o adamı 6222 vererek uzaklaştırırsan o adam küser. Bir daha maçlara gelemez zaten. Sen 6222 verdiğin için gelemiyor. Bu yüzden Holiganlığın katili olarak nitelendiriyorum. İnşallah eski kağıt bilet dönemine, eski taraftarlı günlere geri döneriz (G8).

Katılımcılara göre toplu cezalandırma yöntemi bazen trajikomik durumlara da sebebiyet vermektedir. Bazı taraftarlar gitmediği maçta kendi tribünde çıkan olaylar sebebiyle ceza alırken, bazı taraftarlar da sarhoş olduğu için kendi koltuğunda tribünde uyuduğu maçta kendi bulunduğu çevrede küfür edildiği için bir sonraki maçta ceza aldığını belirtmiştir:

> Ben Trabzon maçından önce çok içmiştim Kadıköy'de. Maça girdiğimde sarhoştum bir zaman sonra başımı dizime koyup uyumuşum zaten. Tüm maç boyunca uyumuşum bir tek gol olduğunda gooool diye ses çıkınca ona uyanıp sevindiğimi hatırlıyorum. O maçta etrafımdaki insanlar küfür ettiği için ben de ceza aldım ve bir sonraki maça giremedim. Böyle şey olabilir mi abi, insan uyuduğu maçtan ceza alır mı (gülüyor) (G6)

> 6222 diye bir hadise var. Kimse bir yıl boyunca imzaya gitmek istemiyoryorum. Ve çok şey bu. Sen itiraz sürecin 6-7 ay sürüyor ve senin o arada imzaya gitmen lazım. Maç günü işin gücün var. Cuma günü, çarşamba günü düşünsene. Ben 6.30'da çıkıyorum ya işten. Şöyle düşün. Maç 5'te ne yapacağım? Aa evet gitmeniz lazım. Ama eve gidemiyorsun imza vermeye gidiyorsun işte. Bak tribünlerde bu basının yıllarca baskıladığı bir şey vardı. Küfür bitsin, küfür bitsin, küfür bitsin. Küfür bitti ama her şey bitti. Yani küfür olsun demiyorum. Ama küfür üzerinden okuduğun zaman sadece tribünleri ya da şiddet üzerinden okuduğun zaman tribüncülük bitti işte. Sadece oturup maç izlenen bir yer haline geldi tribün (G13).

> Orası sinema tiyatrodaki gibi kuzu kuzu gidelim maça istiyorlar. Yav taraftarlık öyle bir şey değil. Değil yani. Doğasına aykırı. Bence o kanunu kim çıkarmışsa saçma sapan. Yani uygulanması problemli yani. Sokakta herkes birbirine küfür ediyor. Yani küfür herkes birbirine küfür ediyor. Etmeyen yok maalesef bu hayatımızın bir parçası olmuş yani. E sen kalkıyorsun o alanda küfürü yasaklıyorsun kardeşim. Yani bu hayatın. Sen önce halka kültürü aşılarsın ondan sonra yasaklarsın (G22).

Mülakatlarda birçok katılımcı 6222'den ceza aldığını söylemiştir. 6222'den ceza alanlar başlarından geleni anlatırken çok yorucu bir süreçten geçtiğini 6222 sayılı kanunun tribün ruhunu öldürdüğünü ifade etmiştir. G13 ise pasobilet uygulamasını protesto etmek için uzunca bir süre maçlara stadyumlara gitmediğini söylemiştir. Tribüncülüğün Türkiye'de çok özenilen bir şey olduğunu ama baskılanarak bitirilme noktasını getirildiğini ve bu koşullarda tribüncü yetiştirmenin çok zor olduğunu söylemiştir:

> Şimdi şeyleri bence en fazla taraftar videosu izlenen ülke Türkiye'dir. Çünkü başka ülke taraftarlarını izliyoruz sürekli biz. Fas'ı izliyorsun, Almanları izliyorsun, Fransızları izliyorsun, Yunanları izliyorsun gibi gibi. Gidip bunları izliyorsun. Ama hiçbirini yapamıyorsun. Artı tribünler öyle bir hale geldi ki tribüncü sayısı da çok azaldığı için aynı şekilde hareket eden insan sayısı çok az. Sadece maç izlemek isteyen, ben para verdim maçımı izlemek isteyen, izlemek istiyorum diyen binlerce insanla beraber bu tribüncüler (G13).

G11 ise bir maçta aldığı cezadan ötürü 6222'den yargılanmış ve bu yargı sürecinin sıkıntısı 3-4 sene yaşadığını söylemiştir:

> Ben biraz ateşli bir taraftarım. Ama bu taraftarlığım hiç kimseye bugüne kadar ne bir fiziksel teması yapabilecek. Ben bugüne kadar gittiğim maçlarda sahaya attığım bir tane çöp yoktur. Yani millet atar ya bozuk para bilmem ne. Yok kimseye bir kavgam olmamıştır maçta. Fiziksel anlamda. Dışarıda da çok fazla öyle bir fiziksel kavgam olmamıştır. Sadece işte bazen heyecanla alakalı. Polisle böyle bir şey yaşadık. Ondan sonraE tabi tutuklandık şey kelepçeledi polis bizi. Polis kelepçe altına aldı. Ondan sonra. Nezarethane. Nezarethane değil tam aslında orada spor şube var stadın altında. Oraya götürüyorlar. Ondan sonra dediler işte böyle böyle ceza. İşte o ceza normalde bir sene ceza. Oldu işte sana öyleydi böyleydi uzun hikaye. 3 sene 4 sene ben sıkıntısını yaşadım (G11).

Taraftarların neredeyse tamamı passolig uygulamasının çok kötü şekilde uygulandığını ve 6222 yasasının uygulanma şeklinin de adil olmadığını ifade ettiler. Neredeyse bütün taraftarlar eskiden uygulanan kağıt bilet sistemini daha çok beğendiklerini belirtmişlerdir. Özellikle meşale yakmanın taraftarlığın en önemli şovlarından birisi olduğunu belirten birçok taraftar 6222 sayılı yasa ile bunun bile suç kapsamına girdiğini ve buna son derece karşı olduklarını ifade etmişlerdir.

> Daha şey oluyor böyle ya. Hareketlerine daha çok dikkat ediyorlar. İşte o pasoligin olması mesela. Kameraların seni çekmesi durmadan. Abi meşale yakmak istiyorsun. Yakamıyorsun işte abi. Neden? Çünkü kamera çekiyor. Adam seni 3 yıl men ediyor tribünlerden. Atıyorum 5 yıl men ediyor. Hoş bir

şey değil yani. Anladım. Biraz illegal şeyler dönmesi lazım tribünde ki. Abi bu biraz da reklamdır yani tribün (G3).

G19 ise passolig ve 6222 yüzünden tribünleri bırakan ağabeylerinin ve dostlarının olduğunu söylemiş ve kendisinin de bu uygulamaya tamamen karşı olduğunu dile getirmiştir:

> Tribünde çok dostumuz var. Harbiden eskilerden abilerimiz falan bırakanlar çok oldu yani tribüne. Bu muhabbetlerden dolayı. Ben de karşıyım kesinlikle Çünkü pasolig denilen şey senin kimliğin. Statta bir sürü kamera var. Bir olay yaşadığın anda gittin yani anladın mı? İki sene boyunca veya bir sene boyunca imzaya gideceksin. Hayatını çok etkiliyor. Cumartesi falan plan yapacaksın yapamazsın. Akşam imzaya gitmen gerekiyor…Hani artık tribünde bir şey yapacaksak da sonrasını düşünüyoruz. Eskiden hani kağıt bile sistemine sonrasını düşünmüyorduk. Çünkü orada olan orada kalıyordu. Orada bitiyordu. Ama artık orada bir olay yaşıyorsun eve gidiyorsun. Karakoldan mesaj geliyor. O sıkıntı bir şey (G19).

5.8 Kaçak Yayın: Endüstriyel Futbola Karşı Bir Tavır

Katılımcılara süper lig maçlarını yayıncı kuruluştan mı izliyorsunuz? Farklı şekillerde cevap verseler de kaçak yayın izleme oranının çok yüksek olduğu görülmüştür. Yayıncı kuruluştan paket satın alanlar da artık paketin çok pahalı olduğunu ve lig, hazırlık maçları ve Avrupa maçları farklı platformlarda yayınlandığı için hepsini almakta zorlandıklarını söylemişlerdir. Kaçak yayından takip etmenin çok farklı yollarını anlatan katılımcılar en fazla kullanılan kaçak yayının IP TV ve Twitter yayınları olduğu görülmüştür.

"Televizyon yayını olarak da kaçak izliyorum İP TV'den. Bu da endüstriyel futbola bir tepkidir aynı zamanda. Bir de bu da ayrı bir sektör neye göre kaçak yani. Bir şirket yayın hakkını almış ve bunu bir tek ben yayınlayabilirim diyor. Tamam sen yayınla ama ben sadece senden izleyemem (gülerek)"(G1)

Bazı taraftarlar ise yayıncı kuruluşa tepki gösterdikleri için maç paketi almadıklarını söylemiş ve bu yüzden de kaçak yayın kullandıklarını söylemişlerdir:

> Ama işte Beinsports(süper lig maçlarını yayınlayan kuruluş) satın almam. Hiçbir şekilde Beinspots almam. Çünkü Beinsports'un Fenerbahçe düşmanı olduğunu düşünüyorum Ve kaçak yayına destek veriyorum Aynen bu yani paylaşırım arkadaşlarımla Bu bir kötülüktür ama Beinsports Bir Fenerbahçe düşmanı olduğu için Onlar ne kadar Zarar ederse benim için o kadar. Hep kaçak izliyor. Arada kafeye giderim. Arkadaşları toplarız kafeye gideriz ama onun dışında hep kaçak yani (G5).

> Türkiye'de dört tane platform var. Ve Beşiktaş'ın bu dört filan platformunda da maçı var. Evet işte bu çok büyük problem. Evet Tam olarak Endüstriyel futbol böyle bir şey. Aslında endüstriyel futboldan ziyade Türkiye'deki aptallığın göstergesi. Türkiye'de futbol devlete bağlı olduğu için Zira Türkiye Kupası'nı ATV yayınlıyor. Eğer uydu yoksa uydu almak zorundasın. Şimdi günümüzde çok kalmadı. Bainsports Ligi yayınlıyor. Devlet çünkü Katar'a sattı bunu. Lig TV'de Katar'a satıldı. D-Smart hazırlık maçlarını yayınlıyor. Exen'de Avrupa maçlarını yayınlıyor. Şimdi ben maça gitmediğim sürece bunu izleyeceksem bunlardan birini alıp yılda 32 maçı izleyeceğim. Beinsports'u alıp kalanını da kaçaktan izlemeyi tercih ediyorum (G10).

Yukarıda da söylendiği üzere lig maçlarının, Avrupa maçlarının ve hazırlık maçlarının hepsinin farklı platformlarda yayınlanmasının ve hepsinin paralı olması taraftarların en fazla eleştirdiği konulardan birisi olmuştur. Endüstriyel futbolun en fazla mağduriyet yarattığı konulardan birisinin bu olduğunu dile getiren katılımcılar bu ülkede artık sporu seyretmenin bile ciddi bir mali külfet haline geldiğini söylemişlerdir.

> Herkes IP TV abonesi gerçekten. Başka türlü olmuyor yani. Ya ben bir de abi kanalları karıştırıyorum. Wipe TV'de açıyorum abi tek bir alanda tık tık tık tık. Ya ben şimdi seyirci sporta mı geçeceğim? Beinsports'a mı geçeceğim? Kafam karışıyor abi. Ya eskiden lig maçlarını Digiturk veriyordu. Şampiyonlar ligi maçlarını Star veriyordu. Ya Outback Lig bu şekilde olması lazım ya. Sporcu yetiştirmek istiyorlar bu ülkede. Abi parasız hiçbir şey izleyemiyorsun bu ülkede. Sen nasıl sporcu yetiştireceksin? Her şeyi bu kadar paralı yap, her şeyi

> bu kadar pahalı yap. Sonraki bu ülkede sporcu zor yetişiyor. Yetişmez abi! (G3).

Bunlara ek olarak maç yayınını veren yayıncı kuruluşun yayın kalitesini de oldukça yetersiz bulan katılımcılar, yayınların hem pahalı hem de kalitesiz olduğundan şikayet etmişlerdir:

> Pahalı olduğu için beinsports almıyorum. Bir de şöyle bir saçmalık var: Yanımda dışarıda Beinsportstan izleyen arkadaşım izlerken benden 40 saniye Geride geliyor IPTV daha hızlı Yani bu çok büyük saçmalık. Yayıncı kuruluş da geç verecekse yani böyle bir şey olabilir mi! Ayrıca beinsports aboneliğine verilen paralar da fahiş. Gereksiz pahalı çok pahalı (G14).

Katılımcıların forma ve maç biletleri konusunda gösterdikleri fedakarca tavrın ve bu ürünleri satın almanın taraftarlığın bir gerekliliği olduğunu söylemelerine karşın, maç yayınları konusunda daha eleştirel bir tutum takındıkları görülmüştür. Kulüp için forma satışının ve maç bileti satışının çok önemli olduğu ve buradaki fiyatların pahalı olmasının anlaşılabileceği yorumlarına karşılık, maç yayınları konusunda genelde Türkiye Futbol Federasyonu ve yayıncı kuruluş daha çok eleştirilen figürler olmuşlardır.

5.9 Taraftarlar Kulüplerin İş İnsanlarına Satılmasını Desteklemiyor

Katılımcıları sorulan "Kulüplerin önümüzdeki dönemde iş insanlarına satılmasını destekler misiniz" sorusuna 23 katılımcıdan 18'i buna kesinlikle desteklemem şekilde yanıtlamıştır. 2 taraftar kulüplerinin satılmasını desteklemediklerini ama kulüplerin şu an ki borçlarından ötürü ileride bunların yaşanabileceğini ve bunda bir sorun görmediklerini belirtmişlerdir. Başkanı aynı zamanda kulübün hissedarı olan Fatih Karagümrük taraftarı olan 3 katılımcı ise kulüplerin satılmasında herhangi bir sorun görmediklerini ifade etmiş ve "parayı veren düdüğü çalar, futbol artık buraya gidiyor" şeklinde yanıtlamışlardır.

Bu bakımdan katılımcıların tamamı göz önüne alındığında 5 katılımcı dışında taraftarların çoğunluğunun kulüplerin satılmasına karşı olduklarını ve kulübün gerçek sahiplerinin taraftarlar olduğunu ifade etmiştir.

> Kulüplerin yabancı iş insanlarına satılmasını ben desteklemem. Ben kulüplerinin doğdukları misyonlarıyla ve tarihçeleriyle bir hikayesinin olduğunu düşünüyorum. Yani tamam bir yerden gelip bir işadamı bu kulübü satın alabilir ama bu hikayeyi satın alamaz. Bu hikaye de o adamın üstüne uymaz zaten.. Buradaki satın almanın karşılığı bunun karşılığında gelir elde etmek yani ticaret. İşte sana kitle endüstrisi. Yani paranın her şeyi satın alamıyor olması lazım. Ben istemem yani Fenerbahçe'yi birinin satın almasını. Fenerbahçe'nin bir sahibi yoktur abi (G1).

> Üç büyük kulüplerde bunu yapamazsın. Yapılamaz, mümkün değil.. Satın alan kişi de hayatta desteklenmez. Bunu sadece Galatasaray için söylemiyorum Bir Beşiktaş'ın bir Fenerbahçe bir şey Bir Trabzon'un İşte örnek veriyorum bir Samsun spor'un Mesela Şimdi yani Yılpork'un sahibi Samsun Spor satın alamaz mı? Var Ama bizim kültürde bu yok. Bu kültürde bu yok. Bizde futbol bir sosyalleşmedir. Ticaret olarak hiçbir zaman ticaret olarak başlamadık öyle de bakmayız futbola (G2).

Çocukluğundan beri Fenerbahçe taraftarı olan 53 yaşındaki G17 kulüplerin satılmasına son derece karşı olduğunu, kulüpler satıldığında daha iyi transfer yapsalar ve daha başarılı olsalar bile bunu kesinlikle desteklemediğini ve kulüplerin gerçek sahiplerinin taraftarlar olduğunu söylemiştir.

> 117, 115, 119, 120 sene kulüpleri gelecek bastıracak parayı alacak. Ben buna karşıyım abi. Onun için her kulüp büyük kulüp diyelim. 3 tane büyük kulüp. Trabzon'u katmıyorum abi büyük kulübe. Onu not et. Trabzon bizim için yoktur abi. Yok hükmündedir. Trabzon bizim için yok hükmündedir abi. Bu üç tane büyük kulübün kendilerini getirebilecek derecede ya transferi yapacaksa ayağını yorgana göre uzatacak. Ayağını yorgana göre uzatmadığı zaman ne olacak? Ekstra borçlanacak. Bankalara borçlanacak. Borçlanınca borcu ödeyemediği zaman ne olacak ya kayyum atanacak ya da işte x bir yabancı zengin bir iş adamına satılacak. Buna karşıyım Türk kulüpleri Türkiye'nin içine kalmalıdır. Nokta. Yani örneğin yabancı bir iş insanına satılsa kulüp çok daha

> transferle yapılırsa çok daha başarılı olur. Kabul etmiyoruz onu hayır kabul etmiyoruz (G13).

Kulüplerin iş insanlarına satılmasının "bizlik" duygusunu zedeleyeceğini söyleyen G11 buna şiddetle karşı olduğunu ve taraftarı olduğu Fenerbahçe'nin bir iş insanına satılması durumunda kulübüne olan aidiyetinin de azalacağını söylemiştir:

> Desteklemem. Fenerbahçe eğer bir iş adamına satılırsa benim o kulübe karşı aidiyet duygum çok ciddi azalır. Aidiyet duygum azalır abi. Ya abi. Ama mesela daha başarılı olacak belki Fenerbahçe daha iyi transferler yapacak ama önemli değil ki. Önemli değil. Ya ben bir sınıf taraftarı gibi olmak istemiyorum ama bana inan bir tane Arap iş adamı gelmiş milyon euroları basmış. Ya benim kendi kulübümün ben niye kulübü, bu başarıda neden gururlanayım ki? Benim emeğim var, kulübün kendi potansiyeliyle ortaya çıkmış bir şey var yani bir başarı olduğunda biz yaptık abi. O tatmini sağlayabilmek için. O bizlik duygusunu zedeler kesinlikle (G11).

G9 ise taraftarı olduğu Fenerbahçe'nin satılması durumunda taraftarlığı bırakacağını söyler.

> Hayır. Asla. Eğer satılırsa ben bırakırım Fenerbahçe'yi. Çok netim bu konuda. Ya ben pasif etkisiz bir taraftar olmak istemem. Mesela Fenerbahçe satın alınsın bırakırım Fenerbahçe'yi. Diyelim ki Şampiyonlar Ligi'nde finale çıkacak ya da ligde şampiyon olacak üst üste hiç fark etmez. Ne olursa olsun. O şampiyonluk yapay yani. O şampiyonluk dayatmayla zorla. Senin dinamiklerinle olmuyor. Senin altyapınla olmuyor. Olmayacak artık. Çünkü senin o verdiğin para parası çerez parası olacak yani o saatten sonra (G9).

G10 ise kulüplerin önümüzdeki dönemde mecbur satılacağını, çünkü bu borçlarla artık başka çarelerinin kalmadığını söylemiş ve buna karşı çıkmayacağını söylemiştir.

> Desteklerim. Artık desteklemek zorundayım. Şimdi şöyle bir şey var. Batacaklar mı? Şöyle. Bizim ülkemizde batmazlar. Çünkü bizim ülkemizde kimse Galatasaray'ı ya da Beşiktaş'ı kapatmaya uğraşamaz çünkü 15-20 milyon oy var orada siyaset buna cesaret edemez. Ama ne olur kapatmaz ama

> süründürür. Vergini affediyorum der bugün. Tamam yarın elindeki araziye el koydum bina dikeceğim der… Ama şöyle bakıyorum devletin kayyum atayıp saçma sapan bir şirkete çevirmesinden ziyade adam akıllı birinin eline geçsin en azından. Bu arada kesin satılsın. Mutlaka satılmalı demiyorum. Önümüzdeki dönemde satılacak zaten. Çünkü artık kulüpler sürdürülebilir bir durumda değiller (G10).

Yukarıda da değinildiği üzere kulüplerin satılmasına karşı çıkan görüş satılmasını destekleyenlerden daha baskın çıkmıştır. Satılmasını destekleyenler ise ilk tercihlerinin satılması yönünde olmadığını ancak kulübün şu an ki mali durumlarıyla önümüzdeki dönemlerde satılmalarının kaçınılmaz olduğunu dile getirmişlerdir.

5.10 "Futbol Kravatlıların Değil Atkılılarındır" Futbolda Endüstriyelleşme Futbolun Ruhunu Öldürüyor*!*

"Sizce endüstriyel futbol futbolun ruhunu öldürüyor mu? Sorusuna ise bütün taraftarlar "evet öldürüyor" cevabını vermişlerdir. Bazı katılımcılar futbolda endüstriyelleşmenin bazı açılardan izlenirliğini artırdığını düşünseler de kulüpler arasındaki makasın artması, tribünlerin ve tribüncülerin ehilleştirilmesi ve futbolun çok fazla metalaştırılması gibi sebeplerle daha eski dönemlerdeki futbolu daha çok özlediklerini dile getirmişlerdir. Karagümrük taraftarları da kendi semtlerindeki statlarında oynayamadıklarını, kendi maçlarında takımlarını desteklemek için Karagümrük semtinden kalkıp İkitelli'ye gittiklerini ve endüstriyel futbolun en çok kendilerini mağdur ettiklerini dile getirmişlerdir. 3 büyük kulübün taraftarları da e-bilet, 6222 sayılı kanun, maç yayınlarının çok pahalı fiyatlardan satılması ve futbolun içine bahisin her zamankinden daha çok girmesi sebebiyle futbolda endüstriyelleşmeye karşı olduklarını dile getirmişlerdir. Bazı katılımcılar futbolda dönen paraların çok büyük olduğunu ve futbolcuların aldığı maaşların da çok adaletsiz olduğunu dile getirerek eleştirmişlerdir.

> Futbolun bütün ruhunu öldürüyor. Konuştuğumuz gibi. Bence yani hiç etik ve iyi bulmuyorum. Yani bir de dediğim gibi futbol için hani küçücük ama bu büyük paralar falan çok saçma geliyor. Yani hayatta çok daha önemli işler var insanların yaptığı. Deminki verdiğim örnek bir madencinin verdiği emeği vesaire bu kadar büyük faktör olabilir mi para arasında? Yani para makti olarak

> diyorum yani bir futbolcunun bir sene top oynuyor diye bir kulüpte 20 trilyon, 30 trilyon kazanması hiç normal değil yani. Onlar çok değişik. Bence bu da adaletsizlik (G4).

Birçok katılımcı Avrupa'daki kulüplerle –özellikle İngiltere- aradaki makasın çok açıldığı için endüstriyel futbolun rekabeti azalttığı ve bu yüzden futbolun ruhunu öldürdüğü tespitini yapmıştır.

> Ruhunu öldürüyor. Yüzde yüz öldürüyor. Tabii ki evet. Heyecan şöyle. Belli takımlar için heyecan arttırıyor. Diğer takımlar için tamamen büyük bir şey yani darbe. Çünkü Tamamen büyük bir şey yani darbe. Çünkü bu tam güç. Dediğim gibi sadece çok ciddi bir şey oluşuyor. Boşluk oluşuyor arada. Hani o gap artık şey gibi yani dağlar kadar. Mesela önceden Avrupa'nın büyük kulüpleriyle oynamaktan çok korkmazdık şimdi çok tırsıyoruz aman eşleşmeyiz inşallah diyoruz (G9).

G11 ise eskiden futbolun daha "masum" olduğunu maçların sonuçlarının daha tahmin edilemez ve süprize açık olduğunu şimdilerde ise iddia bahis gibi bir sektörün oluştuğunu, çok fazla "para babasının" futbol endüstrisinin içine girdiğini bu yüzden de futbolun ruhunun öldüğünü söylemiştir:

> Eskiden mesela bir maç sabahı kalktığın zaman bir insanın içinde bir heyecan olurdu, bir mutluluk olurdu yani. Hani o bir bilinmezlik içerisinde kalkardın. Şimdi artık işin içine sadece endüstri olarak tabii bunu da içine katabiliriz. İşte iddiasıdır, bahisidir, işte bir sürü yasa dışı şeyler de girdiği için. Bu sağ içindeki durumu manipüle edebilecek de şeyler oluştu. Yani sonuçta eskiden iddia, bahis bu tarz şeyler yoktu. Bir de şimdi para babaları girdiler bu işin içine. İşte görüyoruz işte Araplar olsun, farklı milletlerden olsun, Amerikalılar, İngilizler para babaları girdi işin içine. O biraz da futbolun ruhunu öldürdü (G11)

G12 ise iş insanları ile taraftarların gerilimine değiniyor ve iş insanlarının taraftarlara yön vermeye çalıştığını ancak taraftarlar olarak buna asla müsaade etmeyeceklerini ve kulüplerin gerçek sahiplerinin taraftarlar olduğunu söylüyor:

> Şimdi sen mesela diyor ki adam mesela geliyor diyor ki ya ben size bir olanaklar sunayım. Siz benim tarafta yani benim hakkımda bağırın. Böyle bir şey yok. Futbol kişilerin değil. Biz her zaman böyle bir şeyimiz var. Her zaman deriz futbol kravatların değil atkılılarındır diye. Yani kravatlı oldun diye sen iş sahibi iş sahibisin diye abi sen bana yön veremezsin. Senin şirketlerin var diye sen bana yön veremezsin. Senin şirketlerin var desen bana yön veremezsin. Sen sadece bana destek olursun (G12).

Tüm bunlara ek olarak, bazı taraftarlar endüstriyel futbola bütün eleştirilerine karşılık kendilerinin içinde bulunduğu taraftar olma durumunu yani futbol taraftarlığını bir kitle endüstrisi olarak tanımlamıştır. Kapitalizmde en iyi marka bağımlılığının futbol taraftarlığı olduğunu dile getiren G15 aslında bütün markalarının hedefinin de böyle bir bağımlılık yaratmak olduğunu ancak futbol kulüpleri kadar hiçbirinin bu kadar başarılı olamadığını dile getirir. Bu bakımdan, aslında bazı taraftarlar da kendi içinde bulundukları durumun eleştirel değerlendirmesini yapmışlardır:

> Coca-Cola kötü ürün yapsa Coca-Cola almayı çok rahat bırakırsın. Tabii ki. Sen hangi pantolonu mesela ne marka? Bayiçiki. Bay sen hangi pantolon mesela ne marka? Waikiki. Waikiki kötü pantolon yapmaya başlasa başka bir şey geçersin. Başka şey geçersin. Fenerbahçe küme düşüyordu. Ertesi sene 40 bin kombine sattı. Evet enteresan bir olay. Yani bunu kapitalizmde başarabilecek başka hiçbir şey yok. Hani survival of the fittest, sosyal darwinizm diye satılan bir ideolojide hani dünyanın en incompetent şekliyle, en yetersiz şekliyle yönetilse dahi tutulan ve takip edilen bir şey var, marka var ortada. Fenerbahçe özelliğinde demiyorum. Bütün şeyler özelinde ciddi anlamda bir kitle endüstrisi (G15).

Bu anlamda taraftarlar endüstriyel futbolu eleştirseler dahi kendi takımlarının da bir markalaşmayı temsil ettiğini ve kendilerinin de bu tüketici kitlenin içerisinde olduklarını itiraf etmişlerdir. G15in ifade ettiği futbol kulüplerinin başardığı markalaşmayı aslında bütün kapitalist şirketlerin de başarmak isteyeceği itirafı da bunun önemli bir delili olarak okunabilir.

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Futbol, tarihi çok daha önce götürülebilse de bugünkü kurallarıyla ilk olarak 19. yüzyıl İngiltere'sinde işçi sınıfının bir boş zaman etkinliği olarak oynanmaya başlanır. Daha sonrasında işçi sınıfının ağır çalışma koşullarından ötürü ilgisizliğe mahkûm olan futbol, kolejli öğrencilerin oynamaya başlamasıyla Avrupa'da tekrardan ilgi odağı olmuştur. İlk profesyonel futbol kulübü de Cambridge Üniversitesi öğrencileri arasında 1863 yılında kurulmuştur (Stemmler, 2000). Daha sonrasında Avrupa'da ve Amerika'da hızla yayılan futbol 20. yüzyılın başlarında kurumsallaşma sürecine girmiştir. FIFA'nın kurulması ve futbolun artık profesyonel bir şekilde oynanan bir oyun haline gelmesiyle taraftarlar ile oyuncular arasındaki mesafe de açılmıştır (Aydın, Hatipoğlu ve Ceyhan, 2008). İlk dünya kupasının oynanması ve birçok farklı milletten milli takımın katılması ve dünya kupasının televizyondan yayınlanması ile beraber futbol artık iyice küreselleşen bir oyun haline gelmiştir. Boniface'e (2007) göre futbol dünyadaki en büyük küresel imparatorluktur.

Futbolun küreselleşmesi ve artık dünyanın her yerinde biliniyor olmasında en büyük etken televizyon olmuştur. Televizyon sayesinde dünyada futbolun ulaşmadığı yer kalmamıştır. Tabi ki bu futbolun artık daha fazla endüstriyelleşmesi ve oynanan oyunun artık metalaşması anlamına da gelecektir. 80'li yıllardan sonra ise artık renkli ekrana geçilmesi ve reklamcılığın daha da büyümesi ile beraber futbol ile televizyon arasındaki bağımlılık ilişkisi daha da genişlemiş ve futbol daha fazla izlenen üzerine konuşulan, reklamların, sponsorların ve paranın daha çok işin içine girdiği bir oyun haline gelmiştir. Artık futbolcuların bir kısmı şöhret isimler olmuş ve bazıları birer reklam yıldızı haline gelmiştir. Özellikle 2000'li yıllardan sonra futbol pahalı maç biletleriyle, sponsorluk anlaşmalarıyla, kulüplerin mağazalarıyla ("*store*") tüketim toplumunun çok önemli bir parçası haline gelmiştir.

Futbolun tribün boyutuna bakıldığında ise, 1950'lerden sonra holiganizm üzerinden bir kimlik meselesi olmuş ve Taylor'a göre holiganizm artık bir sosyal sorun haline gelmiştir. 1970'lerden itibaren başta İngiltere olmak üzere tüm Avrupa'da yükselen holiganizm ciddi bir şiddet ve güvenlik sorununa yol açmıştır. 1985'te meydana gelen

Heysel Faciası sonrası İngiltere'de holiganizmi bitirmek amacıyla bir dizi tedbirler alınmıştır. Özellikle ayakta maç izlenmesinin yasaklanması ve şiddete sebep olabilecek kişilerin tribünlerden uzaklaştırılması ve yeni modern statların inşa edilmesiyle beraber 90'lı yıllardan itibaren İngiltere'de holiganizm ile mücadelede ciddi anlamda yol kat edilmiştir (Yiğit, 2016).

Türkiye'de Avrupa'da ve Güney Amerika ülkelerindekine benzer bir şekilde futbolun kimlik ve mezhep çatışmalarının bir yansıması olduğunu söylemek güçtür. Daha başka bir ifadeyle, futbol çok uzunca bir dönem etnik ya da mezhepsel kimliklerin ifadesi olarak toplum içerisinde bir çatışma unsuru olmamıştır. Ancak son yıllarda Amedspor kulübünün maçlarında yaşanan şiddet olayları futbol ve milliyetçilik konusunu taraftarlar üzerinden Türkiye'de de gündeme getirmiştir (Arhan, 2016).

Türkiye'de futbolda ve şiddet meselesi her ne kadar bu süreç İngiltere'deki kadar sert sert yaşanmasa da futbol ile şiddetin iç içe geçtiği dönemler olmuştur. 1967 gibi erken bir tarihte Sivas ve Kayseri takımları arasında oynanan maçta atılan taşlar ve kapalı kapılar sebebiyle çıkan izdihamdan ötürü 43 insan hayatını kaybetmiş ve bu olay tarihe "kanlı maç" şeklinde geçmiştir (Başaran, 2017). 1990'lı ve 2000'li yıllardan sonra Türkiye'de taraftar gruplarının sayısı çoğalmış ve üç büyüklerin ve şehir takımlarının taraftarlarını temsil eden taraftar kulüpleri kurulmuştur.

2000'li yıllarda ise futbolun endüstriyelleşmesi süreci Türkiye'deki tribünleri de etkilemiş, yani modern stadyumlar, bilet fiyatlarının yükselmesi ve "pasobilet" uygulaması ile beraber tribünlerdeki taraftar profili de değişmeye başlamıştır. Bu çalışmada, tribünlerdeki taraftar profilinin değişimi Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi kavramı üzerinden ele alınmıştır. Çalışmada katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat teknikleri kullanılmıştır. Katılımcılara kartopu tekniği ile ulaşılmış ve katılımcılar en az bir kez kombine bilet almış taraftar gruplarının içerisindeki kişilerden seçilmiştir. Çalışmada futboldaki endüstriyelleşmenin taraftarları nasıl etkilediği anlaşılmaya çalışılmıştır. Ayrıca tribünün kendi iç dinamikleri ve içyapısı, taraftarlığın katılımcılar için ne ifade ettiği de anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda taraftarlara nasıl taraftar oldukları, taraftarın kulübüne karşı sorumlulukları ve endüstriyel futbola ilişkin düşüncelerine dair 26 soru sorulmuştur.

Katılımcıların taraftar olmalarında aile etkisinin özellikle babalarının büyük etkisi olduğu görülmüştür. Babayla ya da başka bir aile büyüğü ile beraber ilk gidilen maç unutulmayan bir hatıra olarak birçok taraftar tarafından aktarılmış ve ilk olarak taraftarlığa böyle başladıklarını söylemişlerdir. Özellikle Beşiktaş ve Karagümrük taraftarlarında ise taraftarlığın semtten alınan bir miras olduğu görülmüştür. Bu bakımdan, semt kimliği ile taraftarlık kimliğinin bu iki kulüp özelinde bütünleştiği söylenebilir.

Katılımcıların taraftarlığı anlatırken cevaplarında en çok "fedakarlık" ve "cefakarlık"temaları ön plana çıkmıştır. Birçok katılımcının taraftarlığın kulübüne karşı fedakar olması gerektiği ve zor şartlarda her zaman desteklemesi gerektiğini ifade etmiştir. Katılımcılar "taraftarlık sizin için ne ifade ediyor? Sorusuna taraftarların büyük çoğunluğu yaşam biçimi olarak tanımlamıştır. "Taraftarlık benim için bir üst kimliktir" cevabı en çok dillendirilen görüş olmuştur.

Avrupa'da 1950'li yıllardan itibaren ortaya çıkan ve radikal taraftar grupları ya da Ultraslar olarak ifade edilen grupların benzerleri Türkiye'de de 1980'li yıllardan itibaren ortaya çıkmış ve tribünde destekliklerine kulüplerinden ayrı olarak kendileri de bir taraftar grubu kimliğini temsil etmişlerdir. Tribünde oynanan oyunu seyreden diğer taraftarlardan farklı olarak bu taraftar grupları rakip olan kulübün taraftarlarıyla tribünde bir egemenlik mücadelesi veren yer yer kavga eden ve küfürlü tezahüratlar yapan kulübün içinden çıktığı semtte toplu halde vakit geçiren ve stada bir yerde toplanarak giden taraftarlar "tribüncü" olarak adlandırılan bu taraftar grubu kimliğini oluştururlar.Katılımcılar tribünlerdeki taraftar profilinin özellikle son 10 yılda bariz bir şekilde değiştiğini söylemiştir. Artık eskisi gibi tribüncü yetişmediğini söyleyen taraftarlar, taraftar profilinin artık git gide seyirciye döndüğünü söylemişlerdir. Profil özellikle son 10 yılda tribünlerde daha performans odaklı takımını desteklemek için bağıran, meşale yakan, tribünde daha agresif olan Avrupa'da Ultras grupları olarak ifade edilen taraftar grupları profili yerine daha çok sahada oynanan oyunu seyreden kulübünü lisanslı ürünlerini satın alarak ya da maç biletlerini alarak desteklediğini düşünen pasif bir profile dönüşmüştür. Kısaca ifade etmek gerekirse tribündeki taraftarlık agresif ve performans odaklı olmaktan maddi ve seyretme odaklı olmuştur.Bunda en büyük etkenin maç biletleri fiyatlarının çok pahalı olması

vurgulanırken, tribünlere gelen seyircilerin de bağırmak, tezahürat yapmak yerine fotoğraf çektiği ve sosyal medya çekimi yaptığı söylenmiştir. Özellikle taraftarlıktan seyirciliğe doğru olan bu değişim taraftarların yakındıkları ve eleştirdikleri bir konu başlığı olmuş ancak futboldaki endüstriyelleşme ile beraber bu değişimin kaçınılmaz olduğuna vurgu yapılmıştır.

Bu anlamda stadyumların alt gelir gruplarından olan insanların artık girmekte oldukça zorlandığı bir dönemde olunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bundaki en önemli sebebin bilet fiyatlarının pahalılığı olduğu görülmüştür. Futbolun spor olmaktan astronomik rakamlara ulaşan bir ekonomik metaya dönüşmesiyle birlikte taraftar ve seyirciden talep edilen meblağ gittikçe artmıştır. Futboldaki medya gücünün büyümesi ve kulüpler arasındaki rekabetin artmasıyla beraber futbol dev bir endüstri haline gelmiştir. Bu bakımdan kulüpler için de maç biletleri, sponsorlar ve forma satışları ile elde edilen mali verimlilik çok önemli bir konu haline gelmiştir bu da kulüplerin pahalı bilet fiyatlarına yansımıştır. Sadece stadyuma gitme anlamında değil televizyonda futbol seyretmenin bile artık ciddi anlamda maddi bedel ödenmesi gereken bir aktivite haline geldiği görülmüştür. Bu maddi bedele karşı bazı taraftarların kaçak yayın seyretmeleri endüstriyel futbola karşı bir tavır olarak değerlendirilmiştir.

Taraftarlar kulübüne karşı sorumluluklar nelerdir sorusuna verilen cevaplarda ise iyi günde kötü günde destek vermek ve kulübün lisanslı ürünlerini satın almak temaları öne çıkmıştır. Katılımcılara göre kulübün lisanslı ürünlerini ve her sezon çıkardığı formaları satın almak taraftarların sorumluluğu olarak ifade edilmiş, kulübün maddi getirisini artırabilmek için bunun çok gerekli olduğu söylenmiştir.

Taraftarların verdiği cevaplardan endüstriyel futbolun, futbolun ruhunu öldürdüğü, kulüpler ve ligler arasındaki makasın çok fazla açıldığı ve dolayısıyla oyunun eskisi kadar sürprizlere açık olmadığı sonucuna varılmıştır. Katılımcıların verdiği yanıtlara göre, tribüncülerin de bu durumdan etkilendiği gözlemlenmiş ve artık başarının çok fazla ön plana çıktığı için iyi günde ve kötü günde kulübünün yanında olan taraftar profilinin azaldığı görülmüştür.

Araştırmada katılımcıların en çok eleştirdikleri konu ise passobilet ve 6222 sayılı kanunun uygulanma şekli olmuştur. Araştırmada taraftarların passobilet uygulamasına

karşı oldukları ve passobiletin karaborsayı daha da artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. 6222'nin ise uygulaması itibariyle toplu cezalandırmaya yol açtığı suçun şahsiliği ilkesinin uygulanmadığı görülmüştür. Maçlarda tribünler kamera ile izlenirken kapatma cezasının kişilere değil tribünün tamamına verilmesi uygulamanın en sorunlu olduğu tarafı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılara göre 6222 sayılı yasa ile tribünlerde meşale, küfür gibi birçok taraftarlık performansı kriminalize edilmiş, böylece eskiye nazaran statlarda "tribüncülük" icra edilmesi çok daha zor bir taraftarlık performansı haline gelmiştir. Kısacası, stadyumlar eskiye nazaran daha güvenli bir hale gelirken, tribüncülerin ise kendi taraftarlık performansları açısından bu durumdan olumsuz etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların "kulüplerin iş insanlarına satılmasını destekler misiniz?" sorusuna 23 katılımcıdan 18'inin hayır desteklemem şeklinde yanıtladığı görülmüştür. Özellikle bazı katılımcılar kulüplerinin satılmasına kesinlikle karşı olduklarını, eğer taraftarı olduğu kulübün satılması halinde taraftarlığı bırakacaklarını dile getirmişlerdir. Katılımcılar arasında "kulüplerin gerçek sahipleri taraftarlardır" görüşü baskın çıkmıştır. Kulüpler ileride daha başarılı olsalar dahi satılmalarının desteklenmeyeceği çoğu katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Kulüplerinin satılması durumunda taraftarların "bizlik" duygusunun zedeleneceği ifade edilmiştir.

Bu çalışmanın referans teorisini Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi kuramı oluşturur. Futbolun endüstriyelleştiği, taraftarların seyircileştirildiği ve oyunun gitgide daha da metalaştırıldığı göz önüne alındığında futbolun da bir kültür endüstrisi haline geldiği iddia edilebilir. Özellikle taraftarlığın artık sadece bir takıma gönül vermekten ibaret olmadığı, kulüp için ciddi maddi fedakarlıkta bulunmayı gerektirdiği bu zamanda taraftarlığın sadece taraftarlıktan ibaret olmadığı aynı zamanda bir markanın müşterisi olmak anlamına geldiği de söylenebilir. Buna ek olarak, katılımcılardan elde edilen verilerden de anlaşılacağı üzere günümüz futbolu reklamları, kulüplerin forma satışları ve pahalı maç biletleriyle ciddi anlamda tüketimi teşvik eden bir tarafı vardır. Taraftarlar da hem destekledikleri kulübün bir taraftarı iken aynı zamanda bir markanın (destekledikleri kulübün) müşterisi pozisyonundadırlar. Ancak burada seyirci ile tribüncüler arasında bir ayrım yapılabilir. Tribüncüler futbolun bu dönüşümünde ciddi anlamda rahatsız olduklarını ve futbolun endüstriyelleşmesini ciddi anlamda

eleştirdikleri görülmüştür. Buna ek olarak, tribünlere getirilen kamera sistemiyle, 6222 yasalı Sporda Şiddetin önlenmesine ilişkin yürütülen kanun ile tribüncülerin tribünlerdeki etkisi giderek kırılmıştır. Bu bakımdan, çalışmanın katılımcılarını oluşturan tribüncü profilinin endüstriyelleşen futbolun hem müşterisi hem de endüstriyel futbol tarafından etkinliği ve tribünlerdeki hakimiyeti bastırılmaya çalışılan bir grup olduğu sonucuna varılmıştır. Bu anlamda, taraftar gruplarına mensup tribüncülerin kültür endüstrisi kavramının ifade ettiği kadar edilgen ve pasif bir tüketici olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın amacına yönelik yapılan kavramsal ve kuramsal çerçeveye ilişkin okumalar ve alan araştırmasında elde edilen bulgular doğrultusunda, bu ufak çaplı çalışmada, katılımcılara göre taraftar kimliğinin artık müşteri kimliğine doğru bir dönüşüme uğradığı, bu dönüşümde de içinde bulunulan tüketim kültürünün ve futbolun küresel bir endüstri haline gelmesinin gözle görülür etkilerinin olduğu, e-bilet sistemi ve disipline edici uygulamalar yoluyla "tribüncü" olarak adlandırılan taraftarlık profilinin stadyumlarda etkisinin azaldığı sonucuna varılmıştır.

Bu çalışma odağına kültür endüstrisi kavramı ve futbolun endüstriyelleşme tarihini aldığı alması sebebiyle toplumsal cinsiyet ve erkeklik konularına değinmek tercih edilmemiştir. Ancak katılımcı gözlemlerde derinlemesine mülakatlardan elde edilen nitel verilerde görülmüştür ki futbol taraftarlığı ve tribünlerde erkeklik performansı arasında derin bir ilişki vardır. Bu anlamda futbol ve erkeklik meselesine ilişkin ileriki zamanlarda yapılacak çalışmaların literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Adorno, T. Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (Çev: Ülner, N. Karadoğan, E. Ö). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Adorno, T. (2014). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. (Çev: Ülner, N. Tüzel, M. Gen, E.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Akın, Y. (2005). Cumhuriyet Döneminde Beden Terbiyesi ve Spor Politikaları. *Toplum ve Bilim* Sayı: 103. 53-93.

Akkaya, C. (2009). Spor *ve Medya: Medyanın Futbolu Kitle Kültürü Haline Getirmesi*.(Yayın No: 229347). [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Akşar, T. (2005). *Endüstriyel Futbol*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Akşar, T. (2010). *Futbolun Ekonomi Politiği*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Akşar, T. (2020). *Finansal Futbol.* İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Altay, A. (2022). *Katar 2022 Dünya Kupası:Tartışmalar, Ekonomik ve Jeopolitik Boyutları.* 10 Mayıs 2024 tarihinde https://fikirturu.com/ekonomi/katar-2022-dunya-kupasi-tartismalar-ekonomik-ve-jeopolitik-boyutlari/#:~:text=Kupan%C4%B1n%20sahibi%20FIFA%2C%20dolay%C4%B1s%C4%B1yla%20turnuvan adresinden alındı.

Arhan, F. (2016). *Bir Kulüpten Fazlası: Amedspor Ya da Onların Takımı.* 10 Haziran 2024 tarihinde https://www.bbc.com/turkce/spor/2016/02/160208_amedspor adresinden alındı.

Arık, M. B (2004). *Top Ekranda*. İstanbul: Salyangoz Yayınları.

Aydın, D. H. ve Aydın, M. B (2019). Güvenlik, Piyasa ve Hukuksallaşma: 6222 Sayılı Yasa Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Mülkiye Dergisi.* Sayı: 43 731-758.

Aydın, M.B. Hatipoğlu, D. ve Ceyhan, Ç. (2008). Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* Sayı 26, s.289-316

Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.* Sayı:7 231-274.

Başaran, K. (2017). *Sivas-Kayseri Türkiye'nin En Büyük Futbol Faciası*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Battini, A. (2012). Reshaping the National Bounds through Fandom: The UltrAslan of Galatasaray. *Soccer and Society.* 13(5-6). 701-719.

Baudrillard, J. (2024). *Tüketim Toplumu.* (Çev: Tutal, N. Keskin, F.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2015). *Sosyolojik Düşünmek.* (Çev: Abdullah Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bilgiç, O. (T,y). *106 Yıllık Bir Rekabet: Superclasico.* 26 Mart 2024 Tarihinde https://eski.socratesdergi.com/106-yillik-bir-rekabet-superclasico/ adresinden alındı.

Boniface, P. (2007). *Futbol ve Küreselleşme*. Çev: İsmail Yerguz. İstanbul: NTV Yayınları.

Bora, T. (2016). *Karhanede Romantizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bora, T. ve Erdoğan, N. (2020). "Dur Tarih, Vur Türkiye", Türk Milletinin Milli Sporu Olarak Futbol. Derleyenler: Horak, R. Reıter, W. Bora, T. *Futbol ve Kültürü*içinde. 223-243. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bottomore, T.(2022). *Frankfurt Okulu ve Eleştirisi*. (Çev: Yolsal, Ü, H) İstanbul: Say Yayınları.

Böke, K. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri.* İstanbul: ALFA Yayıncılık.

Cenikli, A.Dalkılıç, M. Yiğit, E. ve Bozkurt, V. (2017). Modern Futbolun Tarihi. *Diyalektolog Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi.* Sayı: 14 53-63.

Çakır, V. O. (2014). *Spor Sosyolojisinin Doğuşu; Geleneksel Beden Eğitimi Usul ve Yaklaşımlarında Dönüşüm.*(Yayın No: 361794) [Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi] https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Değer, F. (2019). *Değişen Toplum Yapısında Hekim ve Hastalar Açısından Sağlık ve Hastalığın Anlamı.*(Yayın No: 548771) [Doktora Tezi, Ege Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Dellaloğlu, B, F. (2018). *Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum.* İstanbul: SAY Yayınları.

Demir, V. (2012). Türkiye'de Futbol Maçlarının Televizyondan Yayın Hakkı Sorunu.. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | Istanbul University Faculty of Communication Journal*(*8*). https://doi.org/10.17064/iüifhd.86853

Dever, A. (2013). *Endüstriyel Futbol ve Taraftarlık: Kayseri İli Örneği*(Yayın No: 349254) [Doktora Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi]https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Dever, A. (2017). *Sosyolojik Teoriler ve Spor*. Konya: Çizga Kitabevi.

Durmuş, H. (2017). *Futbolun Ticari Sektöre Dönüşmesi ve Süper Lig Takımlarının Sportif ve Mali Başarı Üzerine İki Eksenli Analiz*. (Yayın no:484121) [Yüksek Lisans Tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Tokat]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Emrence, C. (2005). Marksizmden Küreselleşme Okuluna Spor Sosyolojisi. *Toplum ve Bilim*. Sayı:103 93-107.

Erdem, A. (2023). *İskoçya'nın En Büyük Derbisi: Old Firm.* 30 Mart 2024 Tarihinde https://www.fourfourtwo.com.tr/post/i-sko%C3%A7ya-n%C4%B1n-en-b%C3%BCy%C3%BCk-derbisi-old-firm adresinden alındı.

Frey, J. &H. Eitzen, D. S (1991). Sport and Society. *Annueal Review of Sociology.* Volume: 17 503-522

Galeano, E. (2022). *Gölgede ve Güneşte Futbol*. (Çev: Önalp, E. Ve Kutlu, M.N)İstanbul: Can Yayınları.

Geertz, C. (1973). Religion as a cultural system. In: *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*, , pp.87-125. London: Fontana Press,

Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*, İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Gökaçtı, M. A. (2008). "*Bizim İçin Oyna Türkiye'de Futbol ve Siyaset.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Gökalp, E. (2005) Medya ve Spor ya da Spor/Futbol Medyası.*Toplum ve Bilim, Spor: Oyun Değil Ciddi İş,* sayı:103, İstanbul: Birikim Yayıncılık, s:121-137

Hasanov, B. (2015). Clifford Geertz'e Göre Kültürel Bir Sistem Olarak Din. *BEÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi.* 1/2 79-96.

Hatipler, M. (2017). Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi (1)* 32-50.

Hornby, N. (2006). *Futbol Ateşi.* (Çev: Erten, B.) İstanbul: Sel Yayıncılık.

Kara, T. ve Aytekin, Ç. (2014) "Kültür Endüstrisi Bağlamında Aktif Taraftar Çağı: Sosyal Medyanın Futbol Kulübü / Taraftar İlişkisine Etkisi," *INTCESS14-International Conference on Education and Social Sciences*, İstanbul, Turkey,

Klose, A. (2020), *Televizyon Futbolu,* (iç): Futbol ve Kültürü, Der: Bora, T., Horak, R., Rester, R., ss: 373-383, İstanbul: İletişim Yayınları.

Kozanoğlu, C. (1990). *Türkiye'de Futbol: Bu Maçı Alıcaz.* İstanbul: Kıyı Yayınları.

Kuper, S. (2022). *Futbol Asla Sadece Futbol Değildir*. (Çev: Gürtünca, S.) İstanbul: İthaki Yayınları.

Kümbetoğlu, B. (2020). *Niteliksel Araştırmalarda Analiz.* İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Legia Taraftarlarından UEFA'ya Ağır Gönderme (t,y). 30 Nisan 2024 tarihinde *Sporx.com* https://www.sporx.com/tv/futbol/avrupaligi/legia-taraftarlarindan-uefaya-agir-gondermeSXTVQ58204SXQ/ adresinden alınmıştır.

Macionis, J.J ve Plummer, K. (2005). *SOCIOLOGY A Global Introduction.* Third Edition. U.k. London: Pearson Education Limited. Essex

McGill, C. (2006). *Futbolun Karhanesi: Futbol Taraftarların Elinden Nasıl Kayıyor*. Çev., Can Cemgil, İstanbul: İthaki Yayınları.

Öğüt, E.E. E (2019). Neoliberalizing Football and Fandom: The Authoritarian e-ticketing system in Turkish Stadiums. *International Journal of Sport Policy and Politcis* 1-20 https://doi.org/10.1080/19406940.2019.1638814 Erişim Tarihi: 11.06.2024

Özkan, Ö.D (2011). Futbol Kültürü: Spor mu, Oyun mu, Yoksa (Hala) Afyon mu? *İstanbul Bilgi University, Periodical for Cultural Studies*, Vol. 2. (pp: 140-162)

Ritzer, G. ve Stepnısky, J. (2018). *Sosyoloji Kuramları*. (Çev: Hülür, H.). Ankara: De ki Yayınları

Seyidoğulları, İ, H. (2021). Popüler Kültür Bağlamında Futbol ve Siyaset İlişkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi.* Sayı: 20 ss. 213-240.

Sipahi, A. (2022). *Endüstriyel Futbol Çağında Futbol Taraftarlığı ve Tüketim*. (Yayın No.731645) [Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi] https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Stemmler, T.(2000). *Futbolun Kısa Tarihi.* (Çev: Açа, N). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Şenyuva, Ö. Göksel, A. ve Irgalı, C. (2022). Avrupalı Kimliği Oluşumunda Bir Araç Olarak Futbol: Avrupa Birliği ve UEFA Şampiyonlar Ligi. *Toplum ve Bilim Dergisi* 162. Sayı. SS. 81-101

Talimciler, A. (2005). Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Türkiye'de Futbol. *Toplum ve Bilim*. Sayı: 103. 147-163.

Talimciler, A. (2010). *Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporu*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Talimciler, A. (2014). *Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi.* İstanbul: Bağlam Yayımcılık.

Taylor, I. (1972). "Football Mad": A Speculative Sociology of Football Holiganism. Ed: Dunning, E. *Sport*: In *Readings from a Sociological Perspective*. Toronto: University of Toronto Press.

Tepeköylü, İ. (2016). Türkiye'de Futbol, Taraftar Olgusu ve Beşiktaş Çarşı Grubu. *Akademik Bakış Dergisi*. Sayı:56 380-390

Toklucu, M. (2001). *Taraftarın Senle.* İstanbul: İletişim Yayınları

Türkben, İ. (2023). *Frankfurt Okulu Bağlamında Aydınlanma Eleştirisi*. (Yayın No. 801879) [Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Türkiye Futbol Federasyonu. (2023, Haziran). 2023-2024 Sezonu Süper Lig Takım Harcama Limitleri Belirlendi. 14 Mayıs 2024 tarihinde https://www.tff.org/default.aspx?pageID=687&ftxtID=41606 adresinden alınmıştır.

Uğur, T. (2020). *Futbol Tarihinin Büyük Utancı: Heysel Faciası.* Nisan 15 2024 tarihinde https://www.trtspor.com.tr/haber/detay/futbol-tarihinin-buyuk-utanci-heysel-faciasi-209694 adresinden alındı.

Ultras Nedir Ne Yapar (2007). 10 Mart 2024 Tarihinde http://ultrasmovement.blogspot.com/2007/11/ultras-nedir-ne-yapar.html sitesinden alındı.

Ünsal, A. (2005). *Tribün Cemaatinin Öfkesi: Ticarileşen Türkiye Futbolunda Şiddet*. İstanbul: İletişim Yayınları

Yeldan, E. (2014). Yerkürenin En Büyük Oyunu. *İktisat ve Toplum Dergisi*. 7(45) 5-10.

Yiğit, E. (2016). *İngiltere Holiganizmi Nasıl Yendi?.* Mayıs 15 tarihinde https://medium.com/tr724/i%CC%87ngiltere-holiganizmi-nas%C4%B1l-yendi-5b3d50254815 adresinden alınd

Zelyurt, M. K (2019). *Spor Sosyolojisi Temsil Kimlik Taraftar Altyapı.* Ankara: Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Zelyurt, M. K. (2021). Spor Olgusuna Sınıf ve Siyaset Kavramlarından Bakan Marksist Bir Sosyal Bilimci: Kurthan Fişek. *Sosyologca.* Sayı: 22. 54-75.

EKLER

Ek 1. Derinlemesine Görüşme Formu

1. Yaşınız nedir?
2. İstanbul'da nerede yaşıyorsunuz?
3. Ne kadar süredir futbol maçlarına stadyuma gidiyorsunuz?
4. Şu an desteklediğiniz takımı ilk olarak desteklemeye nasıl karar verdiniz?
5. Kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz?
6. Kendinizi tanımlarken taraftarlığınız bu tanımlamada yer alıyor mu?
7. Taraftarlık sizin için ne anlam ifade etmektedir?
8. Taraftarlık kimliğinin oluşmasında etkili olan faktörler nelerdir?
9. Futbolun endüstriyelleşmesi ile ilgili neler söylemek istersiniz?
10. Sizce futbolun endüstriyelleşmesi taraftar kimliğini ve profilini etkiler mi?
11. Sizce futbol kulübünün taraftarlarına karşı yükümlülükleri var mıdır?
12. Taraftarların kulübüne karşı yükümlülükleri var mıdır?
13. Taraftar olduğunuz kulübü maç biletleri haricinde de maddi açıdan destekler misiniz? Örneğin, tuttuğunuz takımın ürünlerini satın almak gibi…
14. Tuttuğunuz takımın sezon formalarını satın aldınız mı?
15. Maçları yüz yüze mi yoksa TV üzerinden mi takip edersiniz?
16. Seyirci ile taraftar aynı şey midir yoksa faklı kavramlar mıdır? Açıklayabilir misiniz?
17. Desteklediğiniz bir takım maçı kaybettiğinde kendinizi nasıl hissedersiniz?
18. Takım tutmak ve siyasi partiye oy vermek arasında bir bağ kuruyor musunuz açıklayabilir misiniz?
19. Futboldaki endüstriyelleşme futbolu daha heyecanlı mı yapar yoksa futbolun ruhunu öldürür mü?
20. Passobilet ve 6222 sayılı kanun hakkında ne düşünüyorsunuz?

21. Sizce başka bir futbol tahayyülü mümkün müdür?
22. Sizce kulüplerin gerçek sahipleri kimlerdir taraftarlar mı yoksa yöneticiler mi?
23. Kulüplerin önümüzdeki dönemlerde iş insanlarına satılmasını destekler misiniz?

Ek 1. Etik Kurul Kararı

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli "Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge" ile bildirilen 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

ÖZGEÇMİŞ

Ömer Burak KALPAKLIOĞLU

Eğitim

Yüksek Lisans	2024	Maltepe Üniversitesi/ Sosyoloji Anabilim Dalı
Lisans	2020	Marmara Üniversitesi Sosyoloji Bölümü

İş/İstihdam

Yıl:	Görev:
2023:	İnterlink Şirketler Grubu: Proje Asistanı
2021-2022:	İnsan Sağlığı ve Eğitim Vakfı: Proje Koordinatör Yardımcısı