



ANKARA
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**BEŞİKTAŞ JİMNASTİK KULÜBÜ ÇARŞI GRUBU
ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN TARAFTAR FOLKLORUNUN
İNCELENMESİ**

İlke TEPEKÖYLÜ

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ali YAKICI

**DOKTORA TEZİ
TÜRK HALK BİLİMİ ANABİLİM DALI
TÜRK HALK BİLİMİ BİLİM DALI**

HAZİRAN 2022



**BEŐIKTAŐ JİMNASTİK KULÜBÜ ÇARŞI GRUBU ÖRNEĞİ
ÜZERİNDEN TARAFTAR FOLKLORUNUN İNCELENMESİ**

İlke TEPEKÖYLÜ

DOKTORA TEZİ

TÜRK HALK BİLİMİ ANABİLİM DALI

TÜRK HALK BİLİMİ BİLİM DALI

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

HAZİRAN 2022

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

İlke TEPEKÖYLÜ

27.06.2022

BEŞİKTAŞ JİMNASTİK KULÜBÜ ÇARŞI GRUBU ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN TARAFTAR
FOLKLORUNUN İNCELENMESİ

(Doktora Tezi)

İlke TEPEKÖYLÜ

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Haziran 2022

ÖZET

Geçmiş milâttan önceye dayanan, 19. yüzyılın ortalarında kuralları belirlenmeye başlanan ve kurumsallaşan futbol, 21. yüzyıla gelindiğinde dünya genelinde sayıca en çok oyuncuya, taraftara ve izleyiciye sahip olan spor dalı olarak yerini almıştır. Futbolun diğer spor dallarıyla kıyaslanamayacak kadar yoğun bir ilgi gördüğü ve sosyal hayatın her alanına etkili olduğu bir gerçektir. Türkiye’de de benzer bir durum söz konusudur. Sosyal bilimlerin çeşitli alanlarıyla çalışma konusu olarak ele aldığı; futbol, futbol endüstrisi, futbol kulüpleri, kulüp yönetimleri ve taraftar gruplarıyla ilgili akademik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların alanları; spor yönetimi, spor sosyolojisi, pazarlama, halkla ilişkiler, reklamcılık, siyaset bilimi, işletme, ekonomi gibi dallarla sınırlı kalmıştır. Popüler kültürün yanı sıra halk kültürünün de önemli öğelerini barındıran ve sportif etkisinin dışında halk bilimsel boyutu oldukça önemli olan futbol ve futbol taraftarları, halk bilimi alanında birkaç tez ve makaleyle ele alınmıştır. Türkiye’deki futbol literatüründe ‘dört büyükler’ olarak tâbir edilen takımlardan biri olan Beşiktaş Jimnastik Kulübü, tanınmış ve etkili bir taraftar grubu olan Çarşı’ya sahiptir. Taraftar grubu Çarşı’nın bir araya gelmesini, grubun birlikte hareket etmesini sağlayan ve Çarşı üyelerinin fanatiklik ekseninde beslendiği gurur, minnet, tatmin gibi duygularla ortaya çıkardığı folklorik unsurlar tezin konusunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda tezde futbol taraftarlarının oluşturduğu ortak bilinç, kültürlenme süreci, ritüel, gelenek, sözlü-yazılı kültür ve duygulardan hareketle kolektif davranış biçimlerinin bir “taraftar folkloru” oluşturduğu hipotezinden yola çıkılmıştır. Beşiktaş Jimnastik Kulübü ve taraftar grubu Çarşı örneği üzerinden taraftarlar, yalnızca futbolun bir aktörü olan insan yığını olarak değil; belirli bir amaç ve duygu etrafında toplanmış bir halk birimi ve topluluk olarak ele alınmıştır. Taraftarlar çeşitli duygularla takımlarına bağlanırlar ve bu bağlanma şekilleri de farklılık gösterir. Grup motivasyonunu sağlayan duygular ve bu motivasyondan hareketle ortaya çıkan taraftar üretimleri ve ritüelleri aynı zamanda taraftar folklorunun genetiğini taşıyan çeşitli gelenek, kültür ve değerleri oluşturur. Böylece taraftarlar öğrendiklerini ve ürettiklerini yaşamları boyunca kendilerinden sonraki nesillere aktararak bir kültürel miras taşıyıcılığı da yapar. Bu organik yapılanma içerisinde yaşadığı milletin, kültürün, tarihin, şehrin, semtin izlerini taşır. Bu kapsamda tezde, Beşiktaş Jimnastik Kulübü taraftar grubu Çarşı örneği ile bir halk kitlesi olan taraftarların ortak duygu, düşünce, davranış biçimleriyle inşa ettikleri ve ürettikleri halk bilimsel unsurlar belirlenmeye çalışılmıştır. Kaynak taraması sonucunda elde edilen bilgiler, analizler ve gerçekleştirilen görüşmelerle ‘taraftar folkloru’ tanımına bilimsel ve akademik bir nitelik kazandırmak amaçlanmıştır.

Bilim Kodu : 31003
Anahtar Kelimeler : Beşiktaş, Çarşı, folklor, futbol, taraftar.
Sayfa Adedi : 183
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ali YAKICI

A STUDY ON FAN’S FOLKLORE VIA EXAMPLE OF ÇARŞI, BEŞİKTAŞ
GYMNASTICS CLUB’s SUPPORTER GROUP
(Ph.D. Thesis)

İlke TEPEKÖYLÜ

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL FOR ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY

June 2022

ABSTRACT

Its history aging back to before Christ, B.C., football is known to have the biggest number of players, supporters and viewers worldwide. The establishment of the rules of the game began in the middle of 19th century and it has become an institutional sport over the years. There is a vast amount of attention for football, completely incomparable to other sports. It is a well-known fact that football affects all social aspects of life both in Turkey and in all other countries all around the world. The social sciences literature investigated different dimensions of the sport such as football industry, football clubs, sports management and football fans. However, the existing literature is mostly limited to sports management, sports sociology, marketing, public relations, advertising, political sciences and economics. Football includes really important elements of the folklore culture in addition to popular culture. These folkloric elements have not been explored thoroughly in the existing literature with the exception of a few thesis and articles. Beşiktaş Gymnastics Club, which is among the biggest four football clubs in Turkey, has a well-known and efficient fan club called ‘Çarşı’. This thesis investigates the folkloric elements such as pride, appreciation and satisfaction that lead the extreme fans to gather and act in a collective manner. In this manner, the thesis follows the idea that collective conscience, path to common knowledge, rituals, written and verbal culture unite people to have a ‘fan folklore.’ Via the help of the Beşiktaş Gymnastic group and Çarşı supporters, the fans of the football sports are considered to be a community that is gathered around a common purpose and emotion, not as a mass of people that is just a part of the football culture. Fans are attached to their teams emotionally and the ways of attachment differ among people. The emotions that enable group motivation and the rituals stemming from this motivation forms the backbone of the fan folk culture. Fans transfer the common knowledge they gained through the generations and help form a cultural heritage. This organic structure carries the signs of the history and the culture of the community that they live in. In this thesis, with the help of the of Beşiktaş Çarşı football fan club, we investigate the folkloristic elements that is built by the common emotions, thoughts and behavioral patterns observed in a society. I aim to give the term ‘fan folklore’ an academic and scientific meaning with the help of the knowledge we obtained by the literature review and analysis of the interviews conducted for this study.

Science Code : 31003
Key Words : Beşiktaş, Çarşı, folklore, football, supporter.
Page Number : 183
Supervisor : Prof. Dr. Ali YAKICI

TEŞEKKÜR

Tezimin fikir, oluşum ve yazım sürecinde bana her türlü desteği sunan ve hep yanımda olan kıymetli danışmanım, hocam Prof. Dr. Ali Yakıcı'ya tüm kalbimle teşekkür ederim. Tez İzleme Komisyonu üyelerim olarak doktora öğrenciliğimin başlangıcından bugüne, tüm bilgi birikimini bizlerle paylaşan ve bizleri yetiştiren değerli hocam Prof. Dr. M. Öcal OĞUZ'a ve tez yazım sürecimde bana her zaman yol gösterici olan; kıymetli fikirlerini, zamanını, kaynaklarını benimle paylaşan, her daim ulaşabildiğim değerli hocam Prof. Dr. Gülin ÖĞÜT EKER'e teşekkürü bir borç bilirim. Tez savunma jürimde yer alarak kıymetli önerileri ve fikirleriyle tezime katkı sunan Prof. Dr. Hamiye DURAN ve Doç. Dr. Dilek TÜRKYILMAZ'a müteşekkirim. Çarşı ile temasımı sağlayan ve bana her konuda yardımcı olan sevgili öğrencim ve meslektaşım Ali Ekin ENÇ' ne kadar teşekkür etsem azdır. Tez süresince her türlü teknik desteği gösteren ve işlerimizi kolaylaştıran Arş. Gör. Kadirhan ÖZDEMİR ve Arş. Gör. Burakhan KABAÇAM'a teşekkür ederim. Tezin İngilizce özet kısmındaki yardımları için Selin GÜNEY'e teşekkürlerimi sunarım.

Tüm yaşamım boyunca desteğini ve sevgisini hissettiğim başta annem Sevgi TEPEKÖYLÜ olmak üzere tüm aileme minnettarım.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	ix
RESİMLERİN LİSTESİ	x
KISALTMALAR	xi
1. GİRİŞ	1
2. SPOR VE FUTBOL ÜZERİNE.....	17
2.1. Sporun Tarihi.....	17
2.2. Spor Sosyolojisi, Kültürü ve Sporun İşlevi.....	19
2.3. Türklerde Spor.....	22
2.4. Futbol	25
2.5. Futbolun Tarihi ve Gelişimi	27
2.6. Türklerde Futbol.....	31
2.7. Endüstriyel Futbol	40
3. BJK’NİN TARİHİ VE BAŞARILARI	45
3.1. BJK’nin Tarihi.....	45
3.2. BJK’nin Başarıları.....	49
3.3. BJK’nin Efsaneleri	56
4. TARAFTAR OLGUSU, TÜRLERİ ve KİMLİKLERİ	61
4.1. Taraftar Olgusu	61
4.2. Taraftar Türleri ve Kimlikleri.....	65
4.2.1. Fanatizm ve Holiganizm.....	70

	Sayfa
5. ÇARŞI GRUBU, GRUBUN DUYGUSAL MOTİVASYONLARI, ETKİLEŞİM TÜRLERİ ve TARAFTAR FOLKLORU	73
5. 1. Çarşı Grubu	73
5.1.1. Çarşı Grubu ve Mekân İlişkisi.....	84
5.1.2. Çarşı Grubunun Pankartları ve Yardım Kampanyaları.....	88
5.2. Çarşı Grubunun Duygusal Motivasyonları	103
5.2.1. Grubun Birincil ve İkincil Duyguları.....	105
5.2.2. Grubun Motivasyonunu Sağlayan Temel Duygular	108
5.3. Çarşı Grubunun Etkileşim Türleri.....	110
5.3.1. Grup İçerisindeki İletişim Türleri	113
5.4. Çarşı Grubunun Taraftar Folkloru.....	115
5.4.1. Grup Ritüelleri	116
5.4.1.1. Grubun maç öncesindeki ritüelleri	121
5.4.1.2. Grubun maç esnasındaki ritüelleri.....	123
5.4.1.3. Grubun maç sonrasındaki ritüelleri	126
5.4.2. Çarşı Grubunun Folklor ile İlişkisi ve Gelenek Aktarımı.....	129
5.4.2.1 Çarşı Grubunun Folklor ile İlişkisi.....	129
5.4.2.2. Çarşı grubunun gelenek aktarımı	134
6. SONUÇ	143
KAYNAKLAR	153
EKLER.....	165
EK-1. Beşiktaş JK Çarşı Grubuna Yöneltilen Sorular	165
EK-2. Kaynak Kişilerin Listesi	167
EK-3. Çarşı Grubunun Fotoğrafları.....	170
ÖZGEÇMİŞ	181

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 4.1. Futbol Seyircisinin Sınıflandırılması	67
Şekil. 4.2. Taraftar Kimliklerini Belirlemek İçin Kullanılan Kavramsal Çerçeveler	68
Şekil 5.1. Ritüel-Etkileşim	119
Şekil 5.2. İletişimsel Bellek-Kültürel Bellek	120
Şekil 5.3. Çarşı Grubu-Folklor İlişkisi Grafiği	134
Şekil 5.4. Çarşı Grubu Gelenek-Kültür Grafiği	138
Şekil 5.5. Çarşı Grubu Gelenek Aktarımı Grafiği.....	140

RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 5.1. Çarşı Grubunun Atatürk Paylaşımı Görseli	91
Resim 5.2. Çarşı Grubunun İstiklâl Marşı'nın Kabulü İçin Paylaştığı Görsel.....	92
Resim 5.3. Çarşı Grubunun Hz. Muhammed (S.A.V.) Pankart Görseli	93
Resim 5.4. Çarşı Grubunun Hocalı Katliamı Pankartı Görseli	94
Resim 5.5. Çarşı Grubunun Darbe Karşıtı Pankart Görseli	96
Resim 5.6. Çarşı Grubunun Kadına Şiddete Hayır Pankartı.....	97
Resim 5.7. Çarşı Grubunun Neşet Ertaş Pankartı	98
Resim 5.8. Çarşı Grubunun Siyanür Karşıtı Ferhat ile Şirin Pankartı	99
Resim 5.9. Çarşı Grubunun SMA Hastası Bir Çocuk İçin Düzenlediği Kampanya Görseli	100
Resim 5.10. Çarşı Grubunun Kızılay için Kan Bağışı Görseli	101
Resim 5.11. Çarşı Grubunun Köy Okullarına Düzenlediği Yardım Kampanyası Görseli	102
Resim 5.12. Çarşı Grubunun Hayvan Barınağı Görseli.....	103

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
BJK	Beşiktaş Jimnastik Kulübü
Çev	Çeviren
Ed	Editör
FIFA	Uluslararası Futbol Federasyonu
ICSS	Uluslararası Spor Sosyolojisi Komitesi
JK	Jimnastik Kulübü
KK	Kaynak Kişi
MEB	Millî Eğitim Bakanlığı
MÖ	Milâttan Önce
UEFA	Avrupa Futbol Federasyonları Birliği
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Kurumu
TDK	Türk Dil Kurumu
TFF	Türkiye Futbol Federasyonu
TSYD	Türk Spor Yazarları Derneği
Vb	Ve Benzeri
Vd	Ve Diğerleri

1. GİRİŞ

19. yüzyılda bilimsel bir disiplin hâlini alan ve en geniş mânâsıyla yazılmamış bir tarih olan, halkın en kuvvetli hislerinin yarattığı heyecanları çok ince ve çok açık bir şekilde saf ve basit ifadelerle anlatan folklorun (Alangu, 2021: 382-409) klâsik ve yaygın araştırma alanlarını; mit, masal, efsane, halk inanışları, gelenekleri, halk şiiri gibi konular oluşturmaktadır. Bu dönemde bilgiden çok halka dayalı folklor tanımları kullanılmıştır. Aynı zamanda halkı, köylü toplum ya da kırsal alan toplulukları olarak tanımlayan folklorcular olmuştur. Benzer görüşe göre folklor, geçmişte yaratılmıştır ve bugünün halkı yeni bir folklor üretemeyen, üstelik her geçen gün folkloru daha da unutmakta olan hatta bir süre sonra da folkloru tamamen unutan olacaktır görüşü hâkim olmuştur (Dundes, 2005: 18). Bu bağlamda folklor adına yapılan çalışmalar 20. yüzyılın ortalarına kadar klâsik mecrasında hareket alanı bulmuş ve ‘modern halk bilimi’ çalışmalarının başlamasıyla birlikte, köy ve kasaba hayatıyla sınırlanan algının dışına çıkılarak kent ve kent insanına doğru evrilen yeni bir çalışma sahası üretilmiştir. Bu süreç sonrasında folklor algısı değişime uğramıştır. Çünkü folklor Alan Dundes’in ifadesiyle: ”Kültürün içinde kendi kendine oluşan organik bir fenomendir” (2005: 39). Bu durum Tahir Alangu’nun, ‘statik folklor’ ve ‘dinamik folklor’ tanımlarıyla da örtüşmektedir. Alangu’ya göre geleneksel folklorcular derlemeleri ve araştırmaları için değişime uğramamış, dış etmenlerle karşılaşmamış kapalı bölgelerdeki statik folklor unsurlarına yönelirlerdi ve folklor denince bu algılanırdı. Fakat yolun kapalı bölgenin yakınından geçmesi, ardından bir fabrikanın kurulması, savaşlar ve göçler, mevsim işçilerinin gidiş gelişleri bu kapalı ve geleneksel çevreyi açarak folklorda bir değişim ve etkileşim başlatmıştır. Koşulların değişimi hayatı, hayatın değişimi de kültürü değiştirmiş ve beraberinde yeni çevreleri, töreler, gelenekleri getirmiştir. O zaman da folklor ‘statik’ aşamadan ‘dinamik’ aşamaya geçişi sağlamıştır. Buna da folklorun hayatla beraber yol alan dinamizmi denmektedir (2021: 420).

Amerikalı sosyolog Gary Alan Fine, interaktif gruplar üzerine yoğunlaşırken her grubun bir ölçüde kendi kültürünü yarattığını öne sürer ve bu kültürü ‘ideoculture’ olarak adlandırır. Ideoculture, interaktif bir grubun üyelerinin paylaştığı; daha ileri etkileşimler için bir zemin olarak başvurabildiği bilgiler, inançlar, davranışlar ve gelenekler sistemi olarak tanımlar. Üyelerin ortak

deneyimler paylaştıkları, bu ortak deneyimlerle birlikte diğer grup üyeleriyle de anlaşacakları beklentisini taşıdıkları ve bununla bir sosyal gerçeklik kurduklarını ifade eder (1979: 734). Richard Baumann da, grup folklorunu birey bileşeninden hareketle bireyin folklor üretimi üzerinden ele alır ve folklorun insan yaşamındaki yerini anlamak için bunun gerekli olduğunu ortaya koyar (1983: 362-368).

Bir iletişim şekli olarak folklor, insanların yüz yüze geldikleri ve birbirleriyle doğrudan iletişime geçtikleri durumlarda gerçekleşir; bir grup bir aile, bir sokak çetesi, bir oda dolusu fabrika işçisi, bir köy, hatta bir kabile olabilir (Amos, 2006: 35-51). Bu tanıma paralel olarak ortaya çıkan meslek folkloru da, çalışma grubundaki üyelik ve konumları belirlemede kullanılan, gayri resmî olarak öğrenilmiş âdetler, beceriler ve anlatılara özel vurgu yapılan anlatımlı çalışma alanı olarak tanımlanmıştır (McCarl, 1996'dan akt.: Aça, 2015: 112). Bu bağlamda meslekler ve iş hayatıyla ilgili folklor çalışmaları öncelikle kırsal alanlardan başlayıp giderek şehirlere ve modern dünyaya doğru genişletilmiştir (McCarl, 1986'dan akt. Duymaz ve Şahin, 2010: 104-105). Dolayısıyla meslek ve grup folklorunun kendine özgü folklorik değerleri söz konusudur. Buradan hareketle günümüz folklorunun, Amerikalı oduncu kampları, Protestan kiliseleri, fuarlar, çiftçi festivalleri, şenlikler, karnavallar, balıkçıların etkinlikleri gibi geleneksel organizasyonları kapsayan bir tanımı vardır. Şehirli topluluklar ve kolejli öğrenciler de spesifik bir folklor yapısına sahiptirler. Folklorik bir etkinlikte olanlar aktif gelenek taşıyıcısıdır (Le Utley, 2005: 30-31). Türkiye'deki durum Amerika'dakinden farksızdır, özellikle ülkenin geneline yayılmış yerel ve ulusal taraftar dernekleri, grupları bu duruma benzer örnekleri teşkil etmektedir.

Çağa ayak uyduran folklor çalışmaları postmodernizm ile belirsiz bir ilişki içine girmiştir. Bir yandan postmodernliğin öne sürdüğü gibi halk kültürünün kesinliğinin ve bir kültür türü olarak ayrılmasının reddi, bu alana bir meydan okuma olarak görülmektedir; öte yandan postmodernist kuramlar pratikte yaygın olarak yer almasa da kavram açısından, folklorcuların araştırmalarını yapmak için eğitildikleri güncel kültürel biçimlerinin parçalı ve yerel türlerine büyük bir önem vermektedir (Dorst, 2006: 97). Postmodernizm, moderniteye hâkim olan benlik, toplum, cemaat, akıl, değerler ve tarih kavramlarını yeniden düşünülmesini ve bunu postmodernite koşulları altında yaratılan şeyler için nostalji ya da üzüntü ve ütöpik özlemler

beslemeden yapılmasını istemektedir (Hollinger, 2005: 251). Dolayısıyla postmodernizmin geleneksel halk bilimiyle teorik bir çatışma hâlinde olsa da uygulama ve yöntem pratiklerinden kavramsal olarak faydalanmaktadır. Bunun yanında modern halk bilimi ile reddedemeyeceği bir ilişki içerisinde. Folklor, futbol, postmodernizm ilişkisi; popüler kültürün değişmez bir parçası olan futbolun 21. yüzyılda internet ve dijital uygulamalar ile birlikte daha da popülerleşmesi ve yaygınlaşması sonucunda modern folklor ile ilişkilendirilmiştir. İster izleyici, ister taraftar, isterse fanatik olsun, bu kimliklerin dışavurumu bir belirsizlikle gerçekleşmez. Bu dışavurumun gerçekleşmesi yalnızca futbol stadyumu veya futbola özgü ortamlarla da sınırlı değildir. Aslında futbol, mevcut *zeitgeist*'in¹ yani *zamanın ruhunun* öyle bir parçasıdır ki, birçok farklı alanda kurumlara, kültürel uygulamalara ve kişisel etkileşimlere yayılır (Stone, 2007: 174).

Futbol, Huizinga'nın *Homo Ludens, Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme* isimli kitabında olduğu gibi 'oyun'u anlamlandırışıyla özdeşleştirildiğinde; alanları sınırlı, kendine özgü ve mutlak bir düzenin hüküm sürdüğü hatta düzenin kendisi olarak düşünülen ve dünyanın mükemmellikten uzak olması sebebiyle hayatın karmaşası içerisinde sınırlı bir geçici mükemmellik yaratıcısı olarak ifade edilebilir (2010: 27). Bu ifadeler, insanlık tarihi kadar kadim olan 'oyun'un 21. yüzyıldaki en popüler türü olan futbol ile folklor² bilimi arasında bir bağ kurmanın yerinde olduğunu ortaya koymaktadır. Hayatın karışıklığı içinde insan topluluklarının bir futbol takımının taraftarı olması, stadyumları doldurması başlı başına bir meditasyon, motivasyon ve oyun sürecindeki hallerine bakıldığında ise bir ritüeldir.

¹ Zeitgeist kelimesi Almanca olup birebir Türkçe çevirisiyle 'zamanın ruhu' anlamına gelmektedir ve birçok dilde Almanca hâliyle değiştirilmeden kullanılmaktadır. Bu kelimeyi ilk kullanan ve böyle bir kavramı ortaya çıkaran kişi 18. yüzyılda Almanya ve Avrupa'daki folklor çalışmalarına öncülük eden Alman filozof, teolog ve edebiyatçı Herder'dir. Herder tıpkı 'zamanın ruhu' gibi başka bir kavramsal üretimi olan ve halk bilimi çalışmalarında kullanılan *volksgeist* yani 'halkın ruhu' tanımıyla da bilinmektedir. Herder aynı zamanda Alman kültürüne ve edebiyatına yaptığı katkılarla kültürel milliyetçiliğin ve ulus devletçiliğin temelini atmıştır.

Ayrıntılı bilgi için bkz. Akkaya, M.Ş. (1951), "Herder, Şahsiyeti ve Eserleri", *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih- Coğrafya Dergisi*, 9 (2), (165-173).

² Folklor terimi folk (halk) ve lore (bilgi) kelimelerinden türetilmiştir ve Türkçe'deki halk bilimi kelimesiyle eş anlamlıdır. Folklor kelimesi ilk kez İngiliz William Thoms tarafından 19. yüzyılda kullanılmıştır.

Sosyal hayatın her alanında yerel ve ulusal oluşumlarda kitlesel bir örgütlenme olarak karşılık gören futbolun, modern dünyaya ait bir girişim biçimiyle ifade edilen ve kökleri 16. yüzyıldan beri olgunlaşan, parçası olduğu dünyada üzerine düşeni yaparak gerçeklik hakkında ampirik olarak doğrulanan; sistemli ve dünyevi bilgi üretme çabasına dayanan sosyal bilimlerin konusu olması kaçınılmazdır (Wallerstein vd. 2008: 12). Futbolun sosyal bilimlerde bir araştırma konusu olarak ele alınması, diğer alanlara oranla daha yeni bir olgu olarak değerlendirilebilir fakat ulaştığı sosyal ve ekonomik alanın büyüklüğün yanı sıra harekete geçirdiği kitlelerin çokluğuyla da dikkat çekmektedir. Dolayısıyla kitlesel bir ilginin odağı olması ve toplumsal hayatı etkileyen ekonomik, siyasal, kültürel gelişmelerden etkilenmesi ve bu gelişmeleri etkilemesiyle futbolu konu alan çalışmalar gün geçtikçe artmaktadır (Aktükün, 2010: 9).

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren futbolun gelişimi, kitlesel sanayileşme ve kentleşme ile binlerce insanın istihdam için şehirlere taşındığı döneme denk gelmiştir. Bu süreçle birlikte kentlerdeki kulüp sayıları artmış ve taraftarı olunan kulüpler aracılığıyla da yaşam boyu sürdürülecek ve nesilden nesile aktarılacak bir sosyal bağlılık ortaya çıkmıştır (Cleland ve Cashmore, 2016: 125). Aynı zamanda günümüz futbolu eşsiz bir satış ve pazarlama aracı konumundadır. Futbolun bir yandan pazarlanan, diğer yandan da pazarlayan özellikleri onu gösteri endüstrisinin vazgeçilmez ve bir numaralı oyuncusu hâline getirmiş durumdadır. Bu açıdan futbol, bir yönüyle iktisadî ve malî özellik taşıırken diğer yandan da kitlelerin yönetiminde etkin hâle gelmiş bir enstrüman olarak değerlendirilebilir (Serin, 2001: 1). Özellikle siyaset ve iş çevrelerince yerel ve ulusal futbol takımları kitlelere ulaşmada hem bir reklam hem de bir destek aracı olarak görülmektedir.

Futbol aynı zamanda tüm dünyada önemli bir tutku nesnesidir ve yaklaşık yüz elli yıldır özellikle erkekler tarafından ilgiyle izlenen, hakkında saatlerce konuşulurken, sosyolojinin merceği altına ise oldukça ileri bir tarihte, 1960'larda alınmıştır. Ancak bu tarihten sonra futbolun tarihî ve toplumsal seyri farklı açılardan incelenmeye başlanmıştır. 1960'larda yapılmaya başlanan çalışmalarda futbol, toplumsal işlevi açısından incelenirken, 1980'li yıllardan sonra özellikle İngiltere'de, ülkedeki popülaritesi itibarıyla taşıdığı önemle uyumlu bir biçimde futbol-taraftarlık üzerinden ayrıntılı araştırmalarla ele alınmıştır (Hacısoftaoğlu vd. 2012: 160).

Futbol, dünyada ve Türkiye’de spor dalları içerisinde en etkin, yaygın ve popüler olandır. Aynı zamanda küresel ve ekonomik açıdan güçlü dinamiklere sahiptir. Bu durumdan hareketle futbolu yalnızca sportif bir faaliyet alanı olarak değerlendirmek eksik bir yaklaşım olarak ifade edilebilir. Günümüzde futbol, sosyolojik bir hareket olarak da konumlanması sebebiyle kitlelerin ortak dili hâline gelmektedir ve popüler kültürün derinliklerinin keşfedilmesi için işlevsel bir aygıt olarak kullanılmaktadır. Futbolu iyi anlamak ve futbolu derinlemesine analiz edebilmek, mensubu olunan toplumun ve dünyanın daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Dünya üzerinde futbol kadar sahip çıkılan ve millî kimliğin bir göstergesi olarak görülen bir spor dalı yok denecek kadar azdır. Dolayısıyla futbol evrensel bir referans olma vasfını da taşır. Bireysel olarak da kişiler, futbol aracılığı ile aidiyet duygusu hissederek bir kimlik edinme sürecine girer (Talimciler, 2006: 93). Böylece futbolun izlerini bireyler ve toplumlar üzerinde görmek mümkün hâle gelir.

Futbol; sporcusuyla, taraftarıyla, yayın kuruluşlarıyla dünyada en büyük ekonomik ve sosyal payı alan takım sporudur. Bu nedenle de güçlü bir rekabetin ve ortak bir heyecanın görüldüğü futbol, başta Avrupa ve Güney Amerika ülkeleri olmak üzere dünya genelinde geniş kitlelere seslenir. Birçok ülkede farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip geniş bir izleyici kitlesi tarafından takip edilir. Dolayısıyla bu büyük kitlenin yani spor seyircisinin bireysel olarak psikolojik yapısı ve sosyolojik açıdan toplumsal konumu birçok açıdan önem arz eder (Şanlı, 2014: 1). Dolayısıyla futbolun bireydeki etkisini ve bunun topluma yansımaları sosyal, ekonomik ve kültürel olarak birbirine bağlı birçok oluşumda görebilmekteyiz.

Futbolun ortaya çıkardığı endüstrinin tarihi gelişimi ve bu endüstrinin oluşturduğu güç ilişkileri; futbol medyası ve bu medyanın algılama-bilinçlenme kalıpları, taraftarların toplumsal-sınıfsal yapıları, ait oldukları ya da oluşturdukları alt-kültürler, bu grupların taraftarlık biçimleri; toplumsal kültür yapılarıyla kulüp kimliklerinin ilişkisi; futbolun ulusal ve yerel kimliklerinin oluşmasındaki rolü ve benzer ilişkili alanlara bakılarak toplum hakkında birçok bilgi edinilebilir. Bu sayede futbol salt soğuk bir akademik malzemeye dönüştürülmeden, futbola dönük heyecanı boyutlandıran bir olgu hâlini de alır (Bora, 2006: 17-21). Spor sosyolojisi alanında çalışmaları bulunan Dağhan Irak’ın sosyal bilimlerin futbola bir akademik çalışma ve araştırma konusu olarak bakışının seyrini şu şekilde ifade etmiştir (2013: 9):

“Futbol, yıllar boyu üzerine akademik veya entelektüel üretimin son derece kısıtlı olduğu bir alandı. Sosyal bilimler alanında çalışanlar, bu son derece popüler kitle sporunun taşıdığı toplumsal değeri uzun yıllar görmezden geldiler. 1990'lara gelinceye kadar yapılan kısıtlı çalışmalarda ise taraftarlık meselesine genelde tepeden bakılarak, taraftarlar ile toplumun izole ve sorunlu bir grubu olarak algılandı. Futbolun, içinde bulunduğu toplumun yaşadığı sosyal, siyasal ve ekonomik süreçlerle bağlantısı çoğunlukla görmezden gelindi. 1990'larla beraber hem futbolun özellikle uydu televizyonculuğuyla beraber makyajlanarak hedef seyirci kitlesinin genişletilmesi, hem de sosyal bilimlere popüler kültür içinde kendine ilgi alanları keşfetmesiyle bu durum değişti. Eduardo Galeano'nun 1995 çıkışlı *Gölgede ve Güneşte Futbol* kitabıyla beraber entelektüellerin futbolla barışma süreci hızlandı. Bu sefer de futbol romantikleştirilmeye, sahip olduğu sosyal değer ve diğer toplumsal ilişki manzumelerinden ayıklanarak ele alınmaya başlandı.”

Avrupa ülkelerinde yaygın bir biçimde kullanılan ‘modern futbol’ ifadesinin Türkiye ve dünyanın geri kalan bölgelerindeki karşılığı ‘endüstriyel futbol’dur ve endüstriyel futbol hakkındaki tartışmalar büyük bir ilgiyle devam etmektedir. Endüstriyel futbol sportif, ekonomik ve sosyolojik açıdan birçok tartışma alanı barındıran temel bir konu olarak ele alınmaktadır. Modern bir oyun hâlini almasının ardından futbolun oldukça değiştiği ve bu değişim süreciyle farklı aktörlerin türettiği ifade edilebilir. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren bir sektör olarak ekonomi çarkındaki yerini alan futbol; kulüpler, şirketler, güvenlik yasaları, hisse senetleri, medya, holiganlık, fanatizm, şiddet vb. bağlamlarda araştırma konusu olmaktadır. Futboldaki değişim ve futbol taraftarlığı konularında Avrupa menşeli birçok çalışma olduğu bilinmektedir. Türkiye’de ise futbol ve futbol taraftarlığı üzerine dikkat çekici bir literatürün, hem ülke futboluyla ilgili hem de dünyadaki futbola ilişkin yapıtlarla ve çevirilerle oluşmaya başladığı söylenilebilir (Aydın vd., 2008: 290). Böylelikle futbol sportif, gündelik ya da magazin bir mecraadan akademik bir mecraya transfer olmuştur.

Futbolun akademik çalışmalara konu olmasını takip eden süreçle birlikte, Türkiye’de Beşiktaş Jimnastik Kulübü³, Çarşı grubu, futbol, futbol kulüpleri ve taraftar toplulukları üzerine birtakım araştırmalar, yayınlar ve akademik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar çoğunlukla spor yönetimi, sosyoloji, spor sosyolojisi, spor tarihi, pazarlama, işletme, ekonomi, halkla ilişkiler, reklamcılık gibi alanlarla sınırlı

³ Buradan itibaren “BJK” denecektir.

kalmıştır ve kitap, makale, yüksek lisans ve doktora tezi formlarında okuyucuya sunulmuştur. Beşiktaş JK konulu kitaplardan en eski ve kapsamlı olanlardan biri Vâlâ Somalı'nın *Türk Sporunda 75 Yıl 1903-1978, Beşiktaş Spor Tarihi* (1978) diğeri de Sedat Özkol'un *Övünmekte Haklıyız; Çünkü Beşiktaşlıyız* (1991) isimli eserleridir. Daha güncel olanlar ise Mehmet Durupınar'ın *Beşiktaş Tarihi, İlkleriyle Unutulmayanlarıyla Yüzüncü Yılında* (2002), Nedret Ebcim'in, *100 Soruda Beşiktaş* (2010), Ergun Hiçyılmaz'ın, *Beşiktaş Bazıları Büyük Doğar* (2019) ve Adnan Dinçer'in *Beşiktaş'ıdır* (2020). Çarşı konulu kitaplar ise sınırlı sayıda olmakla beraber şunlardır: Sema Tuğçe Dikici, *Çarşı Bir Başka Taraftarlık* (2009), Haldun Açıksözlü, *Çarşı'yı Ararım Abi!* (2013), Erk Acarer, *Çarşı Ulan!* (2014), Anıl Helvacı, *Çarşı Geliyooooor! Şövalye Ruhlu Semt Çocukları* (2014), Erol Özdil, *Çarşı, 35 Yılın Pankartları, Eski Tribün Kavgaları, Deplasman Anıları* (2015). Ayrıca BJK içerikli en güncel yayın olarak da Rıdvan Akar'ın *Süleyman Seba Beşiktaş'ın Dervishi* (2021) isimli kitabı yer almaktadır.

YÖK (Yükseköğretim Kurulu) ulusal tez tarama merkezinde yer alan BJK ve Çarşı konulu yüksek lisans tezleri şunlardır: Sema Tuğçe Dikici (2008) "Türkiye'de Taraftarın Sosyal ve Siyasal Profili: Beşiktaş JK Çarşı Grubu Örneği", Ender Serin (2011) "Türk Futbol Sektöründe Rekabet ve Taraftar Gruplarının Sektörden Beklentileri: Beşiktaş J.K. Çarşı Grubu Örneği", Esra Paksoy (2014) "Futbol Fanatizmi, Taraftar Kimliği: Beşiktaş Çarşı Taraftarlarının Taraftarlıkla İlgili Davranışlarının İncelenmesi", Deniz Cengiz (2014) "Futbolun ve Futbol Taraftarının Toplumsal Olaylara Etkisi "Beşiktaş Taraftar Grubu: Çarşı", Salih Egemen Erdoğan (2013) "Sporda Kalite Yönetimi: Beşiktaş Örneği", Ömer Akkaya (2016) "Sosyal Medya ve Spor Pazarlaması İlişkisi Taraftar Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Beşiktaş Spor Kulübü Örneği", Meltem Deniz Doğan (2017) "Bir Halk Yaratması Olarak Futbol Tezahüratları: Beşiktaş Örneği", İsmail Arı (2017) "Marka Topluluklarının Marka İmajı Üzerindeki Rolü: Beşiktaş JK ve Çarşı Grubu Örneği", Zafer Anşın (2020) "Spor Kulüplerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Kulüp İmajı ve Marka İmajına Etkisi: Beşiktaş JK Taraftarı Üzerinde Ampirik Araştırma", Fuat Tuğlu (2020) "Futbolun Yönetiminde Endüstriyel Futbol Anlayışı ve Geleneksel Taraftarlık: Beşiktaş Jimnastik Kulübü Örneği", Gültekin Cem Çiftçi (2017) "Spor Pazarlaması ve Sponsorluk: Beşiktaş Jimnastik Kulübü ve Vodafone Sponsorluk İlişkisinde Taraftarların Tutumlarının İncelenmesi", Ahmet

Hilmi Yılmaz (2021) “Futbol Endüstrisinin Yapısı ve Özelliği: Beşiktaş Jimnastik Kulübü Açısından Bir Değerlendirme”. Doktora tezleri ise şunlardır: Ahmet İçöz (2015) “Futbol Kulüplerinde Stratejik Yönetim Aracı Olarak Dengeli Değerleme Kartı: Beşiktaş Futbol Kulübü Uygulaması”, Çağrı İlk (2019) “Beşiktaş ile Avrupa Kulüplerinin Yönetimsel Olarak Karşılaştırılması.” Bu tezler göstermektedir ki Beşiktaş JK ve Çarşı Grubu konulu akademik çalışmalar genellikle daha önce belirtilen alanlarda yapılmıştır sadece Meltem Doğan Deniz’in “Bir Halk Yaratması Olarak Futbol Tezahüratları: Beşiktaş Örneği” isimli yüksek lisans tezi, futbola ve futbol taraftarlığına halk bilimsel bir perspektifle yaklaşan tek akademik çalışmadır. Doktora tezlerinde de benzer bir durum söz konusudur; futbol, futbol taraftarlığı, BJK ve Çarşı Grubu konulu tezler oldukça sınırlı sayıdadır ve bu konuları halk bilimi açısından ele alan bir doktora tezi bulunmamaktadır.

Popüler kültürün bir parçası olan ve spor bilimiyle ilişkisinin yanında folklorik boyutu oldukça dinamik olan futbol ve futbol taraftarları, halk bilimi alanında bir kaç makale dışında akademik olarak ele alınmamıştır. Gülin Öğüt Eker’in 2009 yılında Hakan Berument ve Başak Ceylan ile kaleme aldığı ve The Social Science Journal’da yayımlanan makalesi “Soccer, Stock Returns and Fanaticism: Evidence from Turkey” ve yine Eker’in 2010 yılında Millî Folklor Dergisi’nde yayımlanan “Futbolun Dayanılmaz Çekiciliği, Büyülenen Taraftar Portresi, Fanatizm ve Beşiktaş” (2010), Finli akademisyen Meri Kytö’nün, Soccer and Society⁴ dergisinde yayımlanan “We Are The Rebellious Voice Of The Terraces, We’re Çarşı: Constructing A Football Supporter Group Through Sound”⁵ (2011) ve İlke Tepeköylü’nün Akademik Bakış dergisindeki “Türkiye’de Futbol, Taraftar Olgusu ve Beşiktaş Çarşı Grubu” (2016) başlıklı makaleleri konuyla ilgili çalışmalara örnek oluşturmaktadır.

William Bascom (2006: 226), “Folklorun Dört İşlevi” başlıklı makalesinde, folklorik ürünlerin; hoşça vakit geçirme yani eğlenme ve eğlendirme; değerlere dolayısıyla geleneklere ve toplum kurallarına destek verme; eğitim işlevi yani kültürü nesillere aktarma; bireysel ve toplumsal baskılardan kurtulmak için bir kaçış mekanizması olmak üzere dört işlevinden söz etmektedir. İlhan Başgöz, folklorun

⁴ Futbol ve Toplum.

⁵ Tribünlerin Asi Sesi, Çarşıyız: Sesle Futbol Taraftar Grubu Oluşturmak.

sözü edilen bu dört işlevine bir beşinciye ekler; ‘protesto’ ve bunu Türk kültür tarihinde; türkünün, şiirin düzeni değiştirmeye yönelik eylemlere dönüştüğünü ve güç vermek için kullanıldığını söyleyerek temellendirir (Başgöz, 1996: 2). İşte bu noktada Çarşı’nın taraftar kimliği folklorun bu beşinci işleviyle örtüşmektedir. Çarşı’nın sosyal olaylara ve ülke meselelerine duyarlılığı tezahüratlarda, marşlarda, slogan ve pankartlarda somut olarak kendini gösterir. “Çarşı ruhu” diye ifade edilen soyut mekanizma insanî ve toplumsal bir duyarlılık taşır. Çarşı’nın her şeye hatta kendine karşılığı, isyankâr tabiatının gereğidir. Bu durum, Stuart Hall’un *Popüler Kültür ve Devlet* adlı makalesinde ifade ettiği, ‘isyan’ oyun alanında değil tribünlerde gerçekleşir (1999: 100) görüşüyle benzerlik taşır.

Değişen folklor algısı ile birlikte yeniden tanımlanan kavramların başında ‘halk’ yer alır. Batılı dillerde ‘populus’, ‘vulgus’ ve ‘volk’ sözcükleriyle karşılanmaktadır. Ulusları oluşturan, halk kültürü denilen değerleri tarih boyunca taşıyan ve sınıfsallaşmanın öncesindeki geniş bir kitle de bu kelimeyle tanımlanmaktadır. Halk kelimesinin günümüz Türkçesinde yer almasından önce aynı anlama gelen ‘kara budun’ kelimesi 8. yüzyılda Orhun Anıtları’nda yer almıştır (Alangu, 2021: 419). Halk denildiğinde geniş kitleleri ve toplulukları düşünmeye yatkın insan, Dundes’in, “halk kimdir?” ve “bir halk grubu ne kadar küçük olmalıdır?” sorularının üzerine düşünmeye sevk edilirken, cevabı yine Dundes’tan almaktadır (2016: 18):

“Halk, en az bir ortak faktörü paylaşan herhangi bir insan topluluğudur. Bağlayıcı faktörün ne olduğu önemli değildir. Ortak sahiplenilmiş herhangi bir şey, - dil veya din olabilir- önemi olan şey, herhangi bir nedenle bir araya gelmiş bir insan topluluğunun kendilerinin olarak adlandırdıkları bazı geleneklerinin olmasıdır. Teoride bir topluluk en az iki kişiden oluşur ama genellikle çoğu topluluklar birçok kişiden oluşur. Topluluğun bir üyesi diğer üyelerin hepsini tanımayabilir ancak büyük bir olasılıkla o topluluğa ait gelenekleri, toplulukta birliktelik duygusunun oluşumuna yardım eden gelenekleri bilir. Böylece eğer topluluk ağaç kesenler ve demiryolculardan oluşuyorsa folklor, ağaç kesenler ve demiryolcular folkloru olacaktır. Topluluk Yahudi ya da zencilerden oluşuyorsa folklorcu Yahudi ya da zenci folklorunu araştırabilir.”

Halkın, millet içerisindeki karşılığına ilave olarak pek çok şekli mevcuttur. Örneğin bölge, şehir, kasaba veya köy gibi coğrafi kümeler de kültürel olarak halk gruplarını oluşturur. Etnik, ırksal, dinsel ve meslekî karakterlerdeki halk grupları kendine ait halk bilgisine sahiptir. Futbolcular, madenciler, balıkçılar, demir yolu işçileri ve çiftçiler kendilerine özgü efsanelere, meslek argosuna, fıkra ve şakalara sahiptirler. Dolayısıyla yeni gruplar oluştuğu sürece de yepyeni halk bilgileri de oluşacaktır. Çağdaş bir halk bilimci için, şehirli bir halktan bahsetmekte herhangi bir ikilem yoktur. Taşralı halk olduğu gibi, şehirli halk da vardır Bu düşünce ve tanımdan hareketle sınırsız sayıda halk grubu olduğu ifade edilebilir. Örneğin müzisyenlere ait bir halk bilgisi olduğu gibi, caz müzisyenlerinin de hususi bir halk bilgisi vardır. Halk grupları daha küçük alt gruplarını da içine alır (Dundes, 2006: 20-32). Alan Dundes'in yeniden tanımladığı 'halk' kavramı ve ona dayanan yeni halk bilimi çalışmaları, Herder döneminden beri yönelmek zorunda kaldığı kırsala yönelik çalışmaların bağımlılığından kurtulmuştur (Çobanoğlu, 2002: 292).

Dundes'in yaklaşımından hareketle spor takipçileri, izleyicileri bir grup; futbol izleyicileri ve taraftarları da bir alt halk grubu olarak tanımlanabilir. Bozkurt Güvenç, bu görüşle paralel bir grup tanımlamasını; sosyal bilimler açısından belli bir ortak özelliğe veya özellikler dizisine sahip iki ya da daha fazla kişi olarak betimlemektedir. Gruplar üye sayılarına göre küçük ve büyük ölçekli olabilir. Sosyal gruptaki dayanışma ve süreklilik, grupların paylaştığı maddi ve manevi unsurların sayısı ve grupların büyüklüğü ile doğru orantılıdır. Gruplar büyür, küçülür, dağılır, güçlenir ve yeniden kurulur. İşte bu sebepten grup teorisine 'grup dinamiği' adı verilebilir (1994: 223) şeklinde ifade eder. Dolayısıyla bir futbol kulübünün taraftar grubunu 'halk' olarak tanımlayıp, halk bilgisini yani 'folklor'unu çalışma konusu olarak belirlemek doğal bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır ve araştırılmaya değerdir. Çarşı grubunun kuruluşundan bu zamana oluşan yazılı ve ekseriyetle sözlü geleneğin bir halk yaratısı olarak kendinden sonraki nesillere aktarıldığı görülmektedir. Burada bir grup ve taraftar geleneğinin aktarımı söz konusudur. Taraftarlık denilen şey bir kültür, bir birikim, bir gelenek yaratmadır. Taraftarlık geleneksel bir yapıdır, yeniliğe açık olabilirsin ama muhafazakâr bir yanı da vardır bir bakıma değerleri korudukça ve geleneklere sahip çıktıkça büyüebilmektedir (Açıksözlü, 2013: 23). Gelenek kavramını Hobsbawn, toplum tarafından kabul görmüş kurallarla şekillendirilen ritüeller ya da sembolik niteliklere sahip, geçmişle

ilişkisi sürececek şekilde tekrarlanan, belirli davranış normlarını ve değerleri aşlamaya çalışan pratikler kümesine şeklinde tarif etmiştir (2006: 2). İşte bu noktada Çarşı'nın grup ritüelleri ve sahip olduğu üretim şekilleri ile tekrara dayalı sembolik değerlerinden söz edilebilir.

Beşiktaş'ın bir semt takımı olması, Çarşı'nın diğer takım taraftarlarından farklı şekillerde sosyalleşmesini sağlar. İsmi aldıkları Beşiktaş'taki çarşıda, kartal heykelinin önünde, Maçka Parkı'nda, Şairler Parkı'nda veya Abbasağa Parkı'nda toplanılır ve tezahüratlar eşliğinde mabet⁶ diye adlandırılan Vodafone Arena Stadı'na Dolmabahçe Sarayı hattına kadar yol boyunca marşlar okunarak ve sloganlar atılarak yürünür. Maç sonrasında da tam tersi istikamette aynı ritüeller uygulanır. Stada gidemeyenler semtin belirli kafe, bar ve restoranlarında⁷ toplu olarak maçı izler ve mekânlarda adeta stat atmosferi yaratırlar. İşte maç öncesi, esnası ve sonrasıyla tüm bu ve buna benzer ortak davranış kalıpları Çarşı'nın taraftar folklorunu oluşturmaktadır.

Tezin Konusu: Çalışma BJK'nin erkek futbol takımı ve Çarşı'nın erkek futbol takımı taraftarlığıyla sınırlandırılmıştır. BJK futbolun yanı sıra voleybol, hentbol, basketbol, jimnastik, atletizm, güreş, boks, kürek, briç, masa tenisi, bedensel engelliler ve satranç branşlarında faaliyet yürütmektedir.⁸ BJK kadınlarda da futbol, basketbol, voleybol takımlarına sahiptir. Çarşı ilkesel ve duygusal olarak tüm BJK branşlarını desteklemektedir fakat bu sınırlandırmaya, tüm takımları içeren makro ölçekli bir çalışmanın doktora tezi formunda yapılabilmesinin neredeyse imkânsızlığı ve konuyu daha mikro düzeyde detaylı bir şekilde araştırma ve inceleyebilme olanağını sağlamak amacıyla gidilmiştir.

Tez giriş ve sonuç bölümleri dışında dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümü oluşturan girişin ardından tezin ikinci bölümünün başlığı Spor ve Futbol Üzerine'dir. Bu başlık altında yedi alt başlık bulunmaktadır. Bunların ilki "Sporun Tarihi" başlıklı olanıdır ve spor kavramı ile sporun tarihi hakkında genel bilgiler içermektedir. İkinci alt başlık "Spor Sosyolojisi, Kültürü ve Sporun İşlevi"dir. Bu

⁶ Bu tanım ilk olarak İnönü Stadı için kullanılmıştır.

⁷ Bu mekânların içinde en çok tercih edilenler Beşiktaş Yeni Çarşı'da yer alan Kazan ve Köyiçi'nde bulunanlardır.

⁸ BJK ayrıca dört takım sporunu da (futbol, basketbol, voleybol, hentbol) bünyesinde bulunduran tek kulüp olma unvanına sahiptir.

bölümde sporla sosyolojinin ilişkisi, spor ve kültür arasında bağ ve etkileşim ile sporun işlevselliği üzerine analizlerde bulunulmuştur. Üçüncü alt başlık “Türklerde Spor”da Türk tarihinde sporun yeri ve gelişimi üzerinde durulmuştur. Dördüncü alt başlıkta ise futbolun bir tanımı yapılmış ve futbol hakkında genel bilgiler verilmiştir. “Futbolun Tarihi ve Gelişimi” kısmında ise futbolun ortaya çıkışından itibaren tarihsel yolcuğu ve bu seyirdeki gelişimine değinilmiştir. “Türklerde Futbol” başlıklı altıncı kısımda ise futbolun Türk tarihi ve Türk toplumu içerisindeki serüvenine yer verilmiştir. Tezin ikinci bölümünün yedinci ve son alt başlığı olan “Endüstriyel Futbolda” ise modern futbolun kulüplerle ve taraftarlarla kurduğu parasal ilişkiyle bir yatırım aracına dönüşmesi irdelenmiştir.

Tezin üçüncü bölümü “BJK’nin Tarihi ve Başarıları” başlığını taşımaktadır. Bu bölümde üç alt başlık bulunmaktadır. “BJK’nin Tarihi” alt başlığında BJK’nin Osmanlı’daki kuruluş döneminden itibaren günümüze kadar uzanan tarihi süreçleri ele alınmıştır. İkinci alt başlığı oluşturan “BJK’nin Başarıları”nda ise kulübün elde sportif ettiği başarılar yer almaktadır.

Tezin dördüncü bölümüne gelindiğinde: “Taraftar Olgusu, Türleri ve Kimlikleri” başlığı altında iki alt başlık yer almaktadır: “Taraftar Olgusu” ve “Taraftar Türleri ve Kimlikleri”. Bu kısımda taraftar olgusu açıklanmıştır ayrıca taraftarların sınıflandırmaları yapılmıştır. Taraftar kimlikleri üzerinden kavramsal bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır. Burada bir alt başlık olarak “Fanatizm ve Holiganizm” de ayrıca ele alınmıştır.

Tezin beşinci bölümü “Çarşı Grubu, Grubun Duygusal Motivasyonu ve Taraftar Folkloru” başlığını taşımaktadır. Bu bölümde ilk alt başlık “Çarşı Grubu”dur ve bu kısımda Çarşı’nın nerede, ne zaman, nasıl ve kimler tarafından kurulduğuna, grubu oluşturan taraftarların özelliklerine ve taraftarların ritüellerine yer verilmiştir. Bu bölümün kapsadığı “Çarşı Grubunun Pankartları ve Yardım Kampanyaları” başlığındaysa grubun ürettiği; kültürünü ve toplumsal olaylara duyarlılığını yansıtan ve folklordan esinlendiği pankartları ile düzenlemiş olduğu bazı yardım kampanyalarından örnekler sunulmuştur. Bu bölümün “Çarşı Grubunun Duygusal Motivasyonları” alt başlıklı ikinci kısımda ise duygu sosyolojisi ve etkileşim ritüelleri, iletişim türleri temel alınarak; alan araştırmasındaki kaynak kişilerle yapılan görüşmeler neticesinde Çarşı grubu üyelerinin takımlarına ve

gruplarına karşı hissettikleri ve motivasyonlarını sağlayan duygulara ve bu duyguların oluşturduğu davranışsal sebep-sonuç ilişkilerine yer verilmiştir. Bu bölümde “Grubun Birincil ve İkincil Duyguları” alt başlığında *birincil duygular* diye adlandırılan yani; korku, öfke, depresyon ve tatmin ve *ikincil duygular*; suçluluk, gurur, minnettarlık ve utanç ekseninde Çarşı’daki yansımaları ele alınmıştır. Bu bölümün diğer alt başlığı olan “Grubun Motivasyonunu Sağlayan Temel Duygular” da ise grup içerisindeki duygu ve motivasyon ilişkisine değinilmiştir. Beşinci bölümün üçüncü alt başlığı “Çarşı Grubunun Etkileşim Türleri” alt başlığında grup içerisindeki etkileşim ve “Grup İçerisindeki İletişim Türleri” alt başlığında ise iletişim incelenmiştir. Beşinci bölümün dördüncü alt başlığını “Çarşı Grubunun Taraftar Folkloru” oluşturmaktadır. Bu bölümün alt başlıklarında görüleceği üzere Çarşı’nın halk bilimi unsurları ilişkisi ve halk bilimi ürünleri üzerinde durulmuştur. Bu bölümün ilk alt başlığı “Grup ritüelleri” dir ve bu bölüm “Grubun Maç Öncesindeki Ritüelleri”, “Grubun Maç Esnasındaki Ritüelleri ve “Grubun Maç Sonrasındaki Ritüelleri” biçiminde sınıflandırılan üç alt başlıkla incelenmiştir. “Çarşı Grubunun Folklor ile İlişkisi ve Gelenek Aktarımı” başlığı “Çarşı Grubunun Folklor ile İlişkisi” ve “Çarşı Grubunun Gelenek Aktarımı” olmak üzere iki alt başlıkta ele alınmıştır. Bu kısımda, Çarşı grubunun folklor ile ilişkisi, grubun sahip olduğu grup geleneği ve bu geleneğin aktarımı üzerinde durulmuştur. Tezin Çarşı olgusu üzerinde oluşturulan, alan araştırmasıyla elde edilen bilgilerin ve verilerin sonucunda, tezin kavramsal çatısını oluşturan Çarşı üyelerinin duygusal motivasyonlarıyla ve bağlanma biçimleriyle ortaya çıkardıkları folklorik yaratmalar, ürünler ve sahip olduğu gelenek analiz edilmiş ve halk bilimi açısından incelenmiştir. Bu kapsamda elde edilen tüm bilgiler ve yapılan kategorizasyon ‘tarafar folkloru’ kapsamında değerlendirilmiştir.

Tezin Yöntemi: Yazım aşamasında futbol ve tarafarlık üzerine çeşitli disiplinleri kapsayan Türkçe ve İngilizce okumalar yapılmıştır ayrıca Beşiktaş JK, Çarşı grubu, spor, spor kültürü, spor sosyolojisi, duygu sosyolojisi, fanatizm ve holiganlık, etkileşim ritüelleri konulu okumalara ağırlık verilmiştir. Çarşı grubunun duygusal motivasyonlarla oluşturduğu tarafar üretimleri halk bilimi bağlamında değerlendirilmiştir. Tezde halk biliminin en yaygın çalışma metotlarından olan ve sahadan bilgi ve malzeme toplamayı amaçlayan ‘alan araştırması’ yöntemi uygulanmıştır. Alan araştırmasındaki sahayı, genel anlamıyla Çarşı grubunun

kurulduğu şehir olan İstanbul'un çeşitli semtleri ve yoğunlukla kurulduğu semt-ilçe olan Beşiktaş ve Beşiktaş'ta yer alan Vodafone Arena stadı, Kazan, Köyiçi mekânları ve Beşiktaş'ın sokakları oluşturmaktadır. Kaynak kişiler ise bizâtihi Çarşı grubu üyeleridir.

Alan araştırmasının en temel özelliği; sahaya çıkmak ve araştırmanın öznesi olan insanların gündelik faaliyetlerine ve tecrübelerine yakın olmaktır. Yakın olmak kavramı, en basit ifadesiyle insanların hayatlarını, gündelik tekrarlarını içeren yaşayışlarına fiziksel ve sosyal olarak yakın olmayı içerir. Bu amaca yönelik olarak başkalarını gözlemlemek ve anlayabilmek için insanların yaşamlarını sürdürdüğü kilit önemdeki yerlerin ve bölgelerin tam merkezinde bir konum edinebilmektir (Emerson vd. 2008: 2). Bu bağlamda Çarşı grubu üyeleriyle mülâkat yöntemiyle, saha araştırmasının alanını oluşturan Beşiktaş ilçesindeki mekânlarda; anlatıcıyla icrâcının bir arada bulunduğu ve araştırmacının önceden hazırladığı soruları ve görüşme esnasında kendiliğinden ortaya çıkan soruları, kaynak kişiye yani anlatıcı-icracıya yöneltmesiyle gerçekleştirilen bir çalışma yapılmıştır. Kaynak kişilere yöneltilen sorular ve alınan cevaplar ses kayıt cihazına kaydedilmiş ve yer yer de notlar alınarak yazıya aktarılmıştır (Oğuz vd. 2008: 60).

Kenneth Goldstein'a göre görüşme yöntemiyle elde edilen bilgiler; kaynak kişilerin bilgi ve duyguları, biyografileri, estetik görüşleri, folklor yaratmalarının aktarımı, kaynak kişilerin repertuarı, derlemecinin gözlem yaptığı folklor durumlarının tarifi şeklinde ifade edilmiştir (1977: 72-74). Çarşı grubu üyeleriyle gerçekleştirilen görüşmelerde grup üyelerinin duygu ve davranışlarıyla oluşturdukları folklor yaratmaları, bunların tasnifi ve nakli ile ilgili bilgiler elde edilmiştir. Tez yazımında yazılı ve sözlü kaynakların yanı sıra elektronik kaynaklardan da yararlanılmıştır.

Alan araştırması sırasında araştırmacıların karşılaştıkları birtakım maddî ve manevî zorluklar olabilmektedir. Bu konuya ilişkin bir örneği, akademisyen Ilaria Pitti'nin, ülkesi İtalya'nın Seri A'daki 'Ultras' isimli fanatik taraftar oluşumlarının kadın taraftarlarını incelediği araştırması için şu ifadesinde görmek mümkündür: "Bu araştırmayı bir kadın olarak yaptığımı belirtmeyi önemli buluyorum. Özellikle de araştırmanın ilk aşamasında, hem meslekî rolümden hem de cinsiyetimden kaynaklı erkek taraftarların bana dair şüpheleri vardı ve bu ilişkilerimizde bazı zorluklara yol

açtı” (2019: 320-321). Pitti’nin belirttiği duruma temel olan düşünce ve inanış futbolun dünya genelinde bir erkek sporu olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Yüzyılı aşkın bir süredir futbol önce özel, sonra ağırlıklı olarak bir erkek oyunu olagelmıştır ve bu nedenle erkeklerin sosyalleşmesinin önemli bir parçası olmuştur. Bugün kadınlar da futbol oynamaktadır, futbolu takip etmektedir, statlara gitmektedir ancak çoğu kadın için futbol bir kimlik inşası ve cinsiyetleri için önemli bir aktör değildir. Erkekler ise tam tersine futbolu bir erkeklik göstergesi ve toplumsal cinsiyeti sergilemek için bir fırsat olarak görmektedir (Pfister vd. 2013: 862). Çarşı grubunu konu alan bu tezde, alan araştırması sırasında Pitti’nin karşılaştığı zorluk ve önyargılara karşılaşmadığımı rahatlıkla ifade etmeliyim. Cinsiyetim ya da mesleğim üzerinden her hangi bir olumsuz tutum ve davranış görmeden gerekli görüşmeler, araştırma ve çalışmalar rahatlıkla yapılmıştır.

Tezin amacı: Dünyadaki ve Türkiye’deki futbol ve futbol endüstrisi düşünüldüğünde ülkenin en köklü ve en çok taraftar kitlesine sahip spor kulüplerinden biri olan BJK’nin ve onun taraftar grubu Çarşı’nın halk bilimi alanında incelenmesi ve halk bilimsel metotlarla çalışarak akademik alana yeni bir perspektif kazandırmak amacını taşımaktadır. Ayrıca BJK ve Çarşı grubu konulu çalışmaların yer aldığı sosyal bilimlerin çeşitli alanlarında eksikliği görülen halk bilimi alanı adına da bir katkı sağlamak hedeflenmiştir. Futbolu ve futbol taraftarını konu edinen bir tez olması sebebiyle tezi diğer çalışmalardan ayıracak ve teze özgünlük katacak yaklaşım; Çarşı taraftar grubunun takımlarına bağlanma biçimleriyle fanatiklik olarak adlandırılabilir genel bir duygu durumunu; minnettarlık, gurur, tatmin, öfke, suçluluk, utanç, depresyon vb. gibi birincil ve ikincil duygular (Kemper, 1987: 268-281) etrafında şekillendiren ve bunun sonucunda kendi yaratmalarıyla oluşturulan taraftar folklorunun halk bilimsel metotlarla incelenmesidir. Bu folklor ürünü bir pankart, slogan, marş, mani, maç öncesi ya da sonrası gerçekleştirilen ve gelenekselleşmiş bir kolektif davranış biçimi, bir dua, bir totem vb. şekillerde görülebilmektedir.. Tüm bu yaratmaların temelinde yatan etken, Çarşı üyelerinin grup etkileşimi öncesinde bireysel motivasyonunu sağlayan duygu durumlarını ve iletişim becerilerini gruba yansıtmasıdır. Bu noktada duygu sosyolojisi devreye girmektedir ve bu sosyal bilimlerin büyük ölçüde disiplinler arası çalışmalarla yürütülebildiğinin bir göstergesidir. Tüm bu edinimler sonucunda tezin; spor ve

futbol, halk ve taraftar grubu ekseninde folklor/halk bilimi çatı temasının altında disiplinler arası bir çalışmanın ürünü olduğu rahatlıkla ifade edilebilir.



2. SPOR VE FUTBOL ÜZERİNE

2.1. Sporun Tarihi

Spor, etkisi itibariyle dünyanın her köşesinde, her yaştan insanın ilgi alanında olan ve öncelikli faaliyetleri içerisinde yer alan bir aktivitedir. Mahiyeti, önemi ve işlevi itibariyle kişisel ve toplumsal açıdan dikkate değer bir olgu ve sektörel bir faaliyet alanıdır. Spor kelimesinin ilk kullanımına bakıldığında; eğlenme, gevşeme ve rahatlama anlamlarını içermektedir (Erdemli, 1995: 59). Burada profesyonel olmayan ve kişilerin ilgileri, tercihleri doğrultusunda yapılmış bir faaliyetten söz edilebilir. Aynı zamanda spor, profesyonel sporcu için geçimini sağlayan bir iş, hasta için bir tedavi yöntemi, iş insanının gözünde sermaye, televizyoncu için bir reyting unsuru, reklamcının dikkat çekme aracı, tribünlerdeki seyirci açısından psikolojik deşarj yolu; genç için gençliğin gereği, yaşlı için yaşlanmadığının bir delili olduğu söylenebilir (Amman, 2000: 100).

Sporun birleştirici gücü yerel ve ulusal düzeyde olduğu gibi uluslararası kurumlarca da önemsenmektedir ve bu bağlamda spor bir sosyal politika aracı olarak görülmektedir. Bu kurumlardan olan, bilim ve kültür alanında dünya genelinde önemli çalışmalar yürüten Birleşmiş Milletler Eğitim Kültür ve Bilim Örgütü'nün⁹ 1960-1982 yılları arasında Uluslararası Spor ve Beden Eğitimi Konseyi'ne başkanlık eden Philip Noel-Baker'ın spora dair şu ifadesi önemlidir: “Bana insan ilişkilerini stadyumlardan ve spor karşılaşmalarından başka hiçbir konum ve kesimde gösteremezsiniz ki, insanlar orada öyle çok ortak noktaları olduğunu öylesine kolay anlasınlar. Ana dilleri ne olursa olsun konuşulacak ortak dili de öylece kolay bulsunlar” (Fişek, 1983: 67). Burada sporun bireyler üzerindeki birleştirici etkisine

⁹ Buradan itibaren “UNESCO” denecektir. Kısa adı UNESCO olan ve genel merkezi Paris'te bulunan Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü, 4 Kasım 1946 tarihinde katılan Türkiye'nin de aralarında bulunduğu, 192 devletin üyesi olduğu hükümetler arası bir kurumdur. UNESCO, bütün görüşme ve yazışmalarını Birleşmiş Milletler Örgütü'nün uluslar arası diller olarak tanıdığı Arapça, Çince, Fransızca, İngilizce, İspanyolca ve Rusça ile yürütmektedir. Bir eğitim, bilim ve kültür kurumu olan UNESCO'ya Türkiye, UNESCO genel merkezindeki büyükelçilik düzeyindeki Daimi Temsilciliği, Dış İşleri Bakanlığı ve UNESCO Türkiye Millî Komisyonu kanalıyla doğrudan katılmakta, diğer bakanlık, kurum ve kuruluşlar da ilgileri oranında katkı vermektedir. Devlet düzeyinde 192 asıl, 6 gözlemci üyesi bulunan UNESCO, yeryüzündeki eğitim, bilim ve kültür çalışmalarının insanlığın ortak çıkarlarına uygun şekilde yürütülmesi yönünde uzlaşa kararı almaya, bunları barış ve işbirliği çerçevesinde uygulamaya çalışan –en azından kendini bu şekilde tanımlayan- bir dünya kurumudur (Oğuz, 2009: 9). Detaylı bilgi için bkz. Oğuz M.Ö. (2009), *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?*, Geleneksel Yayıncılık, Ankara.

ve cinsiyet, millet, dil, din, kültür vb. aidiyetlerinden bağımsız bir şekilde sosyalleşmelerine, ortak düzlemde buluşabilmelerine dikkat çekilmektedir. Bu bakımdan spor, sosyal tarih açısından ortaya çıkış sebepleri ve insanlık üzerindeki etkisi bakımından incelenmeye değerdir. Sosyal bilimler içerisinde spor biliminin farklı bir bilim dalı olarak meşruiyet kazanması, nasıl oluşturulduğu, tarihi ve geçirdiği dönemlerin sosyal koşullarının irdelenmesi ile gerçek anlamda spordan bahsetmek mümkün olacaktır (Bourdieu, 1993: 349).

Sportif müsabaka biçimleri yüzyıllar boyu sabit kalmış ve değiştirilememiştir. Dünyanın değişimi birçok şeyde olduğu gibi sporu da etkilemiş yeni dallar ve kurallar ile birlikte dönüşüm gerçekleştirmiştir bu devinim hâlâ devam etmektedir. Bazı karşılaşma türlerinde kimin daha hızlı veya daha güçlü olduğu ön plâna çıkmaktadır. Koşu veya halter, nişancılık, paten yarışı, araba veya at yarışı ve benzerleri bu kategoriye mensuptur. Kimin yüzeceğine, suyun altında kalacağına, kürek çekeceğine ya da kimin en hızlı koşacağına dayalı olan bu yarışma biçimleri, düzeni oluşturulmuş bir oyun karakterine sınırlı ölçülerde sahiptir. Kurallar bütünüyle birlikte, kendiliğinden gelişen oyun biçimleri de vardır. Özellikle, topla oynanan ve kovalamacaya dayalı oyunların durumu bu şekildedir. Bir köy halkı başka bir köy halkıyla boy ölçüşmekte, bir okulun öğrencileri başka bir okulun öğrencilerine karşı oynamaktadır. Süreklilik arz eden takımların birlikte antrenman yapmaları, özellikle de büyük top oyunları aracılığıyla ortaya çıkmıştır ve modern spor da bu şekilde oluşturmuştur. Modern sporun 19. yüzyılda İngiltere’de doğmuş olmasında İngiliz toplumunun temel özellikleri etkili olmuştur. Örneğin özerk yerel yönetimler yerel dayanışma ve bağlılık zihniyetini güçlendirmektedir. Ayrıca zorunlu ve askerlik hizmetinin olmaması, serbestçe ve sivil olarak yapılan fiziksel antrenman fırsatını teşvik etmektedir. Eğitim sistemindeki okulların örgütlenme biçimleri de benzer bir oluşumdadır ve duruma pozitif bir katkıda bulunmaktadır. Ülkenin coğrafi koşulları, geniş düzlükleri ve yerel topluluklara ait ortak çayırlar da fiziksel bir avantaj sağlamıştır.

Modern sporun kuralları, 19. yüzyılın son çeyreğinden itibaren daha da zenginleşmiş ve belirginleştirilmiştir. Spor günümüz dünyasında kültürel evriminin dışında ayrı bir yere sahiptir; bu evrim sporu içermez çünkü arkaik toplumlarda yarışmalar kutsal bayramların içerisindeki bir faaliyet olarak yer almaktaydı. Modern

sporla birlikte, ibadetle spor arasındaki bu bağ tamamen ortadan kalkmış ve spor müsabakaları dinî hüviyetini yitirmiştir (Huizinga 2006: 245- 247). Spor artık kazanmaya ve mücadeleye yönelik hatta ihtiyaç duyulan bir pratik hâline gelmiştir. Kaybeden olmadan kazanan olamaz ve bu bakış açısıyla, mücadele eden her iki tarafın da yalnızca asıl amaç olan kazanmaya odaklı olduğu görülür. Kaybeden tarafta kazananın aksine bir üzüntü tezahür eder fakat bu üzüntü kazanmanın neşe olması gibi; oyunun, sporun, müsabakanın bir tür cilvesidir (McNamee, 2021: 2). Kaybetmenin de kazanmak kadar olası olduğu gerçeği kazanmanın büyük hırsını ve kaybetmenin derin üzüntüsünü değiştirmemektedir.

2.2. Spor Sosyolojisi, Kültürü ve Sporun İşlevi

Spor sosyolojisi, diğer sosyoloji dallarına göre oldukça yeni bir alt dalıdır. Spor olgusuna iki farklı disiplinde iki farklı yaklaşım bulunmaktadır. Sosyologlar ve beden eğitimciler arasında konuyu inceleme biçimlerinden kaynaklanan farklılıklar söz konusudur. Beden eğitimi ve spor bilimciler sporun yapılış amacı ve yapılış tekniklerine odaklanırken; sosyologlar spor faaliyetinin gerçekleştirildiği toplumdan hareketle toplumsal yapı ile spor arasındaki ilişkileri, sporcularla izleyiciler arasındaki etkileşimi ve sportif etkinliğin toplumdaki işlevini inceler (Özmen, 2000: 27). Sosyolojinin alt disiplinlere ayrılmasıyla birlikte kendine toplumsal yaşamda merkezî ve oldukça önemli bir konum elde eden spor, kurumsal düzeyde de sosyolojinin bir konusu olmaya başlamıştır.

Spor sosyolojisi, farklı kuramsal yaklaşımlarla zenginleşen ve gittikçe gelişen bir literatüre sahip olmuş ve topluma dair tespitlerde önemli bir faktör hâline gelmiştir. Spor sosyolojisi, sporun sosyal alandaki öneminin ve payının gittikçe artmasına paralel bir biçimde kendi kurumsal yapısını, yazını ve akademik düzeyini oluşturmuştur. Spor olgusunun sosyolojik yaklaşımla incelenmesine olan ilginin artması, bu alandaki çalışmaları ve düşünsel zenginliği arttırmıştır (Amman, 2000: 162-170). Böylece spor disiplinler arası bir olgu olarak çalışılmaya ve araştırılmaya adapte edilmiştir.

Spor sosyolojisinde resmî olarak kurumlaşma çalışmaları ilk kez 1950’li yıllarda ortaya çıkmış ve 1960’lı yıllara gelindiğinde ürünlerini vermeye başlamıştır. 1964 yılında UNESCO’ya bağlı Uluslararası Beden Eğitimi ve Spor Konseyi

bünyesinde “Uluslararası Spor Sosyolojisi Komitesi” (ICSS) kurulmuştur (Amman, 2000: 92).

Spor sosyolojisi alanındaki çalışmalarda sporun işlevleri üzerine yoğunlaşmıştır ve genel hatlarıyla şu şekilde sıralanmıştır (Amman, 2000: 102-103):

1. Haz, eğlence, mutluluk: Spor haz, eğlence ve mutluluk işlevini yerine getirmektedir.
2. Sağlık: Spor sağlık açısından zorunlu bir aktivite hâlini almaktadır.
3. Gelir sağlama-meslek: Spor endüstrisi pek çok kişiye iş imkânı sunmaktadır.
4. Statü: Spor statü yükseltilebilen bir alan olmuştur.
5. Meşguliyet: Spor sayesinde insanlar zaman geçirmektedirler.
6. Sosyal çevre: Sportif faaliyet yeni dostlukların kurulmasını sağlar.
7. Güzellik-form: Spor güzel ve sağlıklı beden hedefine yaklaştırır.
8. Güç: Bireylerin bedensel güçleri artarken, özgüvenleri de gelişir.
9. Aidiyet: Bir gruba mensubiyet/bağlılık ve birlikte hareket etme duygusu gelişir.
10. Sosyalleşme: Spor sosyalleşme sürecinde etkendir.

Sporun, sosyolojinin yanı sıra kültür ile de yakın bir ilişkisi vardır. Spor bulunduğu, ait olduğu kültürden etkilenir ve aynı şekilde o kültürü etkiler. Sosyolojinin spor üzerindeki toplumsal etkisinin yanı sıra kültürün de spor üzerindeki etkisinden söz etmek mümkündür. Bozkurt Güvenç’e göre kültürün dört farklı anlamı vardır: Bilim alanındaki kültür; uygarlık demektir. Beşerî alandaki kültür ise eğitim sürecinin bir ürünüdür. Estetik alanındaki kültürün karşılığı, güzel sanatlardır. Biyolojik ve teknolojik alandaki kültürün kapsamı; tarımsal faaliyet ve üretim, ekip-biçme, ürün yetiştirme ve çoğaltmadır (1995: 97). Spor ve spor kültürü Güvenç’in tasnifiyle beşerî kültür alanındaki kategoriye yerleştirilebilir.

21. yüzyılın başında, dünya genelindeki hızına uygun bir ivmeyle Türkiye’de de yaşamın her alanında kültürü bir tanımlama biçimi olarak kullanma eğiliminin arttığı görülmektedir. Müzik kültürü, yemek kültürü, eğlence kültürü, dans kültürü, sağlık kültürü, temizlik kültürü, kent kültürü, medya kültürü, giyim-kuşam kültürü, seyahat ve tatil kültürü, siyaset kültürü vb. buna örnektir. Yaşam, çeşitli kültür

alanlarına ayrılarak ifade edilmekte ve işlevsel “mikro kültür alanları oluşturma” süreci yaşanmaktadır. Daha önceki dönemde bu alanların pek çoğu (yemek, dans, müzik vb.) genel ve üst bir olgu olan kültürü meydana getiren gelenekler olarak kabul görmüştür (Özdemir, 2012: 27). Özdemir’in mikro kültür alanları oluşturma şeklinde ifade ettiği tespitine spor kültürünü de eklemek yanlış olmayacaktır. Gündelik yaşamda diğer alanlarla kültür arasında kurulan bağlantı ihtiyaçların giderilmesi için Malinowski’nin ifadesiyle “bir araç olarak” görülebilir (1992: 22). Kültür ilişkide bulunduğu alanın yaşamsal pratiğe dönüşmesinde yardımcı bir rol oynamaktadır.

Spor ve kültür arasında iki türlü bir ilişkiden söz edilebilir. İlkinde spor, yerel ve kültürel normlara uygun hâle getirilerek yapılmaktadır. Örneğin, olimpiik güreşin alt yapısını oluşturan yağlı güreş ve aba güreşinde söylenen mâniler yalnızca Türk toplumundaki güreşlerde görülebilmektedir. Burada millî bir kültür unsurunun sportif faaliyeti etkilediği görülür ki bu çok olağan bir durumdur. İkincisi ise sporun bazı kültürel değişimlere sebep olduğu gerçekliğidir. Buna örnek olarak da Amerika’da televizyonun etkisiyle futbolun yayılmaya başlaması gösterilebilir (Kuru, 2009: 160). Türkiye’de yurtdışı menşeli spor kanallarının sayısının artmasıyla boks, golf, yüzme, kayak, bisiklet yarışı vb. gibi Türk insanının diğer spor dallarına göre daha uzak olduğu spor etkinliklerinin Türkiye’deki izleyici sayısının artması buna örnek gösterilebilir.

Spor, kişilerin ve dolayısıyla toplumun kültür yapısını etkileyip şekillendirmektedir. Bu etkili konumu ve işlevi neticesinde dikkate değer bir kültür unsuru hâline gelmiştir. Spor faaliyetlerinin milletlerin tarihî kültürel yapılarıyla olduğu gibi güncel ve popüler kültürleriyle de sıcak bir ilişkisi vardır. Bu sebeple ki millî kültürümüzde sporun yerini anlayabilmek ve sporu daha ileri seviyelere taşıyabilmek için hem geçmiş hem de güncel bilgilere sahip olmak ve bunları geliştirmek gerekmektedir. Bir toplumun millî kültür ile özdeşleşmiş spor dallarındaki başarılar süreklilik gösterebilir. Örneğin Türkiye’nin ata sporu olan güreşte uluslar arası başarıları devamlılık arz etmektedir. Ya da futbolun beşiği olarak bilinen İngiltere’nin futboldaki başarıları yadsınamaz ve süreklilik göstermektedir.

2.3. Türklerde Spor

Milletler coğrafi konumlarına, kültürel birikimlerine ve gelenek göreneklerine göre çeşitli spor dallarında başarılı olmuşlardır. Türkiye’de güreş, Amerika’da beyzbol ve Amerikan futbolu, Kanada’da buz hokeyi, Japonya’da judo ve sumo güreşi, Güney Kore’de tekvando yaygındır. Ülkelerin millî kültür ve folklorunun zenginliği çeşitli spor dallarına olan ilgiyi arttırmıştır. Örneğin; futbol, hentbol, basketbol, voleybol, yüzme, tenis gibi sporlar uluslararası bir niteliğe sahipken, Türklerin ata sporlarından olan cirit, okçuluk, vb. sporlar ise millî bir niteliğe sahiptir ve daha çok Türk Cumhuriyetlerinin olduğu topraklarda oynanır ve benimsenir (Erkal, 1982: 62). Türklerin Orta Asya’dan dünyanın muhtelif yerlerine yurt edinmek amacıyla göç etmeleri ve sürekli savaş hâlinde olmaları; yakın mesafe mücadelelerinde başarılı ve at üzerinde de son derece yetenekli olmalarını sağlamıştır. Tüm bu deneyimlerle birlikte kuvvetli bir yapıya ulaşılmıştır. Rakiplerine üstünlük sağlayabilmek için çevik, kuvvetli ve savaşçı olmak zorundaydılar, bu nedenle birçok spor dalıyla uğraşmışlardır (Sarı, 2017: 8). Bu durum kendi kültürlerine uygun sporlar geliştirmelerini ve bunlarda başarılı olmalarını sağlamıştır.

Türklerde spor, Türk’ün çevik, güçlü ve bedensel yetkinliklere sahip olduğunu gösteren millî kültür unsurlarından birisi olmuştur. Diğer Türk devletlerinde olduğu gibi Osmanlı’da da güreş, okçuluk, atıcılık, avcılık, binicilik, gürz ve topuz kullanma, ağırlık kaldırma, cirit, kılıç gibi etkinlikler ilk sıralarda yer almaktadır. Müsabaka şeklinde gerçekleştirilen güreş, okçuluk, binicilik, cirit ve avcılık gibi sporlar ileriki yıllarda gelenekselleşmiş ve ata sporları hâline dönüşmüşlerdir Özellikle Osmanlı Devleti’nde dönemlerinde güreş, cirit, atıcılık, okçuluk, binicilik, avcılık oyunları padişahın ve sarayın desteklediği spor dalları olarak bilinmektedir (Güven, 1999: 11).

Tanzimat’ın ilânından¹⁰ önceki dönemde Osmanlı Devleti’nde yürütülen spor faaliyetlerinin geleneksel spor dallarından ibaret olduğu söylenebilir. Bu dönemde sporun özel bir etkinlikten ziyade bir savaş talimi olarak görüldüğü ve toplumun

¹⁰ Tanzimat’ın ilânı Türk tarihinde Batılılaşma yönünde atılan ilk adım olarak değerlendirilir. 1839 yılında Sultan Abdülmecid döneminde gerçekleştirilmiştir.

Batı'daki spor dallarından bihaber olduğu ve okullarda bir spor eğitim programı bulunmadığı tespiti yanlış olmaz (Çelik ve Bulgu, 2017: 140). Bu alanda sportif faaliyetler nâdiren ve yine saray vasıtasıyla yürütülmüştür. Bunlardan ilki sportif faaliyetlerin Batılı örneklerine uygun bir biçimde gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla 1872 yılında Sultan Abdülaziz döneminde kurulan bir su sporu kulübü olan “The Imperial Yatching and Boating Club¹¹” olmuştur (Kahraman, 1995: 638).

Osmanlı'da spor konusunda en gelişmiş seviye 17.yüzyılda II. Mahmut zamanında (1808-1839) zamanında ulaşılmıştır. Bu dönemde spor eğitim kurumlarında görülür hâle gelmiştir. II. Mahmut dönemin birçok yenilik yapılmıştır bunlardan biri de Enderun Mektebi'nin Spor ve Musıkî Akademisi hâline getirilmesidir (Karasüleymanoğlu, 1989: 8). Dolayısıyla bu tarihten itibaren sporun Osmanlı'da hem bir eğitim alanı hâline geldiği hem de eğitim kurumlarında bir faaliyet olarak yer almaya başladığı görülür.

Cumhuriyetin ilânı ile birlikte Türk sporu yeni ve güçlü bir atılım içine girmiştir. Başta Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk ve Selim Sırrı Tarcan, Yusuf Ziya Öniş gibi şahsiyetlerin ve büyük kulüplerin çabalarıyla Türk sporu ilerleme ivmesini kazanmıştır. 23 Nisan 1923 tarihinde Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) kurulmuş ve 21 Mayıs 1923 tarihinde de federasyon FIFA'ya¹² (International Federation of Football Association) 10 Şubat 1962 tarihinde UEFA'ya¹³ (Union Of European Football Associations) üye olmuştur (Serin, 2011: 6). Böylelikle Türk Futbolu uluslararası kimliğini resmîleştirmiştir.

Modern sporun İngiltere'den başlayarak öncelikle Avrupa'ya ve ardında da Amerika kıtasına yayılmasıyla birlikte özellikle deniz aşırı ticaretle ve ardından kitle iletişim araçlarının da etkisiyle Doğu'daki birçok uygarlık merkezine ihracını da sağlamıştır. Bu ihraç merkezlerden en önemlileri tarih ve kültürlerinde sporla ilgili güçlü pratiklere sahip olan Osmanlı Devleti ve sonrasında da Türkiye Cumhuriyeti ile Japonya olmuştur (Çakır, 2014: 132). Böylece bu iki ülke ile birlikte futbolun yayılma alanı daha da genişlemiştir.

¹¹ Türkçe çevirisi: İmparatorluk Yatçılık ve Tekne Kulübü şeklindedir.

¹² FIFA, Türkçe açılımıyla: Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği, 1904 yılında Paris'te kurulmuştur.

¹³ UEFA, Türkçe açılımıyla: Avrupa Futbol Federasyonları Birliği, 1954 yılında Basel'de kurulmuştur.

Modern sporun Türkiye’de yayılmasının temelini Batı’daki gibi sınıflar arasında bir egemenlik değişimi oluşturmamıştır. Bununla birlikte toplumun siyâsî, askerî, bilimsel, edebî ve yönetici kesimleri tarafından benimsenmesinde Batılılaşma hareketinin etkin olduğu görülmektedir. Dolayısıyla modern sporların İngiliz kolonileri aracılığıyla dünya üzerinde yayıldığı bir dönemde Türkiye ve Japonya gibi ülkelere taşınıyor olması da buna örnek teşkil etmektedir. Kendi coğrafyası dışında kalan toplumlarla ilişkisini modernite üzerinden kuran Batılı toplumlar, modern sporları da bu uygarlığın bir temsilcisi ve aracısı olarak görmüşlerdir. Bu bağlamda Batılılaşma hareketleri ile Türkiye de diğer alanlarda olduğu gibi sportif faaliyetlerde de hızlı ve etkili bir modernleşme/batılılaşma gerçekleşmiştir (Çakır, 2014: 132-138). Geleneksel ata sporların yanında oluşmaya başlayan yeni spor dalları önce toplum nezdinde kabul görmüş, sonrasında da kurumsallaşma sürecine girmiştir. Böylece ülkedeki sportif değişim beraberinde getirdiği yenilikler ile hızlı bir yayılım ivmesi kazanmıştır. Büyük şehirlerden Anadolu’nun küçük şehir ve kasabalarına, okullarına ulaşarak kendi sporcu ve izleyici kitlesini oluşturmuştur.

Modern spor, değişen toplum hayatıyla birlikte sınıfsal ilişkilere ve üretim araçlarına bağlı bir biçimde ortaya çıkmış ve modern toplumun sosyo-ekonomik koşullarına göre değişim geçirmiştir. 1950’li yıllarda başlayan ekonomik gelişmeler, 1970’lerden günümüze değin süregelen bir ekonomik küreselleşme dönemini başlatmıştır. Küreselleşme ile ortaya çıkan birtakım ekonomik ve sosyal gelişmelerden spor da doğrudan etkilemiş ve 1990’lı yılların başındaki ekonomik gelişmelerdeki küreselleşmeyle birlikte sporun günümüzdeki anlamı daha da artmıştır ve bir endüstriye dönüşmüştür. Bu dönemde önce Batı’da ardından dünya genelinde orta ve alt sınıfların boş zamanın kullanımına yönelik alanın nasıl değerlendirileceği bir sistem pratiğinin ortaya çıkmasıyla, sporun endüstriyel formasyonu sağlanmıştır. Bu formasyon neticesinde spor, geniş kitlelere ulaşabilen bir etkinlik sahası hâline gelmiştir. Bunun akabinde sanayileşme sürecini tamamlamış ya da sanayileşme dönüşümündeki toplumlar tarafından açılmıştır.

Dünya üzerindeki milyonlarca insanın spor etkinliklerini takip etmesi sonucunda sporun modern yüzü tüm dünyaya yayılmıştır. Batı’dan dünya geneline ulaşan modern spor, kendi içinde geçirdiği değişimi de diğer toplumlara transfer etmiş ve küresel spor olgusuna uygun bir biçimde modern sporun yeni formuyla

faaliyete geçirilmesine başlanmıştır. Spordaki küreselleşme sonrası, uluslararası spor müsabakalarının ve bu müsabakalara katılan ülkelerin sayısında ciddi bir artış görülmüştür (Çakır, 2014: 187-190). Bunun sonucunda artan popülaritesiyle birlikte sporun, toplumların sosyal yaşamlarındaki etki alanı genişlemiştir.

2.4. Futbol

Futbol, amatör ya da profesyonel düzlem fark etmeksizin günümüzün tartışmasız en popüler spor dalıdır. Yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde binlerce kulübün ve milyonlarca izleyicisinin olduğu dev bir pastadır. Kültürel bir nesne olarak futbol; kültürel anlamı ile ekonomik tasarımı arasında kendine özgü bir dengeyi tanımlar (Kennedy, 2007: 17). Kurumsal olarak yerel-amatör, ulusal-profesyonel ligleri, FIFA, UEFA gibi federasyonları, Dünya Kupası, Şampiyonlar Ligi gibi uluslararası organizasyonları barındırır. Futbolun reklam, sponsorluk, yayın hakkı ve bahis gelirleriyle maddi açıdan birçok devletten daha etkin ve güçlü bir konumda olduğu söylenebilir. Çok uluslu şirketler büyük organizasyonlara sponsor olmak için özel çaba göstermektedirler bu durum reklamlarını yapmak ve tanıtımlarını sağlamak açısından oldukça önemlidir. Dünya genelinde sahip olduğu etki alanı göz önünde bulundurulduğunda en büyük reklam gelirlerine sahip spor dallarından birinin futbol olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Donuk ve Şenduran, 2006: 150). Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya ve Kanada gibi ülkelerde futboldan çok Amerikan futbolu, basketbol, buz hokeyi ve beyzbol gibi spor dallarının daha yaygın ve popüler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Ege, 2021: 9-10).

İngiliz gazeteci Simon Kuper, 1990'lı yıllarda futbolun serüvenini dünyanın çeşitli kıtalarındaki yirmi iki ülkeyi gezerek araştırmıştır. Bu geniş kapsamlı futbol araştırma seyahatine iki soru üzerine kafa yorarak başladığını ifade eder: “Bir ülkede futbolun yaşamı nasıl etkilediği ve o ülkedeki yaşamın futbolu nasıl etkilediği?” (2006: 34). Yazarın bu sorulardan hareketle bir futbol araştırmasına koyulması boşa değildir çünkü futbolun oynandığı ülkedeki siyaseti, ekonomiyi, turizmi, sosyal yaşamı, popüler kültürü vb. etkileyecek derecede güçlü olduğu hatta bir gündem belirleme- değiştirme aracı olarak kullanıldığı bilinmektedir. Futbol toplumların

aynasıdır” (Wahl, 2005: 79). İlk baskısı 1994 yılında İngilizce olarak yayımlanan ve Türkçe ilk baskısı 2006’da yapılan *Futbol Asla Sadece Futbol Değildir*¹⁴ isimli kitabında yazarın futbol ile ilgili vardığı ve birer mottoya dönüşmüş iki temel sonuç şunlardır: “Futbolun dünyadaki en popüler şey olduğu” ve bir oyunun milyonlarca insan için önemli olmasının ardından onun sadece bir oyun olmaktan çıktığı: “Futbolun asla sadece futbol olmadığıdır!” (Kuper, 2006: 33-34)

Futbol, tek bir düzleme sığdırılamayacak kadar geniş kapsamlı bir spor dalıdır ve sporun da ötesinde anlamlar içermektedir. Müsabakaların yapıldığı statlar kitlesel temsiliyetlerde yaşanan değişim ve geçişkenliği sağlayabilen yerlerdir. Sadece fiziksel bir mekân olarak değerlendirilmemesi gereken stadyum, bünyesinde oynanan oyunlarla günümüz futbolcularının yanı sıra, geçmişteki ve gelecekteki kahramanlarla bağlantı sağlayan/sağlayacak bellek fonksiyonu yüklenen, geçmiş ile geleceğin birleştiği duygusal atmosfer mekânıdır (Öğüt Eker, 2016: 176). Stadyumlar bir nevi taraftarların kendilerini duygusal olarak ilişkilendirdikleri dinî ibadet yerleri ile özdeş görülür (Kennedy, 2012: 341). Statlara ‘mabet’ denmesi bu durumla bağdaştırılabilir. Ancak yeni stadyumlar yalnızca sahalardan ve oyun alanlarından oluşmamaktadır; bayilerden ve standlardan çok daha fazlasını içeren; kulüp ürünlerinin satıldığı mağazaları, restaurantlar, kafeler, büfeler vb. mini alışveriş alanlarını bünyesinde bulundurmaktadır (Ritzer, 2011: 176). Ayrıca stadyumlar insanların kişilik özelliklerinin dışa vurumu ve sosyalizasyon süreçleri içerisinde grupsal bir ortak payda mekânı olarak da ifade edilmektedir. Özellikle uluslararası müsabakalarda ulusal kimliğe yapılan vurgu artmaktadır. (Ülke bayrakları, diğer kutsal semboller ve ulusal marşın kullanımı vb.) Futbol, insan ve toplum olarak kaybedildiği zannedilen birçok duyguyu yeniden yakalama imkânını sunabilmektedir. Millî kimliği pekiştirmesi ve coşturması sebebiyle vatanseverlik duyguları özellikle Millî maçlar aracılığıyla canlı tutulmaktadır. Elde edilen uluslararası başarılarla milliyetçi duygular ve ulus-devlet bağları güçlenmektedir (Talimciler, 2005: 87-89).

Futbolun ulusal düzeyde milliyetçilikle ilişkisi olduğu gibi, global bir düzlemde küreselleşme ile bir ilişkisi de söz konusudur. Futbolun, dünya genelindeki

¹⁴ Kitabın orijinal İngilizce adı “Football Against the Enemy”dir.

etkisi sebebiyle piyasa ekonomisi ve internet gibi küreselleşmenin ortaya çıkardığı ürünlerin ilk örneği yani ‘arketip’i olduğu söylenebilir (Boniface, 2007: 11). Aktivitelerin, etkileşimlerin, sosyal bağların ve diyalogların sosyal hayatın merkezi malzemesini oluşturduğu ifade edilebilir. Çünkü sosyal dünyadaki aktörlerin çeşitliliği futbolu şekillendiren birçok ağdan biridir (Tilly, 2002: 72). Bu ağı oluşturan tüm aktörler küresel dünyanın bir parçasıdır. Başka hiçbir spor dalı, Lens’teki bir işçi ile Tokya’daki yüksek teknoloji bir çalışanı, Rio gecekondualarında yaşayan bir çocuğu, Abicanlı bir asker ile Milano’dan bir şirket sahibini ve Moskova’dan bir işsizi aynı kült spor etrafında bir araya getirebilir? (Authier, 2002: 13). İşte futbolun birleştirici ve dünyayı yakınlaştıran bu özelliği onun popüleritesinin hep yüksek seviyede kalmasının nedenidir, çünkü konu futbol olunca insanlar mutlaka konuşacak bir şeyler bulur.

2.5. Futbolun Tarihi ve Gelişimi

Günümüz futbolunun kökeni Çin’de tsuh-küh, Roma’da harpastum ve pila paganika, Eski Yunan’da episkyros gibi oyunlar olarak gösterilmektedir. Kâşgarlı Mahmut’un 11. yüzyılda kaleme aldığı Divanü Lûgat’it-Türk adlı eserinde çögen, tepük, top ve yuvarlaşmak gibi oyundan ve oyun kavramlarından da bahsedilmektedir (Yıldırım,1997: 54-60). Tarihî kaynaklar Çin ve Mısır kadar eski olmadığını belirtmekle birlikte, futbolun Antik Yunan’da M.Ö. 500’lü yıllara kadar eskiye dayandığını ve bu bulgunun mezar taşlarından, insanların ayakla oynadıkları top oyunlarını resmeden tasvirlerden referans alındığını belirtmektedir (Sert, 2000: 52). Bunun sonucunda futbolun kadim bir geçmişi olduğundan söz edilebilir.

Arkeolojik araştırmalara göre, dünya üzerinde varlığını sürdürmüş birçok toplum, bir şekilde topla ilişkide bulunmuştur. Antik Roma ve Antik Yunan dönemlerinde düzenlenen olimpiyat oyunlarında topun kullanıldığı bilinmektedir. Stemmler’in de belirttiği üzere ‘küre’, şekilsel mükemmelliğinden ve dünyanın simgesini temsilinden kaynaklı birçok toplumun mitinde önemli bir anlam ifade eder (Stemmler, 2000: 9). Amerika kıtasında Mayaların, Azteklerin ve diğer Orta Amerika toplumlarının Kristof Kolomb öncesi dönemlerde topla oynadıkları ve bu nesneyle bir ilişkileri oldukları bilinmektedir. Çin kaynaklarına göre Çinliler, tarihi M.Ö. 2697 yılına kadar uzanan ve günümüzde oynanan modern futbola benzeyen bir oyun oynamışlardır. Topu, 10’ar kişiden oluşan iki takımın dört köşeden oluşan bir

oyun sahasında, fileyle çerçevelenmiş ve yaklaşık beş metre yüksekliğindeki bir kaleye ve sokma neticesinde bir oyun oynadıkları ‘tsu kü’ adıyla anılan oyunun günümüz futboluyla benzerlikler taşıdığı söylenebilir (Stemmler, 2000: 13). Sonuç olarak farklı zamanlarda ve farklı coğrafyalarda futbolun temelini oluşturan ve birbirlerine benzeyen oyunların varlığı tespit edilmiştir.

Futbolda da diğer spor dallarının çoğunda olduğu gibi Çinlilerin ilk icraatları yaptıkları ifade edilebilir. 5000 yıl önce Çinli hokkabazlar ayaklarını kullanarak topu dans ettirmişler ve daha sonraları benzer oyunlar da yine Çin’de düzenlenmiştir. Sahanın ortasında bir çitin yer aldığı ve her iki takımın oyuncularının ellerini kullanmadan topun yere değmesini engelledikleri bir oyun türü söz konusuydu. Bu oyun geleneği, hanedandan hanedana aktarılarak sürmüştür. Milâttan önce yapılmış bazı anıtlarda yer alan rölyeplerde ve milâttan sonra yapılmış bazı kabartmalarda görüldüğü üzere Çinli Ming Hanedanı’na mensup üyeler bugün Adidas’ın ürettiği toplara benzeyen toplarla oyun oynamaktaydılar (Galeano, 2014: 52). 5000 yıl öncesiyle günümüz futbol enstrümanları arasındaki benzerlik dikkat çekicidir. Bu durum futboldaki bazı formların birtakım değişikliklere uğrayarak modern futbola kadar ulaştığının göstergesidir.

Futbolun doğuşuyla ilgili bir öngörü de; futbolun temelini, milâttan sonra Roma’da askerler arasında oynanan ve ‘harpatsum’ adı verilen oyunun oluşturduğu ve Helenlerin ‘episkyres’ adlı oyunundan esinlenerek ortaya çıktığıdır. Harpatsum’un eski Helen dilinde ‘el topu’ anlamına geldiği ve buradan yapılan çıkarımla oyunun elle ve ayakla karışık bir biçimde oynanabildiği düşünülür. Follis, pagonica veya pilla adı verilen, içi kuş tüyü ile doldurulan toplarla oynanan bu oyunun eşit sayıda oyunculardan oluşan takımlarla oynandığı ve mücadelenin amacının bu topu, rakip takımın oyuncularının sahasına geçirilmesi olduğu bilinmektedir. Oyunda takımların amacı; topu kapmak, ayak ve el ile topu rakip takımın savunduğu alana sokabilmektir. Bu oynama biçimlerinden hareketle ‘harpatsum’un futboldan ziyâde Amerikan futbolu veya rugby denilen oyuna benzerliğinden söz edilir. Ortaçağ’a gelindiğindeyse Fransız ve Romalı askerler tarafından oynanan ‘la soule’ adıyla anılan ve yine futbola benzeyen bir oyundan bahsedilir. Romalı askerler tarafından Galya’ya götürülen bu oyun hızla yayılmıştır (Arıpınar, 1992: 8):

Modern futbolun İngiltere’de ortaya çıktığı görüşü zaman zaman Fransızlar ve İtalyanlar tarafından tartışma konusu hâline getirilmiştir. Fransızlar futbolun ‘la soule’ oyununun Normanlar tarafından İngiltere’ye götürülmesiyle ortaya çıktığını, İtalyanlar ise bunun aksine İtalya’dan İngiltere’ye gitmiş olduğunu ileri sürerler. İtalya’da oynanan ‘giuocco del calcio’ isimli oyun, belli kurallar çerçevesinde oynanan ve günümüzdeki futbola oldukça benzeyen bir oyundur. Siena’da doğan ve oradan Floransa’ya ulaşan oyunun yılda en az iki kez oynandığı bilinmektedir. Oyunun biçimsel özelliği; iki eşit parçaya ayrılmış geniş bir sahada ve yirmi yedişer kişilik takımlar arasında oynanmasıdır. Topa ayakla vurulmaktadır ve amaç topun rakip kaleye sokulmasıdır. Bu oyun, günümüzde gelenekselleşmiş ve İtalya’nın Siena kentindeki meydanlarda büyük şöenler düzenlenerek ve o dönemin kıyafetleri giyilerek gençler arasında oynanmaktadır. Tüm bu tartışmalar ve görüşler ışığında menşei neresi olursa olsun futbolun 12. yüzyıldan itibaren İngiltere’de oynanmakta olduğu bir gerçektir. İngiliz soyluları ve halkı bu oyunu oldukça sevmiş ve oyunun İngiliz adalarında hızlı bir şekilde yayılmasına aracı olmuştur. Bir süre sonra futbolun İngiltere’deki kasaba ve köylerde yerel bir rekabete dönüşmesi, bu rekabetin gittikçe büyüyen bir çatışmaya evrilmesi hatta bir iç savaş oluşturmaya başlaması sebebiyle dönemin kralı II. Edward tarafından 13 Nisan 1314’te tarihinde ilân edilen bir fermanla İngiltere topraklarında futbol yasaklanmıştır. Kral II. Edward’ın fermanında yasağa neden olan açıklamalarını da içeren ifadeleri şu şekildedir: “Büyük bir topla şehirlerde gürültüler çıkarıldığı, bu durumun birçok kazaya ve zarara Tanrı korusun sebebiyet vereceği görülmüştür. Tanrı ve Kral adına, şehirlerde ve kasabalarda top oynanmasını yasaklıyorum. Emirlerimi yerine getirmeyip top oynamaya devam edenler en ağır şekilde cezalandırılacaktır!” Bu fermanla birlikte İngiltere’de futbol adeta lânetlenmiş ve futbol oynayanlara karşı bir önyargı gelişmiştir. İngilizlerin en ünlü tiyatro yazarı William Shakespeare’in ‘Kral Lear’ adlı eserinde bu görüş, şu şekilde dile gelir: “You base, football player!”¹⁵ Futbol atlattığı tüm bu badirelere rağmen halkın ve soyluların desteğiyle ayakta durmayı başarmış ve bir süre sonra yasağın da kaldırılmasıyla gittikçe artan bir hızla yayılmaya devam etmiştir.

¹⁵ Türkçe çevirisi: “Seni aşağılık futbol oyuncusu!”

17. yüzyıla gelindiğinde futbolun popülaritesi iyice artmış hatta kralların halkı ve soyluları bu oyunu oynamaları konusunda destekledikleri görülmüştür. Bu destek akımını başlatan Kral II Charles'tır (Arıpınar, 1992: 8-9). Futbolun İngiltere'deki seyrinde yer yer dalgalanmalar görülmektedir;. önce büyük bir ilgi ve coşkuyla karşılanmış, hızla benimsenmiş ardından tehlike arz ettiği düşünülerek yasaklanmıştır. Fakat halkın futbola olan yoğun ilgi ve tutkusu bu yasağın sürekli kılınmasını engellemiştir. Futbol, İngiltere'deki yolculuğuna kaldığı yerden tüm hızıyla devam etmiştir.

İlerleyen dönemlerde futbola benzeyen ayak oyunları çeşitli toplumlarda varlığını sürdürmüştür. Futbolun tarihinde önemli sayılacak dönem, sanayi devrimi sonrasını kapsayan süreç olarak belirtilebilir. Bu dönem sonrasında modern futbol özellikle ada ülkesi olarak adlandırılan İngiltere'de bir çerçeve edinmeye başlamış ve buradan da tüm dünyaya yayılmıştır. Futbol, sanayileşmeyle ortaya çıkan köyden kente göç olgusuyla ve bu göçle birlikte şehirlerde barınma ve mekân sorunları ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan özellikle sanayileşmenin ilk evrelerinde işçilerin çalışma saatlerinin uzun olması ile futbol diğer sosyal ve sportif aktivitelerde olduğu gibi kendine has bir mecra alanı bulamamıştır. Fakat tüm bu olumsuzluklara rağmen Stemmler, gençlerin yoğun olarak bulunduğu üniversitelerde futbola ilgisini gün geçtikçe arttığını ve futbolun bir popülarite kazandığını ayrıca bu oyunun hayatta kalmasını sağlayan en büyük etken olarak da üniversitelerde okuyan burjuva çocuklarının futbola olan ilgisi olduğunu belirtmiştir (2000: 77). Futbolun öğrenciler arasında hızlıca yayılmasının ardından okul müdürleri bu popüler sporu kurallara uygun hâle getirmekte fayda görmüşlerdir. Bu amaçla 1846 yılında Rugby School'da (okulunda) ilk kurallar yayınlanmıştır. Daha sonra Cambridge School'da 1848 yılında belirlenen kurallar, İngiltere'de bulunan diğer okullar tarafından da benimsenmiştir. 8 Aralık 1863'te Londra'da bir lokâlde bir araya gelen özel okul temsilcileri Futbol Federasyonu'nu (Football Association) kurar ve Cambridge kurallarını esas alarak yeni kuralları oluştururlar. Modern futbol 8 Aralık 1863 tarihinde Londra'da kurumsallaştırılmıştır ve ilk kez futbolun kuralları bir federasyon organizasyonunda karara bağlanmıştır. Bu kurallar kısmen günümüzde de geçerlidir (Stemmler, 2000: 81-89):

1. Takımlar bir takım kaptanının liderliğinde oynayan on birer oyuncudan oluşur.
2. Hakem zorunludur.
3. Oyun sahası 137.16 x 91.44 m boyutlarındadır.
4. Oyun süresi 75 dakikadır; ilk yarıdan sonra takımlar kaleleri değiştirir.

Bu kuralların oluşmasında İtalya’da oynanan ‘giuocco del calcio’ adlı oyundan esinlenildiği ifade edilebilir. Bu oyunda 120x80 metre boyutlarında bir alanda oynanmış ve top olarak, üzeri deriyle kaplı, içi havayla doldurulmuş bir hayvan mesanesi kullanılmıştır. Birer metre aralıklarla dikilmiş iki adet çubukla kaleler oluşturulmuş ve topun bu çubukların yani kalelerin arasından geçirilmesiyle takımların sayı kazanması kuralı getirilmiştir. Bu sayılar da günümüzdeki futbol hakemleriyle özdeşleştirilebilecek görevliler tarafından kale sınırlarını oluşturan çubuklara bir bıçak yardımıyla atılan çentiklerle işaretlenmiştir. Tüm bu kurallar ve düzen çerçevesinde 1861 yılında, İngiliz kralı II. Charles’in armasını taşıyan ve günümüz formalarına benzeyen giysilere sahip uşaklarından oluşan takım ile Albemarie Kontu’nun uşaklarından kurulu takımla bir karşılaşma düzenlenmiş ve maçı kralın takımı kazanmıştır. İngiltere Kralı II. Charles kazanan takım oyuncularına armağanlarını kendi elleriyle vermiştir. Burada da günümüzün kupa ödüllü futbol maçlarına benzer bir seremoni görülmektedir. Kral ve kontların takımları dışında halk ve soylular arasında da büyük bir ilgi gören futbol, bu süreçte İngiltere’de hızla yayılmış ve zaman içerisinde büyük bir değişim ve gelişim göstererek günümüze kadar ulaşmıştır (Arıpınar, 1992: .9).

Futbolun İngiltere’den tüm dünyaya yayılmasını sağlayan araçlar İngiliz tüccarlardır. 19. yüzyılın sonlarında ve 21. yüzyıl başlarında dünyanın her yerinde ticarî faaliyetlerde bulunan tüccarlar; ulaştıkları köylere, şehirlere, bölgelere ticarî faaliyetleri ile birlikte kendi ülkelerinde oldukça popüler olan futbolu da götürmüşlerdir. Futbolun Türkiye’ye gelişi de bu şekilde olmuştur.

2.6. Türklerde Futbol

Futbol, Türk kültüründe eski zamanlardan beri süre gelmiş bir etkinliktir. Tarihî kaynaklarda belirtildiği üzere sportif bir yapıya sahip olan Türkler bunu kültürlerinden kaynaklı askeri disiplin, savaşçılık ve göçebe olmalarına borçludur. Seferlerle oluşturulan sürekli yıldırma ve yıpratma harekâtı arasında, her bir ferdini

bir asker gibi yetiştiren bozkır Türk halkının büyük başarılar elde etmesini sağlayan başlıca unsurlardan biri, savaş hazırlığı amacıyla yapılan daimî spor hareketleridir. Bunlarda özellikle ok atmak ve ata binmek insanların gündelik faaliyetlerindendir. Güreş, at yarışı, cirit, güreş, doğancılık (yırtıcı kuşlarla avlanma), gülle atma vb. mücadele pratiğini arttırdı. Erkekler dışında Türk kadınlarının da katılım sağladıkları top oyunlarından olan; futbol, golf, polo gibi oyunlar Hunlardan beri Türkler arasında oynanmaktadır ve Çin coğrafyasına yayılması da Göktürkler aracılığıyla olmuştur (Kafesoğlu, 2000: 287).

Futbol, Osmanlı'da oynanmaya başladığı ilk zamanları haricinde özellikle Türkiye'de oynanmaya başladığı günden itibaren sosyal ve kültürel hayatta önemli bir yer teşkil etmiştir. 20. yüzyılın sonlarında dünyada ve Türkiye'de yaşanan ekonomik ve kültürel değişimlerle birlikte kitle iletişim araçlarının da aracılığıyla dizayn edilen yeni dünya düzeninde futbol kendine daha da sağlam bir yer edinmiştir. Özellikle İngiltere, İtalya, Brezilya ve İspanya gibi futbolun diğer spor dallarına göre ilk sıralarda yer aldığı ülkelerden biri olan Türkiye ve Türk insanı futbolu başlıca ilgi alanlarından biri hâline getirmiştir.

Kaşgârlı Mahmut'un Divanü Lûgat-it Türk adlı eserinde Orta Asya Türklerinin "tepük" (tepmek) adı verilen bir oyun oynadıklarından bahsedilmektedir. Divanü Lûgat-it Türk'ün Besim Atalay tarafından yapılan tercümesinde "tepük" oyunundan şu şekilde bahsedilir (1983: 323): "Kurşun eritilerek iğ ağırşığı şeklinde dökülür, üzerine keçi kılı veya benzeri bir şey sarılır, çocuklar bunu teperek oynarlar." Ayasofya kütüphanesinde 3029 kayıt numarasıyla bulunan Tarih-i Timur isimli eserde, Timur dönemindeki Türklerin, içi havayla doldurulmuş ve kuzu postundan yapılmış toplarla bir oyun oynadıklarından bahsedilmektedir. Bu oyunda uygulanan birtakım kurallar mevcuttur ve bunlar; topa elle dokunmak ve topu çizgiden dışarı çıkarmak yasak olduğu şeklindedir. Timur'un bu oyunu askerlerine bir nevi tâlim niyetiyle çeviklik ve dinçlik kazanmalarını sağlam için oynattığı kaydedilmektedir (Arıpınar, 1992: 8). Hıta Türkleri tarafından top oynandığı, topa ayakla vurulduğu, el ile dokunmanın ise yasak olduğu bilinmektedir (Yıldız, 2002: 50). Tüm bu bilgiler ışığında Türklerde futbol tarihinin eskilere dayandığından söz edilebilir.

Çinli bir seyyahın Tatarlar adlı eserinde; kız ve erkeklerden oluşan karma takımların ayak topuyla oynadıkları ve topun rakip kaleye atılmaya çalışıldığından bahsedilmektedir. Orta Asya Türkleri ile ilgili Fransızca bir kaynak olan “La Tartarie” adlı eserde kız ve erkeklerden oluşan takımların Tsang şehrinde ayak topu oynadıkları; bu heyecanlı oyunu izleyen bir Çinlinin aktarımlarına göre; büyük tapınaklarda ayak topu müsabakaları sıkça yapılır ve bu müsabakalarında topa elle dokunulamazdı. Topa kafayla ya da ayakla temas edilebilir ve topu rakip kaleden içeri sokmaya çalışılırdı (Arıpınar, 1992: 8). Görüldüğü üzere, Türk kaynakları dışındaki kaynaklarda Türklerin kızlarla ve erkeklerle karma bir yapıyla gerçekleştirdiği sportif faaliyetlerden söz edilmektedir.

İbrahim Kafesoğlu’nun *Türk Millî Kültürü*¹⁶ isimli eserinde belirttiği gibi Türklerde spor faaliyetleri, eğlenceler ve avlanmalar birer askerî egzersiz niteliğindeydi ve kadın-erkek, genç-yaşlı herkes bozkır kültürünün hayat tarzı gereği her an savaşabilecek durumdaydı. Dolayısıyla tüm faaliyetler erkekler ve kadınlarla birlikte yapılmaktaydı (2007:281). Türk kültüründeki bu yapıya verilebilecek en kadim örnek Oğuz Türklerinin epik ve destansı hikâyelerini barındıran Dede Korkut kitabında yer almaktadır. Ali Yakıcı’nın da belirttiği üzere, Dede Korkut kitabı Türklerin yalnızca Orta Asya’dan Anadolu ve Balkanlar’a yerleşme ve buraları vatan edinmeleriyle ilgili siyasal mücadelelerinin yer aldığı bir kitap olmakla kalmamıştır. Türklerin sosyal, siyasal, kültürel ve dinî geçişlerinin de takip edilebildiği kıymetli bir kaynak eser olma özelliğine sahiptir (2007: 41). Türk kültürünün ve dilinin en nadide eserlerinden biri olan Dede Korkut’ta “Kam Büre Oğlu Bamsı Beyrek Destanı”nda¹⁷ anlatıldığı gibi Bamsı Beyrek, Banı Çiçek ile ok atmış at koşmuş ve güreş tutmuştur. Bu üç spor müsabakasının ardından galip geldiği için Banı Çiçek ile nişanlanmıştır. Kadim Türk kültüründe kızlarla erkeklerin birlikte yarıştıkları, birbirleriyle rakip olup sportif mücadelelere giriştikleri görülmektedir.

¹⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz. Kafesoğlu, İ. (2007), *Türk Millî Kültürü*, İstanbul: Ötüken Neşriyat, s. 281-292.

¹⁷ “Pay Büre adında bir bey oğlu olması için, Pay Bicen adındaki bey de bir kızı olması için dua ederler. Pay Bicen kızı olursa Pay Büre’nin oğlu ile beşik kertme nişanlı yapacağını vad eder. Bir müddet sonra Pay Büre’nin bir oğlu ve Pay Bicen’in bir kızı olur. Aradan on beş sene geçer Çocuk delikanlı olur ve Dede Korkut ona kafirleri yakalayıp mal kurtardığı için Bamsı Beyrek adını koyar. Bu vesile ile beyler av tertip ederler. Beyrek bu avda bir geyiği kova kova yavuklusunun otağına gelir. Burada Pay Bicen’in kızı Banı Çiçek’le ok atar, at koşturur, güreş tutar. Üçünde de kızı yener ve Banı Çiçek olduğunu anlayınca yüzük takarak nişanlanır” takarak nişanlanır” bkz. Ergin, M. (2008). *Dede Korkut Kitabı*, Ankara: TDK, s. 7-8.

Batılı ülkelerde, spor amaçlı kurulan kulüpler 17. yüzyıl içerisinde görülmeye başlamışken, Osmanlı’da kulüpleşme 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren gerçekleştirilmiştir. Avrupalıların etkisiyle futbol tanzimatın ilânı ile Osmanlı’da örgütlenmeye ve oynanmaya başlamıştır. Sultan Abdülaziz döneminde eğitim için Paris’e gönderilen öğrenciler, Fransa’da futbolla tanışmışlardır ve futbola gösterilen yoğun ilgi ile karşılaşınca da İstanbul’a dönüşlerinde futbol konulu bir Fransızca kitap getirmişlerdir. Bu kitabı Türkçe’ye çevirerek 1869 yılında “Ordu ve Mekteplerde Futbol” adıyla yayımlamışlardır (Kahraman, 1995: 670).

Osmanlı İmparatorluğu’nda futbol, 1870’lerin sonlarında İstanbul’dan önce İzmir ve Selanik şehirlerinde oynanmıştır (Atabeyoğlu, 1992: 11). İzmir’de futbol, 19. yüzyılın sonlarında İngiliz ailelerinin çocukları tarafından eğlenmek ve spor yapmak amacıyla gerçekleştirdikleri aktivitelerle başlamıştır. Futbolun 1880’lerde özellikle İzmir’deki Bornovalı İngiliz gençlerce oynandığı ve gittikçe tüm şehre yayılıp popülerleştirdiği bilinmektedir. Bu durum İzmir’deki İngiliz Konsolosluğu’nun resmi belgelerine yansıtılmıştır (Beyru, 2000: 278). 1890 yılına gelindiğinde İzmir’in tanınmış ailelerinden La Fontaine ailesinin teşvikiyle bir araya gelen İngiliz gençlerinin futbol oynamaya başladığı ve 1894 yılında Türkiye’nin ilk modern spor kulübü olan *Bornova Football and Rugby Club*’ın kurulmasına olanak sağlamıştır.

İstanbul, futbolla Özellikle İngiltere ile karşılaştırıldığında epey geç tanışmıştır. İstanbul’da ilk kez 1895 yılında, Kadıköy ve Moda çayırılarında oynanan futbolun, başkente İzmir’den göç eden İngiliz ailelerce taşındığı söylenmektedir. Türklerden kurulu bir takım bundan altı yıl sonra, 1901’de futbol oynamaya başlamıştır. Bu takımın adı, “Black Stocking” (siyah çoraplılar) olarak İngilizce konmuştu. II. Meşrutiyet’in ilânıyla gelen sınırlı serbestlik ortamında ise pek çok futbol kulübü kurulmuştur (Hatipoğlu, Aydın, 2007: 13-14). Futbolun İzmir’de başlayıp dönemin baş şehri İstanbul’a gidişindeki serüvende bazı İngiliz ailelerinin İstanbul’a taşınması ve İstanbul’daki İngiliz elçiliği çalışanları ile futbol karşılaşmaları düzenlemeleri etkili olmuştur. İlk İngiliz ve Rumların iştirak ettiği bu karşılaşmalar zamanla şehirde yayılmaya başlamıştır. 1903 yılı itibarı ile İngiliz ve Rumlar dışındaki Osmanlı’daki Türk gençlerinin ve arkadaşlarının futbol oynamalarına ve kulüp kurmalarına vesile olmuştur. İlk olarak 1903 yılında şimdiki

Beşiktaş Jimnastik Kulübü'nün temellerini oluşturan Osmanlı Beşiktaş Terbiye-i Bedeniyye Mektebi kurulmuş ardından 1905 yılında Galatasaray ve 1907 yılında Fenerbahçe kulüplerinin kuruluşu izlemiştir (Fişek, 1985: 47-49). Böylece Osmanlı'da İngiliz futbolunun örgütlenmesi ve kulüpleşmesi başlamıştır.

Sultan II. Abdülhamit döneminde İzmir, İstanbul ve Selanik'te Türk olmayan halk tarafından sportif faaliyetler yürüten kulüpler kurulmaya başlanmıştır. İstanbul'da otuz iki, İzmir'de on iki ve Selanik'te üç kulüp kurulmuştur (Kahraman, 1995: 639). Bu sayılara bakıldığında, kulüp sayıları ile şehir nüfusları arasında doğru bir orantı olduğu görülmektedir.

Osmanlı'da kurulan ilk futbol kulüpleri şu şekildedir (Yüce, 2014: 118-125) :

- Constantinople Ragbi ve Futbol Kulübü (İstanbul 1880 öncesi)
- Bournabat (Bornova) Ragbi ve Futbol Kulübü (İzmir 1883)
- Ermis Kulübü (İstanbul 1884)
- Smyrna Ragbi ve Futbol Kulübü (İzmir 1885)
- Panionios Gymnastikos Syllogos Smyrnis (İzmir 1890)
- Moda Ragbi ve Futbol Kulübü (İstanbul 1896)
- Tatavla Heraklios Jimnastik Kulübü (İstanbul 1896)
- H.M.S Imogene Ragbi ver Futbol Kulübü (İstanbul 1898)
- Apollon Futbol kulübü (İzmir 1898)
- Boyacıköy Futbol Kulübü (İstanbul 1900 öncesi)
- Robert College Futbol Kulübü (İstanbul 1900)
- Elpis Futbol Kulübü (İstanbul 1900 civarı)
- Pelops Futbol Kulübü (İzmir 1900 civarı)
- Vartanyan Futbol Kulübü (İzmir 1900 civarı)
- Moda Rum Futbol Kulübü (İstanbul 1901 öncesi)
- Black Stocking (Siyah Çoraplılar)
- Futbol Kulübü (İstanbul 1901)
- Kadıköy Futbol Kulübü (İstanbul 1902)
- Anadolu Spor Kulübü (Merzifon 1902)

Türk spor tarihinde futbolun Osmanlı Devleti'nde ortaya çıktığı, oynanmaya başlandığı dönemden itibaren Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ndeki seyrine

kurumsallaşıp uluslararası futbol arenasında yer alma sürecine bakıldığında şu şekilde bir kronoloji takip etmek mümkündür:

1. Dönem (1895-1908): Osmanlı Devleti'nde İzmir ve Selanik'te yaşayan, ticaretle uğraşan İngiliz ailelerin futbol oynamaya başladıkları dönemdir. Daha sonra İstanbul'daki İngilizler de onları takip etmişlerdir. İngiliz gençlerinin kurdukları takımları Ermeni, Musevi ve Rum gençlerin kurdukları takımlar izlemiştir. Bu dönem itibariyle Türk yurtlarında futbolun oynanmasına başlanmıştır.

2. Dönem (1908-1923): Bu dönemin başlangıcı, Galatasaray Spor Kulübünün İstanbul Futbol Ligi şampiyonu olmasıyla başlamıştır. Osmanlı futbolunda yeni bir dönem açabilecek önemde olmasının sebebi Galatasaray'ın yabancı takımların tekelindeki lig şampiyonluğunu elde etmiş olmasından kaynaklanır. Bu dönemin aynı zamanda tarihî bir öneme de sahiptir çünkü II. Meşrutiyet (1908) ilân edilmiştir. II. Meşrutiyet'in ilânı ile hukukî ve sosyal alanda birtakım serbestiler uygulanmaya başlanmıştır. Ülkede görülen değişim rüzgârıyla birlikte cemiyet kurma serbestisinin getirilmesinin ardından Türk kulüplerinin sayısı hızla artmıştır. Öncelikle büyük şehirlerde başlayan bu cemiyetleşme ülkenin birçok şehrine uzanan büyük bir organizasyona dönüşmüştür. İstanbul'un yanı sıra özellikle İzmir, Ankara, Bursa, Eskişehir, Trabzon ve Adana gibi şehirlerde futbol hızla yayılmaya ve gelişmeye başlamıştır. İstanbul Şampiyonluğu Ligi, İstanbul Türk İdman Birliği Ligi, Cuma Ligi ve Pazar Ligi bu dönemin önemli futbol organizasyonlarıdır. Bu durum İstanbul'da dört ayrı lig oluşturacak kadar çok sayıda takımın ortaya çıktığının bir göstergesidir. Böylelikle Türk futbolunun doğuşu olarak adlandırılabilir bir döneme girilmiştir.

Bir jimnastik kulübü olarak 1903 yılında kurulmuş olan Beşiktaş, yine bu dönemde futbola adım atmış ve ortaya çıkardığı Siyah-Beyazlı takım ile adını futbol sahalarında duyurmaya başlamıştır. Bu dönem, Türk tarihinde Balkan Savaşı, 1. Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı gibi birbirini izleyen dört büyük savaşı da içeren bir dönemdir. On bir yıl süren bu savaşlar yüzünden Türk futbolu önemli sektele uğramıştır. Nice yetenekli Türk futbolcusu bu savaşlarda vatan uğruna şehit olmuşlardır. Bu dönem aynı zamanda İstanbul ve İzmir'in işgal yıllarını da kapsamaktadır özellikle İstanbul'da işgal kuvvetleri ile yapılan futbol karşılaşmaları bir 'millî dava' hâline gelmiştir. Beşiktaş, Galatasaray ve Fenerbahçe gibi kulüpler,

işgal kuvvetleri takımlarıyla yaptıkları karşılaşmalarda Türk halkı tarafından büyük bir coşkuyla desteklenmiş ve galibiyet elde ettiklerinde büyük bir sevince vesile olmuşlardır. İşte bu ve buna benzer birçok sebep neticesinde futbol, Türkler tarafından geniş kitlelerce ilgi ve sevgiye mazhar olmuştur. Günümüzde futbola gösterilen yoğun ilginin tohumları mütareke döneminde atılmıştır.

3. Dönem (1923-1951): Bu dönem Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray gibi İstanbul kulüplerin öncülüğünü yaptığı Türk spor tarihinde spor kulüplerinin oluşturduğu ilk cemiyeti olan *Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı* ve bu cemiyete bağlı olan *Türkiye Futbol Heyet-i Müttehidesi* adıyla ilk futbol federasyonunun kurulduğu dönemdir. Bu dönemin en belirgin özelliği sporda ve futbolda resmî bir kurumsallaşmanın başlamış olmasıdır.

Yusuf Ziya Öniş'in başkanı olduğu federasyonun ilk icraatı FIFA'ya üyelik başvurusunda bulunmasıdır. Türkiye'nin FIFA'ya kabulü 21 Mayıs 1923 tarihinde resmen gerçekleşmiştir. Bunu izleyen süreçte Türk millî futbol takımı kurulmuş ve Türkiye Futbol Heyet-i Müttehidesi (Federasyonu) FIFA'ya bir millî maç oynamak için girişimde bulunmuştur. Bunun sonucunda Türk millî takımı 26 Ekim 1923 tarihinde Romanya millî takımı ile İstanbul Taksim Stadı'nda ilk maçına çıkmış ve sahadan 2-2'lik skorla berabere ayrılmıştır. Bu maçtan üç gün sonra Türk tarihinin en önemli gelişmelerinden olan Cumhuriyet'in ilânı gerçekleşmiştir. Böylece hem Türk tarihinde hem de Türk futbol tarihinde önemli bir dönem yaşanmıştır.

4. Dönem (1952-1960): Bu dönemin en belirgin özelliği Türk futbolunda profesyonellik çalışmalarının resmîyet kazanmış olmasıdır. 1952 yılında futbolda profesyonelleşmenin yasallaşmasıyla Türk futbolunda yeni bir dönem başlamıştır. Bu gelişme ile birlikte futbol uluslararası alandaki amatörlüğünden sıyrılmış ve Türk futbolcuları yurt dışındaki takımlarda forma giymeye başlayarak dünyaya açılma fırsatı nı yakalamışlardır. Beşiktaşlı Şükrü Gülesin, Fenerbahçeli Lefter Küçükandoniadis, Özcan Arkoç ve Can Bartu yurtdışındaki takımlarda oynayan futbolcuların başında gelir.

Türk takımlarının Avrupa Kupaları'na katılmaları da bu dönemin bir başka önemli futbol olayıdır. Türk takımlarının Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası, Avrupa Kupa Galipleri Kupası ve UEFA Kupası'nda yer alırken birçok yabancı rakip karşısında başarılar elde etmiştir. Galatasaray'ın Avrupa Şampiyon Kulüpler

Kupası'nda, Göztepe'nin UEFA Kupası'nda yarı final oynama başarıları elde etmesi ve Fenerbahçe'nin Balkan Kupası'nı kazanması da bu dönemin Türk futbolu açısından önemli olayları arasında yer alır. (Arıpınar, 1992: 16-18). Profesyonelliğe geçilmesinin ardından Türk futbolcularının yurtdışına açılması ve başarılı olmaları Türk futbolunun Türkiye dışında da adının duyulmasını sağlamıştır.

Türklerin en bilinen ve yaygın olan millî sporunun güreş olduğu ifade edilebilir fakat cumhuriyetin ilânıyla birlikte özellikle 1930'lardan itibaren bu durum değişmiş ve 'futbol' ülkenin millî sporu hâline gelmiştir. Devlet bu süreçte, spordaki en büyük finansal yatırımlarını futbola yapmıştır. 1940'ların sonlarına kadar futbol oyuncularının amatör sözleşmeleri bulunmaktaydı, 1959 yılı itibariyle profesyonel sözleşmeler imzalanmaya başlanmıştır ve futbolcular resmî profesyonel statülerini kazanmışlardır. Bu gelişmelerin ardından oyuncular, halk kahramanı olarak görülmeye başlanmış ve dolayısıyla maçlara katılım artmıştır. Türk oyuncular, Avrupa takımları tarafından talep görmeye başlamıştır. Bununla birlikte, 'Üç Büyükler' adıyla bilinen üç İstanbul kulübü Beşiktaş, Galatasaray ve Fenerbahçe yurtiçi başarılar elde etmeye başlamıştır. Daha sonra 1970'lerin ortalarında bir Karadeniz şehir takımı olan Trabzonspor üç büyükler tekeline kırmayı başarabilen tek takım olmuş ve günümüze değin gelen 'Dört Büyükler' tâbirinin oluşmasını sağlamışlardır (Kozanoğlu, 1999: 118). Futbol büyük şehirlerle ve dört büyüklerle sınırlı kalmayıp Türkiye'nin her sathına profesyonel ve amatör kulüpler olmak üzere binlerce futbol kulübüyle yayılmıştır. Bu kulüplerin izleyicileri ve destekçileri olan taraftarları da düşünüldüğünde futbol kitlesinin büyüklüğünden söz etmek mümkündür.

Türkiye'deki futbolun yıllara göre dönemsel bir yönetim, futbolcu, taraftar, basın yayın ve endüstri açısından değişimini ve dönüşümünü içeren bir kategorizasyon şu şekilde yapılabilmektedir:

1900-1950 Dönemi: Merkezde üç büyükler vardır: Beşiktaş, Galatasaray ve Fenerbahçe. Futbolda okullu ve mahalleli ağabeyler, oyuncular, bürokratlar, siyasetçilerden oluşan yerel bir kimlik söz konusu ve bu yerelliğe dayanan bir rekabet futbolu mevcuttur. Bu dönemde iletişim aracı olarak etkin bir biçimde yerel basın ve devlet radyosu var. Taraftar desteği açısından da gönüllü oluşumların ve

derneklerden söz edilebilir; dışa kapalı camialardır ve güçlü bir yerellik söz konusudur.

1950-1980 Dönemi: Merkez bürokrasisi ile Anadolu bürokratlarının etkin olduğu bir dönemdir. Yerel ve ulusal nüfuz birlikte görülmektedir. 164 adet şehir kulübü bulunmaktadır. Siyasetçilerin ve iş insanlarının futboldaki etkisinin arttığı bir dönemdir. Profesyonel altyapı çalışmaları da bu dönemde başlamıştır. Yerelden ulusala kayan bir basın-yayından ve TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu) faaliyetlerinden söz edilebilir. Dernekler ve oluşumlar-dışa dönük hâle gelmeye başlamışlardır. Futbol ulusal bir faaliyet alanı hâline gelmeye başlamıştır.

1980-2000'ler Dönemi: Türkiye futbolunda ulusal ve uluslararası kimlikli bir yapının oluştuğu dönemdir. Ulusal çevreden iş insanları, yöneticiler ve siyasetçiler futbolun yönetiminde etkinleşmeye başladığı ve küreselleşme ile birlikte futbolun ticârî ve endüstriyel bir faaliyet alanına dönüştüğü dönemdir

Profesyonel altyapı yatırımlarının hız kazandığı, yüksek hatta astronomik rakamlarla futbolcu ve teknik direktör transferlerinin gerçekleştirildiği, taraftar oluşumlarının çoğaldığı ve etkisinin arttığı bilinmektedir. Tribünlerde fanatizmin arttığı ve tribün liderlerinin sayısının çoğaldığı bir dönemdir. 1990'ların sonu ve 2000'lerin başındaki internetin kullanılmaya başlanması ve sonrasında hızla yayılmasıyla taraftar örgütlenmelerinde artış görülmüştür. Bu dönemde futbol kulüplerinin futbolcusuyla, yöneticisiyle ve taraftarıyla proaktif olmaya başladığı ve gündemi belirlediği görülmektedir (Talimciler, 2005'ten akt. Ünsal, 2005: 326-327).

Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye'de ulusal ve uluslararası basından, TRT dışında özel radyo ve TV şirketlerinden, internet basınından, uydu, kablolu ve dijital TV kanalların etkisinden söz etmek mümkündür. Futbol kulüplerinin reklam, sponsor, gişe hasılatı, naklen yayın, lisanslı ürün satışları, transfer gelirlerinin artmasıyla ve bunun yanı sıra şirketleşme döneminin başlatılarak kulüplerin halka arzı ile hisse senedi satışlarına başlanmasıyla futbolun, 'futbol pazarı' denilebilecek yeni dönemi başlamıştır. Böylece futbol hem ulusal hem de uluslararası platformda haz, çok kültürlülük ve yeni nesil taraftarlık barındıran eğlence sektörü hâline gelmiştir. Eğlence işlevinin yanında eğitim, tanıtım, reklam amaçlı kullanım şekilleri de görülmektedir. Futbola artan ilgi sadece endüstriyel alanda olmamış ve akademik alanda da futbola olan ilgi zamanla artmıştır.

2.7. Endüstriyel Futbol

Futbol, diğer birçok spor dalında olduğu gibi tarihi boyunca oynandığı dönemin toplumsal ve siyasal yapısından etkilenmiştir. Bu etkilerin boyutu ise dönemin konjonktürel yapısı tarafından belirlenmiştir. Bu durum sadece Türkiye'ye özgü olmamakla birlikte futbola ilginin yüksek olduğu diğer ülkelerde de benzer bir etkileşimden bahsetmek doğru bir yaklaşım olacaktır (Ongan ve Demiröz, 2010: 126). Türkiye'de özellikle 1980 sonrasında futbola yönelik ilginin hızla arttığı görülmüştür. Bir Endüstrileşen ve popüler kültürün ayrılmaz parçası hâline gelen futbol, diğer spor dallarından daha çok önemseniş ilk sıraya yerleşmiş ve ilgiyi kendi üzerine çekmiştir. Bu durumun gerçekleşmesinde birtakım nedenlerin varlığından söz edilebilir. Örneğin 1980'li yıllarda sürdürülen politikalara bakıldığında futbolun önemli bir araç olarak görülmesi, hem oyuna duyulan ilgiyi hem de oyunun toplum üzerindeki etkinliğini arttırmıştır (Katırcı, 2009: 42). Türkiye'de siyaset ve futbol arasındaki ilişki her zaman süregelmiştir, ülke siyasetçilerinin üye oldukları ya da yalnızca taraftarı oldukları kulüpler olmakla birlikte, kendilerinin ya da ailelerinin kulüplerde aktif yönetici oldukları durumlar da görülmektedir (Gökçağı, 2008: 16) Bu durum yerel ve ulusal düzeyde görülmektedir. Siyaset, siyasetçi ve futbol ilişkisi de Türkiye'ye has bir durum değildir diğer ülkelerde de benzer ilişkiler görülmektedir.

Günümüzde futbol, spor olmanın ötesine geçip başka mecralara doğru yol almıştır. Sportif bir kimlikten endüstriyel bir kimliğe doğru bir dönüşüm içine girmiştir. 1980'li yılların ortalarına kadar bir 'gösteri' olma özelliğini korumuşsa da, 1990'ların ilk yıllarından itibaren bu kavrama bir de 'iş' kavramı eklenmiştir. Dolayısıyla milyonlarca insanın büyük bir ilgiyle izlediği 'show'¹⁸ bugün bir 'show-business'¹⁹ olmuştur. Futbolun bir gösteri aracı olma özelliğinin süreç içerisinde endüstriyel bir mecraya evrilmesi, onu ticarî bir iş kolu hâline getirmiştir. Bugün bu niteliksel gelişim ve değişim, kendi ekonomisinin oluşmasını da beraberinde getirmiştir. Futbol ekonomisi olarak adlandırılan bu oluşum doğal olarak kendi mali değerini de yaratmıştır. Bugün gelinen noktada, futbol ekonomisinin yarattığı endüstriyel futbol, küreselleşmenin verdiği enerjiyle dünyanın her noktasına, kendi

¹⁸ Gösteri.

¹⁹ Gösteri işi.

malî değerlerini taşımıştır. Futbolun ekonomik boyutu ve kitlelere sunumu açısından televizyonun aracılığının önemi de unutulmamalıdır (Rowe, 1996: 253).

Sporun beşiği eski Yunan'da müsabakaları kazananlar, zeytin dallarıyla örölmüş taçlarla ödöllandirilirdi. Kazananlar onurlanırlar, kaybedenler ise şerefleriyle mücadele ettikleri için en az galip gelenler kadar değer görürlerdi. Futbolun giderek endüstrileşmesi ile Eski Yunan'daki sıradan fakat onurlu ödöllerinin yerini milyon dolarlar almıştır. Kaybeden ise sadece maçı kaybetmekle kalmayıp, büyük mali kayıplar da yaşamaktadır. Futbolun öyküsü, hazdan ve zevkten zorunluluğa uzanan bir öykü hâlini almıştır. Spor bir endüstriye dönüştüğü oranda, öylesine ve amaçsız bir biçimde sırf zevk olsun diye oynandığı zamanlardaki güzelliğinden bir şeyler kaybetmiştir. Bugünlerde futbol pragmatik olmayan her ögeyi reddetmektedir, kâr getirmeyen her öge de gereksiz ve işe yaramaz kabul edilmektedir (Galeano, 2014: 21).

Günümüz konjonktüründe, birçok girişimci yatırımlarıyla futbola dâhil olmuştur. Bu girişimciler ve yatırımcılar futbol kulüplerini kâr amacı güden bir işletme ve taraftarları da müşteri kavramının merkezi bir unsuru olarak gören daha geniş bir serbest piyasa söylemi hâline getirmiştir (King, 1997: 231). Futbol piyasası günümüzün en geçerli borsalarından biridir ve futbolcular da en değerli sermaye ve yatırım aracı konumundadır. Futbol bugün yalnızca heyecan verici bir sportif faaliyet olmaktan çıkarak yüksek meblağlarda para getiren bir gelir sektöre dönüşmüştür. Futbol ve ekonomi arasında ilişki bu şekilde derinleşince; başarısız bir futbol antrenörü işinden olabiliyor ya da kendisinden bekleneni veremeyen bir futbolcu kadro dışı kalabiliyor. Başarılı olanlar içinse durum tam tersidir ve bu piyasada her zaman borsa değeri yüksektir. Çok yüksek ücretler alan oyuncular, fahiş bilet fiyatları, steril stadyumlar güvenli bir şekilde ayakta durmak isteyen geleneksel taraftarların futbola yabancılaşmasına yol açmaktadır. Bu aslında küresel oyunun hızlı bir şekilde gittikçe metalaşmasına ve futbolun yozlaşmasına karşı olmaktadır (Redhead, 2019: 26).

Pierre Bourdieu'ya göre işverenler yanlarında çalışan işçilerine eskiden olduğu gibi sadece hastaneler ve okullar değil; statları, sahaları, salonları ve diğer sportif yapıları da sunmaktalar. Böylece özel sermayenin ve şirketlerin denetimleri ve yardımlarıyla çok sayıda spor birliği ve kulübü kurulmaktadır (1997: 171).

Dolayısıyla bugün futbol; sırttaki forma, boyundaki kaşkol, masadaki tabak, yataktaki çarşaf, cüzdandaki kredi kartı, yüksek ücretler ödenen yıllık kombine kartı, evdeki TV, şans oyunları ve milyonlarca doların döndüğü yayın ihaleleridir. Yaşamın her alanında görülen büyük bir metadır. Milyonlarca insandan benzer şekilde ilgi ve talep görebilen; globalleşen dünyanın en tanınmış markalarını dahi popülaritede geride bırakan, bir tüketim ekonomisidir.

Futbol ekonomisi, diğer endüstri kollarında olduğu gibi kendi gelirini yaratır. Futbol endüstrisinin ana geliri eskiden olduğu gibi sadece maç gelirleri değildir. Maçın oynanacağı gün sabahın erken saatlerinde statlara gelen, gişe önlerindeki kuyruklarda biletlerini alan, karınlarını seyyar satıcılardan aldıkları köfte ekmeklerle doyuran ve sınırlı gelirlerini kulüplerine bırakan taraftarların yerini artık; biletlerini stada gelmeden internet siteleri aracılığıyla online alan, stat bünyesindeki mağazalarda alışveriş yapan, kafelerden Amerikan tarzı kahvelerini, maçlarını konforla lüks localarda izleyen ve kulübe binlerce dolar bırakan ‘müşteriler’ almıştır.

Taraftar tüketici denilen kitle, sadakatle bağlı oldukları kulüplerinin arz ettiği ürün ve hizmetlere talepleriyle karşılık vermektedir. Bu koşulda taraftar tüketiciyi bu davranış kalıbına iten en temel faktör, kulüp taraftarlığı temelinde yükselen, bağlılık körlüğüdür. Nitekim bir ürün ya da hizmeti değerinden daha yüksek meblağlara alamaya yönelik tüketici davranışını başka sektörlerde rastlamak pek mümkün değildir. Bu durum tam anlamıyla kulübe duyulan sadakatin yarattığı, bağlılık körlüğüdür. Kulüplerin ekonomik olarak buhran yaşadıkları dönemlerde, sıkıntıların aşılması için maddi durumu müsait olan taraftar tüketiciler bağlılık körlüğünün etkisiyle takımlarına çeşitli yardım ve bağışlarla kulüplerine ekonomik destekte bulunmayı rahatlıkla seçebilir. Doğal olarak bu taraftar tüketicinin, bağlılık körlüğünden hareketle özverili olan fakat pek de rasyonel olmayan davranışı, kulübüne büyük ekonomik katkılar sağlayabilmektedir (Akşar, 2005: 2-4). Nitekim Beşiktaş Jimnastik Kulübü yönetiminin maddî zorluklar yaşadığı bir dönem olan 2012-2013 futbol ligi sezonunu ‘feda’ olarak adlandırması ve o dönem gerek futbolcuların gerekse taraftarların kulübe maddi destek sağlamaları bu duruma bir örnek teşkil etmektedir.

Sporun sadece boş zamanları değerlendirme aracı olmaktan çıkıp, hızla endüstrileşmesinden sonra gittikçe popülerleşen futbol için reyting faktörü yani

izlenme durumu önem kazanmıştır. Bunun nedeni reyting faktörünün endüstriyelleşmenin temel faktörlerinden olmasıdır. Bu finansal dinamiği harekete geçiren en önemli araç medyadır. Futbol endüstrisinin oluşmasında kitle iletişim araçlarının oldukça etkin işlevleri bulunmaktadır (Akşar, 2005: 296-298). Kitle iletişim araçlarıyla dünyanın her yerindeki futbol izleyicilerine ulaşılarak arz-talep teorisi doğrultusunda izlenen karşılaşmaların ve tüketilen endüstriyel araçların sayısı artmaktadır. Böylece futbolun merkezinde yer aldığı büyük bir endüstri çarkı dönmektedir. Özetle, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de büyük bir futbol endüstrisinden söz edilmektedir. Bu bağlamda şirketin adı ‘futbol’ olurken sporu oluşturan bileşenler; sporcu, spor izleyicisi, antrenör, spor basını kavramları ve bu kavramların işlevleri değişmektedir.

Türkiye’de, son yıllarda yine futbol başta olmak üzere basketbol ve voleyboldaki transferler, tesisleşme, şirketleşme ve reklam gelirleri üzerinden gerçekleştirilen yatırımlar görülmektedir. Özellikle dört büyüklerin Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray, Trabzon kulüplerinin büyüyen şirket yapıları, borsa aracılığıyla halka arz edilen kulüp hisseleri, dijital ve şifreli televizyon kanallarından elde ettikleri yayın gelirleri ve sosyal medyanın ve dijitalleşmenin de etkisiyle sayısı gittikçe artan taraftar kitlesinin bir nevi müşteriye dönüşümü gözlenmektedir. Spor ürünlerinin üretim ve tüketim ilişkisi üzerinden dünyanın birçok yerine ulaşılabilen ekonomik ağların kurulması sonucunda yerel, ulusal ve uluslararası spor organizasyonlarının sayısında gözle görülen bir artış olmasını sağlamıştır. Bu durum da spor alanında özellikle ekonomik alanda köklü değişimlerin olduğunun bir göstergeleridir (İnal, 2008: 15). Bu durum da futbol endüstrisinin dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de etkisini göstermektedir. Günümüz popüler kültüründeki futbol ve futbolun oluşturduğu endüstri tüm bileşenleriyle büyük bir kitlesel ve ekonomik güce sahiptir. Bu bakımdan futbolu sadece bir spor dalı olarak ele almanın eksik bir değerlendirme olacağı kaçınılmazdır.



3. BJK'NİN TARİHİ VE BAŞARILARI

3.1. BJK'nin Tarihi

Türkiye’de spor kulüplerinin kuruluşlarıyla ilgili kronolojik tartışmalar sıkça yapılmıştır. BJK tarihi ile ilgili yaptığı çalışmalarla bilinen Vâlâ Somalı’nın ifadesine göre, bazı spor kulüplerinin ilk kulüp olduklarına dair birkaç girişimi olmasına rağmen Türkiye’nin resmî olarak kurulan ilk spor kulübü Beşiktaş’tır (1978: 13). Beşiktaş Jimnastik Kulübü, 1903 yılında “Beşiktaş Bereket Jimnastik Kulübü” olarak kurulmuştur (Ebcim, 2010: 8). Beşiktaş, tüzüğünün ikinci maddesinde de belirtildiği üzere 19.03.1903’te kurulmuştur. Kurucuları Muhittin Akyüz, Cami Baykurt, Mazhar Kazancı, Fuat Balkan, M. Ali Fetgeri, Refik Bey ve Behçet Aysal’dır (Dinçer, 2020: 51).

Kulüp, Osmanlı’da Medine muhafızı olarak görev yapan Osman Paşa’nın oğulları olan Mehmet Şamil Bey ve Hüseyin Bereket Bey ile arkadaşları Ahmet ve Mehmet Ali Fetgeri kardeşler, Nâzım, Cemil, Nazif, Haydar, Şevki ve Tayyareci Fethi tarafından Osman Paşa’nın Beşiktaş’taki Serencebey Yokuşu’ndaki konağının bahçesinde kurulmuştur. Kulüpte güreş, halter, barfiks, boks ve aletli jimnastik faaliyetlerine başlanmış ve sonra da bunların arasına eskrimi eklemişlerdir. Kulübün çalışmaları ilk zamanlarda kurucu gençlerin bireysel çalışmalarıyla sınırlı kalmış daha sonra semtin bazı gençleri de onlara katılarak kulübün sporcu kitlesinin genişlenmesini sağlamışlardır (Arıpınar, 1992: 21). Bu dönemde kulüpte takım sporundan ziyade bireysel spor dallarıyla uğraşıldığı görülmektedir.

Osman Paşa’nın çocukları ve arkadaşlarının gerçekleştirmiş olduğu faaliyetler dönemin hafiyeleri tarafından tespit edilmiş ve dönemin padişahı II. Abdülhamit’e iletilmiştir. Bu durum başyaver Mehmet Paşa’nın olaya dâhil olup II. Abdülhamit’i gençlerin yaptıkları faaliyetlerin olumlu olduğu yönde düşünmesine ikna etmesiyle kötü sonuçlanmamıştır. Hatta kulüp padişahın fermanıyla mektep olarak kabul edilmiştir ve faaliyetlerine resmî olarak kabul edilmiştir. Beşiktaş kulübüne gösterilen bu hoşgörü, 1905 yılında dönemin Mekteb-i Sultânî bugünkü Galatasaray Lisesi öğrencilerinde yeni bir Türk spor kulübü kurma cesaretinin oluşmasını sağlamıştır ve Galatasaray Spor Kulübü kurulmuştur. Galatasaray kulübünün kurulmasından iki yıl sonra 1907 yılında İstanbul Anadolu yakasında

bulunan Kadıköy’de Fenerbahçe Spor Kulübü kurulmuştur (Atabeyoğlu, 1985: 1475-1476). Beşiktaş kulübünün kurulmasının verdiği cesaretle zincirleme bir şekilde Türkiye’nin ve İstanbul’un en köklü, en çok taraftara sahip kulüpleri de Türk spor tarihindeki yerlerini almıştır.

Beşiktaş’ın efsanevi isimlerinden isimlerden Şeref Bey²⁰, yetiştiği muhitte 1911 yılının ağustos ayında Valideçeşme Spor Kulübü’nü kurarak spor hayatını başlatmıştır. Şair Kazım, Asım, Alaaddin, Mehmet, Selahattin, Askeri hâkim Hakkı Beyler de bu takımda yer almışlardır. Aynı dönemde yine aynı semtte kurulan “Basiret Kulübü” bulunmaktadır. Bu kulüp de Dr. Münir Bey’in etrafında toplanmıştır. Nuri ve Rüştü Erkuş kardeşler, Ziya, Küçük Hakkı, Hafız Mustafa ve Büyük Hakkı Bey ve Refik Osman Basiretliler arasında yer almıştır. Sementin diğer takımları arasında Barika ve Kuvvet de bulunmaktadır. Beşiktaş’a kümelenen bu kulüpler aralarında karşılaşmalar yapmışlardır (Hiçyılmaz, 2019: 50). O dönemlerde ayıp görülen ve kısa pantolon denilen şort giyerek taşlık meydanda top oynamaya başlamışlardır. Bu durum büyük ilgi görmüş ve bir sene zarfında sementin nerdeyse tüm gençleri futbol vesilesiyle toplanmışlardır. Bu meydanda Şehit Asım, Münim, Şehit Ali, Arif, Nuri Refik Osman ve Vasfi Beyler de vardır ve Valideçeşme kulübünü temsil etmektedirler. Aynı semtte yaşayan bu gençler 1910 yılında birleşmiş ve bu birleşmeyle Valideçeşme Kulübü, Beşiktaş Bereket Jimnastik Kulübü’nün futbol şubesi olarak sportif faaliyetine devam etmiştir (Özkoç, 1991: 47-48). Beşiktaş Bereket Jimnastik Kulübü adıyla kurulan kulübün adı bir süre sonra “Beşiktaş Osmanlı Jimnastik Kulübü” olarak değiştirilmiştir. 1908 yılında Meşrutiyet’in ilânından sonra da bu isim altında resmen tescil edilmiştir. Kulübün bireysel sporlarla başlayan serüveni 1910 yılında futbolla tanışmasıyla yeni bir ivme kazanmıştır (Durupınar, 2002: 16-17).

Beşiktaş Bereket Jimnastik Kulübü’nün, Osmanlı Jimnastik Kulübü’ne dönüş serüveninde Fizan mebusu Câmî Bey’in rolü büyüktür. II. Abdülhamit tarafından Fizan’a gönderilen ve Meşrutiyet’in ilânıyla Fizan mebusu olan Câmî Bey, Beşiktaş İskelesi yakınındaki evinini kapılarını Beşiktaş Osmanlı Jimnastik Kulübü’nün kurulması için açmıştır. Beşiktaş Osmanlı Jimnastik Kulübü’nün kanunî

²⁰ Ahmet Şerafettin Bey, BJK ‘nin futbol şubesinin kurucusu olup, takımın ilk kaptanı ve teknik direktörüdür.

düzenlemeleri ve kurumsal kimliği oluşturulurken Almanlardan esinlenilmiştir. Almanların ülke savunmasını esas alacak şekilde kurdukları spor kulüplerinin tüzüğüne göre düzenlenmiştir. Kulübü kuran üyeler ilk olarak II. Abdülhamit dönemini içeren ve 1903 ile 1909 tarihleri arasında gizli yapılan spor çalışmalarını canlandırma kararı almışlardır. Kulüp formasının ve bayrağının Türk milli renklerinden esinlenerek kırmızı beyaz olması hususunda fikir birliğine varılmıştır (Özkoç, 1991: 39-40). Beşiktaş Osmanlı Jimnastik Kulübü futbol takımı ilk maçını 1918 yılında Baltalimanı çayırında Rumelihisarı futbol takımı ile yapmıştır.

Meşrutiyet'in ilân edilmesinden sonra gayri resmî olarak faaliyet gösteren futbol kulüpleri resmî statülerini kazanmıştır. Dernek kurulmasına izin verilmesinin ardından 1909 yılında Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray gibi bu serbestiden önce kurulan kulüpler de resmen tescil edilmiştir. Bu büyük kulüpleri daha birçok spor kulübü takip etmiş ve tescil işlemleri tamamlanmıştır. Kanunun çıkmasının ardından ruhsat alan ilk kulüp Beşiktaş Osmanlı Jimnastik Kulübü olmuştur. Beşiktaş'ın ardından ruhsat alan diğer takımlar: Galatasaray, Fenerbahçe, Altınordu, Beykoz, Vefa, Süleymaniye, Türkgücü, Anadoluhisarı, Nişantaşı gibi kulüplerdir (Somalı, 1989: 48). İlk ruhsat alan kulüp olan Beşiktaş Osmanlı Jimnastik Kulübü futbol dışında birçok spor dalında faaliyet göstermiştir. Özellikle 1920'li yıllardan itibaren futbol takımının başarılar elde etmesiyle kulüp kendini tanıtmış ve kulübün sevgisi Beşiktaş semtinden çıkıp ülkenin dört bir yanına yayılmıştır (Arıpınar, 1992: 21). Beşiktaş semtinde üç beş yakın arkadaşın gayri resmî olarak bir konağın bahçesinde başlattıkları, daha sonra çoğalarak ve çeşitlenerek sürdürdükleri faaliyetler ancak zamanla resmî bir hüviyete bürünebilmiştir. Bunun ardından futbol takımının kazandığı şampiyonluklar ve kupalar takımın ülke genelinde tanınmasını ve taraftar kitlesinin artmasını sağlamıştır.

BJK'nin bayrak ve forma renkleri ilk olarak Türk bayrağının renkleri olan kırmızı beyazdır. Kulübün resmî olarak tescilinden ve futbol faaliyetlerinin başladığı dönemden kısa bir süre sonra 1912-1913 yıllarında süregelen Balkan Savaşları başlamıştır. Savaşa BJK'nin birçok kurucusu ve sporcusu katılmış; bu şahsiyetlerden bazıları şehit bazıları da gazi olmuştur. Futbol şubesi, Balkan Savaşı'nın getirdiği şehit ve gazilerle aldığı yaraları tam olarak saramadan bu kez de I. Dünya Savaşı patlak vermiş ve bu savaşta özellikle Çanakkale Cephesi'nde birçok oyuncusunu

kaybetmiştir. İlk resmî futbol takımını oluşturan Şeref, Şair Asım, Sadi, Kazım, Behzat, Dr. Mehmet, Dr. Sabri, Dr. Ali, Rıdvan, Resul ve Fahri'den oluşmaktaydı. Bu kadronun sekiz oyuncusu savaştıkları cephelerde şehit olmuştur; Kaptan Kazım, Behzat, Ali, Şair Asım, Rıdvan, Dr. Sabri, Dr. Mehmet, Muallim Sadi (Karakaya, 2006: 166). Bu futbolcular arasında Beşiktaş kaptanı Kazım Bey, Valideçeşme'den Beşiktaş'a geçen futbolculardan biriydi şiir yazdığından arkadaşları arasında 'şair' lakabı ile anılırdı. 27. Alayın bir neferi olan Kazım Bey, sırtına yediği bir gülle ile şehit olmuştur. Bir başka Beşiktaşlı şehit de Âsım'dır. Beşiktaş'ta dünyaya gelmiş, ilk futbol deneyimini mahalle aralarındaki arsalarda yaşamış, daha sonra da BJK'nin ilk kuruluş dönemi futbolcuları arasında yerini almıştır. Çanakkale'de şehit olduktan sonra ismi Beşiktaş'ta bir sokağa verilmiştir; 'Şehit Asım Sokağı'. Beşiktaş semtinde adı yaşayan bir başka şehit de Nazım Bey'dir (Hiçyılmaz, 2019: 85-86).

Beşiktaşlı birçok isim Kurtuluş Savaşı mücadelesinde de ülkesine destek vermiştir. İzmir'e giden Şerafettin Bey, Kılıç Ali Paşa, Kastamonu Komutanı Muhittin Paşa hem Beşiktaş'ın kurucularından hem de Atatürk'ün yakınında olanlardandır. Beşiktaş'ta ulus sevgisi ve askerî bir yapı vardır. Tayyareci Fethi Bey, Balkan Ailesi, Cami Baykut, Recep Peker ve sonradan gelenler hep Atatürk'ün yakın kadrolarında yer almışlardır (Hiçyılmaz, 2019: 105). Beşiktaş bir mücadele ocağı gibi ülkesinin ihtiyacı olduğu dönemde birçok oyuncusu ve yöneticisi ile cephelerde savaşmış birçoğu da şehit ve gazi olmuştur.

Balkan savaşlarının ardından Osmanlı Devleti'nin Balkanlar'daki topraklarının neredeyse tamamının kaybetmesi ve çok sayıda şehit verilmesi üzerine kulübün renklerinin kırmızı beyazdan bir siyah beyaza dönüştürülmesine karar verilmiştir. 1913 yılından itibaren kulüp renkleri resmî olarak siyah ve beyaz kullanılmaya başlanmıştır Bu karar şehitlere ve gazilere duyulan bir saygının ve onlar adına tutulan bir yasın göstergesidir. BJK Türk spor kulüpleri içerisinde kulüp armasında ay-yıldızlı Türk bayrağı taşıyan ilk, dört büyükler arasında ise tek kulüptür. Bunun yanı kulüp tarihindeki başka bir millî unsur taşıyan olay da 1952 yılında BJK bünyesindeki futbol A takımı, Türkiye Futbol Federasyonu tarafından kendisine verilen yetkiyle Türk millî takımını temsil etmiştir. Bunun sebebi ö dönemde Millî takımın malî ve idarî birtakım sıkıntıları sebebiyle kadro oluşturamamasıdır. BJK'nın millî takımını temsil etmesi için seçilmesi dönemin

koşullarında en prestijli ve güçlü takım sayılmasının göstergesidir. Yunanistan millî takımı ile 16 Mayıs 1952 tarihinde karşılaşmıştır. Beşiktaş futbol takımı bu dönemde yabancı kulüplerle oynanan on dört maçta üst üste on galibiyet kazanmış, üç mağlubiyet almış ve bir kez de berabere kalarak büyük bir başarıya imza atmıştır. Bu başarılar ve Millî takımı temsili sonucunda BJK'nin, armasındaki Türk bayrağını daimî olarak kullanma hakkı da tescil edilmiştir (Dikici, 2008: 30).

Beşiktaş'ın kuruluşunda ve sonrasındaki dönemlerde sarayın rolü etkin olmuştur. Sarayın takımının taraftarları olarak görüldükleri ve maçlara arabalarla gittikleri ve için Beşiktaş taraftarlarına 'arabalılar' denmiştir. Kulüp bir ölçüde Paşa çocuklarının takımı olunca 'sarayın arabalıları' olarak anılmıştır (Dinçer, 2020: 11). Sarayın takımı olunmasının popülaritesiyle birlikte yoğunlaşan faaliyetler sonucunda sporcu sayısının giderek artması, doğal olarak kulüp binasının yetersizliğini ortaya koymuştur. Kulüp binasının arkasında harem ağaları ve arabacı ahırları vardı. Lokalin küçük gelmesi üzerine Şükrü Paşa'nın maddi ve manevi desteği ile bir arsa alınacaktır. İlk çalışmalar idman ve beden terbiyesidir. 1911 yılında Beşiktaş lokâl binasına kavuşmuştur (Hiçyılmaz, 2019: 57).

3.2. BJK'nin Başarıları

Beşiktaş Jimnastik Kulübü kurulduğu dönemden itibaren birkaç gencin bir hobi olsun diye belirli zaman dilimlerinde bir araya geldikleri ve salt bir sosyal faaliyet içerisinde bulundukları bir kulüp olmamıştır. Kulübün toplumsal duyarlılığı ve sosyal hassasiyeti Balkan Savaşı nedeniyle şehitleri için tuttuğu yastan ve değiştirdiği renklerinden anlaşılmaktadır. Dolayısıyla kulübün kuruluşuna millî bir misyon yüklenmiştir. Bir savaş ve mücadele dönemine giren Türk halkının var olması için beden eğitimini akla ve bilime uygun bir biçimde, Avrupa'da bir atasözü hâline gelmiş 'Türk kuvvetini' yeniden dirilterek hayata geçirmiştir. Bu misyon âdeta küllerinden doğuşun bir göstergesidir. Orta Asya Türklerinin "Türk budun ertün ökün" yani "Türk, titre ve kendine dön" sözünün yirminci yüzyılda spora yansıtılmasıdır. Beşiktaş'ın kuruluş amacı tam manasıyla budur denilebilir (Özkoç, 1991: 40).

Türk insanının bilinen bir kuvveti vardır. Nesiller boyu süren beden inkişafı ile bu kuvvet Avrupa tarafından kabul görmüştür. Duraklama ve gerilemede kaybolan bu durumun yeniden bir inşa ile vücut bulması ancak çok çalışarak ve

modern bilim anlayışının uygulanmasıyla mümkün kılınacaktır. Bunlara ek olarak Beşiktaş'ın ocak kültürü ile donatıldığını söylemek mümkündür. Faaliyet alanı düşünce olarak dar bir alanda özellikle de sadece futbol sahasında kalmamaktadır. Sporcuları destekleyenler bu faaliyetleri sosyal katılımlarla üst noktaya çıkarmak amacındadır. Beşiktaş'ın semt olarak İstanbul'un sosyal tarihinde oynadığı fikrî rol, kültür çabalarında ortaya çıkmıştır. Bu durum sonraki yıllarda daha da geniş bir mecraa yayılacak ve edebiyattan, sinemaya kadar uzanan bir çeşitlilikle faaliyetlerde bulunulacaktır (Hiçyılmaz, 2019: 56-66).

BJK bahsedilen tüm bu kuruluş amaçları ve geleneği doğrultusunda spor arenasına çıktığı Osmanlı döneminden itibaren günümüze kadar Türk spor tarihinde çeşitli ilkler ve başarılar elde etmiştir. 1919 yılına kadar resmi lig maçlarına katılamamıştı. Bu tarihte Pazar Ligi ve Cuma Ligi vardır. Bu liglerin yanı sıra Şeref Bey, İstanbul Türk İdman Birliği'ni ve buna bağlı olarak İstanbul Birliği Ligi'nin kurmuştur. Beşiktaş ilk şampiyonluğunu bu ligde alacaktır (1919). Bunu ertesi yılın şampiyonluğu takip edecektir.

Cumhuriyet dönemi öncesindeki organizasyonlarda şampiyonlukları şu şekildedir (Hiçyılmaz, 2019: 142-143):

1919-1920 İstanbul Türk İdman Birliği Şampiyonluğu

1920-1921 İstanbul Türk İdman Birliği Şampiyonluğu

1921-1922 Pazar Ligi Şampiyonluğu

Cumhuriyet'in ilânı sonrası günümüze kadar gelen şampiyonluklarıysa şöyle sıralanmaktadır²¹:

1923-1924 İstanbul Ligi Şampiyonluğu

1933-1934 İstanbul Ligi Şampiyonluğu

1934 Türkiye Futbol Şampiyonluğu

1935 Teyyare Kupası Şampiyonluğu

1934-1935 İstanbul Şampiyonluğu

1937-1938 Teyyare Kupası Şampiyonluğu

1938-1939 İstanbul Ligi Şampiyonluğu

²¹ Ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://bjk.com.tr/tr/cms/tarihce/2/81/>

1939-1940 İstanbul Ligi Şampiyonluğu
1940-1941 İstanbul Ligi Şampiyonluğu
1940-1941 Millî Küme Şampiyonluğu (Türkiye Ligi Şampiyonluğu)
1941-1942 İstanbul Ligi Şampiyonluğu
1942-1943 İstanbul Ligi Şampiyonluğu
1943 İstanbul Kupası Şampiyonluğu
1943 İzmir Fuar Kupası Şampiyonluğu
1943-1944 Millî Küme Şampiyonluğu (Türkiye Ligi Şampiyonluğu)
1944 Başbakanlık Kupası Şampiyonluğu
1944-1945 İstanbul Ligi Şampiyonluğu
1945 İstanbul Kupası Şampiyonluğu
1945-1946 İstanbul Ligi Şampiyonluğu
1946-1947 Millî Küme Şampiyonluğu (Türkiye Ligi Şampiyonluğu)
1947 Başbakanlık Kupası Şampiyonluğu
1949-1950 İstanbul Ligi Şampiyonluğu
1950-1951 İstanbul Profesyonel Ligi Şampiyonluğu
1951 Türkiye Futbol Şampiyonu
1951-1952 İstanbul Profesyonel Ligi Şampiyonluğu
1953-1954 İstanbul Profesyonel Ligi Şampiyonluğu
1956-1957 Türkiye Ligi (Federasyon Kupası) Şampiyonluğu
1957-1958 Türkiye Ligi (Federasyon Kupası) Şampiyonluğu
1959-1960 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
1965-1966 Spor Toto Kupası Şampiyonluğu
1965 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1965-1966 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
1966 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1966-1967 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
1967 Cumhurbaşkanlığı Kupası Şampiyonluğu
1968 Spor Toto Kupası Şampiyonluğu
1969-1970 Spor Toto Kupası Şampiyonluğu
1971 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1972 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1974 TSYD Kupası Şampiyonluğu

1974 Başbakanlık Kupası Şampiyonluğu
1974 Cumhurbaşkanlığı Kupası Şampiyonluğu
1974-1975 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
1977 Başbakanlık Kupası Şampiyonluğu
1981-1982 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
1983 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1984 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1984-1985 Amatör İstanbul Ligi Şampiyonluğu
1985 Türkiye Amatör Futbol Şampiyonluğu
1985-1986 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
1986 Cumhurbaşkanlığı Kupası Şampiyonluğu
1988 Türkiye Amatör Futbol Şampiyonluğu
1988 Başbakanlık Kupası Şampiyonluğu
1988 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1989 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
1989 Cumhurbaşkanlığı Kupası Şampiyonluğu
1989 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1990 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1989-1990 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
1990 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
1990-1991 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
1991-1992 Türkiye Ligi Şampiyonluğu (Profesyonel ligde ilk namağlup şampiyonluk)
1991-1992 Cumhurbaşkanlığı Kupası Şampiyonluğu
1993 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1993-1994 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
1994 Cumhurbaşkanlığı Kupası Şampiyonluğu
1994-1995 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
1996 TSYD Kupası Şampiyonluğu
1997 Başbakanlık Kupası Şampiyonluğu
1998 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
1998 Cumhurbaşkanlığı Kupası Şampiyonluğu
2000 Atatürk Kupası Şampiyonu

2002-2003 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
2005-2006 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
2005-2006 Türkiye Süper Kupa Şampiyonluğu
2006-2007 Türkiye Süper Kupa Şampiyonluğu
2006-2007 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
2008-2009 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
2008-2009 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
2010-2011 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
2015-2016 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
2016-2017 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
2020-2021 Türkiye Ligi Şampiyonluğu
2020-2021 Türkiye Kupası Şampiyonluğu
2020-2021 Türkiye Süper Kupası Şampiyonluğu

BJK'nin Türk futbol tarihindeki tescilinden sonraki remi kayıtlardaki lig ve kupa şampiyonluklarının yanında kulübün ilk olma özelliği taşıdığı başarıları şunlardır²²:

İlk kurulan spor kulübü (1903)

İlk spor tesisi ve lokali kuran kulüp (Akaretler - 1909)

Ülkemizde ilk defa sahnede spor gösterisi ve jimnastik hareketleri düzenleyen kulüp (1910 / Kadıköy Apollon Sineması)

İstanbul'da ilk defa uluslararası güreş turnuvası gerçekleştiren kulüp (1911)

İlk resmi İstanbul ligi şampiyonu (1924)

Olimpiyatlara ilk defa bayan sporcu yollayan kulüp (1936-Berlin)

Üyeleri ilk kıtalar arası seyahat yapan kulüp (1950 -USA)

Şampiyon Kulüpler Kupası'na katılan ilk Türk kulübü (1958 -1959)

Avrupa Kupaları'nda ilk kez tur atlayan kulüp (1958 -1959)

²² Ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://bjk.com.tr/tr/cms/tarihce/2/83/>

Şampiyon Kulüpler Kupası'nda Çeyrek Final Oynayan ilk Türk kulübü (1986 1987)

İlk eskrim şampiyonu kulüp

İlk atletizm şampiyonu kulüp

İlk güreş şampiyonu kulüp

İlk voleybol şampiyonu kulüp

İlk Başbakanlık Kupası sahibi kulüp

İlk Federasyon Kupası sahibi kulüp

Yirmi takım arasında yapılan Türkiye Ligi'nde ilk şampiyon kulüp

Bünyesinde ilk olarak sualtı sporları yapan kulüp

İlk boks şubesi kuran kulüp

İlk maraton müsabakasını kazanan sporcunun (Maratoncu İbrahim) kulübü

İlk atış poligonunu kuran kulüp

İlk ve tek namağlup şampiyon olan kulüp

Atatürk Kupası'nı kazanan ilk kulüp

100.Yılında şampiyon olan ilk Türk kulübü

ISO 9001: 2000 Türkiye'de Uluslararası Kalite Belgesine sahip ilk kulüp

İlk Süper Kupa'nın sahibi olan kulüp (2006/2007 sezonu)

UEFA Şampiyonlar Ligi'nde (2017-18) gruplarda en fazla puan toplayan Türk takımı, grubunu namağlup bitiren ilk Türk takımı, grubunu lider bitiren ilk Türk takımı, grup aşamasında en çok gol atan Türk takımı, grup aşamasında en çok galibiyet alan Türk takımı

BJK'nin kurulduğu günden beri elde ettiği başarıları ve sportif ve genel başarılarını şu şekilde listelemek mümkündür²³:

En fazla resmi İstanbul Ligi Şampiyonu (15 Kez)

²³ Ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://bjk.com.tr/tr/cms/tarihce/2/82/>

Üst üste beş yıl İstanbul Şampiyonu olan tek Kulüp (1939-1943).

İstanbul Ligleri'nde en fazla gol atan takım (1 Sezonunda 90 Gol, 8 Yılda 599 Gol)

Resmî Lig'de 18 maçta 18 galibiyet alan tek takım

Resmî Lig'de en fazla "namağlup şampiyon" olan takım (7 Kez)

Türkiye Ligi'nde "namağlup Şampiyon" olan tek takım

Türk Milli Takımı'nı temsil hakkı verilen tek takım

Amblesinde Ay yıldız olan tek kulüp

En fazla Centilmenlik Kupası alan takım (19 kez)

Genç Takımlar Futbol Ligi'nde en çok İstanbul ve Türkiye şampiyonu olan kulüp

(30 kez)

Eskrimde Balkan Şampiyonu olan kulüp.

"19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı" fikrini ortaya atıp uygulamasını ve kanunlaşmasını sağlayan kulüp

Grekoromen güreşi, öncelikle kulüplere, daha sonra da Türkiye'ye yayan Kulüp.

Atletizm, eskrim, boks, basketbol, güreş ve futbolda Türkiye şampiyonlukları olan kulüp

Sırıkla atlamayı Türkiye'ye getiren kulüp (Ressam Namık İsmail)

Okullarda "Beden Terbiyesi" dersleri veren kulüp

Türkiye'nin en zengin tesislerine sahip kulübü

Türkiye'de her branşta "Spor Okulları" açan tek kulüp

Altyapısından en çok yıldız yetiştiren kulüp

Üst üste 56 maç yenilmeyen tek kulüp "Yenilmez Armada"

Üst üste en fazla arka arkaya galip gelen takım (18 kez)

İki senede sadece 1 yenilgi alan tek takım

Resmî bir maçta 10 gol atan tek takım; 1989-90 sezonunda Beşiktaş-Adana Demirspor: 10-0 Ali Gültiken (4), Metin Tekin (3) ve Feyyaz Uçar (3).

Evinde 10 sene hiçbir Anadolu takımına yenilmeyen tek takım

Lig tarihinde en uzun süre yenilmeyen ekip (48 maç) Beşiktaş, 1990-91 sezonunun 26. haftasında Gençlerbirliği'ne 2-0 yenildikten sonra, 1991-92 sezonunu yenilgisiz kapattı. Beşiktaş tam 48 hafta sonra, 1992-93 sezonunun 13. haftasında Galatasaray'a 3-1 yenildi.

Birinci futbol liginde üst üste en çok maç kazanma rekoru (1959-60 sezonu üst üste 13 maç)

Türkiye'de bütün kuruluşlar ISO 9001: 1994'e göre belgeli olmasına rağmen, BJK ISO 9001: 2000 revizyonuna göre belgelendirilmiş ilk kuruluş. BJK, sportif branşlar yönetimi ve spor tesisleri işletimi, marka ve amblemlili ürün pazarlama ve satışı, basın, halk, üye ve taraftar iletişimi ile üyelik hizmetleri alanlarında ISO 9001: 2000 versiyonuyla Türkiye'de belgelendirilmiş ilk ve tek spor kulübüdür

Son olarak da BJK tarihinde ilk kez bir sezonda (2020-2021 sezonu) üç kupa birden aldı. Bu kupalar: Süper Lig, Türkiye Kupası ve Süper Kupa'dır

3.3. BJK'nin Efsaneleri

BJK'nin efsaneleşmiş sembollerinden ya da kişilerinden bahsederken üç büyüklerin de aynı zamanda kendi takımlarının taraftarı olduklarını beyan ettikleri Mustafa Kemal Atatürk ile BJK ilişkisine şu şekilde değinmek mümkündür:

Anafartalar kahramanı Mustafa Kemal Paşa, Filistin cephesine hareket etmeden önce İstanbul'daki son günlerini Beşiktaş semtindeki Akaretler yokuşu üzerinde bulunan evinde geçirmiştir. Valide Çeşmesi'ne çıkan ve bugün Spor Caddesi adı ile anılan yokuşun sağ tarafında kalan evin yakınında bir nevi komşusu olan Beşiktaş Jimnastik Kulübü binası bulunuyordu. Mustafa Kemal Paşa evinin arka bahçesinden kulüp lokâlinin bahçesinde antrenman yapmakta olan Beşiktaşlı sporcuları ilgi ile izlemiş. Bir bahar günü yine böyle bir antrenmanı izledikten sonra kulübün kurucularından Ahmet Fetgeri ve Fuat Balkan Beyleri yanına çağırarak kendilerine şunları söylemiştir (Atabeyoğlu, 1991'den akt. Hiçyılmaz, 2019: 100-101):

“Efendiler, sizlerin ve sporcuların ciddi çalışmalarını, çeviklik ve maharetlerini uzun zamandan beri büyük zevkle ve ayrıca dikkatle takip ediyorum. Spordan mahrum olan bir gençlik nasıl ki vatan müdafaası sırasında müessir olamıyorsa, insan denen varlığın kafa yapısı ne derece tekâmül ederse etsin, bedenî inkişafı noksan ve kifâetsiz olursa, o beden ve kafayı götüremez, taşıyamaz. Bugün bünyemizde toplayıp, ilmî metotlarla yetiştirmeye çalıştığımız bu gençler tam mânâda fikren ve bedenen inkişaf ettikleri zaman vatan müdaafasında, ilmî sahalarda olduğu gibi spor sahalarında da Avrupalı hasımlarına Türk’ün ölmez gücünü ispat edeceklerdir. Sizi candan kutlar, başarılarınızı her zaman duymak isterim.”

Bu sözlerle Atatürk, Beşiktaşlı sporculara Türklük ve başarı arasında hep vurguladığı

‘Türk gücü’ ilişkisinden bahsetmiştir. Bunun sadece bir spor olmadığını, ülke gençlerinin bedenen ve zihnen gelişmesinin aynı anda sağlanması durumunda bir başarının elde edileceğini öğütlemiştir.

Takımları simgeleyen logoların ve sembollerin kulüp, oyuncu ve taraftar arasında fiziksel ve kültürel bağı kuran görsel unsurlar olduğu söylenebilir. BJK’nin renkleri olan siyah beyaz ve kulübün sembolü olan kara kartal taraftar için özel bir anlam taşımaktadır. “Kara kartal” kulübün bizâtihi seçtiği bir sembol değildir, kulüp taraftarlarının takımları için seçtikleri sembollere ilk örneklerindendir. Kulübün kurucularından Şeref Bey’in vefâtı sebebiyle sahaya bir yas sembolü olarak simsiyah formlarıyla çıkan takımın, sahadaki etkin akınlarına, gücüne ve yarıcılığına atfen taraftarlarının tribünlerden büyük bir coşkuyla takıma ‘kara kartal’ diye seslenerek bu sembolü ve söylemi hediye etmişlerdir. O günden sonra kara kartal BJK ile özdeşleşmiş ve kulüple taraftarın duruşunu belirleyen bir sembol hâline gelmiştir (Dikici, 2008: 41-42).

Takımın efsaneleşen sembolünün ortaya çıkışın detaylı hikâyesi ise şöyledir; Beşiktaş 19 Ocak 1941 günü Şeref Stadı’nda Süleymaniye futbol takımı ile bir karşılaşmaya çıkmıştır. Beşiktaş’ın büyük bir skor farkıyla 6-0’lık galibiyeti ile biten maçın en ilginç bölümü maçın ikinci yarısında yaşanmıştır. Maçın ikinci yarısının ortalarında Beşiktaş farklı skorla önde olmasına karşın rakip kaleye yoğun bir şekilde ataklar gerçekleştirmiştir. Maçın bu heyecanlı dakikalarında Beşiktaş’ın hücum yönü olan Şeref Stadı’nın Atatürk panosunun bulunduğu taraftan bir ses yükselir: “Haydi kara kartallar! Hücum edin kara kartallar!” Şeref Stadı’nı dolduran binlerce futbolsever ve maçı takip eden gazeteciler durumu hemen fark etmiş ve tezahürata ilgi göstermişlerdir. O an son derece isabetli bir benzetme yapılmıştır. O sezon

rakiplerine karşı büyük bir skor üstünlüğü sağlayan Beşiktaşlı futbolcuları kara kartala, oynadıkları futbolu da kara kartal gibi hücum etmeye benzetmek isabet olmuştur. ‘Kara kartal’ tezahüratını başlatan kişi Mehmet Galin isimli bir balıkçıdır. Beşiktaş’a gönül vermiş, Şeref Stadi’ndaki hiçbir maçı kaçırmamış binlerce taraftardan sadece birisidir.

Kara kartal benzetmesi öylesine benimsenmiştir ki binlerce kişinin sesinden tezahürat olup Çırağan’ın duvarlarından boğazın serin sularına kadar yankı bulmuştur (Hiçyılmaz, 2019: 153-154). Bu maçın ardından sembolü efsanevi “kara kartal” olmuştur. Marşlarda, bayraklarda, sloganlarda, pankartlarda, logolarda, kulübün tescilli birçok ürününde kara kartal sembolünü görmek mümkündür Beşiktaş kulübünün değişmez ve bütünlük bir parçası olmuştur.

Kutsallık atfedilen diğer karakterler; eski futbolculardan “Baba” lakaplı Hakkı Yeten ve Şeref Görkey’dir. İsimleri hâlen sloganlara, pankartlara konu olmaktadır. Kulüp, kazandığı başarıları bu iki efsane isme atfen “Şerefiyle, hakkıyla!” sloganıyla temellendirmektedir. ‘Baba Hakkı’ olarak bilinen Hakkı Yeten 1931-1948 yılları arasında BJK formasını giymiş ve futbolu bıraktıktan sonra Beşiktaş’ta teknik direktörlük yapmıştır. Daha sonra üç kez kulüp başkanlığı görevini üstlenmiştir (Dinçer, 2020: 53). Süleyman Seba ile birlikte BJK’nin iki onursal başkanından birisidir ve Vodafone Park stadındaki kapalı tribününe ‘Baba Hakkı Tribünü’ adı verilmiştir.

Takımın 80’li ve 90’lı yılların efsane golcüler Metin Tekin, Ali Gültiken ve Feyyaz Uçar ve onların dönemini efsaneleşmesinin etkisiyle, takımın iyi gittiği zamanlar için “dönem sanki Metin, Ali, Feyyaz” ifadesi kullanılmaktadır. Metin, Ali, Feyyazlı marşlar bunca yıl sonra günümüzde dahi nostaljik bir biçimde söylenmeye devam etmektedir.

Beşiktaş’ın bir başka efsane ismi kulübe yıllarını vermiş, ömrünü adanmış bir futbolcu ve yönetici, bir Beşiktaş efsanesi Süleyman Seba’dır. Türk spor tarihinde tevazusu ve centilmenliği ile anılan isimlerin başında gelir. Bu özelliklerini sportif başarı ve Beşiktaş’a kazandırdığı tesislerle taçlandığı için unutulmaz bir spor insanı olarak bilinir ve Türk spor tarihine adını altın harflerle yazdırmıştır. Öncelikle rakibine saygısı, centilmenliği, efendi kişiliği, onu efsaneleştiren özelliklerinden en önemlilerindendir (Akar, 2021: 168). Süleyman Seba, diğer takım yöneticilerinin

teşvik primi verdiklerini açıkça dile getirdikleri dönemlerde şerefli ikincilikten bahsederken ya da formaya sponsor kabul etmezken, belki de endüstriyelleşen futbolun genel kurallarını kendi nezdinde yok saymıştır.

‘Beşiktaş’ın Dervîşi’ olarak nitelenen Seba, böylece efsanevi bir kişilik olarak değerlendirilmekte ve birçok sözü hâlen takımı Beşiktaşlılığı tarif etmekle kullanılmaktadır. Bunlardan en bilineni: “Şerefli ikincilikler bize yeter.” sözüdür. Böylece, takımın kimliğinin oluşmasında başarı için her yolun mübâh olduğu anlayışını dışlamakta, başarıdan ziyade takımın değerlerine sahip çıkmanın daha önemli olduğunu vurgulanmaktadır. Benzer şekilde, Seba’nın Trabzon’dan şampiyon dönen takımına, uçakta Trabzonlu yolcular bulunduğu için kutlama yaptırmadığı da anlatılmaktadır. Bir diğer anıdaysa, Seba’nın Beşiktaş formasının üzerine alınacak sponsorluk anlaşmalarını şiddetle reddetmesi ve Beşiktaş yazısının yanına başka yazı yazdırmayacağını ifade etmesidir. Burada forma kutsal olarak değerlendirilmekte ve piyasalaştırılması kutsallıkla bağdaştırılmamaktadır (Sabah, 2016: 554).

Türkiye’de futbolun endüstriyelleşmesi sürecinden önceki futbolcular, maça para için değil, sevdiği takımın renkleri için çıkardı. Kazandıkları parayla zar zor geçinen bu insanlar için futbol bir tutkuydu, takım değiştirmenin neredeyse ayıp sayıldığı o günlerde, futbolcular da taraftarları oldukları takımda oynamaktan gurur duyarlardı. Bu geleneğin temsilcisi olan Süleyman Seba, transfer görüşmelerinde kimi zaman yöneticileri sevgiyle gülümseten çıkışlarıyla ünlüydü. Yönetim toplanır ve futbolcunun transfer ya da sözleşme uzatmak için istediği bedel konuşmaya başlandığında Seba, “Zaten Beşiktaş’ta oynuyor, üstüne bir de para mı istiyor ki?” diye kızardı. Onun için Beşiktaş’ta oynamaktan daha büyük ödül mü vardı? (Akar, 2021: 154)

Süleyman Seba eski bir futbolcuydu yıllarca Beşiktaş’ta oynamıştır. Bunun da etkisiyle maça konsantre olur, soğukkanlılığını korur ve hakemin bitiş düdüğü çalmadan maçtan kopmazdı. Oyunculuk döneminde futbol yazarları onu; Beşiktaş’ın sakin gücü, futbol disiplini bozmayan futbolcusu diye anmaktadırlar. Yöneticilik döneminde ve genel kaptanlık yıllarında doğrudan futbolcularla iletişim kuran isim bizatihi kendisi olmuştur. Ya teknik idare heyetinden ya da yönetimle futbolcular arasında iletişim kuran komiteler arasında yer almıştır. Sağduyusu ve futbolcunun ruh hâlinde anlamasıyla tanınmıştır (Akar, 2021: 190). Tüm bu nitelikleri, uzun

yıllar Beşiktaş kulübünün formasını giymiş ve futbolcusu olduğu kulübünün yıllarca yöneticisi olmuş Süleyman Seba'nın "Beşiktaş'ın efsane başkanı" olarak anılmasını sağlamıştır.

BJK'nin tarihinde efsanevi nitelik taşıyan ve büyük bir dayanışma örneğine dönüşen, futbol tarihinin unutulmaz enstantanelerinden biri "feda" olarak adlandırılan 2012-2013 sezonudur. 2012 yılında Yıldırım Demirören'in TFF başkanlığı için BJK başkanlığı görevini bırakmasının ardından kulüp büyük bir malî kriz döneminin içine girmiştir. Bu nedenle FIFA tarafından Avrupa kupalarından men edilmiştir. Fikret Orman Yıldırım Demirören'den boşalan koltuğa seçilen yeni isim olmuştur ve teknik direktörlük görevi için Beşiktaş'ın eski kaptanlarından Samet Aybaba ile anlaşma sağlamıştır. Fikret Orman başkanlığında bir maddî yapılanmaya giden Beşiktaş kulübü, 2012-2013 sezonunu 'feda sezonu' olarak belirlemiştir (Aktaş ve Mutlu, 2016: 248). Bu sezonda futbolcular düşük ücretlerle hatta boş mukavelelerle takımda oynamaya devam etmişlerdir. Kemer sıkma politikasına giren yöneticiler futbolcularından fedakârlık beklemişler ve bunun da karşılığını görmüşlerdir.

2012-2013 sezonuna "feda" denmesinin bir hikâyesi vardır; Beşiktaş'ın futbol şubesinin kurucusu olan ve bu takımın ilk kaptanı ve ardından da teknik direktörü olan Şeref Bey'in vefat etmeden önce hasta yatağında kendisine yöneltilen "Beşiktaş seni öldürecek" sözüne karşılık, "Beşiktaş'a canım feda" demeye gücünün yetmemesi üzerine zayıf bir sesle sadece 'feda' diyebilmiş olması rivayet edilir. BJK için anlamı ve değeri son derece mühim olan Şeref Bey'i ve bu hadiseyi anımsatmak amacıyla bu sezona "feda" ismi verilmiştir. Böylece takımın oyuncuları ve taraftarları üzerinde duygusal bir motivasyon sağlamak amaçlanmıştır denilebilir. Bu sezonda "feda" kelimesi kulübün resmi ürünlerinde Osmanlıca harflerle yazılarak ve ürünlerde kullanılan logolarda Türk bayrağına da yer verilerek, takımın hem tarihî hem de millî değerlerine vurgu yapılmıştır. Böylece bu referanslarla taraftarlar arasında bir birliktelik ve bir dayanışma duygusu da oluşturulmuştur.

4. TARAFTAR OLGUSU, TÜRLERİ ve KİMLİKLERİ

4.1. Taraftar Olgusu

Futbol, birtakım temel unsurlar üzerinden değerlendirilmektedir. Bu temel unsurlar; futbol, futbol kulübü ve futbol kulübünün destekçisi yani taraftarlık olarak ifade edilebilir. Son unsur olan taraftarlık diğerlerine göre bir farklılık taşır; karakterinde futbol kulübüne dair fedakârlıklar barındırır (Cayolla ve Loureiro, 2014: 92). Futbolda taraftarlık olgusunun sosyal bilimciler tarafından özgün bir çalışma konusu olarak ele alınmaya başlanması, 1970’li yılların sonuna denk gelmektedir. Bu dönemde futbol taraftarlığı konulu araştırmaların temel çıkış noktası, futbol kaynaklı şiddet olaylarıydı. Bu bağlamda taraftarlık ve şiddet olgusunun ‘holiganizm’ başlığında ele alındığı çalışmaların güncel dönem araştırmalarına da önemli ölçüde yön verdiği görülmektedir.

Sosyal hayattaki ağırlığı son derece yoğun bir şekilde hissedilen ‘futbol taraftarlığı’ olgusunun, akademik araştırma konularına ve akademik ilgiye dâhil olmasının ötelenmesi, bir süre konuyla ilgili belirli bir bakış açısının ve kavramsallaştırmanın oluşamamasına neden olmuştur (Özkan, 2009: 3). Odaklanma ve kavramsallaştırma problemlerinin ardından kitlesel popüler kültüre odaklanmayı hedef gözeterek yapılan araştırmalarla dikkat çekici potansiyele sahip olan taraftarlık, özellikle de futbol taraftarlığı akademide yeniden ele alınan ve incelenen bir alan olarak ortaya çıkmaktadır (Benkowitz ve Molnar, 2012: 2). Bu sarmaldan kurtulan futbol ve taraftarlık olgusu, günümüzde birçok sosyal bilim dalının heyecanla yaklaştığı ve sıklıkla ele aldığı bir konu haine gelmiştir.

Kimlik kurma, bireyin yaşamını sürdürdüğü dünyanın etkilerine karşı geliştirdiği bir korunma sistemidir. Bu korunma sistemini toplumla beraber gerçekleştirmek, kişiye bireysel olarak gerçekleştireceğinden daha çok fayda sağlamaktadır. Kişiler ortak bir paydada benzer dili konuşabildikleriyle bir araya gelebildiğinde kendini güvende hisseder. Birey dış dünyanın olumsuz etkilerine karşı bir grup desteğiyle dik durabilme motivasyonuna erişebilir. Taraftarlık da bu bağlamda bir kimlik oluşturma biçimidir ve bu kimliği oluşturmak için yoğun bir çaba sarf etmek gerekmez. Bir kulübün taraftarı, takımda kendine anlamlı bir yer bulur ve takıma kendisinden anlamlı bir şeyler verir. Taraftarların hayatlarında

takımların etkisinin artması duygusal yoğunluğunu ve bağlılığı arttırmaktadır (Talismenler, 2005: 87).

Futbolda profesyonelleşmenin ortaya çıkışı ile seyirciliğin oluşumu arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Günümüzde kitleler oyunun modern biçiminde, yalnızca sahada değil saha dışında tribünlerde de yerlerini alırlar. Bunun sonucunda saha ve tribünler arasında ara sıra şiddetlenen, gerilimli bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle sahada yalnızca oyuncu olarak, oyunun bir öznesi olma ihtimali kalmamaktadır. Sahada oynanan oyun, televizyon yayınlarının gözdesi ve pazarlanmaya hazır bir ürün hâline gelmiştir. Bu özetle endüstriyel futbolun öyküsüdür (Aydın vd. 2008: 294). Özellikle televizyon ve televizyonun sağladığı yüz milyonlarca seyirci futbolu bir oyun ve spor olmaktan çıkarıp onu bir endüstri kolu hâline getirmiştir. Bu endüstri dünyanın en değerli ürününü üretmiştir, bu ürüne futbol seyircisi denmektedir (Gültekin vd., 2001: 749). Bir spor faaliyetine doğrudan dâhil olan ya da faaliyeti televizyon, radyo gibi medya aracılıkları ile takip eden kişiye seyirci; kulübünü maddî manevî destekleyen ve futbolla ilgili tutkularını bu şekilde gösteren kişiye de taraftar denmektedir (Arslanoğlu, 2005: 309). Dolayısıyla seyirci ve taraftar arasında bir fark söz konusudur ve bu farkı duygular belirler. Bir ve veya birden çok takımın maçlarını takip ediyorsanız 'seyirci', bir takımın maçlarını ilgi, sevgi ve tutkuyla izliyorsanız 'taraftar'sınızdır.

Futbol taraftarlığı bir futbol kulübünü destekleme biçimiyle ortaya çıkmaktadır. Bir takımın taraftarı olmanın en yaygın olarak rastlanan şekli; bireyin aile fertlerinden, akrabalarından ya da yakın çevresinden sevdiği bir kişinin taraftarı olduğu takıma gönül vermesidir. Taraftar olma biçiminde bu etkileşimin yanı sıra okul arkadaşları da önemli bir yer tutmaktadır. Birey, sosyalleşme sürecinde yakın çevresinin yanı sıra yaşadığı şehrin ya da semtin futbol takımıyla bir aidiyet ve kimlik ilişkisi içersinde bir taraftarlık yönelimi de gerçekleştirebilir (Katırcı, 2009: 44). Bu açıdan futbol takımı taraftarlığının, psikolojik ve sosyolojik nedenlerle ortaya çıktığı ifade edilebilir. Bütün toplumlarda bireylerin birçok gereksinimi vardır ve bireyler bunu dürtülerinin etkisiyle davranışa dönüştürüp doyuma ulaşır. Taraftar bazen özel yaşamındaki umut ve beklentileri buna benzer bir biçimde doyuma ulaşmak için takımın başarıları özdeşleştirmektedir (Acet, 2005: 13). Bir takıma eğilim gösterme, gönül verme ve takımı destekleme bir nevi o takımının genel olarak

davranışlarına taraf olma anlamına da gelmektedir (Dikici, 2009: 30). Taraftarlar, müsabakayla ilgili ya da yönetsel olarak genel bir kontrol eksikliği anlarında bile kontrolü yeniden kazanma yetisine sahiptirler yeter ki bunu istesinler. Çünkü yenilgiyi ve zaferi yönetmek futbolun olmazsa olmazıdır (Cayolla ve Loureiro, 2021: 3). Bu durum futbolun tüm bileşenleri; futbolcular, takım yöneticileri ve taraftarlar için geçerlidir.

Taraftarlığı John Urry'nin 'yeni tip sosyallik' tanımı çerçevesinde değerlendirmek gerekirse; yeni tip sosyalliklerin geleneksel cemaatlerden farklı bir biçimde, grupları seçme ve buralardan ayrılma özgürlüğü olması itibariyle bir farklılık oluşturduğu ifade edilebilir. İnsanlar, ortak deneyimlerden ve hedeflerden edindikleri duygusal doyum sebebiyle bir topluluğa üye olurlar. Bu oluşumlar yeni toplumsal kimlik türlerinin denenebildiği yerler olmaları nedeniyle önemlidirler. Bunun yanı sıra bireyleri güçlendirmek ve kimliklerini sınamak amacıyla güvenilir toplumsal mekânlar hâline gelirler. Yepyeni özelliklerin deneyimlenip öğrenilmesi için bir bağlam sağlayabilirler (1999: 299). İnsanlar bir şeye bağlanabilirler ve bir amaç için mücadele edebilirler yani kendilerini aşan bir durum içerisinde hareket edebilirler (Sartre, 2014: 88). Bu bağlılık, bir takıma taraf olmak ve aidiyet duygusuyla da ilişkilendirilebilir.

Futbol, birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de önemli bir sosyal etkinliktir. Bunun da ötesinde futbol ve taraftarlık olgusu, Türkiye'deki sosyal kimlik envanterinde temel başlıklardan biri hâline gelmiştir. Bunun neticesinde ülkede yaşayan milyonlarca insanın kendilerini tanımlarken kullandığı en yaygın ifadelerden birisi; nereli olduğu yani memleketi gibi taraftarı olduğu takımıdır. Taraftarların bireysel olarak ve grup bazındaki varlıkları; hem kulüplerine destek açısından hem de kendi iç dinamiklerinde bir davranış ve sosyalleşme biçimi olması nedeniyle dikkate değerdir (Tepeköylü, 2006: 384). Taraftarların yaşadıkları ülkelerin sosyo-ekonomik koşulları taraftarlık biçimlerini etkilemektedir. Örneğin Latin Amerika ülkelerindeki siyasal ve ekonomik durum futbolun bir yaşam biçimi hâline gelmesinde rol oynamıştır. Siyasî ve ekonomik olarak zor zamanlar yaşayan ve futbolu yaşam biçimi hâline getiren taraftarlar, millî maçlarda mağlubiyetle karşılaştıklarında fazlaca olumsuz tepki göstermektedirler. Siyasî ve ekonomik

koşulların yanı sıra milliyetçilik kavramı da dünyadaki ve Türkiye’deki taraftarlık açısından farklılığın görülebileceği bir alandır.

Futbol dünyasının en büyük derbisine sahip olan Real Madrid ve Barcelona taraftarları arasındaki ezelî rekabet, iki takımın farklı etnik kökenlere sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Kralın takımı olarak tabir edilen Real Madrid’e karşı Katalan halkını temsilen Barcelona taraftarları vardır. Aynı şekilde Bask şehrini temsil eden Atletich Bilbao takımında başka bir millî kökenden gelen hiçbir oyuncunun takımda oynamamaktadır. Dolayısıyla Bilbao taraftarlarının siyâsi görüşleri ve sportif pratiklerini etkilemiş ve bu durum da milliyetçi düşüncenin etrafında şekillenmiştir. Türkiye’de ise etnisiteyi bu denli merkeze alan bir takım veya taraftar grubu ayrımı bulunmamaktadır, Beşiktaş-Galatasaray ya da Galatasaray-Fenerbahçe derbilerinde buna benzer etnik bir rekabet söz konusu değildir. Türkiye’de futbol konusunda milliyetçi yaklaşımlar ancak millî maçlarla sınırlı kalmaktadır (Doğan, 2017: 33). Türkiye’de etnik milliyetçilikten ziyade bölgelere ve şehirlere göre bir rekabetin yaşandığı yerel milliyetçilikten söz edilebilir. Özellikle aynı şehrin takımları ya da komşu şehirlerarasında bu tarz rekabetler daha yaygındır; Göztepe-Karşıyaka, Kocaelispor-Sakaryaspor, Trabzonspor-Rizespor gibi ezeli rakip olan aynı şehrin ya da komşu şehir takımları bunlara örnek gösterilebilir. Tüm bu yerel rekabete rağmen Türkiye’de ilginç olan durum şudur ki; Amerika, Kanada, Avustralya gibi ülkelerde seyirciler genellikle yaşadıkları yerin yerel takımını tutarlar. Türkiye’de bu durum farklılık gösterir; ülkenin en kalabalık şehri İstanbul’un üç büyük takımı ülkenin her köşesinde desteklenmektedir, sayıca fazladır ve yerel takımların taraftarlığı ikinci seviyede kalmaktadır.

İstanbul’un üç büyüklerine Anadolu’yu da dâhil ederek, rekabeti dört büyükler şeklinde genişleten ve bir Anadolu şehrinin takımı olan Trabzonspor’u bu durumdan ayrı tutmakla birlikte, Türkiye’nin hemen hemen her şehrinde kasabasında en çok taraftarı olan kulüpler; Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray’dır. Peki neden Manisalılar, İzmirli, Ankaralı ve diğer il, ilçe ve köylerde yaşayanlar bu üç büyüğü tutarlar? Bunun anlamı yenen veya yenebilme olasılığı daha yüksek olanla kendini özdeşleştirme midir? Bundan duygusal bir tatmin elde etmek midir? Bu soruların cevabı kişilere göre değişkenlik taşımakla birlikte çoğunlukla olumlu bir

karşılık bulmaktadır. Futbolla yapılan bir diğer tatmin ise yerel rekabeti de perçinleyen; belli yerel özellikler, ayrılıklar üzerinden kısaca yerelcilik, bölgecilik ile bölgesel ve yerel düzeyde ‘birlik, beraberlik’ duygusunun ön plana çıkarılmasıdır (Erdoğan, 2008: 42-47). Yerel bağlar toplumun işlevinin ve ifadesinin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilir. Futbolun ve futbol kulüplerinin yerel kimliklerin inşa edilebileceği ve ifade edilebileceği odak noktasına önemli bir katkı sağladığı varsayılır. Futbol fanlarındaki otantik bağlılık, tutku ve rekabet buna örnek gösterilebilir (Brick, 2001: 11). Tarihsel olarak, futbol takımları ve topluluklar arasında güçlü bağlar kurmuştur. Kulüpler kuruldukları şehrin, semtin, kasabanın, mahallenin, okulun vb. gururunu simgelemiştir. Futbolun çağdaş bir biçimde yeniden yapılandırılmasında bu yerel bağların yanı sıra değişen futbol kültürü ile yeni futbol formlarını da beraberinde getirmiştir. Bu formlar yerelin ötesine taşınan topluluk birliği ile ifade edilebilir. Böylelikle taraftarlar giderek heterojen hâle gelmekte ve geleneksel olarak sınıf, cinsiyet veya etnik köken yeni futbol taraftarlarını konumlarından bağımsız olarak başka takımları tercih etmektedirler (Ederson ve Millington, 178-179). Taraftarlığın değişkenliği ve dönüşümüyle ilgili görüşlerin yanı sıra yeniden oluşturulması ile ilgili Glasgow Üniversitesi akademisyenlerinden Peter ve David Kennedy, tarihî gerilimler; endüstrileşme, neoliberalizm gibi süreçlerin, futbolun şeklini değiştirip değiştirmediği dikkate alınmalı ve yerel politikalar, sosyal alışkanlıklar ve geleneğin kucaklanmasıyla taraftarlar yeniden yapılandırılmalıdır (Kennedy ve Kennedy, 2012: 337) şeklinde bir görüş ileri sürmektedirler.

4.2. Taraftar Türleri ve Kimlikleri

Taraftar olgusunun ifadesi genel hatlarıyla şu şekildedir: Seyircisi olduğu takımı seyrederken eğlenen, kulübünün değerlerini duruşunu bilen ve kulübüne sahip çıkan kişidir. Spora ve sportif rekabete dair bakış açısı sahibi olan, yalnızca saha içinde değil sahanın dışında da emsal teşkil etmek için gönüllü olan, sporun insanın bireysel ve sosyal gelişiminin temel aktörlerinden biri olduğunun bilincinde olandır (Akşar ve Merih, 2008: 559). Bu ifadelerden anlaşılacağı üzere idealize edilen taraftarlık yalnızca takımının takipçisi ve izleyicisi olmanın yanı sıra sosyal bir bilinçle etkin rol alma ve buna paralel davranma biçimleriyle ilişkilendirilebilir. Fakat taraftarlıkta da ideal olanın aksine bir durum söz konusu olabilmektedir;

takımına duyduğu sevgisi ancak takımı başarılı oldukça ve kendisini tatmin ettiği sürece kısacası yalnızca kendine taraftar olan bir gürühtan ibaret kümelenmelerden söz edilebilir (Bora, 2001: 15). Burada önemli olan birincil unsur takımın kazanmasıdır. Takım kazandıkça ve duygusal, sosyal tatmini sağladıkça takıma taraftar olunur. Bu noktada bu kişiler için “iyi gün dostu taraftar” tanımını kullanmak pek yanlış olmayacaktır.

Futbolun değişmez ve başat unsurlarından olan taraftarlık, kendi içerisinde çeşitli ayrımlara sahiptir. Spor bilimleri alanındaki özellikle de futbol çalışmalarıyla tanınan. Mehmet Acet “Sporda Saldırganlık ve Şiddet” isimli kitabında, taraftarları genel hatlarıyla şu şekilde sınıflandırmaktadır:

Fanatikler: Oyundan ziyade atmosferle ve durumla ilişkilidirler. Asıl önemli olan takımlarının kazanmasıdır, taraftarı oldukları takım başarılı olursa mutluluklarını ve heyecanlarını kontrol edemezler, yenilgi hâlindeyse sinirlenip agresifleşebilirler. Kısacası duygularını diğer gruplara göre daha yoğun yaşarlar

Mekâncılar: Her maç aynı yerde seyredenlerdir. Kendi yerlerinden başka bir yerde maç seyretmekten hoşlanmazlar. Bu durumu bir alışkanlık ve totem hâline getirmişlerdir.

Doyumsuzlar: Sürekli kazanmak isteyenlerdir ve hiçbir başarı onlara yeterli gelmemektedir. Takımları ne kadar başarılı olursa olsun ilk yenilgide sporcularını, teknik direktörlerini veya yönetimi protesto edebilme potansiyeline sahiptirler.

Deplasmancılar: Takımlarının kendi statlarındaki maçların yanında farklı statlardaki maçlarına yani deplasmana gitmekten de büyük bir zevk duyanlardır. Bu tür taraftarlar maddi durumları el vermese bile maçları kaçırmazlar.

Takımla Şahlananlar: Takımları sahaya çıkana kadar sakin sakin oturan taraftarlardır. Ancak maç başladığında kendilerini kaybederler ve yenilgi durumunda bile maç sonuna kadar tezahüratlarına devam ederler.

Uğura İnananlar: Takımlarının kazanıp kaybetmesinde çeşitli uğur ya da uğursuzlukların etkili olduğuna inanırlar. Takım arka arkaya birkaç mağlubiyet aldığı anda veya takımın topları direktten döndüğünde çeşitli totemlerle bu uğursuzluğu gidermeye çalışırlar.

Rasyonel (Akılcı) Olanlar: Maçları objektif olarak seyretmekten keyif alırlar. Her iki takımını da alkışlayarak centilmence destekleyebilirler. Oyunun kuralları hakkında bilgi sahibidirler ve şiddete yönelik hareketlerde bulunmazlar. Diğer taraftarlardan bağımsızdırlar (2005: 46-49).

Futbol seyircileriyle ilgili bir diğer sınıflandırmayı spor sosyolojisi ile ilgili çalışmaları bulunan Durham Üniversitesi'nden akademisyen Richard Giulianotti yapmıştır (2002: 31):



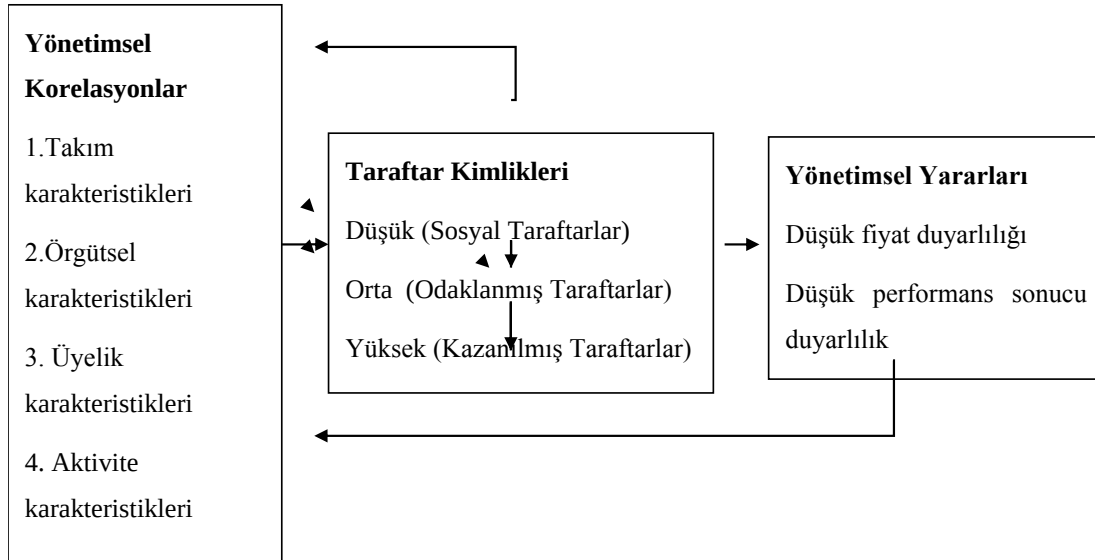
Şekil 4.1. Futbol Seyircisinin Sınıflandırılması

Giulianotti, futbol seyircisini dört ana tipte kategorize etmiştir; geleneksel, ateşli, sakın ve tüketici... Geleneksel seyirci kategorisinde olanlar; taraftar ve izleyicilerdir. Bunların içerisinde taraftar izleyiciye göre daha ateşli ve tutkulu olandır, izleyicilerse daha sakindir. Tüketici seyirci kategorisinde olanları ise; fanatik ve gezgin (flâneur)²⁴ olarak adlandırır. Bu kategoride de fanatikler daha ateşli olan grup, gezgin seyirciler ise daha sakın olan taraftır (Giulianotti, 2002: 30-31).

²⁴ Fransızca bir kelimedir, flanör şekliyle Türkçe'de de kullanılmaktadır. Aylak, boş gezen, kent gezgini anlamlarında kullanılmaktadır.

Bireylerin taraftarı oldukları takımla kendilerini özdeşleştirme seviyeleri, takımlarının sembol ve renklerine yükledikleri anlamlar, kimliklerinin oluşumunda etkili faktörlerdendir. Bireyin yaşamında futbol önemli bir yer işgal ediyorsa, kimliğinin dikey yapılanmasının en tepesinde futbol kimliği yer alabilmektedir. Fanatik olan ya da fanatizm eğilimli olan kişilerde taraftarlık dikey kimlikte yer almaktadır. Değişken ölçütlerle birlikte bir taraftarlık hiyerarşisi oluşmaktadır. Bir taraftar, taraftarlık hiyerarşisinde üst seviyelerde yer alıyorsa taraftarı olduğu takım onun yaşamının değişmez ve önemli bir parçasıdır (Talimciler, 2006: 94). Taraftar kimlikleri farklı boyutlarda analiz edilerek araştırılabilir, örneğin taraftar derneklerinin faaliyetlerine veya diğer sosyal faaliyetlere katılım bir ölçüt olarak alınabilir. Bu tür aktiviteler taraftarların takımlarına güvenleri ve bağları bakımından önemli bir rol üstlenmektedir (Kossakowski ve Besta, 2019: 6). Bunun yanı sıra futbol taraftarlarında söylem ve performansın önemi; mekânsallık, kültürel kimlik ve mekân temelli mitlerin sürekli ve yeniden müzakeresi ile ilişkilendirilebilir (Lawrence, 2015: 6).

Taraftarlar kimliklerini akademisyen William A. Sutton ve arkadaşları kavramsal bir çevrede aşağıdaki şekil üzerinden yönetimsel-taraftar ilişkilendirmesi biçimiyle değerlendirmektedirler (1997: 16):



Şekil. 4.2. Taraftar Kimliklerini Belirlemek İçin Kullanılan Kavramsal Çerçeveler

Yukarıdaki şemanın okumasını sosyal, odaklanmış ve kazanılmış taraftarları merkeze alarak şu şekilde yapmak mümkündür:

Düşük Kimlikli (Sosyal Taraftarlar): Takımla uzun süreli fakat etkin olmayan bir ilişkiye sahip olan taraftar grubudur. Düşük bir bağı, düşük bir malî ilişkiyi ve ilgiyi içerir. Daha çok sosyalleşme amacı güden taraftardan oluşmaktadır. Stresten uzak ve destek amaçlı bir araya geliş söz konusudur.

Orta Kimlikli (Odaklanmış Taraftarlar): Bu gruptaki taraftarlar takımın bazı cazip unsurlarından beslenirler. Bazen takım performansı, oyuncuların kişiliği ya da sosyal faktörlerle ilişkili bir taraftarlık biçimidir. Taraftarlar takımlarını genelde önemli maçlarda örneğin derbi karşılaşmalarında desteklerler. Kısa süreli bir duygusal yoğunlaşma mevcuttur, takımlarına malî yönden de destek olurlar. Bu destek olma biçimi genelde kulübün resmî, lisanslı ürünlerini almak şeklindedir fakat bu takımın başarısıyla doğru orantılıdır Futbol taraftarının kulüple tek düzeyde parasal ilişkisi, piyasa işleminin tek boyutluluğundan çok daha karmaşıktır bu ilişkinin içinde duygusal durumlar söz konusudur (King, 1997: 236).

Yüksek Kimlikli (Kazanılmış Taraftarlar): Bu gruptakiler takımlarıyla güçlü, sadık ve uzun süreli ilişkileri olan taraftarlardır. Takıma güçlü bir aidiyet duygusu ile bağlıdırlar. Taraftar grubu olarak kolektif bir bağlılık söz konusudur, bu bağlılık takımın başarılı ya da başarısız olduğu tüm durumlarda geçerlidir (Sutton vd., 1997: 17)

Dünya genelinde ve Türkiye’de hangi türden taraftar kimliğine sahip olursa olsun, taraftarların bir araya gelerek oluşturduğu yerel veya ulusal yapıda birçok taraftar derneği mevcuttur. Taraftar dernekleri tribünlerdeki taraftar oluşumlarının stat dışındaki sosyal ve kurumsal yapıya sahip yansımalarıdır denebilir. Taraftar dernekleri:

1. Kulüplerini saha içinde ve saha dışında temsil eden taraftarların gönüllü bir şekilde bir araya gelerek oluşturulan,
2. Sporun ve spor kulüplerinin etik değerlerini yaygınlaştırmak için kurulan,
3. Kâr amacı gütmeyen, spora ve spor kulüplerine maddi ve manevî katkıda bulunan,
4. Taraftar ve kulüp ilişkilerinin geliştirilmesi için öneriler sunan,
5. Verimli ve güvenli bir sportif ortam için kulüple ve diğer kulüplerle işbirliği yapan,
6. Sporda şiddetin önlenmesine yönelik çalışmalarda bulunan,

7. Spor etiğini yaygınlaştırmak amacı taşıyan sivil toplum kuruluşlarıdır (Akşar ve Merih, 2008: 560).

4.2.1. Fanatizm ve Holiganizm

Taraftar gruplarına bakıldığında; ‘fanatik taraftar’ kavramı ve fanatizm en çok ele alınan ve tartışılan konulardandır. Fanatizm, kısaca bir bağlanma biçimidir. Bağlanma edimi, felsefi anlamda bir söz verme şeklinde değerlendirilir. Bir istenç eylemi olan bağlanma aynı zamanda aktif ve özgür bir irade hareketidir. Fanatiklikteki körü körüne bağlanma, özgür bir iradeyle sağlanabilen ‘bağlılık’ ile değil, ‘bağımlılık’ terimi ile ifade edilebilir. Fransız felsefeci Gabriel Marcel’e göre fanatik olan kişinin tavrında bir şeyi diğerlerinden soyutlama ve bütünü göz ardı etme eğilimi vardır.

Hakan Özmen’in ifadesiyle dünya genelinde 1950 yılı sonrasında futbolda fanatiklik olgusunu şekillendiren özgün nitelikleri şu şekilde sıralanmıştır (2000: 50):

1. İşçi sınıfının kaba ve saygın kesimleri içinde ve bunlar arasındaki ilişkilerde görülmekte olan yapısal değişimler.
2. Gençlere özgü boş vakit pazarının yükselişi.
3. Genç taraftarların gerek ülke içindeki gerek ülke dışındaki deplasman maçlarına gitme imkân ve isteklerindeki artış.
4. Futbolun yapısındaki ve kulüple taraftar arası ilişkilerdeki değişimler.
5. Futbol otoritelerinin fanatikliğin önüne geçme yönündeki girişimleri ve bu sürece merkezi hükümetin dâhil olması.
6. Kitle iletişim araçlarının yapısındaki ve işleyişindeki değişimler.

Bu maddelerden de anlaşılacağı üzere ekonomik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan bir ‘futbol taraftarı ve takipçisi’ olgusundan bahsetmek mümkündür. İleriki dönemlerde fanatizme evrilecek olan bu ilginin temelinde, kişilerin ekonomik gelir seviyesindeki artışların önemli bir payı olduğu söylenebilir.

Fanatik, tek başına saklı tutmak istediği ve diğerlerinden soyutladığı ögenin dışında kalanlara indirgeyici bir tavır sergilemektedir. Bu bağlamda fanatizm, somut gerçekliğin bütünlüğüne yönelik bir değer kaybına neden olmaktadır. Bu yaklaşımın da zekâ ile ilgili değil tutkularla ilişkili olduğu ve sevgi eksikliğinden kaynaklandığı

düşünülebilir (Koç, 2010: 127). Çoğunlukla aklın değil duyguların ve tutkuların yönlendirdiği fanatik bir taraftar Kozanoğlu'na göre; takım sevgisini rasyonel bir biçimde açıklama gereği duymamaktadır (1996: 112). Bu taraftar grubunda takım değiştirmek pek hoş karşılanmaz, ölünceye kadar takımla bir nevî boşanma gerçekleşmez yani takım ne bırakılır ne de eş gibi değiştirilir. Dolayısıyla fanatizm katolik bir evlenme türüne benzetilir (Dever, 2015, 165). Bu benzetimde fanatizm radikal bir yapıyla ele alınmış ve taraftarı olunan takımı değiştirmek ya da takımdan vazgeçmek gibi durumların neredeyse imkânsızlığına vurgu yapılmıştır. Fanatizm olgusuna bir başka yaklaşım da Gülin Ögüt Eker'in de şu ifadelerinde yer almaktadır (2020: 174):

“Gönüllü katılım içinde gerçekleştirilen bir kent ritüelidir. Grup üyeliğinin verdiği mutluluğu yaşama ve aitlik duygusu, sosyal bir varlık olan insanın sosyalizasyon zincirini oluştururken yararlandığı kültürel değerlerden biridir. Bir aileye, bir takıma, bir siyasî gruba, bir millete ait olma, kişinin toplumda üstlendiği rolün belirlenmesinde ve sosyal statü kazanmasında önemli bir kriterdir. Bölgesel, dinî ve etnik gruplar, mezunu ve öğrencisi olunan okul, özel günler, kabul günleri gibi aitlik duygusunun ön plana çıktığı toplulukların ve süreçlerin, kent kökenli merkezlerde, en yoğun yaşandığı ortamlardan biri, futbol maçları ve bileşenleridir.”

Fanatizminin altında yatan sebepler; rekabetçi sporlar ve spor etkinliklerinin kullanılma biçimleri perspektifinden bakıldığında; rekreasyon ve eğlence ile ilgili olanlar da dâhil olmak üzere spor etkinliklerini izlemek için edinilen motivasyonlar; katarsis yani ruhsal sarsıntı ile arınma, saldırganlık, başarı arayışı, stres ve teşvik gibi durumlarla ifade edilebilir (Madrigal ve Dalakas, 2008: 868). Tüm bu motivasyonlar neticesinde tribünlerde ortaya çıkan ve bunu modern fanatizm olarak adlandıran Gülin Ögüt Eker'in tespitleri dikkat çekicidir (2010: 175):

“Futbol takımlarının din/mezhep; slogan ve tezahüratların zikir/ilahi ya da ayindeki trans çılgınlıkları; stadyumların ayin mekânı, mabet olduğu kentlerde, taraftarların takım renklerini taşıyan özel kıyafet ve aksesuarları, takım renklerine boyanmış yüzleri, oyuncuların özellikle gol ve galibiyet sonrası bireysel ya da toplu ayinsel gösterileriyle büyük bir kabile ayinini andıran futbol maçı, bir yanıyla da sözlü kültür ürünlerinin yaşatıldığı ve dönüştürüldüğü mekânlardır. “İlkel” kabile üyesinin yüzünü ve vücudunu boyaması; transa geçerek çılgılık atması ve dans etmesi ile modern futbol fanatizminin, yüzünü takımının renklerine boyaması, takımına ait aksesuarları üzerinde taşıması, gol atıldığında aşırı sevinç gösterisinde bulunması arasındaki fark, zaman ve coğrafyadır.”

Futbolda taraftarlık biçimleri içerisinde fanatizmin bir boyut ötesini fakat olumsuz bir ileri durumu holiganlık ve holiganizm ile ifade etmek mümkündür. Holiganizm, küçük grupların, fanatizmi bahane ederek mülkiyete veya kişilere maddî ve manevî zararlar vermesi olarak tanımlanabilir. Holigan kavramının aslı İngilizce'dir ve birçok dilde olduğu gibi Türkçe'de de aynen kullanımı söz konusudur. Kelimenin ortaya çıkış hikâyesi eskiye dayanmaktadır: Daily News gazetesinin 1898 yılında maçlarda sürekli kavga ve huzursuzluk çıkaran futbol fanatiklerine, Londralı ayyaş ve kavgacı Patrick Hooligan'ın ismini vermesiyle ortaya çıktığı ifade edilir (Toklucu, 2001: 13-15). Menşei modern futbol gibi İngiltere olan bu kavramın Türk versiyonu için Can Kozanoğlu, 'alaturka holigan' tanımını kullanmıştır (1996: 118). Maçlara kavga etmeye giden, statlara çeşitli kesici-delici aletler götüren, sürekli küfreden ve pek ideal olmayan bu gruplar maçların ve statların müdavimlerindendir.

Holiganizm, yalnızca İngiltere ve Türkiye'de görülmeyen tüm dünyaya yayılmış bir kavram olarak düşünülebilir. Özellikle Brezilya, Arjantin gibi Orta ve Güney Amerika ülkeleri ile İtalya, İspanya gibi Avrupa'nın futbolsever ülkelerinde futbolun bir kangreni olarak görülmektedir. Futbolun çoğu kez şiddet ve şiddet olayları ile anılmasında holiganlığın azımsanamayacak ölçüde bir etkisi bulunmaktadır. Günümüz futbol holiganlığında, 'bir moda unsuru' nun derinden kök saldıgını ve yayıldığını söylemek yanlış olmaz. Genç futbol taraftarlarınca son yıllarda tercih edilen kıyafet türleri bu duruma örnek teşkil etmektedir. Genel olarak gençlik stillerindeki değişimleri yansıtmaya eğiliminden kaynaklı bu durum, tribündeki şarkıları ve tezahüratları da değişime uğratmıştır (Dunning vd., 2014: 3).

5. ÇARŞI GRUBU, GRUBUN DUYGUSAL MOTİVASYONLARI, ETKİLEŞİM TÜRLERİ ve TARAFTAR FOLKLORU

5. 1. Çarşı Grubu

BJK'nin on ile on beş milyon civarında bir taraftarı olduğu söylenebilir. Bu taraftar grubu diğer takımların taraftar gruplarıyla kıyaslandığında birtakım niteliklere ve farklılıklara sahiptir. Beşiktaş taraftarlarının söylemleri, sloganları, pankartları, besteleri ve marşlarıyla oldukça yaratıcı bir taraftar kitlesi olduğu yönünde bir fikir birliği vardır denilebilir. Tribünlerinde en yüksek desibelde tezahürat yaparak bir rekora imza atan ve tam tersi bir biçimde en uzun süre sessiz, işaret diliyle tezahürat yaparak yine bir rekor kıran Beşiktaş taraftarıdır.²⁵ Bu rekorlar taraftarlara uluslararası platformda bir tanınırlık kazandırmıştır. Ayrıca futbol dışındaki sosyal konularda da son derece duyarlıdırlar (Acarer, 2014: 122). Bu durum birçok takımın taraftarlarına da öncül olması sebebiyle dikkate değerdir.

Beşiktaş taraftarlarının kulüp marka değerlerine katkı verdikleri görülmektedir. Beden eğitimi alanında çalışan akademisyenler Özden Taşgın ve Murat Yetkin'in futbol taraftarlarının bir marka değeri yaratmadaki etkileri üzerine yaptıkları araştırmada, Beşiktaş taraftarına dair, spor kulübü marka değeri boyutlarından güç-farklılaşma yaklaşımına taraftarların katılım düzeyleri ile anlamlı bir farklılık bulunduğu ve bu farklılık sonucunda; Beşiktaş taraftarlarının takımlarını Galatasaray, Fenerbahçe ve Trabzonspor taraftarlarına göre daha farklı bir konumda görüp takımlarıyla daha özdeş durumda oldukları tespitleri yer almaktadır²⁶ (2007: 453-454). Sedat Özkol'a göre de Beşiktaş seyircisi bazı farklılıklar taşımaktadır bir kere Beşiktaş'ın seyircisi yoktur, Beşiktaş'ın taraftarı vardır (1991: 126). Bir

²⁵ 2007-2008 sezonunda Şampiyonlar Ligi'nde Liverpool ile yapılan maçta 132 desibel ile ses rekoru kırılmış ve Guinness Rekorlar Kitabı'na girilmiştir ve UEFA tescillidir. 11.05.2013 tarihinde İnönü Stadi'na veda edilen son karşılaşmada Gençlerbirliği ile oynanmış ve bu maçta tribünlerde 142 desibel ile yeni bir ses rekoru kırılmış ancak resmi bir başvuruda bulunulmadığı ve resmi olarak ölçülmediği için rekor güncel haliyle tescillenememiştir. 2016 yılında yine Şampiyonlar Ligi karşılaşmasında bu kez Benfica ile karşılaşmıştır. Bu maçta 1 dakika boyunca sessiz kalınmış ve işaret diliyle tezahürat yapılmıştır. Bu bağlamda futbol tarihinde farklı bir rekor kırılmıştır.

²⁶ Ayrıntılı bilgi için bakınız: Taşgın, Ö., Tekin, M. (2007). "Futbol Taraftarlarının Marka Değeri Yaratmaları Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (447-454).

Beşiktaş taraftarı anatomisi de çıkaran Özkol; Beşiktaşlıların halkın tüm kesiminden gelen öğrenciler, akademisyenler, siyasetçiler, sanatçılar, memurlar, askerler, hukukçular, serbest meslek sahipleri, teknisyenler, işçiler, sinemacılardan vb. oluştuğunu belirtir. Beşiktaş bir zümrenin değil, tüm halkın kulübüdür, ocağıdır, yuvasıdır. Beşiktaş hep söylendiği üzere bir ‘halk takımı’ dır. Beşiktaş taraftarları doğum yerleri, yaşları, eğitim düzeyleri, meslek grupları, gelir durumları ne olursa olsun, takımlarıyla ilgili benzer değerlere sahiptirler ve Beşiktaşlılık bu değerlere sahip olmayı gerektirir. Dolayısıyla taraftarların arasındaki yaş, eğitim, gelir ve kültür düzeyi ne denli farklı olursa olsun bütün Beşiktaşlılar, her şeyden önce Beşiktaşlıdır (1991: 148-149). İyi günde ve kötü günde takımlarını desteklerler, özellikle de kötü günlerde takımlarını yalnız bırakmazlar. Beşiktaş’ın efsanevî eski futbolcularından Feyyaz Uçar bu durumu: “Biz iyiyken tribünlerde 15-20 bin taraftar olurdu, kötü dönemlerimizde ise 32 bin olurdu. Beşiktaş taraftarı kötü gün taraftarıdır” sözleriyle dile getirmektedir (Sabah, 2016: 553).

Türkiye’de 1980’li yıllara gelinceye kadar organize olmuş bir taraftar oluşumunu görmek pek olası değildir. Bu tarihten başlayarak özellikle İstanbul’daki üç büyük futbol kulübü taraftarları arasında birtakım gruplar oluşturulmaya başlanmıştır. Bu gruplar arasında en popüler ve taraftar sayısınca en kalabalık olanları Beşiktaş’ta ‘Çarşı’, Galatasaray’da ‘Ultraslar’, Fenerbahçe’de ise ‘Genç Fenerbahçeliler’dir. Anadolu’daki oluşumlara bakıldığında: Bursaspor’daki ‘Teksas’, Trabzonspor’daki ‘Çılgınlar’, Sakaryaspor’daki ‘Tatangalar’, Sivasspor’taki ‘Yiğidolar’, Manisaspor’daki ‘Tarzanlar’, Rizespor’daki ‘Mekânsızlar’, Eskişehirspor’daki ‘Kızılcıklılar’ ve ‘Neferler’, Ankaragücü’ndeki ‘Gecekondu’, Akhisarspor’daki ‘Akigolar’, Giresunspor’daki ‘Çotanaklar’ vb. sistemli bir şekilde örgütlenmiş diğer taraftar gruplarına örnek teşkil ederler.

Bu tip sportif örgütlenmelere bakıldığında diğer alanlardakilere kıyasla bir farklılık taşıdığı söylenebilir, özellikle de futbol alanında ve taraftar gruplarında bu durum gözlemlenebilir. Çünkü kırsal alanda oluşmuş, herkesin birbirini tanıdığı ve yüz yüze ilişkilerin kurulabildiği toplumsal bir yapıyı, büyük kentte ya da ülke çapında kurabilmek oldukça zordur. Kent toplumunda iç bağımlılık kavramının içine; bilinmeyen, tanınmayan kişiler, gruplar, örgütler, kurumlar; izi sürülemeyecek ilişkiler ve bunların neden-sonuç bağlantıları da girmektedir. Dolayısıyla kent

toplumdaki ilişkiler ve yapı, kırsal alandakine oranla daha karmaşıktır (Sargut, 1985: 397-398). Fakat söz konusu futbol olunca hem kırsalda hem kentte; hem yerelde hem de ulusalda kulüp etrafında bir örgütlenme başarısı sağlanabilmektedir.

Taraftar örgütlenmelerinin artmasının ve ülke genelinde çeşitlenmesinin en büyük nedeni çağın getirileri olan internet ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıdır. Bilindiği üzere örgüt yapılarının temelini ikili ya da çoklu ilişkiler oluşturmaktadır. Çağdaş toplumlarda teknolojinin de katkısıyla söz konusu ilişkiler karmaşık bir görüntü sergiler ve örgütsel yapıyı oluşturan otorite, sorumluluk ve roller aracılığıyla bu karmaşayı düzenlemek için yönetimi devreye sokar. Örgüt yapısını ilişkilerin oluşturması, yönetimin de bu yapı içinde bir süreç olarak etkinlik kazanması her iki olgunun da toplumun yapısından ve öz kültüründen soyutlanamayacağını göstermektedir. Ögeler arasındaki etkileşimin boyutu gözlemlendiğinde örgüt yapısına, yönetim sürecine ilişkin olarak dışarıdan aktarılan ilkeler ve kültürel değerlerin kendilerini ev sahibi kültürün yoğun etki alanı içinde bulacaklarını söylemek yanlış olmayacaktır (Sargut, 1985: 399). Dolayısıyla mahallelerin, kasabaların, ilçelerin, büyükşehirlerin sahip oldukları amatör ve profesyonel futbol kulüpleri bulundukları yerlerin konumları itibarıyla bir idarî otoriteyle birlikte; muhtarlık, belediye, kaymakamlık, valilik, bakanlık vb. organizasyon kurarak örgütlenmelerini güçlendirmekte ve faaliyet alanlarını yaygınlaştırmaktadır.

Taraftar örgütlenmelerindeki artışın bir diğer sebebi, İstanbul'daki taraftar gruplarında semt oluşumlarının eski önem ve etkilerini yitirmesidir. Birkaç istisna dışında buna verilebilecek en eski örnek Çarşı grubudur, İstanbul'un kalabalıklaşma ve büyüme hızına yetişebilmiş bir semt grubu pek kalmamıştır. Taraftarlar semt dışında ortak mekânlar bulup o mekânlar etrafında toplanmaktadır. Bu örgütlenmelerin rağbet görenleri çoğunlukla liselerde, üniversitelerde ve sosyal medya platformlarında oluşturulanlardır. Başka bir neden, taraftarların tribün organizasyonları için malî kaynak arayışına girmeleridir. Tüm bu sebepler, büyük taraftar örgütlenmelerinin temel çıkış noktalarını oluşturmuştur (Toklucu, 2001: 47-48). Özellikle malî kaynak sağlama problemi bazı taraftarları stattan uzaklaştırır da maçları gruptakilerle birlikte izleme keyfi sürdürülmeye devam etmektedir. Böylece

birçok taraftar için taraftar ve tüketici uygulamaları değişmeye başlamıştır, dolayısıyla ‘ev maçlarına’ katılım artmaktadır (David ve Millward, 2012: 366).

Taraftarlığın stat dışına taşınmasıyla, internet ve özellikle de sosyal medya kullanımındaki artış arasında doğru bir orantı vardır. Takımların sosyal medya hesaplarından takibi taraftarların ve oluşturdukları taraftar gruplarının vazgeçilmez bir önceliği hâline gelmiştir. Beşiktaş taraftarı özelinde takımlarını sosyal medyada takip etme nedenlerini, Ömer Akkaya’nın, “Sosyal Medya Spor Pazarlaması İlişkisi Taraftar Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Beşiktaş Spor Kulübü Örneği” başlıklı yüksek lisans tezindeki tespitleriyle şu şekilde paylaşmak mümkündür (2016: 71) :

1. Takım hakkında çıkan haberleri okumak.
2. Takımın lisanslı ürünlerini takip edebilmek.
3. Maç ve bilet bilgisine ulaşabilmek.
4. Takımla iletişime geçmek.
5. Futbolcular ile iletişime geçmek.
6. Transfer haberlerini incelemek.
7. Takım hakkında direkt net bilgi edebilmek.
8. Takımın yaptığı açıklamaları okumak.
9. Yazarların, spor adamlarının yazılarını analizlerini okumak.

Akkaya’nın tespitleri noktasında Çarşı grubunun maddî kültür ile ilişkisi bağlamında 2. madde ile ilgili bir değerlendirme yapmak gerekmektedir. Yapılan alan araştırması sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda; Çarşı üyelerinin kulübün lisanslı ürünlerinden en çok takım formlarını satın aldıkları fakat diğer lisanslı ürünleri edinme konusunda pek hevesli olmadıkları görülmektedir. Lisanslı ürünleri maddî olanakları doğrultusunda edinen üyeler için lisanslı ürünler olmazsa olmaz bir önem ifade etmemektedir. Beyaz bir bez parçasına yazarak ya da çizerek ürettikleri pankartlar, siyahla beyazın yan yana getirerek yaptıkları bayraklar, her hangi bir yerden edindikleri kaşkollar, atkılar, BJK’ye dair bir nesne de grup üyeleri için değer arz etmektedir.

Passolig²⁷ uygulaması ilk çıktığında grup üyeleri bir süre durumu protesto etmiş ve maçları o zamanki stat olan İnönü Stadı dışında Beleştepe’de ya da TV’de izlemişlerdir. Endüstriyel futbolla ilişkisi bağlamında grup üyelerinin takımlarıyla kurdukları ilişki maddî ilişkiden ziyâde manevî bir ilişki türü olduğu için, lisanslı ve marka değeri yüksek pahalı ürünlerle kurdukları ilişki de ters orantılıdır.

Çarşı’dan önce Beşiktaş tribünlerinde birtakım taraftar grupları, tribün liderleri ya da amigoları olmuşsa da hiçbir oluşum Çarşı grubundaki gibi geniş katılımlı ve etkili bir örgütlenme biçiminde olmamıştır. O güne kadar ne BJK’nin ne de diğer futbol kulüplerinin benzerini görmediği bir taraftar örgütlenmesi oluşturan Çarşı; grup içindeki ilişkileri, organize olma kabiliyetleri, tribün yaratıcılıkları, marşları, tezahüratları ve belki de en önemlisi sadece tribünde maç esnasında değil, günlük yaşamın her anında Çarşı duruşu ile Türk futbol tarihinde taraftarlık adına açılan yeni bir ufuk olmuştur. Statlardaki, tribünlerdeki haykırışlarını sosyal platformlara ve meydanlara kadar taşımış olan grup, kısa sürede hem ülke genelinden hem de ülke dışından birçok Beşiktaş taraftarını bünyesini dâhil etmiş ve taraftar kitlesini gittikçe genişletmiştir (Dikici, 2008: 39-40). Çarşı’nın özgül davranış biçimleri vardır. Örneğin, maç öncesinde semtin muhtelif yerlerinde toplanırlar ve stada giderler. Maçları yer yer ‘yeni açık’ ve kendisiyle özdeşleşen kapalı tribünde izler. En bilinen sloganları “Çarşı her şeye karşı!”, “Çarşı bir ruhtur bedene indirgenemez!” ve “Çarşı Atatürk harici her şeye karşı!”dır.

Çarşı, diğer taraftar gruplarından ilginç bir bileşen olması nedeniyle ayrılmaktadır; pankartları, sloganları, tezahüratları ve besteleri ile farklı profil çizmektedir. 1980’lerden itibaren bir kimlik kazanan, 1990’lardan sonra iyice tanınır hâle gelen grup salt homojen bir yapıdan oluşmamaktadır ve yalnızca belli başlı üyelerden ibaret değildir. Değişik kültürel çevrelerden, etnik kimliklerden, sosyal tabakalardan, farklı politik ve ideolojik görüşlerden gelen taraftarlar Çarşı grubu oluşumu altında toplanmaktadır. BJK ile doğrudan ilişkili grup üyeleri olabildiği gibi kendilerini bağımsız olarak adlandıran taraftarlardan oluşan grup üyeleri de bulunmaktadır (Paksoy, 2014: 34). Çarşı, esas itibariyle BJK futbol takımını desteklemek amacıyla kurulsada, 1980’li yıllardan günümüze dek ulusal ve

²⁷ Türkiye’de faaliyet gösteren elektronik bilet sistemi.

uluslararası pek çok sosyal konu hakkında görüşlerini tribün aracılığıyla ifade etmiştir. Bu konular genel olarak futbolda ve tribünde şiddet gibi unsurlar olsa da, Beşiktaş'la ilgili farklı meseleler ve bunların dışında kalan pek çok konuda fikirlerini beyan etmekten geri durmamışlardır. Çarşı grubu, pankartlar aracılığıyla ifade ettikleri mesajlarını “Pankartlar bizim hafızamızdır” söylemiyle açıklamaktadır (Arı, 2017: 64).

Gazeteci Rıdvan Akar, grubun taraftar profiliyle ilgili ifadelerde bulunmuştur:

“Çarşı grubunun en önemli özelliklerinden biri mozaik bir yapısının olması, çeşitli bileşkelerden oluşmasıdır. Çarşı amorf bir yapı, tırnak içerisinde de liberter bir anlayışa sahiptir. Çarşı'nın kurucuları olarak tabir edilen yirmi beş kişi civarındaki kurucular, farklı siyasi sâiklerle, düşüncelerle hareket edebilen insanlardan oluşmaktadır. Çarşı'nın kurucuları arasında sayılan isimlerden bir bölümü Karagümrük olarak tabir edilen ve kendilerini milliyetçi olarak tanımlayan insanlar oldukları gibi, sol görüşten insanlar da vardır, muhafazakârlardan oluşan insanlar da. Grupta milliyetçi olanlara ya da muhafazakâr olanlara Çarşı şemsiyesi altında bulunmaları ya da buna ilişkin bir tasarrufta bulunmamalarına ilişkin her hangi bir yasak konulmamıştır. Çünkü bu oluşumlardan da kurucular arasında dolayısıyla tribünde olanlar bulunmaktadır. Çarşı adına Sayın Gül'ün, Sayın Erdoğan'ın ya da Sayın Erbakan'ın yakınlarının ya da kendi kayıplarıyla ilgili süreçlerde baş sağlığı mesajları, Güneydoğu'daki çatışmalarda şehitler verildiğinde şehitlerle ilgili tezahüratların yapılması, sloganlar atılması ya da Kutlu Doğum Haftası'nda Hz. Peygamber hakkında pankartlar açılması gibi birtakım şeyler olağan hâle gelmiştir” (Akar, 2014'ten akt. Helvacı vd., 2014: 47).

Çarşı grubuna dâhil olmak için belirlenmiş spesifik kurallar yoktur. Grup mensuplarının dil, din, ırk, siyasî görüş, etnik köken gibi farklılıklarında bir beis bulunmamaktadır. Öte yandan Çarşı grubu kurucularından Ayhan Güner'in “Beşiktaş, ya ruhumuzdadır ya da hiçbir yerde” sözü ile ifade etmektedir. Dolayısıyla Çarşılı olabilmek için gereken yegâne kuralın; Beşiktaş'a duyulan sevgi ve bağlılık olduğu söylenebilir. Bu sebeple birçok taraftar grubundan farklı olarak, Beşiktaş'a gönül veren herkesin grubu sahiplenebilmesi ve kendisini grubun bir üyesi olarak görebilmesini sağlanmıştır. Çarşı grubunun kendi bünyesinde semt, tribün, lise, üniversite, İstanbul ve diğer şehirler, yurtdışı vb. bazında alt oluşumları bulunsa da, hepsi Çarşı'nın şemsiyesi altında birer bileşendir. Bu bağlamda Beşiktaş'a ve Çarşı'ya gönül vermiş, dünyanın neresinde olursa olsun yaş, ırk,

cinsiyet fark etmeksizin kendisini Çarşılı olarak tanımlayan herkese kapılarını açmıştır denilebilir (Dikici, 2008: 88-89).

Grubun kurucuları, tribün ağabeyleri vardır ve “Çarşı bir ruhtur, bedene indirgenemez!”diskurundan anlaşılacağı üzere; kendilerinin Beşiktaş paydasında birleşen kişiler olduklarını fakat grubun bu kişiler üzerinden tanımlanmaması gerektiğini çünkü Çarşı’nın kişiler üstünde bir güç olduğunun vurgusu yapılmaktadır. Çarşı grubu içerisinde birçok sosyal tabakaya, meslek ve yaş grubuna, kimliğe, eğitim düzeyine sahip kesimden insanlar bir arada bulunmaktadır. Kurulduğu günden itibaren bu yapılanma biçimi devam etmiş ve Beşiktaş forması giydikten sonra maç izlerken herkesin tek kimliği Çarşılı ve Beşiktaşlı olmaktır (Cengiz, 2014: 23).

Çarşı’nın en bilinen özelliği tribündeki bitmek bilmeyen coşkusu ve takıma olan desteğidir. Doksan dakika oyunu izlemek yerine tezahüratta bulunurlar ve besteler söylerler. Burum takım yense de yenilse de değişmemektedir. Tezahüratlar doksan dakikalık karşılaşma boyunca takımları yense de, yenilse de hiçbir zaman susmamaktadır. Esas olan tribünde bir arada olmak ve takıma destekte bulunmaktır çünkü bu maçıdan da skordan da önemlidir. Çarşı bu özelliği ile gerçekten de sahanın on 12. adamı rolündedir. Doksan dakika boyunca “Kartal gol gol gol!” diye bağırır. İki kilometrelik dev Beşiktaş bayrağı ve 140 bin taraftarı ile kırılan 132 desibellik ses rekoruyla Guinness Dünya Rekorları kitabına adını yazdırmıştır. Bunların yanı sıra Çarşı’nın en belirgin özelliklerinden biri de futbolun galibiyete odaklı popüler dünyasında, özündeki semt takımı ruhunu kaybetmeden ve geleneklerinden kopmadan sürdürdüğü duruşudur (Dikici, 2008: 40-41).

Çarşı grubunun yaratıcılığının birçok kesim tarafından bilinmektedir. Grubun bu ‘şahsına münhasır’ ve ‘kimselere benzemez’ tavrının mürekkep yalamış olmak kadar önemli başka nedenleri de bulunmaktadır: uzun yıllara dayanan beraberliğin yarattığı ortak dil ve Beşiktaş sevgisi... Bu sebeple Beşiktaş sevgisi bir yaşam tarzı hâline getirilmiştir. Tribünü özümseyen ve takımla âdetâ bütünleşenler grup üyeleri, yaratıcı olmak ve takıma desteklerini sunmak adına büyük uğraşlar vermektedirler. Dolayısıyla bu çaba yaratıcılığı tetiklemektedir. Çarşı grubunda ‘Edebiyat Özgür’ olarak da tanınan Özgür Ergun meseleye açıklık getirmektedir:

“Vakti zamanında yaratıcılık çitası çok yükseğe konmuş, şimdi herkes bunu geçmek için uğraşıyor. Beşiktaş tribününün ortasında yaşayan adam, yaratılan

bu tarzı içselleştirmiştir. Yaratıcılıkta alışkanlıkların ve geleneksel tavrın etkisi vardır. Beşiktaş'a emek harcayan, bir adım öteye geçmek için çırpınır. Herkes, en iyi besteyi yapmanın ve en iyi sloganı bulmanın peşine düşmüştür. Ortaya konanların tümü anonimdir. Biri bir söz ekler, biri bir cümle çıkarır, öteki ıslık çalar, sonunda ortaya bir beste çıkar. Bunların ötesinde Beşiktaş taraftarı alçak gönüllüdür. Herkesin fikrine saygı duyulur. 10 yaşında bir çocuk gelir: "Süper bir fikrim var" der. Biz onu dikkate alırız. Herkesi dinler, ortak bir karar veririz. Bizde söyleyecek sözü olan geri çevrilmez" (Ergun, 2014'ten akt. Acarer, 2014: 47).

Çarşı'nın semtten doğan bir grup olması, kişiler arasında çekirdekten gelen bir dostluk ve dayanışmanın olduğunun göstergesidir. Semt kültürüyle yetişen insanlar, Beşiktaş'ı yalnızca bir futbol takımı olarak değil; hayatının bir merkezi; doğduğu, büyüdüğü, okula gittiği, esnaflık memurluk yaptığı kısacası yaşamını sürdürdüğü semtin bir parçası olarak görürler. Bu bağlamda takımla ilgili daha farklı bir hassasiyete ve duyarlılığa sahiptirler. Çarşı, kendini adaletli ve vicdanlı bir düzlemde var etmeye çabalarken bir tek tribünde değil hayatın her alanında yer almayı bir erdem olarak görmektedir. Van'da bir yetimin boynundaki atkı, Soma'da bir maden işçisinin kömür lekesidir (Helvacı vd., 2014: 47).

Akar'ın ifadesiyle:

"Çarşı Türkiye'de tribün kültürü içerisinde bir kültür aynı zamanda... Deplasmana gidildiğinde, rakip takımın tribün liderleri birkaç ismi gördüğünde Çarşı'nın geldiğini anlar çünkü onlar Çarşı'yla özdeşleşmiş insanlardır. Bu çocuklar hemen hemen gittikleri her yerde şu veya bu şekilde deplasman süreçlerinde ya da tribün kültürü içerisinde büyümüş insanlardır. Düşünün ki 90'lı yıllarda, tribün kapma savaşları holiganizm boyutlarına vardığında yaşanan pratikten gelmişlerdir. Şimdi, iki tane Çarşı var... Bir tanesi, o insanların kurumsal kimliği ve çatısı altında olan Çarşı. Bir de kendilerine Çarşı misyonu ve rolü atfeden bir gençlik, "Çarşı bir ruhtur, bedene indirgenemez"den hareketle. Şimdi burada, bu sokak pratiği olmayan, biraz önce sözünü ettiğimiz, o bilmedikleri pratiği yaşamak için büyük bir korkusuzluğa sokağa çıkmış olan insanlar, karşılarında o pratiği bilen o bilgiye, o birikime sahip ve nasıl davranılması gerektiği konusunda da tecrübeli olan bu insanları gördüklerinde kendilerini daha güvende hissettiler. Bu çok önemli bir şeydi, bundan da çok sayıda şehir efsanesi türemiştir" (Akar, 2014'ten akt. Helvacı vd., 2014: 107):

Beşiktaş taraftarı için Çarşı'nın duruşu ve tavrı büyük bir önem taşımaktadır. Taraftarların büyük bir kısmı Çarşı'nın yaptığı organizasyonların destekçisi durumundadır. Resmî internet sitesi ve sosyal medya hesapları ile görünürlük sağlayan ve sosyal sorumluluk projelerine ağırlık veren Çarşı grubunu oluşturan taraftarlar Van depreminden sonra İnönü stadında 27 Aralık 2011 tarihinde oynanan

Fenerbahçe derbisinin bitiminde, depremzedeler için atkılarını sahaya atmışlardır. Bu davranış tüm Türkiye’de özellikle medya kanalıyla yankı bulmuş ve Çarşı’nın imajını güçlendirmiştir. Taraftarların gözünde Çarşı’yı daha da önemli bir konuma getirmiş ve kendi kitlesi üzerindeki etkisine ve ikna gücüne pozitif bir yansıması olmuştu (Göksu, 2019: 165). Bir diğer örnekteyse; terörle mücadele kapsamında çok sayıda şehidin verildiği günlerde Çarşı’nın Şampiyonlar Ligi karşılaşması öncesinde İstiklâl Marşı’nın söylendiği sırada üzerinde beyaz ay yıldız bulunan ve “Şehitler ölmez vatan bölünmez!” yazan kırmızı renkte bir bayrak açarak Türk askerine desteğini göstermiştir. Bu ve buna benzer birçok örnekten anlaşılacağı üzere Çarşı, futbol odaklı bir taraftar grubu olmasının yanı sıra sosyal hassasiyetler taşıyan ve ülkesinin gündemine, sorunlarına duyarlı bir taraftar oluşumu olarak göze çarpmaktadır.

Çarşı grubunun kendine has taraftar ritüelleri vardır. Ritüeller, maç öncesinde, sırasında ve sonrasında gerçekleştirilen deneyimleri kapsamaktadır. Yaşanan deneyimler ve anılar daha sonra mitleri ortaya çıkarmaktadır. Beşiktaş-Liverpool maçında Beşiktaş taraftarlarının tezahüratlarıyla desibel rekoru kırması ve söz konusu rekorun UEFA tarafından onaylanması bu duruma bir örnek olarak değerlendirilebilir. Çarşı grubunun önde gelen isimlerinden Ankaralı Ayhan o güne ilişkin olarak, “İnönü’de Liverpool’u 2-1 yendiğimiz maçta dehşet bir tribün olmuştu, dünya bizi konuşmuştu. Liverpool taraftarları maçı izlemeyi bıraktılar fotoğraf video çekmeye başladılar. Şovumuzu izliyordı. Ana haberlere, yabancı kanallara bile çıkmıştı. Beşiktaş taraftarlarının bütün dünyada ses getirdiği bir gündü” (Özdil: 2015, 68) şeklinde ifadesi mevcuttur. Daha sonra bu rekor mitleştirilerek çokça anlatılmış ve Çarşı grubunun pankartlarına da konu olmuştur. Örneğin, “Desibel manyağı yaparız!”, “Don’t be scared, it’s only 132 decibel!”²⁸, “Şu andaki ses düzeyi orijinaldir, televizyonunuzun ayarlarıyla oynamayın!” bunlardan bir kaçıdır.

Bir başka ritüel örneği; takım şampiyon olduğu zaman Beşiktaş Çarşısı’nda siyah beyazlı renkleri temsilen beyaz peynir ve siyah zeytin dağıtılmasıdır (Sabah, 2016: 551-553). Oxford Üniversitesi’ndeki doktora tezini, yurtdışında (diasporada)

²⁸ Korkmayın, sadece 132 desibel!

yaşayan Türk futbol taraftarları üzerine yazan John McNaus, bizzat İstanbul’da Beşiktaş taraftarları ve Çarşı grubu ile 2009 yılında o zamanlar İnönü stadında oynanan bir maça giderek deneyimlerini aktardığı makalesinde; Çarşı grubunun ismini Beşiktaş ilçesinin yani semtin İngilizce ‘market’²⁹ ya da ‘downtown’³⁰ diye adlandırdığı bölgesinden aldığından başlayarak o zamanki stat olan İnönü Stadi’ndan “taraftarların evi” diye bahsederek devam etmiştir. McNaus çalışmasında ayrıca Çarşı taraftarının folklorunu oluşturan ortak davranış ritüellerinden de bahsetmiştir. Örneğin taraftarların tribünlerde omuz omuza durmaları, ay çekirdeği ya da midyeleri yiyip kabuklarını yere fırlatmaları gibi tribünlerde gözlemlediği benzer ve ortak davranış biçimlerine değinmiştir (2013: 3). Fakat Çarşı’nın belki de en bilinen ritüeli Finli akademisyen Meri Kytö’nün çalışmasına da konu olmuştur. Kytö, ‘üçlü çektirmek’ denen ritüelden şu şekilde bahsetmektedir (2011: 87):

“Beşiktaş taraftarlarının daha doğrusu Çarşı’nın icat ettiği ve daha sonra diğer tribünlere de yansıyan bir ritüel olan ve İngilizce adıyla “drawing of the three” yani şu meşhur üçlü çektirmek... Bu ritüel en temel formuyla amigonun sahanın ortasına gelip ellerini havada sallamasıyla başlar. Tribündeki taraftarlar da amigoya bu hareketinde eşlik ederek ondan gelecek bir işarete kadar ‘ooooo’ şeklinde bağırırlar. Tribünlerdeki gürültü iyice yükseldiğinde amigo işaret parmağıyla ‘shhhh’ der yani sessizlik istediğine dair hareketini yapar ve ardından derin bir nefes alarak kollarını üç kez havaya kaldırır ve üçe kadar sayar. Ardından taraftarlar elleriyle alkış tutarak iki kez ‘Beşiktaş’ diye kükrer ve ardından omuz omuza vererek yerlerinde zıplamaya başlarlar ve klâsik “Lay lay lay lay lay lay lay lay lay, ooo Beşiktaş” tezahüratını yaparlar. Bu Çarşı’nın en özel ve bilindik ritüellerinden biridir.”

Buradaki örneklerden Çarşı’nın sadece Türkiye içinde değil, Türkiye dışındaki akademisyenler tarafından da bir çalışma konusu olarak ele alındığı görülmektedir. Çarşı’nın uluslararası akademik literatürde ilgi çekmesinin nedeni, bir spor kulübünün taraftar grubu olmasından ya da taraftarlarının ne derece yoğun ya da fanatik olmasından kaynaklı değildir. Bir sivil toplum kuruluşu gibi çalışması, sosyal konulardaki hassasiyeti ve düzenlemiş olduğu yardım ve destek kampanyalarıdır. Bu noktada özellikle Avrupa’da alışlagelmiş fanatik ve holigan yapıdaki taraftarlardan farklı bir profil çizmektedir.

²⁹ Çarşı.

³⁰ Şehir merkezi.

Çarşı grubu üyeleri, grubun en belirgin özelliklerini; en başta Beşiktaşlılık ve takıma bağlılık olmak üzere; yaratıcı ve özgün olmasının yanı sıra vicdanlı ve adaletli olması şeklinde ifade etmektedirler. Kadir Birge (KK 24), farklı kimliklerden ve ideolojilerden insanların takımlarına olan bağlılığının vücut bulmuş şekli Çarşı'dır, diyerek aslolan unsurun Beşiktaşlılık olduğunu vurgulamıştır. Bir başka bağlılık vurgusu, özgünlüğe de atıfta bulunularak belirtilmiştir:

“En temeli ve önemlisi Beşiktaş’a olan bağlılık. Bu duyguyla birlikte en iyi besteler bizden çıkar. Diğer gruplar bizimkileri çevirip çevirip söylerler. Kısacası bizde iyi tribün yapılır. İyi kareografi yapılır demiyorum, bunu Galatasaray tribünü de Fenerbahçe tribünü daha iyi yapar. Ben farklı bir şeyden tribüncülüğten bahsediyorum. Bizim için tribüncülük karton kaldırmak ibaret değildir. Çok iyi bir besteniz vardır ve durmaksızın 90 dakika bağırırsınız bu daha başarılıdır daha önemlidir. Çarşı da bunun için farklıdır, özgündür” (KK 2).

Grubun takımına bağlı, yaratıcı ve özgün olmasının yanı sıra özellikle vicdan ve adalet temelli bir anlayışa sahip olması ve haksızlıklar karşısında yer alması grup üyeleri açısından oldukça önemlidir. Sıklıkla ihtiyaçlara ve güncel koşullara yönelik sosyal yardım kampanyalarının düzenlenmesi organizasyonlara yansımaktadır. Bu sebepten grup kendisini sadece somut bir yapı olarak görmez ve bir ruha sahip olduğunu sıklıkla dile getirir. ‘Çarşı bir ruhtur bedene indirgenemez!’ sloganı bu görüşün bir izdüşümüdür. Grup üyelerinin bu duruma dair ifadeleri şu şekildedir:

“Yaratıcı bir taraftar grubu olmamızın dışında, sosyal olaylara karşı kayıtsız kalamamamız belki de en önemli özelliğimizdir. Çarşı uzun yıllardır bir taraftar grubundan daha fazlasıdır, bu da insanları Çarşı’yı bir taraftar grubundan ziyade bir sivil toplum kuruluşu gibi görmesine vesile oldu. Çarşı statlardaki yerinin yanı sıra, bazen bir köy okulunda, bazen bir deprem bölgesinde, bazen bir hayvan kulübesinde insanların karşısına çıkar. Bu da hem tanınırlığımızı arttırdı, hem de Çarşı’yı Çarşı yaptı.” (KK 5)

“Unutulmamalı ki Çarşı’nın ortaya çıkış sebebi şanlı Beşiktaş’tır. Çarşı’yı bir araya getiren de bize bu aidiyeti aşıl原因an da Beşiktaş’tır. Ama Çarşı’yı Çarşı yapan en önemli şey de Beşiktaş’la ilgili olsun veya olmasın asla haksızlık karşısında susmamasıdır!”

(KK 23)

“Bence Çarşı’nın en önemli özelliği vicdandır, vicdanlı olmasıdır. Toplumsal bir yapılanma olduğu için takımlar üstü bir durumda olduğunu düşünüyorum. Bir sivil toplum kuruluşu gibi hareket ettiğini söyleyebilirim. Türkiye’nin en büyük sivil toplum kuruluşlarından biridir Çarşı. Taraftar oluşumunu da aşmış bir durum söz konusudur. Çarşı bir ruhtur bedene indirgenemez! Çarşı insanların içindeki vicdan duygusudur.” (KK 25)

“Halkın takımının grubu olması, ülkede ve dünyada her koşulda insan ruhuna dokunması çok önemlidir, değerlidir. Ve tabi ki güzel işler yapması, özellikle yardım kampanyalarıyla... Bunlar benim için hepimiz için çok çok önemli!” (KK 13)

Tüm bu ifadelerle birlikte Ömer Şark (KK 11), Çarşı’nın sadece Beşiktaş’tan ibaret, kendine has bir geleneğinin oluştuğunu ve böyle sadece Türkiye’de değil neredeyse tüm dünyada tanınır hâle geldiğini belirtmiştir. Fatih Kara (KK 19) da duygusal ve sloganvari bir söylemde bulunmuştur: “Çarşı hayatın siyahlıklarına, kalplerdeki beyazlıklar ile cevap veren bir gruptur.”

Grup üyelerinden, Çarşı’yı bir kelime ile ifade etmeleri istendiğinde en sık karşılaşılan ifadeler: Asi ruh, vicdan, yaşam, tutku, Beşiktaş, özgürlük, halk, asker, ordu, isyankâr, isyan ve ruh olmuştur. Buradan da anlaşılacağı üzere grubu tanımlamak için kullanılan ifadeler genelde soyut anlam içeren ifadelerdir. Bu durum da takıma ve gruba bağlanma şeklinin ekseriyetle duygular ekseninde gerçekleştiğinin bir göstergesidir.

5.1.1. Çarşı Grubu ve Mekân İlişkisi

Mekân; pasif, boş bir şey olarak ya da ‘ürün’ gibi, karşılıklı değişimde bulunmaktan, tükenmekten ve yok olmaktan başka anlamı olmayan bir şey olarak düşünülemez. Bir ürün olan mekân, etki ya da tepki yoluyla bizzat üretime müdahale eder. Mekân kavramı tek başına bırakılamaz ve statik kalamaz, diyalektikleşir; ürün-üretici olan mekân, ekonomik ve toplumsal ilişkilerin dayanağıdır. Aynı zamanda üretim aygıtının, genişletilmiş yeniden üretimin, pratik anlamda ‘aland’ gerçekleştirdiği ilişkilerin yeniden üretiminin içine dâhildir. Mekân kavramı zihinsel olanla kültürel olanı, toplumsalla tarihseli birbirine bağlar. Karmaşık bir süreç oluşturur; yeni, meçhul mekânların, kıtaların ya da evrenin keşfi her topluma özgü mekânsal örgütlenmenin üretimi; yapıtların, manzaranın anıtsallığı ve dekoruyla birlikte şehrin taratılması ve bu evrimsel doğuşla birlikte genetik olarak işlese de bir mantığı vardır. Bu mantık aynı-zamanlılığın genel formudur, çünkü her mekânsal düzenleme zekânın üst üste binmesine ve eşzamanlılığı üreten öğelerin maddî olarak bir araya gelmesine dayanır (Lefebvre, 2014: 24-25).

Toplumsal mekân formu buluşmadır, bir araya gelmedir, kendiliğindenliktir. Mekân içinde olan her şey; kâh doğa tarafından kâh toplum tarafından kâh bunların işbirliğiyle, kâh çatışmalarıyla üretilen her şey; canlı varlıklar, şeyler, nesneler,

eserler, işaret ve semboller... Doğa-mekân yan yana koyar, dağıtır; yerleri ve buraları işgal edenleri birbirinin yanına koyar, tek tek belirtir. Toplumsal mekân, bir noktada bu noktanın fiilî ya da olası bir araya gelmeyi içerir. Kent mekânı; kalabalıkları, pazardaki ürünleri, edim ve sembolleri bir araya getirir, bunları yoğunlaştırır ve biriktirir (Lefevbre, 2014: 125). Bu bağlamda taraftarları biriktiren, bir araya getiren; bir semt kulübü olan BJK ismini Beşiktaş'ın Çarşı'sından alan taraftar grubunun ana mekânı Beşiktaş'tır. Çarşı'nın mekânsal ilişkisi Beşiktaş semti ve İstanbul şehri ile kurulmuştur.

Şehir yapıttır, basit maddî üründen ziyâde sanat eserine yakın bir yapıdadır. Şehrin içinde toplumsal ilişkilerin üretimi söz konusu olsa da, bu bir nesne üretiminden ziyâde, insanlar tarafından insanların üretimi ve yeniden üretimidir. Şehrin bir tarihi vardır; o bir tarihin, yani tarihsel koşullar içinde bu eseri gerçekleştiren gayet belirli insan ve grupların yapıttır. Şehrin sözü vardır; sokaktan, meydanlardan, boşluklardan geçip giden ve buralarda olup biten şey, buralarda söylenen şey. Şehrin dili vardır: Söylemlerde, jestlerde, giysilerde, kelimelerde ve kelimelerin şehir sakinlerince kullanımında ifade bulan falanca şehrin özellikleri. Yerlerin düzenlenişi ve zincir haline gelişi içinde, şehrin duvarlarına yazılan ve bu duvarlardan buyuran şehrin yazısı vardır, kısacası şehir sakinlerinin zaman kullanımı vardır. İnsanın görmeye, işitmeye, dokunmaya, tatmaya ihtiyacı vardır ve bu algıları bir “dünya”da bir araya getirmeye ihtiyaç duyar. Toplumsal olarak işlenmiş bu antropolojik ihtiyaçlara özelleşmiş ihtiyaçlar da eklenir. Şehircilerin pek de dikkate almadığı ticârî ve kültürel altyapı, bu özelleşmiş ihtiyaçları karşılamaz. Bunlar, yaratıcı faaliyet ve yapıt (ürünlerin ve tüketilebilir maddi malların ötesinde) yapıt ihtiyacının yanı sıra; enformasyon, sembolizm, hayal gücünü kullanma, oyuncu faaliyet ihtiyacıdır. Bu özelleşmiş ihtiyaçlar sayesinde varlığını sürdüren temel nitelikteki bir arzunun tikel tezahürleri ve momentleri oyun, cinsellik ve spor gibi bedensel faaliyetler, yaratıcı faaliyetler, sanat ve bilgidir (Lefevbre, 2018: 64-119).

İstanbul şehrinin kozmopolit yapısının yaratıcılığı ve Beşiktaş semtinin yerelliğinin bir bileşimi olarak Çarşı grubu içinden çıktığı şehrin ve semtin özelliklerini kendi potasında eriterek ismiyle müsemma bir taraftar grubu hâlini gelmiştir.

Grup mekânsal ilişkisi bağlamında isminin kökenini taraftarı olduğu kulübün kurulduğu İstanbul şehrinin Beşiktaş semtinden alarak; ‘pazar yeri’ ve ‘şehir merkezi’ gibi anlamlar içeren ‘Çarşı’ olarak belirlemiştir. Beşiktaş şehir merkezindeki hemen hemen her açık alan özellikle Balık Pazarı, Şâirler Parkı, Kazan restaurant ve kartal heykelinin bulunduğu meydan, Çarşı grubu üyelerinin buluşma yerleridir. Çarşı’nın logosunda, harfler siyah ve beyaz olarak çizilir ve ‘A’ yerine kırmızı bir anarşi sembolü yerleştirilir. Çarşı ikonografisinin diğer unsurlarından biri de kara kartal olan Beşiktaş sembolüdür.³¹ Çarşı’nın kurulduğu dönem olan 1980’li yıllar, Türk futbolu ve taraftarlarının 12 Eylül döneminin yaşattığı durgunluğu yavaş yavaş üzerlerinden atmaya çalıştığı bir döneme denk gelmektedir.

İstanbul şehrinin en kadim kulüplerinden Beşiktaş, Galatasaray ve Fenerbahçe arasındaki yapılan müsabakalar diğer statlardaki yapılan yenileme ve onarım çalışmaları sebebiyle BJK’nin İnönü Stadı’nda oynanmıştır. Şehrin ve boğazın en güzel yerlerinden birine konumlandırılmış olan stadın akustiğinde birbirlerine üstünlük kurmayı amaçlayan taraftarlar kapalı tribünü ele geçirmek için büyük bir rekabete girişmişlerdir. Tam da bu dönemde, Beşiktaş semtinde doğup büyüyen, sonradan yerleşmiş olup uzun yıllardır orada yaşayan, çocukluklarında aynı mahallede top koşturup maçlara giden Beşiktaş taraftarı gençler bir araya gelerek ‘Çarşı’ grubunu kurmuşlardır. Neden ‘Çarşı’ adını almışlardır sorusunun cevabı şu şekildedir: Beşiktaş semtinin tam göbeğinde, toplanma yerleri de olan ve Köyiçi olarak da bilinen balıkçıların ve esnafın bulunduğu çarşıdan esinlenerek kendilerine ‘Çarşı’ adını vermişlerdir. Grup bu semtin içinden doğmuştur ve semtle güçlü bir organik bağı mevcuttur.

Acarer’in aktarımlarıyla Çarşı’nın tribün liderlerinden Cem’in grubun kuruluşuna dair ifadeleri şöyledir (2014: 33-36) :

“Beşiktaşlılığımız ve takım sevgimiz elbette oturduğumuz semtten geliyor, 1977 yılından beri maçlara gideriz. Optik ve Ercü’yle de tribünden tanışırdık. On dört, on beş yaşında halkımızın refahına ve ülkemizin selâmetine karşı gösterdiğimiz insani duyarlılığımızdandır. Beşiktaş semti, Çarşı bayrağının üzerine namıyla yaşayanların ve namıyla anılanların yazıldığı yerdir: Camöz, Hacıbaba, Çene, Kabataş Hakan, Tekdiş Yavuz, Ankaralı Ayhan, Spastik Erol,

³¹ Ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.newyorker.com/magazine/2011/03/07/the-view-from-the-stands>

Parlak Serkan, Koko Cahit, Marlo Erol, Jaws Cengiz, Denyo Yılmaz, Cüce Ayhan, Morgöz Selçuk, Dewe Erol ve diğerleri... Derdimiz semti korumak, başka taraftarları yaşadığımız yere sokmamak, takımımızı desteklemek ve Beşiktaş'ta Beşiktaşlı gençlerin yetişmesini sağlamaktı. Grubun hedeflerini bu düşünceler çerçevesinde netleştirdikten sonra kendimize bir isim vermek istedik. Kimisi, 'black eagle' gibi havalı adlar üzerinde durdu. Hepimiz, Köyiçi'nde doğduk, burada büyüydük, uzağa gitmemize gerek yok, Biz Beşiktaş, çarşı içi çocuğuyuz grubumuzun ismi de 'Çarşı' olsun dedim. Herkes benimsedi, 1982 yılında böylece Çarşı ismiyle yürümeye başladık."

Burada grubun oluşumunda semt olgusunun önemi görülmektedir, semtten kaynaklı bir tanışma ve dayanışma söz konusudur. Grubun isminin 'Çarşı' olmasının nedeni taraftarları oldukları kulübün isminin 'Beşiktaş' olmasıyla aynıdır, semtle ilişkilidir. Semtın çarşısından başlayan doğuşu ülkenin selâmeti ve refahı için hassasiyetler barındırmıştır.

Çarşı grubun kuruluş yıllarındaki çekirdek kadrosunu Ayhan Güner, Cem Yakışkan, Erol Özdi, Alpay Ketenci, Murat Akyıldız, Alen Markaryan ve Onnik Azinyan oluşturmaktadır. O dönem Beşiktaş semtinde özellikle liselerde Galatasaray ve Fenerbahçe taraftarı öğrencilerin sayısının hızla artması bu oluşumu tetiklemiştir. 1970'li yılların başında Beşiktaş'ta başlayan arkadaşlıkları 1980'lerin ortasına kadar süregelen ve heyecanla semt içinde oluşan Galatasaray ve Fenerbahçe taraftarlığını Beşiktaş lehine dönüştürmüşlerdir. Özellikle kapalı tribündeki tartışmalardan da galip gelmişler ve bu süreç içinde hızla büyümüşlerdir. Beşiktaş onların semtidir ve o duyguyla bir koruma mekanizması geliştirmişlerdir.

Çarşı, anlaşıldığı üzere kapalı tribünü diğer takımların taraftarlarından arındırmak ve Beşiktaş semtinde oluşmaya başlayan ve sayıları artan İstanbul takımlarının taraftarlarının etkinliğini azaltmak amacıyla bir araya gelen gençlerden kurulmuş bir gruptur. Bu durumu BJK'nin efsanevî tribün liderlerinden ve Çarşı grubunun kurucularından Alen Markaryan da teyit etmektedir. Çarşı'nın kuruluşu gençlik yıllarına denk gelen ve kurucu kadronun hepsini; Optik Başkan yani Mehmet Işıklar, Cem Yakışkan ve diğerlerini yakından tanıyan Markaryan, Çarşı'nın kuruluş amacının Beşiktaş semtindeki diğer İstanbul kulüplerinin ağırlığını kırmak olduğunu belirtiyor ve soruyor: "Fenerbahçelilerin, Galatasaraylıların sayısı Beşiktaş'ta Beşiktaşlılardan fazla olur mu hiç?" (KK 1).

Çarşı grubu derin bir mekânsal ilişkisinin olduğu ve yüz yirmi sene önce kurulduğu semtte kuruluş amacına ulaşmıştır diye ifade edilebilir. Çünkü Beşiktaş semtinde özellikle çarşı ve civârında BJK dışında başka her hangi bir takımın bayrağını asmak mümkün değildir. Özellikle BJK'nin maç günlerinde semtin sokakları âdeta siyah ve beyaz renklere bürünür.

5.1.2. Çarşı Grubunun Pankartları ve Yardım Kampanyaları

Etimolojik olarak eşya (objectum), dışımızda var olan şey, önümüze veya karşımıza yerleştirilmiş ve gözle görünen, duyuları etkileyen şey anlamını taşımaktadır. Eşya, varoluş ve ele alınış biçimlerine göre, birbirinden farklı pek çok şekilde anlaşılabilir ve açıklanabilir. Eşyalar gördükleri iş ve sağladıkları hizmet açısından ihtiyaçları doyurucu bir araç rolünü oynamaktadır, dolayısıyla işlevsel bir anlam taşımaktadır. İnsanın dış dünyaya etkisinde, davranışın aracı durumunda bulunmaktadır. Aynı zamanda bireyle diğer bireyler arasında yer almaktadır ve bu anlamda yer yer iletişimi durduran bir duvar olmaktadır. Bu ara konumları dolayısıyla eşyalar sadece bir engel olarak değil, diğer bireylere bağlayan bir köprü ya da vasıta olarak da görülebilirler. İnsanlar arasında iletişim açısından paradoksal olarak bir yandan kişiyi diğerlerinden soyutlayan, ayıran bir araç, öte yandan dış dünyaya açılan bir penceredir (Bilgin, 2012: 24-25). İletişim açısından değerlendirildiğinde pankartları bir taraftar grubunun en mühim eşyalarından biri olarak görmek mümkündür. Grubun varoluş biçimini, davranışsal araçlarının konumlandırılmasını ve dış çevreye yansıtılmasını sağlayan temel enstrümanlarından olan pankartlar işlevsel bir rol oynamaktadır.

Çarşı grubu kurulduğu günden bugüne dek, Türkiye'deki ve dünyadaki toplumsal olaylara duyarlı olduğu ve sosyal hassasiyetini “pankartlar bizim hafızamızdır!” sloganında olduğu gibi özellikle pankart ve sloganlarına yansıtıkları görülür. Grup bu ürünleri bir iletişim aracı olarak kullanır ve sosyal medya üzerinden iletişimin yaygın kullanımı sonucunda da geniş kitlelere kısa zamanda ulaştırır. Grup tarafından birçok yardım kampanyası da bu şekilde başlatılır ve yürütülür. Örneğin, SMA³² hastası bir çocuğa, köy okullarındaki öğrencilere, sokak hayvanlarına ya da

³² Spinal müsküler atrofi.

doğal afet sonucunda deprem, yangın ve sel felaketleri sonrasında ihtiyaç sahipleri için yardım kampanyaları başlatarak bir kamuoyu farkındalığı oluşturup gerekli maddi ve manevî desteği sağlamaya çalışmaktadır. Grup üyelerinden Latif Şengelen (K 22) bu durumdan şöyle bahsetmektedir:

“Grup olarak dayanışmamızın sonucunda birtakım ürünler ortaya çıkmaktadır. Hem bireysel olarak hem de grup olarak ihtiyaç sahibi insanlara yardımda bulunuruz. Kendimizi sadece bir taraftar grubu olarak değil bir sivil toplum kuruluşu gibi de görüyoruz ve bu bilinçle hareket ediyoruz. Bunlar bizim birlikte el ele vererek yaptığımız şeylerdir. İnsanlara, topluma kim varsa bize dokunan ve bize inanan biz de onlara elimizi uzatmak ve yardımda bulunmak istiyoruz.”

Grup bir semt oluşumu olarak kurulmuş fakat gittikçe genişlemiştir. Bu durum çeşitli siyasî görüşlerden, inançlardan, etnik kökenden, meslek gruplarından ve eğitim düzeylerinden vb. birçok Beşiktaş taraftarının bir araya gelmesini sağlamıştır. Yalnızca Beşiktaş semtinden değil, İstanbul’un her yerinden, Türkiye geneline yayılan hatta dünyanın çeşitli kıtalarına kadar ulaşan bir taraftar kitlesine sahip olması sebebiyle toplumsal hassasiyetlerindeki duyarlılık çeşitliliği oldukça farklıdır. Bu durum grup içerisinde herhangi bir olumsuzluk ve sorun yaratmamaktadır saygı çerçevesinde yaklaşılır çünkü aslolan Beşiktaşlılıktır.

Çarşı grubunun toplumsal olaylara duyarsız kalmadığı herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Çarşı, yalnızca maçtan maça takımını destekleyen, stada giden ve etki alanını tribünlerle sınırlayan bir grup olmamıştır. Kurulduğu günden itibaren vicdan, adalet, dostluk ve yardımseverlik gibi duygulardan kopmamış, somut varlığının da ötesinde Çarşıluların tâbiriyle bir ruha sahip olduğunu sıklıkla belirtmiştir. İlk yıllarında bir semt grubu olarak, çekirdek kadro kurucularının benzer dünya görüşüne sahip insanlardan bir araya geldiği bilinmekteydi. Fakat zamanla grubun semt dışından birçok destekleyicisinin olması, Beşiktaş ve İstanbul’dan tüm Anadolu’ya yayılan geniş bir kitleye sahip olmasını sağlamıştır. Zamanla her yaştan, eğitim grubundan, meslekten, coğrafyadan, kültürel yapıdan ve siyâsî görüşten insanın dâhil olduğu bir grup hâline gelmiştir. Dolayısıyla çeşitli durumlara karşı çeşitli hassasiyetler göstermişler ve bu duyarlılıkları da pankartlara yansıtarak hem Beşiktaşlı taraftarlarda hem de diğer takım taraftarlarında zengin bir pankart hafızası oluşturmuşlardır.

Çarşı grubu, yalnızca tribünlerde BJK'yi destekleyen bir grup olarak kalmamış; düzenlemiş olduğu yardım kampanyaları ve sosyal sorumluluk projeleri ile Türkiye'de ve yurtdışında taraftar grupları içerisinde kendisine bir yer edinmiştir. Bu kampanyalar ile yerelde ve ulusalda diğer kulüp taraftarlarına bir rol model olmuştur. Bunun yanı sıra toplumsal olaylar karşısındaki hassasiyeti ile de tribünlerde sadece taraftarı olduğu BJK'nin değil ülkenin ve diğer taraftarların da sesi olmuştur. Grubun ülkesinin kurucu lideri Mustafa Kemal Atatürk hassasiyetinden, peygamberi Hz. Muhammed (SAV) sevgisine; ülkesinin Millî Marşı'nın yazarı Mehmet Akif Ersoy'u ve İstiklâl Marşı'nın kabulünü yıldönümünde anmasından, hayatını kaybeden bir halk sanatçısını tribünlerde pankartlarla hatırlamasından, kadına şiddete karşı hassasiyetine; doğanın korunmasından, nükleer karşıtlığına; hayvan haklarından, 15 Temmuz darbe girişimine karşı durmasına kadar birçok konudaki hassasiyetini pankartlarına, sloganlarına ve özellikle resmî twitter hesabı “ÇArşı, @forzabesiktas”³³ üzerinden paylaşımlarına yansıtmıştır. Türkiye'nin ve dünyanın güncel sorunlarına göre değişkenlik gösteren bu paylaşımlarla hem kendi grup üyelerine ve taraftarlarına seslenmiştir hem de gruba karşı diğer takımların taraftarlarının da gruba sempati duymasını sağlamıştır. İstanbul'daki ve diğer şehirlerdeki birçok taraftar oluşumu da bunları örnek alarak benzer yardım ve dayanışma örnekleri göstermektedirler. Grubun sözü edilen sosyal hassasiyetlerine ve yardım kampanyalarının birkaç görsel materyal örneği şu şekildedir:

Çarşı'nın en bilinen hatta kendisiyle özdeşleşen sloganlarından olan “Çarşı her şeye karşı!” da Gazi Mustafa Kemal Atatürk söz konusu olduğunda bir istisna görülmektedir³⁴

³³ Ayrıntılı bilgi için bkz.

https://twitter.com/forzabesiktas?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauth

³⁴ <https://twitter.com/BesiktasscArsi/status/399308523432988672>



Resim 5.1. Çarşı Grubunun Atatürk Paylaşımı Görseli

Çarşı kendine bile karşıdır ama ülkesinin kurucu lideri Atatürk'e asla! Bu görselde vurgulanmak istenen Çarşı'nın Atatürk'e karşı olan hassasiyeti ve kendisine duyulan saygıdır. Bir diğer ifadeyle Atatürk'ü kendisinden daha önemli ve değerli görmektedir. “Bir ölüm ancak bu kadar ölümsüz olabilirdi...” sözüyle de kendisine duyulan sonsuz sevgi ve saygı vurgulanmaktadır. Ayrıca ölümünü kabullenememe ve kendisini kalplerde ölümsüzlük mertebesine konumlandırma söz konusudur.

Bir diğer görselde, İstiklâl Marşı'nın Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından kabul tarihi olan 12 Mart 1921'e ithâfen, 12 Mart 2022 tarihinde resmî twitter hesabından yaptığı paylaşımda tribününde Türk bayrağı açılmış bir görseli İstiklâl Marşı'nın dizeleriyle³⁵:

“Ben ezelden beridir hür yaşadım, hür yaşarım.

Hangi çılgın bana zincir vuracakmış şaşarım!”

“12 Mart İstiklâl Marşı'nın 101. Yıldönümü Kutlu Olsun...” #İstiklâlMarşı hashtagiyle paylaşmıştır.

³⁵ <https://twitter.com/forzabesiktas/status/1502425310410719239/photo/1>



Resim 5.2. Çarşı Grubunun İstiklâl Marşı'nın Kabulü İçin Paylaştığı Görsel

Çarşı grubunun millî hassasiyetleri Türkiye'nin yıllardır devam eden terörle mücadelesinde verdiği şehitlerinin anısına, tribünlerde sıkça açtığı Türk bayrakları ile “Şehitler ölmez! Vatan Bölünmez!” yazan kırmızı-beyaz dev pankartıyla ve yine aynı ifadeleri içeren yüksek desibelli sloganlarıyla da kendisini göstermektedir. Grup o an Beşiktaşlılık duygusundan öte aynı acıyı paylaşan ve bu acıyı omuz omuza hep bir ağızdan haykırarak dile getiren bir taraftar grubu olarak hareket etmektedir. Bu durum bir arada olmanın yalnızca takım taraftarlığından kaynaklı olmadığını bunun da ötesinde ortak acıları paylaşan bir millet olmanın tribündeki göstergesidir.

Çarşı'nın millî hassasiyetlerinin yanı sıra zaman zaman dinî hassasiyetlerini de hem tribünlerde hem de sosyal medya paylaşımlarında sergilediği görülmektedir. Kutlu Doğum Haftası'nda Hz. Muhammed (S.A.V.) sevgisini göstermek ve peygamberi anmak amacıyla tribünde açtığı pankartların olduğu görülmektedir. Bun pankartlara örnekler aşağıdaki görselde görülmektedir³⁶:

³⁶ <https://twitter.com/forzabesiktas/status/679198663189659648>



Resim 5.3. Çarşı Grubunun Hz. Muhammed (S.A.V.) Pankart Görseli

26.02.1992 tarihinde Azerbaycan ve Ermenistan arasındaki Birinci Karabağ Savaşı sırasında, Azerilerin yaşadığı Dağlık Karabağ bölgesindeki Hocalı kasabasında, Azerî sivillerin Ermeni askerî birlikler tarafından öldürülmesi sonucunda büyük bir katliam ve insanlık trajedisi yaşanmıştır. Aralarında çocukların da bulunduğu 613 sivilin toplu kıırma uğratıldığı günün acısı Türk insanın belleğinde tazeliğini korumaktadır.

Çarşı grubu daha önce de belirtildiği üzere sadece İstanbul'daki ya da Anadolu'nun diğer şehirlerindeki taraftarların bir araya gelerek oluşturduğu bir grup değildir. Dünyanın birçok yerinde grup üyeleri ve oluşumları mevcuttur. Aşağıdaki görselde bu duruma bir örnek olarak Azerbaycan'ın başkenti Bakü'deki Çarşı grubu yer almaktadır. Hocalı Katliamı anısına yaptırılan 'Ana Feryadı Anıtı' önünde pankartlarıyla anma etkinliklerine katıldıkları görülmektedir³⁷. Bu durum Çarşı grubu üyelerinin sosyal olaylar karşısındaki hassasiyetlerinin dünya geneline yayıldığıının ve evrensel bir farkındalıkla hareket ettiklerinin göstergesidir. Sıkça dile getirilen "Çarşı bir ruhtur bedene indirgenemez!" sözündeki ruh; vicdan, merhamet, saygı, sevgi gibi soyut duyguların bir tezahürü olarak toplumsal olaylara duyarlılık

³⁷ <https://twitter.com/forzabesiktas/status/1497493336109850633/photo/2>

ve ihtiyaç sahiplerine yardım kampanyaları görülmektedir. Empati duygusuyla hareket edilerek sadece Türkiye’de değil diğer ülkelerde de meydana gelen olumsuz olaylar ve doğal felaketler karşısında bir hassasiyet geliştirilmektedir.



Resim 5.4. Çarşı Grubunun Hocalı Katliamı Pankartı Görseli

Yukarıda yer alan dört görselde Çarşı’nın Atatürk’e, Hz. Peygamber’e, şehitlere, İstiklâl Marşı’na, Türk bayrağına karşı duyulan sevgi ve saygı; Azerbaycan’daki soydaşlarıyla kurdukları gönül bağına dair ifadeler yer almaktadır. Bu bağlamda Çarşı grubunda her kesimden, siyâsî görüşten ve inanıştan insanın yer aldığı bir kanıttır. Belirli bir saygı çerçevesinde herkes görüşlerini dile getirebilmektedir. Grupta yer alan taraftarların eğitim düzeyleri, iş alanları, yaşları, memleketleri çeşitlilik gösterir bir mozaik gibidir. Dolayısıyla grup üyelerine dair bir stereotipten söz etmek mümkün değildir. Ortak payda BJK sevgisidir ve taraftarlığıdır.

Bir diğer görselde³⁸ Çarşı grubu kurucularından, grup içerisinde yaptığı pankartlarla tanınan ve bir de kitabı³⁹ bulunan ‘deve’⁴⁰ lakaplı Erol Özdi’ın, 15

³⁸ <https://www.futbolarena.com/ardan-darbe-giriimine-tepki-pankart-289725h/>

³⁹ Ayrıntılı bilgi için bkz. Özdi, E. (2015). *Çarşı, 35 Yılın Pankartları, Eski Tribün Kavgaları, Deplasman Anıları*, İstanbul: Siyah Beyaz Kitap.

⁴⁰ Erol Özdi hazırladığı pankartların alt kısmına ‘deve’ yazarak bir nevi imzasını atmaktadır.

Temmuz 2016 tarihinde Türkiye’de gerçekleştirilmeye çalışılan ve birçok insanın gazi ve şehit olmasına neden olan darbe girişiminin anısına, bu girişim sonrasında ilk BJK maçı için hazırladığı pankart yer almaktadır. Bu pankartta “Çarşı Darbelere Karşı!” ifadesiyle grubun darbe karşıtlığını ve demokrasiye olan inancını vurgulamıştır. Darbeler denmesinin yani çokluk ifadesinin kullanılmasının nedeni Türkiye’nin yakın tarihindeki 1980 darbesini de kapsayan bir diskur olmasıdır. Grup 1980 darbesinden sonra kurulmuş bir gruptur dolayısıyla darbeyi tarihinde tecrübe etmiştir. Ahmet Talimciler’in de ifade ettiği üzere 1980 sonrası yaşanan süreçte popüler futbol kültürü, popüler bilinçteki anlamlandırma sisteminin yoğunlaştığı temel bir ‘metin’ hâline gelmiştir (1999: 98). Nitekim pankartlar da bu metnin görsel yansımalarıdır.

Toplumsal olayların insanlar üzerindeki etkileri çeşitli formlardaki materyalle aracı olarak kullanılarak ifade edilebilir. 15 Temmuz darbe girişimi gibi Türkiye’deki insanları etkileyen büyük bir olayın, Çarşı grubu üzerindeki etkisi de kaçınılmaz olmuştur. Bir taraftar grubunu kendini en iyi ifade edebildiği materyallerden biri pankartlar ve bu materyallerin sergilendiği mekânlar olarak da tribünlerdir. Bir mesaj verilmek istendiğinde başvurulacak ilk araçlardan biri olan pankartlar tribünlerden ülke geneline yayılan bir iletişim aracı konumlandırılarak, Çarşı’nın kendini ifade biçimine ve vermek istediği mesajlar bütününe dönüşür.

Aşağıda görseli yer alan pankart da 15 Temmuz darbe girişimi sonrası hazırlanmış ve tribünlerde sergilenmiştir. Toplumsal mesajların verilebilmesi açısından pankartların bir araç olarak kullanılması önem taşımaktadır. Bu tarzdaki pankartlar futbolun ve taraftar gruplarının yalnızca sportif olaylarla ilgilenmediğinin bir kanıtı olarak görülebilir. Bu pankart da Çarşı grubunun birçok pankartının yaratıcısı konumunda olan Erol Özdi’ye aittir.



Resim 5.5. Çarşı Grubunun Darbe Karşıtı Pankart Görseli

Çarşı grubu yalnızca millî ve siyâsi referanslarını değil gündelik, toplumsal olaylarla ilgili hassasiyetlerini de pankartlarına yansıtmaktadır. Gündelik olaylarla bağlantılı olarak ortaya çıkarılan ürünler olarak ele alındığında pankartların sosyo-kültürel nitelikte bir mesaj taşıyıcıları olarak kullanılması söz konusudur ve bu araçlar oldukça etkindir. Aşağıda yer alan görsel bu duruma bir örnektir. Türkiye’deki kadın cinayetlerine ve kadına şiddete dikkat çekmek ve bu olayları protesto etmek amacıyla stada götürülmek üzere yapılan bir pankarta yer verilmiştir⁴¹:

⁴¹ <https://twitter.com/forzabesiktas/status/934368454194421760/photo/1>,



Resim 5.6. Çarşı Grubunun Kadına Şiddete Hayır Pankartı

Çoğunluğunun erkeklerin oluşturduğu bir taraftar grubunun, tribünlerde bu pankartla yer alması topluma verilmek istenen mesaj açısından büyük önem arz etmektedir. Elinde terazisiyle ve yüzünde şiddetin izleri resmedilen bir kadınının yer aldığı pankart, kadın cinayetleri ve şiddet olayları karşısında istenilen adaleti de simgelemektedir. Etkin bir iletişim aracı olarak düşünüldüğünde hem statta hem de TV kanalları aracılığıyla ekranlarda milyonlarca insana ulaşması açısından da dikkate değerdir.

Halkın takımının taraftar grubu olduğunu ifade eden Çarşı'nın, halkın duygusal hassasiyetlerini taşıması kaçınılmazdır. Türk halk kültürünün en önemli unsurlarından olan türkülerin ülke insanı üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda Türk Halk Müziği'nin önemli isimlerinden, 'Bozkırın Tezenesi' diye anılan büyük ozan Neşet Ertaş'la ilgili olan pankart da Çarşı gurubu tarafından üretilmiş ve tribündeki yerini almıştır. Halk ozanı Neşet Ertaş'ın vefatının ardından hazırlanan pankart ile usta sanatçı binlerce kişiyle anılmış ve kendisine olan saygı dile getirilmiştir. Bu durum taraftar gruplarının ait oldukları halk kültüründen beslendiğinin ve bu kültür yansımalarını kendi iletişim kanallarıyla tüm ülke ve dünya insanları ile paylaştığının bir göstergesidir.

Pankartta kullanılan sözler ustanın ‘Ağla Sazım’ isimli türküsünden alıntıdır⁴²:



Resim 5.7. Çarşı Grubunun Neşet Ertaş Pankartı

Bir diğer görselde Çarşı grubunun halk biliminden beslendiğinin bir örneği olan pankart yer almaktadır. Bu pankartta, Anadolu’nun en bilinen halk hikâyelerinden olan ve Amasya iliyle birlikte anılan “Ferhat ile Şirin” hikâyesinden ilham alınmıştır. Ferhat ile Şirin, bilindiği üzere Türk Halk Edebiyatı’nın en tanınmış ve en hüznü aşk hikâyelerindendir. Mutlu sonla bitmeyen bir aşk, ayrılık ve kavuşamama hikâyesidir. Ferhat, Şirin’ine kavuşmak arzusuyla dağları delmesiyle ünlüdür. İşte bu pankartta, siyanürle altın arama çalışmalarının doğaya verdiği zararı protesto edilirken: “Ferhat da dağları deldi ama Şirin için... Siyanür öldürür!” şeklinde hiciv içeren bir söyleme başvurulmuştur⁴³:

⁴² <https://twitter.com/forzabesiktas/status/647343834440052736/photo/1>

⁴³ <https://twitter.com/kingcarsi/status/1242860470295572485?lang=de>



Resim 5.8. Çarşı Grubunun Siyanür Karşısı Ferhat ile Şirin Pankartı

Çarşı grubunun bir taraftar grubu olmasının yanı sıra bir sivil toplum kuruluşu gibi hareket ettiği ve toplumsal hassasiyetlere sahip olduğu, statlarda pankartlarla ve dijital dünyada da sosyal medya paylaşımlarında görülmektedir. Çeşitli konularda yardım kampanyalarının düzenlenmesi de sık sık karşılaşılan bir durumdur. Grup sağlıkla ilgili yardım kampanyalarından bir kısmını son günlerde oldukça gündemde olan SMA'lı çocuklar için düzenlemiştir ve bu kampanyalar resmî mercilerden alınan yasal izinlerle yürütülmektedir. Maddî yardımın yanı sıra bu ve benzeri hastalıklara dikkat çekerek kamusal bir görev de üstlenmektedir. Bu gibi vakalarda insanlar arasında dayanışmanın görülmesi maddî ve manevî bir birliktelik oluşmasına, toplumun diri ve güçlü kalmasına imkân sağlamaktadır. Sosyal medyanın da gücüyle kısa sürede binlerce hatta milyonlarca kişiye ulaşan paylaşımlarla gerekli yardımın toplanması ve birçok hastanın da sağlığına kavuşması amaçlanmaktadır. Aşağıda paylaşılan görselde bu kampanyalardan biri yer almaktadır⁴⁴:

⁴⁴ <https://twitter.com/forzabesiktas/status/1497866273321066500/photo/1>



Resim 5.9. Çarşı Grubunun SMA Hastası Bir Çocuk İçin Düzenlediği Kampanya Görseli

Çarşı Grubu, Türkiye'nin en eski kurumlarından olan Türk Kızılay'ına kan bağışını teşvik için resmî twitter hesabı üzerinden bir davet başlatmıştır. Kızılay'a kan bağışı kampanyası grubun sıklıkla başvurduğu ve sosyal sorumluluk projesi hâline getirdiği bir husustur. Resmî kurumlardan izin alınarak yürütülen kampanya özellikle pandemi döneminde Türkiye'deki kan ihtiyacını karşılamaya bir katkı olarak yürütülmüştür. Grubun organize ettiği Kızılay ile ilgili diğer kan bağışı kampanyalarında, kan bağışının yapılabileceği Kızılay otobüslerinin yer aldığı mekânlar, günler ve saatler de detaylı bir biçimde paylaşılmıştır. Böylece kan bağışında bulunmak isteyen grup üyeleri ve sosyal medya takipçileri için gerekli bilgiler sağlanmaktadır. Aşağıda yer alan görselde Covid-19 zamanında olduğu için kan bağışı yapmak isteyenlerin endişelerini gidermek amacıyla bir açıklama da not olarak yer almaktadır⁴⁵:

⁴⁵ <https://twitter.com/forzabesiktas/status/1245250639992676353/photo/1>



Resim 5.10. Çarşı Grubunun Kızılay için Kan Bağışı Görseli

Çarşı'nın sıklıkla düzenlediği yardım kampanyalarından biri de eğitim-öğretim alanında olanlardır. Bu kampanyaların büyük bir bölümünü köy okulları için yapılanları kapsamaktadır. İhtiyaç sahibi okullar sosyal medya aracılığıyla gruba ulaşabilmekte ve ihtiyaçlarını iletebilmektedir. Köy okullarının boyanması, yenilenmesi gibi fizikî düzenlemelerin yanı sıra okullarda eğitim gören öğrencilerin kitap, kırtasiye ve giyecek ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olan kampanyalarda Türkiye'nin neredeyse tüm bölgelerindeki köy okullarına ulaşılmaya çalışılmaktadır. Köy okullarına yardım kampanyası, grubun yıllardır devam eden uzun soluklu kampanyalarından biridir. Türkiye'nin dört bir yanındaki köy okullarına ihtiyaçları kargo aracılığıyla gönderildiği gibi bizzat grup üyelerinin organizasyonları ile de ulaştırılmaktadır. Grup üyelerinin kendi elleriyle boyadıkları okullar ve okullara giderek dağıttıkları kırtasiye malzemeleri ile kitaplar da söz konusudur. Bu şekilde temaslar da sağlanarak ilk elden yürütülen kampanyalar da bulunmaktadır. Çarşı'nın bu yardım kampanyalarının bir örneği Tokat'ın Almus ilçesinin Sahilköy İlkokuluna yaptığıdır⁴⁶:

⁴⁶ <http://www.niksardanismend.com/haber/2595/carsidan-almusa-egitim-yardimi.html>



Resim 5.11. Çarşı Grubunun Köy Okullarına Düzenlediği Yardım Kampanyası Görseli

Yukarıdaki görselde okul çocuklarına ulaştırılan kitaplar görülmektedir ve çocukların mutlulukları yüzlerinden okunmaktadır.

Çarşı grubunun uzun soluklu yardım kampanyalarının bir diğeri de sokak hayvanları için düzenlenenlerdir. Bu sayede sokak hayvanlarının barınma ve beslenme ihtiyaçlarını düzenli olarak karşılanması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda sosyal medya aracılığıyla düzenlenen kampanyalarda mama, yuva vb. materyal alımları sağlanarak gereken bölgelere ulaştırılması sağlanmaktadır. Bunun yanı sıra hasta ve yaralı hayvanlara veteriner hizmetlerinin sağlanması için de gerekli organizasyonlar yapılmaktadır. Aşağıda yer alan görselde Çarşı grubunun sokak hayvanları için İstanbul Kurtköy’de yaptığı bir barınak yer almaktadır⁴⁷:

⁴⁷ <https://twitter.com/forzabesiktas/status/514524677188747264/photo/4>



Resim 5.12. Çarşı Grubunun Hayvan Barınağı Görseli

5.2. Çarşı Grubunun Duygusal Motivasyonları

Duygular yaşama dair birçok bilginin kaynağıdır. Genel bir ifadeyle kişiye enerji verir, kişiyi motive eder ve harekete geçirir. Duyguları sağlıklı bir biçimde kullanmak ve duyguların insan davranışlarını etkilediğinin farkında olmak önemlidir. Bireyin, pozitif ve negatif davranışlarının bilinciyle iletişimini olumlu yönde kurgulaması ve bu bağlamda etkileşimde bulunması duygusal zekânın bir göstergesidir. Bu gösterge neticesinde kendi duygu durumunun ve başkalarının duygu durumunun farkında olan bireyler, iletişim süreçleri içerisinde doğru ifadeleri doğru yerlerde kullanarak daha etkili bir iletişim yöntemi kurgulayabilmektedir.

Duygusal yeterliliği yansıtan iletişim, insan ilişkilerinin temelini oluşturur ve sürekliliği olan bir mesaj alışverişini ifade eder. Bir döngü biçimi olarak iletişim; konuşanın mesajı gönderdiği ve dinleyenin mesaja tepkide bulunduğu bir süreci takip eder. Dolayısıyla iletişim insanlar arasında bir kaynaşmayı ve paylaşımı içermektedir (Avcı, 2019: 198). Bu kaynaşmalar sosyalleşmenin her alanında kendisini gösterir. Eğitim çağındaki çocuklarda, işyerindeki yetişkinlerde, aile, akraba ve komşular arası ilişkilerde olduğu gibi grup bilincinin üst safhada olduğu derneklerde, vakıflarda, taraftar topluluklarında vb. ortak gayeler paydasında geliştirilen bir iletişim dili ortaklığı mevcuttur.

Duygular kişilere, koşullara göre şekil almakta ve karşılıklı etkileşim sonucunda gelişmektedir. Bu gelişim doğrultusunda etkileşim ve iletişim sembolik bir nitelik içerdiği için duyguların kökeni kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Duyguların bireysel bir olgu olarak ele alınmasına karşın, sosyal boyutlarının önemli olduğu ve duyguları etkilemede etkin bir rolü olduğu ifade edilmektedir. Bu açıdan ele alındığında duyguların bireyler arasındaki etkileşim sırasında sosyal bir olguya dönüştüğü söylenebilir. Bu noktada duygunun bireyin yanı sıra toplumsal bir olguya dönüşmesi sonucunda duygu sosyolojisi kavramıyla karşılaşılır ve sosyolojinin bu türü, kültürün toplum nezdinde hissetme biçimlerini ne şekilde etkilediği üzerine odaklanmaktadır (Yıldız, 2007: 129-144). Duygunun bireysel bir olgunun dışında sosyal bir olguya dönüşmesi ve bu dönüşümün grup ve topluluklar üzerinde bir etkileşim sağlaması, ortak hareket etme biçimlerinin temelini oluşturan duygusal motivasyonlar taraftar etkileşimlerini analiz etmek için bir çıkış noktası oluşturmaktadır.

Genel bir tanımlamayla duygu sosyolojisi aşk ve nefret, gurur ve utanç, merak ve korku, melankoli ve sıkıntı gibi duyguları incelemektedir. Bunun yanı sıra duyguların kültürün etkisiyle nasıl edinildiği, ne şekilde yaşanıldığı, dönüştürüldüğü, kalıplaştığı ve gündelik yaşama aktarıldığı konuları da ele alınmaktadır (Marshall, 1999: 166). Dolayısıyla duygunun kültürel etkileşim sonucunda toplum ve toplumbilim ile olan yakın teması doğrultusunda duygu sosyolojisinin halk bilimiyle de bir temasının bulunması kaçınılmazdır.

Duygu sosyolojisinden hareketle; ortak davranış biçimlerini benimsemiş topluluklarda bireyle kendilerini ve başkalarını bulunduğu alana bağımlı, dış rollerden ve normlardan etkilenir bir biçimde algılarken, bireyci topluluklarda yer alanlar ise kendilerini ve başkalarını alandan bağımsız, dış rol ve normlardan daha az etkilenir bir konumda tanımlamaktadır. Bireyselliğin etkili olduğu topluluklarda insanlar bağımsızdır ve kendi ayakları üzerinde durmaya çalışır. Toplumsallığın etkili olduğu topluluklarda ise insanlar; kendilerinden önce bağlı oldukları grubu düşünür ve kendilerini tanıtırken önce bağlı oldukları grubu ifade eder. Bu kültürün etkin olduğu topluluklardaki üyeler; gruba ahenkli bir uyum kazandırmayı ve grup içerisindeki yüzlerini kurtarmayı amaçlar çünkü utandırıldıklarında yüzlerini yitirirler, başkalarının yüzüne bakamazlar. Bu sebeple yüzün kurtarılması büyük

ölçüde enerji ve çaba gerektirir. Bireyci kültürlerdeyse öz saygı ön plândadır. Dolayısıyla güç mesafesi ile ortak davranış kültürü arasında ters orantı olduğu, güç mesafesi ile bireyci davranış arasında ise doğru orantı olduğu öne görülmektedir (Sargut, 2001: 156-187). Bu bağlamda taraftar gruplarının bir araya geliş motivasyonlarında bireysel duyguların ötesinde grubun ortak duygusu ve bunun sonucundaki eylemleri ön plândadır. Temel motivasyon ise grubun çıkarları, grup içerisindeki uyumlu karakter birleşimleri, ortak kültür ve geleneğin devamlılığını sağlamaya yönelik davranışlar bütünüdür.

Belli bir duygu etrafında bir araya gelmiş gruplarda ben kimliği ve biz kimliği arasındaki fark hiçbir şekilde birinin ‘doğal’, ötekini kültürel bir yapı olmasında aranmamalıdır. ‘Doğal’ kimlik yoktur. Aradaki fark, ortak kimliğin, kişisel kimlikte olduğu gibi kişinin bedeninin doğal, elle tutulabilirliğine dayanmamasıdır. Ortak kimlik sonuçta sembolik bir biçimlendirmedir. ‘Sosyal beden’, görülebilir, elle tutulabilir bir gerçeklik olarak yoktur. O bir imge, bir hayâlî büyüklük, bir sosyal yapıdır. Ama bu hâliyle gerçekliğin ta kendisidir. Ortak kimlik ya da biz kimliği dendiği zaman bir grubun yarattığı ve üyelerinin özdeşleştiği imge anlaşılır. Ortak kimlik, söz konusu bireylerin özdeşleşmeleriyle ilgili bir konudur. Kendi başına bir ortak kimlikten söz edilemez. Kendini bu kimlikte tanımlayan bireylerin varlığı ölçüsünde var olur. Grup üyelerinin bilincindeki canlılığı ölçüsünde ve onların düşüncesi ya da eylemini etkilediği ölçüde güçlü ya da zayıftır (Assman, 2015: 142). Bu açıdan bakıldığında Çarşı grubu üyelerinin bir araya geldiklerinde bireysel kimliklerinden arınıp ortak bir kimlik oluşturdıkları, sosyal bir bedene büründükleri ve maç boyunca tribünlerde yarattıkları imgelerle özdeşleştiklerinden söz edilebilir. Grubun bir araya gelişindeki BJK taraftarı olma ve gruba ait olma motivasyonu ile güçlü bir ortak kimlikten söz edilebilir.

5.2.1. Grubun Birincil ve İkincil Duyguları

Amerikalı sosyolog Theodore Kemper’a göre duygular sınırsız sayıdadır. İnsanlar ve toplumlar olduğu sürece psikolojik durumlar ve sosyal durumlar farklılaşır dolayısıyla yeni duygular ortaya çıkar. Fakat duygular temelde ikiye ayrılmaktadır. Bunların ilki *birincil duygular* diye aktarılanlar yani; *korku, öfke, depresyon ve tatmindir*. Diğer kategoride yer alan *ikincil duyguların* birincillerin ötesinde olduğu öne sürülebilir. Bunlar; *suçluluk, gurur, minnettarlık ve utançtır*.

Tüm bu birincil ve ikincil duygular olarak kategorize edilen duygular; toplumsal bağların eklenmesi yoluyla farklı etkileşim koşullarına bağlı olarak oluşan sosyal organizasyonun ve toplumsal insanın birer ürünleridir (Kemper, 1987: 276-281).

Çarşı grubu üyelerinin gruba ve takımlarına bağlanma biçimlerini etkileyen birincil ve ikincil duygulara bakıldığında en etkili duygu grubunun ikincil duygular olduğu görülmektedir. İkincil duygular içerisinde yer alan ‘gurur’un grup içerisinde en çok hissedilen duygu olduğu görülmektedir. Gururdan sonra en çok hissedilen bir diğer ikincil duygu ise ‘minnettarlık’tır. Grup üyelerinden Seda Coşkun (KK 12): “Beşiktaşlı ve Çarşılı olduğum için en çok gurur duygusunu hissediyorum; bir gruba bağlı olmanın, birlik ve beraberlik içerisinde hareket etmenin mutluluğunu, böyle bir şeye mensup olmanın gururunu yaşıyorum” şeklindeki ifadesiyle gurur duygusuna vurgu yapmaktadır. Gurur duygusunu hissetmenin sadece takıma duyulan sevgiyle ve taraftarı olmakla ilişkili olmadığı Ali Ekin Enç’in (KK 2) “İyi bir tribün yaptıysanız maçı kaybetmenizin hiçbir önemi kalmıyor yine mutlu ve gururlu oluyorsunuz” cümlesinden anlaşılmaktadır. Tribünde olmak, takımı her koşulda desteklemek ve bu konuda başarılı olmak da bir gurur kaynağıdır. Gurur gibi baskın, motive edici duygunun yanına *utanç* gibi bir duyguyu da yerleştiren Hakan Aydoğan’ın ifadeleri dikkat çekicidir:

“Başarı olunca gurur oluyor. Takım başarılıysa gurur duyuyoruz başarıyla tamamen doğru orantılı bir durum. Ama illa ki kazanmamız hep galip gelmemiz de gerekmiyor biz zaten Beşiktaşlıyız diye gururluyuz bu ayrı bir konu. Ama bazen bizi ilgilendirmese de bizimle ilgisi olmasa da olumsuz bir şey yapıldığında utandığımız da oluyor. Grup olarak hareket etmeyi öğrendiğim yer Çarşı. Olumsuz bir şey olduğunda utanmıyorum demek yok bundan kaçmak yok. Nasıl başarıya sahip çıkıp gururlanıyorsam, olumsuzluğa da sahip çıkmak gerek, utanmak gerek. Bu çok insanî bir durum ama utanacak bir şey yapmıyoruz genel olarak, ara sıra bireysel şeyler hatalar olabilir bu da çok seyrek ve uç zamanlarda olur. Bu da çok normal hayatta hep iyi ve güzel şeyler olmuyor insan doğasının bir gerçeği.”

İkincil duygulardan en etkin olan gururun yanı sıra kendilerini mutlu ettiği ve iyi hissettirdiği için takımlarına duydukları sevgiden kaynaklı ‘minnettarlık’ duygusunu yoğun bir biçimde hissettiğini ifade eden Çarşılılar da mevcuttur (KK 15, KK 21, KK23). Can İrfan Akşar (KK 29) takımına ve grubuna karşı hissettiği minnettarlıkla ilgili şu görüşlerini paylaşmaktadır:

“Hayatın bunca döngüsü içinde; iş yoğunluğu, hastalıklar, ölümler, moral bozuklukları, kötü haberler vs. içerisinde yaşayıp giderken Beşiktaş ve Çarşılı olunca

dünya bir süreliğine cennete dönüşebiliyor. Güzel bir galibiyet elde etmişsek ya da harika bir tribün yapmışsak, arkadaşlarımızla yan yana yürüyüp maçımızı izlemişsek bizden mutlusu olmuyor. O doksan dakikanın tadı hiçbir şeyde bulunmuyor. Hâl böyle olunca bana bunları yaşattığı, hissettirdiği için takımına ve grubuma minnet duymayayım da ne yapayım? Minnettarım... İyi ki Beşiktaşlıyım iyi ki Çarşılıyım...”

Korku, öfke ve depresyon, tatmin gibi olumsuz ifade edilebilecek duyguları kapsayan *birincil duygular* içerisinde ise grup tarafından en çok hissedilenler ‘öfke ve korku’ duygularıdır. Gruptan öğretmenlik mesleğini icra eden bir mensubun ifadelerinde, hissettiği korkunun nedeni görülmektedir:

“Korku var. Buna aslında endişe demem daha doğru olabilir. Meslek icâbı bir durum, öğretmen olduğum için bir rol model olmam gerekiyor bundan kaynaklı insanlara, ailelere, öğrencilere kötü örnek olmak ya da hata yapmak gibi bir korku, endişe taşıyorum. Öfkeli olduğumda yapıcı olmaya çalışıyorum daha akliselim davranmaya çalışıyorum. Öfkemi bastırıyorum” (KK 2).

Bir takım taraftarı olarak öfke ve korku duyguları arasındaki geçişlerine dair bir örneği ise bir başka Çarşılı’nın ifadelerinde nedenleriyle birlikte görülmektedir:

“Yaşımız daha küçükken ve hayata karşı sorumluluklarımız daha az olduğu zamanlarda rakip takıma duyulan öfkeyi rahatça dışa vururdum. Fakat zaman geçtikçe yaşam ve gelecek kaygıları artmaya başladık böylece öfkemizi dizginleyip, korkuya dönüştürdük. Hukuk dışı her hangi bir olayla geleceğimin ya da arkadaşlarımdan birisinin geleceğinin kararması ihtimali beni korkutur” (KK 8).”

Grubun bazı üyelerinin korku ve öfkenin yanında ‘tatmin ve depresyon’ gibi duyguları da hissettiği görülmektedir. Grup içerisinde bazı eksik duygularını bastırarak tatmin olduklarını ifade edenler de bulunmaktadır (KK 5, KK 21). Birincil duygular içerisinde yer alan ‘depresyon’ da grupta rastlanılan bir duygu türüdür. Yaş, eğitim ve meslek grubu fark etmeksizin birçok kişinin depresyonunu, grupta birlikte hareket ederek bir bakıma deşarj olarak ve maçlara giderek bastırmaya çalıştığı görülmektedir (KK 23). Depresyonun grup içerisindeki hissedilme ve üstesinden gelinme biçimine ilişkin olarak Hakan Aydoğan’ın şu ifadeleri bulunmaktadır:

“Örnek veriyorum depresyundayken bu durumumu grupta birlikte aşıyorum. Psikolojik olarak kötü bir hâldeysem, duygusal bir çöküntüdeysem grupta bunun üstesinden gelebiliyorum bunu atlatabiliyorum. Dikkatli bakıldığında insanların hayatlarındaki çöküntüleri grupta birlikte bir süreliğine de olsa untabildikleri görülecektir” (KK 23).

Bu bağlamda duygu ve fikir birlikteliği içerisindeki insanların bir grup oluşturup toplu hareket etmesiyle bireysel duygu durumlarının ve davranış

kalıplarının şekillendiği görülmektedir. Dolayısıyla futbol sahaları ve tribünleri bu biçimlenmenin yegâne mekânlarındandır.

5.2.2. Grubun Motivasyonunu Sağlayan Temel Duygular

Grup üyelerini Çarşı'ya bağlayan temel duyguların; *Beşiktaş sevgisi, dostluk, birlik beraberlik ve aile* gibi hissetmeleri olduğu görülmektedir. Mert Efe (KK 5) bu durumu şöyle ifade eder: “Çarşı büyük bir aile gibidir. Kimimizin annesi, kimimizin babası yok vefat etmiş, kimimizinki de ayrılmış... Fark etmez orada biz bir aileyiz, biriz...” Çarşı'nın meşruiyetini sağlayan ve kuruluş sebebi olan Beşiktaşlılık ve Beşiktaş sevgisi en temel duygu olmakla birlikte, grup içerisindeki birlik ve beraberlik duygusunun perçinlediği aile gibi hissetmek beraberinde de en yoğun duyguyu getirmektedir: ‘aidiyet’. Grup üyelerinin hemen hemen hepsi gruba karşı bir aidiyet duygusu hissettiklerini belirtmişlerdir. Hatta aidiyet duygusu ile yetinmeyip daha fazlasını hissettiğini ifade edenler de mevcuttur (KK 17, KK 24, KK 25). Ömer Şark (KK 11) bunu daha da ileriye götürmüş: “Tam olarak aidiyet değil bir tık üstü tapmak gibi diyebilirim” şeklinde ifade etmiştir. Bunun yanı sıra aidiyeti gruba değil Beşiktaş’a karşı hissettiğini söyleyenler de bulunmaktadır (KK 5, KK 12). Alen Markaryan da (KK 1) şu şekilde dile getirmiştir:

“Aidiyet duygusu çok önemli, Beşiktaşlılık ve tribün bunu besler. Beşiktaşlılık hayat demek benim içi.. Misal, Kapalı Çarşı’da 13 kişinin çalıştığı kuyumcu atölyem vardı, altı kilogram altınla çalışırdık. Beşiktaş’ın peşinde maça koştur deplasmana koştur, Beşiktaş için gitti hepsi... Fedâ olsun! Maddiyatla ölçülemez bu, insanın gözü başka bir şey görmüyor. Bu takıma duyulan hisle kendini takımın bir parçası hissetmekle ilgili. Bu da tam olarak maddî ve manevî olarak aidiyet hissidir.”

Çarşı grubu üyelerini en çok motive eden, grup içerisinde bireysel duygulardan öte topluluk içgüdüleriyle ve sürü psikolojisinin etkisiyle (KK 12) harekete geçiren en önemli duygu; ‘birlik ve beraberlik’ duygusudur. Bunun yanında arkadaşlık, dostluk ve sadakat duyguları da ön plâna çıkmaktadır. Bu duygu durumunu Fatih Güler (KK 7) “Biz olmak, birlik olmak!” sözüyle özetlemektedir. Takım olarak Beşiktaş, grup olarak Çarşı vardır (KK 11) diyen üyelerin, takımlarına ve gruplarına bağlanma biçimlerini belirleyen en baskın duygu ‘fanatiklik’tir. Fanatikliğin yanında belirleyici diğer bir duygu ise ‘özgür hissetme’dir. Bunların yanı sıra ‘holiganizm’ kavramıyla kendisini tanımlayanlar da olmuştur (KK 9). Fanatiklikle ilgili şu bireysel ifadeler yer almaktadır:

“Fanatiklik konusuna gelince, olmamız gereken kadar fanatıgiz. Sarı ile kırmızı ya da sarı ile lacivert renklerini kıyafet kombinlerimde asla yan yana getirmem. Kahvaltı hazırlarken siyah zeytin ve beyaz peyniri özellikle yan yana koyarım. Bunun gibi daha birçok garip takıntılarım vardır. Seyahat ve tatil plânlarımı Beşiktaş’ın maç fikstürüne göre belirlerim. Yeri gelir rakip takımlardan ve taraftarlarından olmaması gerektiği kadar nefret eder ve onlara sinirlenirim. Beşiktaş’la ilgili bir durumu kafama takıp günlerce uyuyamadığımı bilirim. Mağlubiyetle biten bir karşılaşma sonrasında defalarca hüngür hüngür ağladığım olmuştur. Maçların öncesinde birçok kez adak adamışlığım da vardır. Kendim için ve ailem için etmediğim kadar duayı Beşiktaş maçlarından önce ve maç sırasında etmişimdir” (KK 5).

Tüm taraftar gruplarında olduğu gibi Çarşı’da da ‘fanatiklik’ üzerinden motivasyonunu sağlayan ve takıma karşı diğer kişilerden daha yoğun duygular hisseden ya da bu durumu günlük yaşamına yansıtan grup üyeleri bulunmaktadır. Yaşamını takımına göre organize eden ve buna uygun yaşayan insanların sayısı fazladır. Oğulcan Demiray (KK 30) bu durumdan şu şekilde bahsetmektedir:

“Eğer takımın o gün bir maçı varsa benim bunu izlemem için yaşamıyor olmam gerekir. Meşhur pankartımızda olduğu gibi ‘sana gelmediğim gün öldüğüm gündür benim’ Diyelim ki hayat memet meselesi bir durum var hastanedeyim, cenaze evindeyim fark etmez bir yolunu bulur açar telefondan izlerim maçı. İşine gücüne bak, sonra izlersin ne olacak diyemiyorum çünkü o an aklımdan çıkmıyor ve sonraya bırakamıyorum hayat akıyor. Bu fanatiklik sanırım, sanırım değil öyle. Fanatik Beşiktaşlıyım, Çarşılıyım ve bunun kötü bir şey olduğunu düşünmüyorum kimseye zararımız yok. Holiganlık başka bir şey fanatiklik başka bir şey bunun ayrımını iyi bilmek gerek. Bizde yıkmak yok, yakmak yok, kırmak dökmek yok! Sevmek var...”

Grup açısından tüm bu duyguların dışa vurumu çeşitli şekillerde kendini göstermektedir. Bunların en yaygın olanları tribünlerin değişmez dinamikleri olan sloganlar, pankartlar, tezahüratlar ve bestelerdir. Sözlü kültürün fiziksel yapısı sestem olduğu için, söylenen söz insanın içinden gelir ve insanları birbirlerine bilinçli iç yapılar, kişiler olarak bağlar. Birbirine sınıksız bağlı insan kümeleri oluşturulur (Ong, 2007: 93). Bu insan kümelerini statları dolduran tribünlerde görmek mümkündür. Tezahürat burada birleştirici temel unsurlardandır. Futbol gibi yoğun bir rekabetin yaşandığı sporlarda takım tezahüratları önemli bir rol oynamaktadır. Taraftarların onları hatırlayabilmesi ve güçlü olanı yansıtabilmesi için tezahüratların sözleri büyük önem taşımaktadır. Takımları için taşınan duyguları yansıtmaları açısından tezahüratlarda kullanılan metaforlar çok önemlidir. Çünkü metaforlar, bireylerin takımlarına karşı algılarını ortaya çıkarmalarına yardımcı olur (Argan vd., 2020: 7).

Anıl Tuncay (KK 4) bu durumu Beşiktaş tribünlerinin tanınmış bir bestesinin ilk dizesiyle özetliyor: “Sevemez kimse seni benim sevdiğim kadar!” Bir başka grup

üyesi Hakan Aydoğan (KK 25) imece usulü bir üretkenlikten söz ederek herkesin kendince yeteneklerine göre bir şeyler yaptığını ve statları festival alanlarına çevirdiklerinden söz ediyor:

“Çeşitli tezahüratlar üretiyoruz. Müzik kulağı olanlar besteler yapıyor. Kimi sevgilisine söylediklerini Beşiktaş’a söylüyor. Bazılarımız başka yerde göstermediği emeği burada grup içinde takım için gösteriyor, pankartlar yapıyor statlar süsleniyor. Bir festival havası yaratılıyor. Bunlar tamamen Beşiktaş sevgisiyle ortaya çıkan şeyler. İçimizden gelerek yapıyoruz, takımımıza olan duygularımız bizlere bunları yaptırıyor.”

Ali Ekin Enç (KK 2): “Beşiktaş sevgisiyle çok güzel sloganlarımız ve bestelerimiz ortaya çıkmıştır. Unutulmaz pankartlarımız vardır. Hangi görüşten olursak olalım Önce insanıdır sonra Beşiktaşlıyızdır Çarşılyızdır. Örneğin Ecevit vefat ettiğinde onun için pankart açılır, Erbakan Hoca vefat ettiğinde onun için pankart açılır. Farklı siyasî görüşlerde olmamız fark etmez” sözleriyle Beşiktaş sevgisini ve Çarşı grubunu başka bir boyuta taşımıştır. Takım önemlidir evet ama herhangi bir insanî durumda grup olarak ortak hareket edilir ve saygı duyulur. Bu durumlarda fanatizm bir kenara bırakılır.

Fanatizmin yaşla ilişkili olduğunu, zamanla hayattaki önceliklerin yer değiştirdiğini, bunun sonucunda ailenin ve işin öne çıktığını, böylelikle fanatikliğin törpülendiğini Tayfun Karabıyık (KK 8) dile getirmiştir:

“Duygusal olarak hayatımızın her anında Beşiktaş’ı yaşıyoruz. Fakat ailemiz ve iş yaşantımızdan geri kalan vakitte eğer Beşiktaş’ın maçı varsa her zaman ilk tercih Beşiktaş’ın maçıdır. Belirttiğim gibi aileyle ya da işle ilgili bir durum olmadıkça tabi ki her şey yolundaysa. Daha genç yaşlarımızda her şeyden önce Beşiktaş gelirdi fakat olgunlaştıkça durum değişmiştir. Beşiktaş sevgimiz değişmemiştir fakat aile ve işimizin sonrasında gelmektedir. Bunu şöyle anlatabilirim eskiden tam anlamıyla bir fanatiktim ama şimdi duruldum, fanatikliğim yerini sadık bir taraftara bıraktı. Beşiktaş ve Çarşı’ya sevdalı bir taraftar ama dozunda, aşırılıktan uzakta.”

5.3. Çarşı Grubunun Etkileşim Türleri

İnsanlar, yüz yüze ya da dolaylı yollardan irtibat kurmayı gerektiren toplumsal karşılaşmalar dünyasında yaşarlar. Bu karşılaşmalar neticesinde kişinin içerisinde bulunduğu duruma dair görüşünü oluşturan ve diğer katılımcıların kendisini nasıl değerlendirdiğini ifade eden sözlü veya sözsüz davranış kalıplarından oluşan ‘rol’ ortaya çıkar. Kişinin bir iletişim içerisinde direkt olarak ya da dolaylı yoldan bir rol üstlenmesi kaçınılmazdır (Goffman, 2019: 15). Bu durum bireyin

temaslarını yaşadığı toplumla uyumlu hâle getirmenin yollarından biridir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde kişilerin taraftar kimlikleriyle grup oluşumlarına dâhil olduklarında belirli davranış kalıplarını içeren roller üstlendiği ve sosyal bir temasa entegre olduğu ifade edilebilir. Bir kişi tarafından başkalarıyla temas esnasında sürdürülen rol; meşru ve kurumsallaşmış bir roldür. Taraftar da tribünde ve tribünün dışında dâhil olduğu grubun diğer üyeleriyle belli türde bir temas esnasında, bilinen ve görülen vasıfları taşıyan bir etkileşimde bulunur.

Sosyolog Erving Goffman kişilerin belirli bir grup ya da topluluk içerisinde sahip olduğu toplumsal yüz ve rollerine dair şu tespitlerde bulunmuştur (2019: 20):

“Kişinin toplumsal yüzü en özel varlığı, güvenliği ve memnuniyetinin çekirdeği olsa da, bu ona toplum tarafından ödünç olarak verilmiş bir kredidir; bunun değerini bilecek şekilde hareket etmediği zaman geri alınacaktır. Kabul görmüş vasıflar ve bunların yüzle olan ilişkisi her insanı kendi gardiyanı yapar; her insan kendi hücrelerini seviyor olsa bile bu çok temel bir toplumsal baskıdır. Nasıl ki herhangi bir grubun üyesinin öz-saygıya sahip olması bekleniyorsa, onun başkalarına karşı belli bir saygılı olma standardını koruması beklenir; kişinin o ortamdaki diğer kişilerin de duygularını ve yüzlerini korumak için bazı yollara başvurması beklenir; başkalarıyla ve onların hisleriyle duygusal bir özdeşlik kurduğu için de bunu isteyerek ve kendiliğinden yapmaktadır”

Bu açıdan bakıldığında taraftar gruplarının üyeleri, grup içerisinde ‘toplumsal bir yüze’ sahiptir ve buna uygun bir biçimde hareket etmesi gerekmektedir. Grup içerisinde kabul görmek için bunu sağlaması kaçınılmazdır. Öz saygıya sahip olma ve başkalarına saygılı olma durumu da duygusal bir özdeşlik kurduğu insanlardan oluşan grup içerisinde varoluşsal bir gerekliliktir.

Grup içerisinde belirli roller, yüzler ve etkileşim türleri mevcuttur. Buna istinaden *etkileşim türleri* üç başlıkta incelenmektedir:

1. Katılım Yükümlülüklerinin Şartları: Geniş çaplı etkileşimlerde bizzat katılımcılar iki ya da üç kişilik konuşmalarda sahip olamadıkları bir yetkiye sahiptirler. Zira olayların akışına dâhil olacak ne kadar çok katılımcı varsa, ortamın herhangi bir katılımcıya olan bağımlılığı o denli azalır. Her halükârda, genellikle geniş çaplı etkileşimlerde bir grup katılımcının, bir anlığına ana oyunun ve tartışmanın dışında yan oyunlarla meşgul olması ve yan tartışmalar yapmasına izin verilebilir. Tabi bunu yaparken seslerini ve tavırlarını resmî akışa saygı gösterecek şekilde ayarlamaları şarttır.

Bu durum BJK maçı esnasında Vodafone Park stadını dolduran taraftarlar düşünüldüğünde, Çarşı grubunun tribündeki davranışlarıyla eşleşir. Taraftar katılımcı sayısının binler olduğu göz önünde tutulduğunda özellikle kapalı tribündeki aslı yerinde konuşlanan grup diğer taraftarlardan bağımsız fakat daha geniş yetkilere sahiptirler. Diğer taraftar ve seyirci gruplarının aksine maçla daha az ilgilenirler çünkü başarılı ve güçlü bir ‘tribün yapmak’tır ve maçı izlemek çoğu zaman ikinci plânda kalabilmektedir. Bu esnada maçtan kopmazlar bilakis futbolcuları motive etmek ve maçın seyrini olumlu yönde değiştirmek için tezahüratlarıyla, besteleriyle takıma destek olurlar.

2. Konuşma-Benzeri Etkileşim: Bu etkileşimlerde değiş tokuş edilen simgeler, tıpkı sözlü olmayan selamlaşmalarda olduğu gibi sözler değil biçimlendirilmiş jestlerdir ya da kart oyunlarında olduğu gibi bazı hamle türleridir. Bu gibi sözsüz fakat sohbet ve konuşmaya benzeyen etkileşimler yapısal anlamda sözlü etkileşim gibidir, ancak bu etkileşimleri sürdürmek için gereken yeterlilikler, sözlü etkileşimlerin aksine, daha çok kaslarımızın kontrol edilmesiyle ilgilidir.

Bu tip etkileşim türüne de tribünlerde ve grupta sıkça görülmektedir. Tribünlerde grup etkinliği biçimiyle yapılan; bayrak ve pankart şovları, alkışlı destekler ya da Meksika dalgası vb. tribün gösterileri bu kategoride değerlendirilebilir. BJK ve Çarşı grubu açısından spesifik bir örnek ise taraftarların hep birlikte, aynı anda iki elleriyle birden yaptıkları ‘kartal hareketi’dir. Bu hareket BJK tribününde oldukça yaygındır ve dakikalarca iki elin titretilmesiyle sürekli bir biçimde yapılır. Takımın rakip kaleye hücum etmesi ya da metaforik bir tâbirle; kartalın avına saldırması için motivasyon sağlamak amaçlanmaktadır. Maçın kritik evrelerinde grup içerisinde sergilenen ve takıma gol getirmesi için, takımı ateşlemeye yönelik sözlü olmayan; kaslar ve hareketlerle kurgulanan biçimsel bir etkileşim türü örneği olarak gösterilebilir.

3. Odaklanmamış Etkileşim: Odaklanmamış etkileşimlerde, katılım yükümlülüklerinin ortak bir bilişsel ve görsel ilgi odağıyla bağlantılı olarak tanımlanmadığı ifade edilebilir. Tıpkı sohbet etkileşimlerinde zihni meşgul eden insanların bulunması gibi, odaklanmamış etkileşimde de ‘aklı başka yerde olan’ katılımcılar olabilir. Bu kişiler, duruşlarıyla, yüz ifadeleriyle ve fiziksel hareketleriyle o an oradan çok uzakta oldukları hissini uyandırırılar. Aslında sözlü

etkileşimde, kendiliğinden ‘normal’ katılımın adeta istisna olduğu ve bir tür yabancılaşmanın istatistiksel kural olduğu bilinmektedir (Goffman, 2019: 148-153):

Grup içerisinde bu türde ‘odaklanmamış’ bir etkileşimin görüldüğünden söz etmek mümkün değildir. Maça odaklanılmasa dahi grubun kendi iç dinamiğinde bir etkileşim dâima devam etmektedir. Yukarıdaki etkileşim türlerinde söz edildiği üzere tribünlerde desteğin sürdürülebilir olması için bir etkileşimin olmaması ve odak noktasının yani takımın dikkate alınmaması mümkün değildir. Grup ya bedensel becerilerini kullanarak tribün şovlarıyla takımını destekler ya da o an skor sorulsa cevaplayamayacak durumda sahaya sırt dönülmüş bir biçimde olursa dahi yine de takımı ateşler ve bunu grup içindeki etkileşimle sağlar.

5.3.1. Grup İçerisindeki İletişim Türleri

İletişim, kelime yapısından anlaşılacağı üzere işteş bir kelimedir ve en az iki kişi arasında ya da gruplar arasında gerçekleşen ‘gönderici ve ‘alıcı’ arasındaki aktarım sürecidir. Bu aktarım sürecinde duygular, düşünceler, davranışlar, bilgiler vb. kullanılır. Oldukça geniş bir çerçevede ve hayat boyu devam eden bir süreçtir. Dolayısıyla bireyler için iletişim yalnızca gazete okumak, radyo dinlemek, televizyon izlemek değildir. Doğumdan itibaren, ölüme dek geniş bir iletişim ağı içinde yaşamaktadırlar. İletişim, bilgilendirici ve yönlendirici özelliği ile insanların fiziksel, ruhsal, düşünsel tepki ve davranışlarında son derece etkili ve önemli bir rol oynamaktadır (Gönenç, 2007: 88).

İletişim türleri temelde; sözlü iletişim, sözlü olmayan ya da sözsüz iletişim ve yazılı iletişim olmak üzere üç gruba ayrılır. Sözlü iletişim en yaygın görülen iletişim türü olmakla birlikte sözlü olmayan iletişim de oldukça yaygındır. Sözün kullanılmadığı iletişimde ‘beden dili’ öne çıkmaktadır. Kişiler beden hareketleriyle, mimiklerle ve davranışsal yapılarıyla iletişim kurarlar. Birbirleriyle yakın ilişkilere sahip ve birbirlerini tanıyan insanların oluşturduğu gruplarda bu tarz iletişimin kurulması oldukça kolaydır.

Yazılı iletişim de oldukça yaygındır ve bu iletişim türünde temel araç ‘yazı’dır. Yazının gücü ve kitlelere ulaşma kapasitesinin büyüklüğü de bilinen bir

gerçekliktir. Kitap, makale, dergi, gazete, mektup, broşür vb. yazılı iletişim araçlarına örnek gösterilebilir.

Tüm bu iletişim türlerine ek olarak günümüzde ‘dijital iletişim’in de yaygın bir iletişim türü olduğu da bilinmektedir. Çarşı grubunun resmî sosyal medya hesaplarından ya da resmî olmayan çeşitli hesaplardan da geniş kitlelere ulaşılmaktadır.

İletişim türlerinin taraftar gruplarına uyarlanmasında tribünlerdeki karşılıklarına bakıldığında; sözlü iletişimin bestelere, marşlara, sloganlara ve tezahüratlara; yazılı iletişimin pankart ve broşürlere, sözlü olmayan iletişimin ise tribün şovlarına ve taraftar gösterilerine denk düştüğü ifade edilebilir.

Çarşı grubunun iletişim türleri değerlendirmeye alındığında stat dışında dijital, stat içindeyse sözlü iletişimin etkin olduğu söylenebilir. Hakan Aydoğan’ın (KK 25) ifadesinde olduğu gibi: “Genelde sözle iletişim kuruyoruz her insan gibi, konuşarak... Mimiklerle anlaşılabilecek yakınlıktaki insanlar da tabi ki var.” Grup üyeler genel anlamda sözlü iletişime başvurduklarını belirtmişlerdir.

Deniz Demirci (KK 17) ise grup içindeki iletişimi: “Anlık geliyor genelde. Yani çok uzun zamandır insanlarla birlikte ve yan yana olunca tüm iletişim türleri geliyor” şeklinde özetlemiştir. Oğulcan Yaman (KK 16) da bu durumu destekler nitelikte: “Nasıl gerekiyorsa o şekilde iletişim kuruyoruz. Mimikler olsun, tribünde el işaretleri olsun, sözlü iletişim olsun... Tamamını kullanıyoruz diyebilirim” ifadelerini kullanmıştır.

Sözlü olmayan yani sözsüz iletişim türlerinin kullanımı, yıllardır bir arada olan ve birbirini yakından tanıyan hatta kendilerine aile diyen insanların oluşturduğu bir taraftar grubunda yaygın bir biçimde görülmektedir. Ali Ekin Enç (KK 2) bununla ilgili şunları söylemektedir:

“Tribün içerisinde mimiklerle oldukça fazla iletişim kuruyoruz. Sözlü iletişim de var davranışlarla kurduğumuz bir iletişim dili de var. Örneğin iki parmağımızı oval şekilde oynatıyorsak bu besteyi değiştir anlamına gelmektedir ve hemen anlarız. Bir arkadaşımız gür bir sesle bir beste girdiğinde diğer arkadaşlardan daha yüksek yerde duran bir diğer arkadaşımız onu işaret ediyorsa bu, diğer besteye devam edelim şeklindeki yönlendirmesidir ve bunu da hemen anlarız, uygularız.. Avucumuzun içini hafif eğik tutarak göğsümüzden ileriye doğru hareket ettirdiğimizde ise bu

hareket besteyi bitir anlamına gelmektedir ve hemen bitiririz, kısa süreli bir sessizlik olur dinleniriz. Sonra tekrar başlarız.”

Grup içindeki iletişimin sözlü olmayan türü de oldukça yaygındır. Fakat bunun temel nedeni üyeler arasında eskiye dayanan tanışıklık ve kurulan dostluklardır. Özellikle mimiklerle anlaşabildiklerini belirten kişi sayısı fazladır. Bu durumu Latif Şengelen (KK 22): “İletişimimizi her türlü sağlayabiliyoruz. Yıllardır birlikte bir aile ortamındaymışız gibi büyüdüğümüz için mimiklerimizden bile ne demek istediğimizi hemen anlayabiliyoruz” sözleriyle desteklemiştir. Kadir Birge (KK 24) durumu biraz daha ileriye taşımış: “Birbirimize bakmamız bile anlaşabilmemiz için yeterli oluyor” diyerek iletişimi bakışlara kadar indirlemiştir. Burada da temel dinamiğin kişilerin birbirlerini yeterince tanıması olduğu söylenebilir aksi takdirde bu tarz bir iletişimin kurulması mümkün olamazdı.

5.4. Çarşı Grubunun Taraftar Folkloru

Taraftar gruplarının oluşturduğu kitleler çeşitli yaş, eğitim, meslek vb. gruplarına mensup olmalarına rağmen bir takım sevgisi etrafında toplanmış ve duygusal bağlılıkları olan kişilerden bir araya gelmektedir. Bireyleri kitleye dönüştüren temel dinamik bir takımın taraftarı olmalarıdır. Bunun sonucunda meydana getirdikleri gruplarda bireysel özelliklerini ve kişisel farklılıklarını bir kenara bırakarak kitleye uygun bir biçimde topluca hareket etmektedirler. Bu durumda kitle psikolojisinin etkin olduğu görülmektedir.

Psikanalitik kuramın kurucusu olan Sigmund Freud, *Kitle Psikolojisi* adlı eserinde kitlelerin sahip olduğu psikolojiye dair şu ifadeleri kullanmıştır:

“Kitleyi yaratan bireyler, ne türden olursa olsun yaşayışları, işleri güçleri, karakterleri, zekâları birbirlerine ne denli benzerse benzesin ya da birbirinden ne denli ayrılırsa ayrılısın kitleleşme sonucu, yalnız ve yalnız bu nedenden ötürü ortak (kolektif) bir ruh kazanır. Dolayısıyla her biri tek başınayken hissedeceği, düşüneceği ve davranacağından bir başka türlü hisseder, düşünür ve davranır. Öyle duygu ve düşünceler vardır ki, birbiriyle kaynaşıp bir kitle oluşturmuş bireylerde rastlanır ancak ya da söz konusu bireylerde eylemlere dönüşür. Bir organizmadaki hücreler nasıl bir araya gelerek tek bir varlık oluşturmuşsa, psikolojik kitle de bir an için birbirleriyle kaynaşmış aynı türden (heterojen) öğelerin oluşturduğu geçici bir varlıktır” (Freud, 2014: 11).

Bu ifadelerden anlaşılacağı üzere kitlelerin sahip olduğu psikoloji, Freud’un hücre metaforuyla açıkladığı gibi heterojen bir yapıya sahiptir. Ortak bir amaç, duygu, hedef, davranış vb. ekseninde bir araya gelen insanlar bir süreliğine bireysel

psikolojilerinden uzaklaşarak bir arada bulundukları zaman diliminde ortak bir kitle psikolojisine sahip olurlar. Taraftar grupları, dolayısıyla Çarşı da bir BJK maçı esnasında tribünlerde kitle psikolojisiyle hareket eder. Bu bağlamda hareket eden grup ortaya pankart, tezahürat, marş, beste, maç ritüelleri gibi ürünler ortaya çıkarmaktadır ve kendi folklorunu oluşturmaktadır. Grubun binlerce üyesi tribünlerde bir araya gelerek gelenekselleşmiş gösterilerini sergiler ve tribünlerde bir festival havası yaratılır. Bu yapılırken bireysel değil kitlesel bir olgu söz konusudur ve sonucunda ‘taraftar folkloru’ oluşturulur. Tribünlerdeki folklor ile ilgili Tanıl Bora’nın ifadeleri şu şekildedir:

“Pankartla veya tezahüratla rakiplere takılmalar futbol folklorunun vazgeçilmez bir parçasıdır. Tribünler, dünyanın her yerinde halk mizahının futboldaki tezahürüdür. Son derece üretken bir yapıya sahiptir ve yaşamın her alanından sözleri uyarlar ve kendi sloganını transfer eder. Türkiye’de geleneksel halk mizahının bir türü olan atışmanın modern koşullardaki en canlı mecrası tribünlerdir taraftar sloganları ve tezahüratlarıdır” (2006: 151).

5.4.1. Grup Ritüelleri

Ritüel kelimesinin antropoloji, psikoloji, sosyoloji, teoloji gibi bilim dallarında çeşitli anlamları vardır ve bir araştırma konusu olarak ele alınmaktadır. Halk bilimi açısından değerlendirildiğinde geleneklerin oluşumunu sağlayan tetikleyici bir olgudur. Yani bir toplumu oluşturan insanların, halkın geçmişi eskilere dayanan seremonik ve kutsal bir içeriği olan, tekrarlanan ve sistematik davranış biçimlerinden oluşan geleneklere ritüel denmektedir.

Umay Günay’ın tanımlamasıyla ritüeller; yaygın olarak tek katlı medeniyete sahip ilkel toplulukların dinî törenleri şeklinde tarif ve kabûl edilir Bu tarif ve kabul toplumların tarihi ve sosyal gelişmelerinin kronolojisine göre ele alındığında yanlış olmamakla beraber günümüz toplundan açısından eksiktir. Çünkü ritüeller çok katlı medeniyete sahip, gelişmiş, semâvi dinleri kabul eden topluluklarda olduğu kadar ateist toplum ve gruplar arasında da görülen ve yaşanan bir kültür olgusudur. Ritüel, bir örnek üzerine kalıplaşmış davranışlar ve töreler bütünüdür. Sosyal hayat içinde yaşanan kalıplaşmış mânâlı küçük dramlardır. Ritüellerin bazen kaynaktaki fonksiyonları, bazen uygulama yöntemleri ve mekânları kaynaktaki şekilden farklılık gösterir (1995: 2). Rappaport ise ritüeli; yazıya geçirilmemiş, hiç değişmeyen ifadelerin ve belirli şekildeki hareketlerin kesin sıralarla oyuncular tarafından ortaya konulması olarak tanımlanabilir. Ritüel birbirleriyle ilişkili az çok

sabitleştirilmiş kişiliklerin ya da özelliklerin bir bütünü, bir kalıp veya şekil olarak ifade eder (2006: 299). Ritüelin genel ve klâsik anlamlandırılışının yani kutsal ve dinî niteliklerle ele alınışının yanı sıra tıpkı kültür kavramı ve folklor çalışmalarında görüldüğü gibi günümüzde daha geniş kapsamlı ele alındığından söz edilebilir.

Honko tarafından ritüellerin sınıflandırılması şu şekilde yapılmıştır:

1. Geçiş ritüelleri (insanın yaşamında açılan yeni bir dönemi vurgulayan ritüeller)
2. Takvimsel ritüeller
3. Kriz ritüelleri

Çarşı grubunun ritüelleri bu sınıflandırmadaki ‘takvimsel ritüeller’ kategorisinde yer alır. Honko’ya göre takvimsel ritüeller sosyal hayatın ritmini oluşturur. Günümüzde öncelikli amaçların ne olduğunu, hangi normların yürürlükte olduğunu, rekabetin kurallarının ne olduğunu göstererek, toplumun kolektif ve önceden belirlenmiş değerlerini ön plâna çıkarırlar. Grup odaklıdır, tek bir kişinin takvimsel sistemin ritmini oluşturan sosyal zamanların ritmini ya da nabzını kontrol etmesini hâyâl etmek çok zordur. Bu ritüeller tekrarlanan niteliktedir; bunlar kişiyi sosyal ve sosyo-ekonomik çevresine defalarca tekrarlanan ama aynı zamanda yaratıcı bir yolla bağlarlar. Bu ritüellerin önceden bilindiği gerçeği açıktır (2009: 207-218).

Popüler kültürle birlikte oluşturulmaya başlanan ve tekrarlanan davranışlarla birlikte toplumun uyum sağlamaya başladığı yepyeni ritüellerden söz edilebilir. Bebek doğumlarından önce ailelerin gerçekleştirdiği kutlamalar, ailelere verilen hediyeler; düğün ve kına gecesi gibi özel günlerde eski âdetlerden farklı olarak yapılan eğlence türleri ve aktiviteler vb. yeni ritüeller olarak görülmektedir. Dolayısıyla taraftar gruplarının da senelerdir süregelen ritüellerinin olduğu bir gerçektir. Bu durumda ritüelin topluluklarda varlığını sürdürmesinin temel sebebinin ortak bir bellek oluşturmastan kaynaklanır. Ritüel ve bellek arasında organik bir bağ bulunmaktadır ve ritüelin tekrar edilme, uzun zaman dilimlerine yayılabılme gücünü bellekten aldığı söylenebilir. Serkan Köse, ritüel ve bellek ilişkisine dair şu ifadeleri dile getirmiştir:

“Ritüel ve bellek, toplum ve kültür, gelenek ve bilgi arasındaki ilişkiler kümesi, yapısal anlamda birbirini bütünlemektedir. Ritüel, en kısa tanımıyla

tekrara dayalı olarak üretilen davranışlardır. Bu anlamda gelenekle sürekli olarak ilintilidir. Ritüel, toplumun geleneksel kodlarını barındırır. Ritüellerde, toplumun ortak kültürel algı ve tasarımlarını görmek mümkündür. Antropoloji, sosyoloji, teoloji, mitoloji alanıyla ilgilenen araştırmacılar tarafından ritüel, insan ve toplum yapısının, düşünce dünyasının açıklanması için bir araç olarak kullanılmıştır. Ritüel-bellek kavramını, içerisinde geleneksel bilgi, düşünce veya inanç unsurlarını barındıran tekrara dayalı görüntü ve davranışa sahip bir kavram olarak tanımlamak mümkündür. Toplumsal ve kültürel bellekten farkı, yukarıda da bahsedildiği üzere davranış, görünüş ve buna bağlı hissediş temelli bir hatırlama mekanizmasına yönelik olmasıdır. Ritüellerde yapılan hareketin veya davranışın belirli kalıbı vardır. Ritüelin doğasında belirli zaman ve mekân algısıyla biçimlendirilmiş ve sınırlandırılmış bir yapı ve aynı şekilde yapının mekanizmasını işleten işlevler vardır. Ritüel, doğasından koptuğu andan itibaren ritüel olmaktan çıkar. Çünkü ritüel belleği biçimlendiren düşüncenin değişimi kolay olmamaktadır” (2021: 57-62).

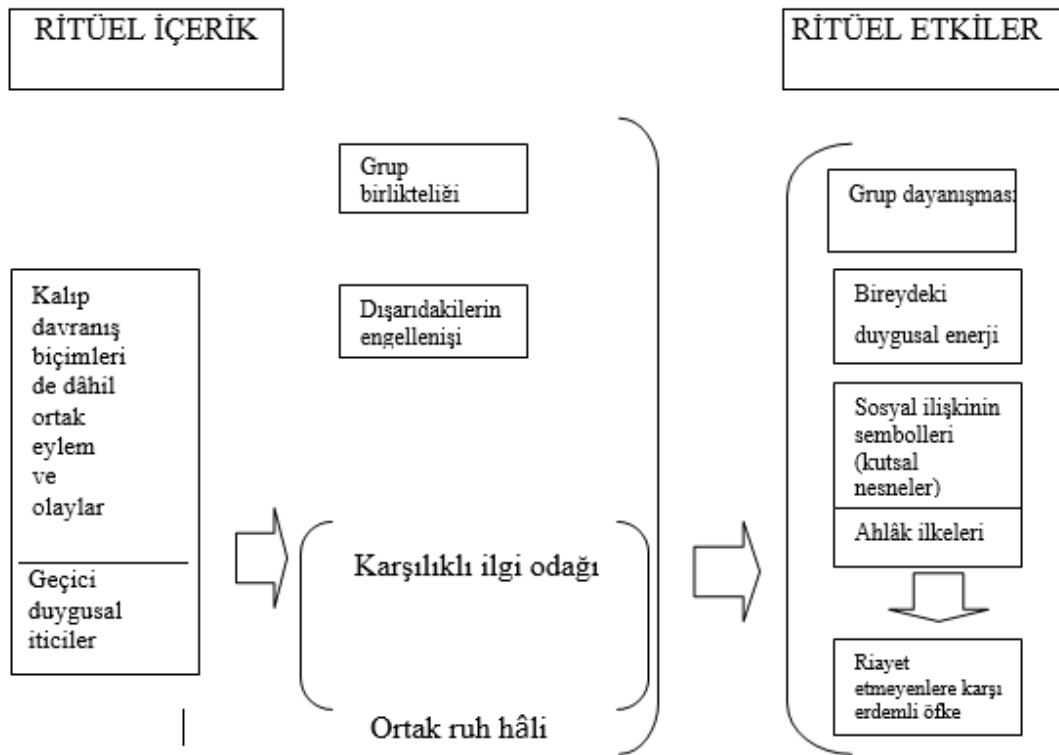
Ortak kültürel ve toplumsal değerlere sahip grupların kendine özgü ritüelleri vardır. Bir takımın taraftar grubunun maç öncesinde, maç esnasında ve sonrasındaki birbirleriyle etkileşimde bulunmasıyla ortaya çıkardıkları ritüeller, özellikle modern toplumda bireylerin topluma karşı yabancılaşmasının aksine futbolun birleştiriciliği özelliğinden kaynaklanmaktadır. Bunun yanında grup içerisinde kendisini özgür hisseden insan, istediği şekilde slogan atıp tezahürat yapabilmektedir, bağımsız olabilmektedir. Grup içerisinde kabul görebilmek için aidiyet duygusuyla yaşayan değerlerini kendi değerleri olarak görür.

Taraftar olma durumu, kent ritüeli içerisinde büyük bir hareket alanı barındırmaktadır. Maçı izlemek isteyen binlerce taraftarın günler öncesinden bilet alması, bilet gişelerinde uzun kuyruklar oluşturması, kulüplerin satış mağazalarından ya da seyyar satıcılardan takımına ait sembolik öğeler satın alması ile başlayan ve statta devam eden bir süreci içerir (Abdürrezzak, 2015: 55). Bu süreç taraftar folklorunun öğeleri olarak görülebilecek ritüeller bütünüdür.

Taraftarların tribünlerdeki tezahüratları; kulaktan kulağa ve ağızdan ağza dolaşan hazır deyiş niteliğindeki kalıplar, ritm katmanının yanı sıra belleğe de destek olurlar. Her deyiş, her düşünce bir ölçüde kalıplaşmıştır çünkü her kelime ve her kelimenin içerdiği kavram bir tür kalıptır. Deneyimlerden kaynaklanan verileri işlemenin değişmez bir yolu olan bu kalıplar; deneyim ve irdelemenin zihinsel düzenlenişini belirler ve belleğimizde yer etmesini sağlar (Ong, 2007: 50-51). Böylece tribünlerde tezahüratlarla ve bellek yardımıyla oluşturulan ritüeller gözlemlenir. Daha geniş bir mânâ ile futbola bir dünya oyunu bir ‘dünya ritüeli’

denilebilir. Stadyumlar da bu büyük ritüellerin sergilendiği mabetlerdir. Yeryüzünde o kadar çoktur ki: Camp Nou, Maracana, Bernabeu, Wembley, eskinin İnönü şimdinin Vodafone Arena'sı vb. Bu stadyumlar sadece futbolun sergilendiği yerler olmayıp başlı başına tarihî, kültürel ve turistik mekânlardır (Hürkan, 2000: 180). Dünyanın dört bir yanındaki futbol seyircisinin belli başlı stadyumlara gösterdiği bu ilginin, takımların popülaritesi ve başarıları ile doğru orantılı olduğu ifade edilebilir.

Statlarda ve tribünlerde taraftar ritüellerinin çeşitliliği düşünüldüğünde, maç boyunca gerçekleşen aktif bir ritüel ve etkileşim ilişkisinden söz edilebilir. Taraftar kitlesinin grup birlikteliğinden kaynaklanan ortak davranış kalıplarıyla gözlemlenen ritüellerin içerikleri ve etkileri, Randal Collins'in aşağıda yer alan 'ritüel-etkileşim' şemasında net bir şekilde görülebilir (2004: 48):



Şekil 5.1. Ritüel-Etkileşim

Collins'in şeması incelendiğinde, ritüellerin içeriğinin temel noktalarının; grup birlikteliğini sağlayan unsurlar da olan, ortak ruh hâlini yansıtan duygusal iticiler ve kalıp davranış biçimleriyle ortak hareket etmek olduğu görülmektedir. Ritüellerin etkisi ise grup dayanışmasında, bireyin duygu durumunda, ortaya çıkarılan

sembollerde ve ahlâk ilkelerinin oluşumunda kendini hissettirmektedir. Bu noktadan hareketle taraftar ritüelleri; taraftar gruplarındaki ortak duygusal motivasyonlarla, grubun birlikte hareket etmesiyle ve takım-grup sembolleriyle oluşturulur. Ritüeller zamanla gelenek hâline gelir ve taraftar gruplarının folklorunu oluşturmadaki temel unsurlardan biri olarak ifade edilebilir.

Jan Assman’a ait bir diğer ritüel şemasında iletişimsel bellek ile kültürel bellek arasındaki ilişki yer almaktadır. Burada iki bellek türü; içerik, biçim, araçlar, zaman yapısı ve taşıyıcılar bağlamında değerlendirilmiştir. İki ritüel arasında en büyük ayrımın; içerik, zaman ve taşıyıcılar arasında görülmektedir. İletişimsel bellekte içerik; bireysel biyografilerden ibâretken, kültürel bellekte efsanevî bir köken aranmaktadır. Zaman karşılaştırılmasında ise iletişimsel bellekte daha kısa ve kısıtlı bir süreyi ifade ederken, kültürel bellekte oldukça uzun bir zamandan efsanevî hatta sonsuz bir zaman diliminden söz edilmektedir. Taşıyıcılar arasında ise diğer kategorilerde olduğu gibi temelde yine zamansal bir mefhum söz konusudur. İletişimsel bellekte canlı tanıkların yer aldığı gruplar, kültürel bellekteyse uzmanlaşmış gelenek taşıyıcıları yer almaktadır (2015: 64):

	İletişimsel Bellek	Kültürel Bellek
İçerik	Bireysel biyografiler çerçevesinde tarihsel deneyimler	Efsanevî köken tarihi, geçmişte yaşananlar
Biçim	Gayri resmî, az biçimlendirilmiş, doğal, iletişimsel alışveriş içinde gelişen, gündelik	Plânlanmış, çok iyi biçimlendirilmiş, törensel iletişim, bayram
Araçlar	Organik belleklerdeki canlı anılar, deneyler, aktarılanların anlatımı	Kesin nesneleştirme, söz, görüntü ve dans yoluyla geleneksel sembolik kodlama, sahneleme
Zaman Yapısı	80-100 yıl, şimdiki zamanla bağlantılı 3-4 kuşaklık zaman ufku	Kesin geçmiş, efsanevî bir geçmiş zaman
Taşıyıcılar	Belirsiz, bir hatırlatma grubunun canlı tanıkları	Uzmanlaşmış, gelenek taşıyıcıları

Şekil 5.2. İletişimsel Bellek-Kültürel Bellek

Assman’ın şeması incelendiğinde; Çarşı grubunun iletişimsel ve kültürel bellek özelliklerini bir arada taşıdığı görülebilir. Grubun kırık yıllık tarihi göz önüne alındığında kuruluşu itibarıyla içerik bağlamında bireysel biyografilere ve tarihsel deneyimlere dayandığı söylenebilir. Fakat bu süreçte kendi efsanelerini ve tarihini oluşturma açısından kültürel bellek doğrultusunda bir yol almaya başlamıştır denebilir. Biçimsel açıdan ele alındığında grup, iletişimsel bellek kapsamında yer

alan gündelik ritüellere sahip olsa da plânlanmış ve çok iyi biçimlendirilmiş törensel bir iletişime sahiptir. Grubun tribün şovları buna örnek olarak gösterilebilir. Araçlar açısından değerlendirildiğinde grubun iletişimsel ritüel özelliklerine sahip olduğu canlı anılara, grup içi ve dışı deneyimlere ve bunların aktarılmasına dayanan bir bellekten söz edilebilir. Zaman yapısı da iletişimsel ritüel bağlamında değerlendirilebilir, grubun kültürel bellek aşamasına gelebilmesi için uzun yıllar gerekmektedir. Fakat grubun amacı da tam olarak bunu sağlamak ve kültürel bellekteki yerini almaktır, şimdiden oluşturmaya başladığı efsaneleri geleceğe taşımaktır. Çarşı grubu taşıyıcılar açısından ele alındığında anlık canlı tanıklarıyla iletişimsel bellekteki yerini almaktadır. Grup üyeleri; ritüelleriyle, taraftar folkloruyla kendi geleneklerini aktarmadaki odaklanma ve çabalarıyla, kültürel bellekteki gelenek taşıyıcı olma rolünü üstlenmişlerdir.

5.4.1.1. Grubun maç öncesindeki ritüelleri

Çarşı grubu, İstanbul'da ev sahipliği yaptığı maçlarda maç gününe erkenden başlamaktadır ve genelde kahvaltıda buluşulur. Buluşulan yerler Beşiktaş semtindeki çeşitli mekânlar, özellikle de Beşiktaş Çarşı civarındaki yerlerdir. Bir diğer buluşma noktaları ise semtteki parklardır: Maçka Parkı, Şairler Parkı ve Abbasağa Parkı en favori toplanma mekânlarından. Toplanmayı daha geç saatlerde gerçekleştiren grup üyeleri ise özellikle Kazan restaurantta, Beşiktaş Çarşı'daki kartal heykeli civarındaki ve balıkçılar çarşısındaki kafelerde, publarda, restaurantlarda toplanarak maça gidiş zamanını beklerler. Maç bileti bulamayan ya da alamayan grup mensupları maçı bulundukları mekânlarda hep birlikte izlerler. Buralarda bir araya gelindikten sonra tezahüratlarla ve bestelerle Akaretler'den Vodafone Park stadına kadar uzanan geniş ve çınar ağaçlı bir yol olan Dolmabahçe Sarayı'nın bulunduğu ve ismini de saraydan alan Dolmabahçe Caddesi'nden kol kola yürünür ve karşılaşma öncesinde tribünlerdeki yerler alınır.

Anadolu yakasından maça gelecek grup üyeleri ise Kadıköy ve Üsküdar semtlerinde buluşarak vapur ve motorlarla Beşiktaş iskelesine giderler. Vapurların ve motorların tüm yolcuları neredeyse BJKlilerden oluşur ve vapurlar, motorlar siyah beyaz renklere bürünür. Motordan motora tezahürat yapılır, bir motordaki taraftarlar 'siyah' derken diğerindeki 'beyaz' diyerek karşılık verir. Deniz âdeta stada, motorlar da tribüne döner. BJK'nin şampiyonluk kutlamalarında da deniz araçları vapurlar,

motorlar ve tekneler sıklıkla kullanılır ve İstanbul Boğaz'ı denizden görkemli ve geniş katılımlı kutlamalara sahne olur.

BJK formaları, atkıları, bayrakları ve Çarşı pankartları ile maçlara gitmek grubun vazgeçilmezleri olmakla birlikte bazı maçlar için grup üyelerince belirli renklerde giyinmek; örneğin bir maçta siyah diğesinde bembeyaz giyinmek gibi sözleşildiği ve buna uygun davranıldığı da görülür.

Deplasmandaki karşılaşmalarda ise otobüsler toplanma noktasıdır ve karşılaşmanın yapılacağı şehre gidinceye kadar otobüs tribüne döner ve yolculuk bitimine kadar bu coşku devam eder. İstanbul'dan giden Çarşı grubu, maçın yapılacağı şehrin yerel Çarşı oluşumu tarafından stat önünde karşılanır ve hep birlikte tezahürat ve bestelerle maçın yapılacağı stada geçilir.

Grup üyelerinin maç öncesindeki ritüellerini anlattıkları paylaşımlardan bazıları şu şekildedir:

“İç saha maçlarında, herkesin buluşma yeri az çok bellidir. Şairler Parkı'nı, Abbasağa'yı, Maçka Parkı'nı ya da Beşiktaş semtindeki ve civardaki meyhaneleri tercih ederiz. Herkes müsait olabildiği en erken vakitte olması gereken yerde olur. Şarkılar, türküler söyler maça ısınırız tıpkı futbolcular gibi... Maç öncesi yorumlarımızı ve değerlendirmelerimizi yaparız; kadro şöyle olmalı böyle olmalı gibi... Sonrasında da maça bir iki saat kala modumuza göre hep birlikte stada yürürüz” (KK 5).

“Maç öncesi ritüellerimiz hangi takımla karşılaştığımıza da bağlı. Galatasaray, Ankaragücü, Fenerbahçe ve Bursaspor gibi takımlarsa sabahın köründe başlarız, kahvaltıyla başlarız toplanmaya. Diğer takımlarla oynuyorsak daha geç buluştuğumuz da oluyor. Abbasağa'da, Şairler Parkı'nda toplanırız. Hava güneşliyse parkta vakit geçiririz. Sonra hep beraber daha yolda kol kola marşlarla ısınarak stada erkenden gidiyoruz. Tribünlerde tezahüratlarla bestelerle heyecanla bekliyoruz maçımızı” (KK 2)

“İstanbul'daysak, Maçka Parkı'nda ya da Şairler Parkı'nda toplanıp marşlar söyleriz sonra stadımıza geçeriz. Maç dışarıdaysa deplasman otobüsünü Şairler Parkı'na, Maçka Parkı'na çeviririz bu da inanılmaz bir coşku...” (KK 12).

“Samimi olduğumuz arkadaşlarla beraber maçtan en az 4-5 saat önce buluşuruz ve kendimizi maça hazırlarız. Nasıl futbolcular maçtan önce antrenman yapıyorlarsa bizim de maç öncesi antrenmanımız budur: birlikte sloganlar atıp tezahüratlar marşlar söyleyip birbirimizi coşturmak. Bunu yaparız kendimizi maça hazırlarız, futbolcular sahada bizler de tribünlerde savaşağız çünkü” (KK 19)

“Maç günü kahvaltıda ya da kahvaltı sonrasında Beşiktaş semtinde şehir dışından gelen arkadaşlarla görüşürüz, hasret gideririz. Maçlar İstanbul dışından gelen Çarşılularla buluşmak için en güzel zamandır. İstanbul'daki

arkadaşlarla hep birlikteyiz zaten maçlar dışında da. Ama dışarıdaki dostlarımızla görüşmek için Vodafone Park maçları çok önemli. Hem takımımızı hem de dışarıdan gelen arkadaşlarımızı evimizde ağırlıyoruz. Buluşmalar gerçekleştirdikten sonra maç saatine doğru kol kola Dolmabahçe'den stada doğru yürürüz. Bu inanılmaz bir duygudur!” (KK 23)

“Maçtan önce genellikle semtteki parklarda ya da mekânlarda toplanırız. Muhabbetimizi ederiz, kritiğimizi yaparız. Alkolünü alacak olan alkolünü alır, namazını kılacak olan namazını kılar sonra hep beraber maçımıza gideriz. Kendimizi kendimizce maça hazırlamış oluruz” (KK 24).

“Anadolu yakasında ikâmet eden Çarşılılar olarak buluşma saati belirleriz, Kadıköy ve Üsküdar iskelelerinde buluşuruz. Hep birlikte vapur seferleri daha seyrek olduğu için motorlarla da karşıya Beşiktaş semtimize geçeriz. 20 dakikalık yolculuk boyunca vapuru Beşiktaş tribününe çeviririz, çok eğlenceli olur bu yolculuk. Sonra Beşiktaş sahilinden hep beraber aynı coşkuyla stada yürürüz sloganlar, besteler, tezahüratlar eşliğinde... Evimize gelmişizdir ve bizden mutlusu yoktur” (KK 27).

“Belli bir yerde toplanırız ve hep beraber hareket ederiz. Maç saatine kadar beraber zaman geçiririz. Stada beraber gireriz, tribünde genellikle aynı yerlerde ve beraber yerimizi alırız. Burada kilit kelime ‘beraber’ her şeyi beraber yaparız” (KK 8).

Grup üyelerinin ifadelerinden hareketle, grubun maç öncesi ritüellerine ilişkin en belirgin tespitin BJK'nin ev sahipliğinde İstanbul Vodafone Park'ta oynanan maçlardakilerin spesifikliği olduğu söylenebilir. İstanbul'daki karşılaşmaların saatler öncesinde Beşiktaş semtinin muhtelif yerlerinde buluşulur. Grup üyelerince yıllardır süre gelen ve toplu olarak Anadolu yakasından stadın olduğu Avrupa yakasına vapurlarla sağlanan ulaşım, parklarda ve çarşıda buluşmalar, maça Dolmabahçe Caddesi'ndeki ağaçlı yoldan yürüyerek sloganlar atarak gitmeler değişmeyen grup ritüellerinden bir kaçıdır. BJK stadının İnönü Stadı'ndan Vodafone Park stadına dönüşmüş olmasına rağmen stadın yerinin stabil kalması bu ritüellerin devamlılığını sağlamıştır.

5.4.1.2. Grubun maç esnasındaki ritüelleri

Maç sırasında genellikle takıma şans ve uğur getirmesi amacıyla yapılan bireysel davranışları ve grup davranışlarını içeren ritüellerdir. Bunlardan en ünlüsü ve sadece Türkiye değil dünya çapında da ses getiren özellikle Avrupa kupası maçlarında Avrupa basınının oldukça dikkatini çeken ve daha önce bahsedildiği üzere Finli akademisyen Meri Kytö'nün de çalışmasında yer verdiği ‘üçlü çektirme’dir. Maçın başlamasına dakikalar kala, sahada futbolcular hatta hakemler son ısınma antrenmanlarını yaparken gerçekleştirildiği için maçın bir parçası sayılır

ve grup tarafından maç esnasında yapılan ritüellerden sayılmaktadır. Önce üçlü ardından başlama vuruşu gelir ve maç başlar. Bu ritüel diğer takım taraftarlarına da ilham vermiştir ve neredeyse maçlarda üçlü çektirmeyen taraftar grubu kalmamıştır. Çarşı'nın efsane hâline gelmiş üçlüsü, yine efsanevî tribün lideri Alen Markaryan ile özdeşleşmiştir.

Markaryan'ın aktarımıyla; efsane 'üçlü çektirme' ritüeli kendisinden de önceye dayanmaktadır. Markaryan bunu tribündeki ağabeylerinden öğrenmiştir daha sonra onunla efsaneleşmiştir. Üçlüyü ilk olarak 1970'lerde kapalı tribünün amigosu Tatava lâkaplı Cengiz abisinde ve Amigo Orhan'da görmüş. Alen ise üçlüye 90'ların başında başlamış. Üçlüdeki 'sus işareti'ni Alen icât etmiş ve sonrasında hep öyle yapılmaya başlanmış. Üçlünün hikâyesini de şöyle anlatmaktadır:

“Kocaeli deplasmanından dönüyoruz, Okyay diye bir çocuk trenin içinde bir oraya bir buraya koşturuyor ve ‘oooo Beşiktaş’ diyor ‘lay lay lay’ diyor. Ali Baba diye bir şarkı meşhurdu o zamanlar Fransızca bir şarkı melodiyi de ondan almış. Sevinçten bir oraya bir buraya koşa koşa söylüyor. O günden sonra üçlüye uyarladık bunu” (KK 1).

Üçlü çektirme ritüeli şu şekildedir: Maçın hemen öncesinde Alen tribünlerin “Alen sahaya üçlü çektir Kartal’a” tezahüratlı davetiyle sahaya iner ve başlangıç vuruşunun yapıldığı sahanın orta noktasına gider. Önce el hareketleriyle tribünleri çoşturur, tribünlerden alkışlar ve “oooooooooooo!” sesleri ellerin sallanması eşliğinde yükselir. Alen işaret parmağını dudaklarına götürür “ssssssssss!” der ve binlerce taraftarı susturur. Seri hareketlerle; önce sağ, sonra sol el aşağıya indirir ve iki elini birden yukarı kaldırır. Beşiktaş Beşiktaş diye bağırdıktan sonra ‘lay lay lay lay lay lay lay oooo oo Beşiktaş’ tezahüratı başlar.

Alen Markaryan üçlü çektirme hissini şöyle anlatıyor:

“Alen üçlü çektir diye hep bir ağızdan çağırıyorlar nasıl bir atmosfer ve ses var statta anlatamam, müthiş bir his bu! Sahaya inince başka bir ruh âlemine geçiliyor o enerji inanılmaz. 40 bin kişi hep bir ağızdan bağıyor. Bütün dünya duruyor sanki o an. İnönü stadı bambaşkaydı bizim için ama Vodafone Park'taki ilk maçımızda da 11 Nisan 2016 tarihinde Bursaspor'la oynadığımız maçta da ritüelimizi bozmadık ve o maçta da sahaya inip 3'lü çektirdim” (KK 1).

Grup üyelerinin maç esnasında hep birlikte ya da bireysel olarak yaptıkları ve takımın gol atmasına, maçı kazanmasına yönelik totemlere bağlı olarak ritüelleşmiş davranışları bulunmaktadır. Özellikle tezahüratlar, besteler ve tribünde yer

değiştirmeler en yaygın olanlarıdır. Maç esnasında gözlerimi kapatırım (KK 12, KK 13) diyenler olduğu gibi, yanımdakine ya da önümdesine vururum (KK 10, KK 11) diyenlerde bulunmaktadır. Maç sonuna kadar BJK ile ilgili hiç olumlu yorum yapmadığını söyleyen vardır (KK 9). Başka örnekler de şu şekildedir:

“Kimisi tribündeki değiştirir, kimisi bir sigara yakar bitinceye kadar gol gelecek der. İslâmi yönü gelişmiş arkadaşlar dua okurlar, zikir çekerler. Bir başkası gözlerini kapatır” (KK 2)

“Kısır bir maçsa ‘yallah cinler yallah kış kış cinler kış kış!’ diye bağırıyoruz, bu işin biraz mizahî kısmıdır. Ben yer değiştiririm, rakip atak yapamıyorsa kollarımı bağlarım biz atak yapıyorsak kollarımı açarım. Örneğin 2020-2021 sezonu şampiyonluk maçımız var ve Göztepe ile oynuyoruz. Maçı evde eniştemlerle birlikte izliyoruz. Eşim balkona sigara içmeye çıktı ve o sırada golü attık, hâl böyle olunca eniştem özür dileyerek eşimi balkona kilitledi, çünkü o dışarıdayken gol oldu ve bu bize uğurlu geldi. Eşim benden alışkın olduğu için garipsemedi tabi. Maç bitince de şampiyon olduk şampiyonluk sevincini yaşarken bi 15 dakika da öyle unuttuk kendisini bu işin komik yanı” (KK 5).

“Tribüne bir bütün olarak baktığımızda örneğin çok gol kaçırıyorsak yani maç istediğimiz gibi lehimize gitmiyorsa hep birlikte ‘kış kış cinler kış kış! yallah cinler yallah!’ diyoruz. Ya da yer değiştiriyoruz statta, alttaysak üste üstteyse alta giderek bu değişikliklerin uğur getireceğine inanıyoruz” (KK 24).

“Normalde sıkışmış maçlarda tıkanmış durumlarda ‘yallah cinler yallah kış kış cinler kış kış’ tezahüratı vardır. Bazen tek tip giyiniriz siyah ya da beyaz giyiniriz. Belli başlı tezahüratlarımız var mesela “kartal gol gol gol!” diye bağırdığımızda gol olacağına inanıyoruz. Bireysel olarak da yağmur yağdığında ‘goller yağmur gibi gelsin’ dediğimde gol attığımızı inanıyorum. Ya da hangi besteyi söylerken gol geldiyse onu tekrar söylediğimizde yine bir gol geleceğine inanıyoruz. Maçı çevirmek için yaptığımız batıl inançlarla da ilgili olsa birtakım ritüellerimiz vardır” (KK 25).

Bu örneklerden anlaşılacağı üzere maç sırasında gerçekleştirilen en büyük ritüel tezahüratta bulunmak ve besteler söylemektir. Tezahüratların ve bestelerin maçın kaderini değiştirdiğine, takımı tetiklediğine ve takıma uğurlu geldiğine inanılmaktadır. En çok karşılaşılan tezahürat “yallah cinler yallah, kış kış cinler kış kış!” tır. Bu uğursuzluğun gitmesi için yapılan bir grup ritüelidir. Maçın iyi gitmediği dakikalarda geleneksel, uğursuzluğun giderilmesi için söylenen bir tezahürat hâline gelmiştir. Bu tezahüratla birlikte şansın takım lehine döneceğine inanılır. Hemen hemen her Çarşılının ifade ettiği ve Çarşı tribününde görülen gelenekselleşmiş bir başka ritüel de maçın 85. dakikasından itibaren maç bitimine kadar söylenen Gündoğdu marşıdır. Maçın skoru ne olursa olsun bu marş o dakikadan itibaren söylenmeye başlanır ve marşın sözleri şöyledir:

Gün doğdu hep uyandık statlara dayandık
Gün doğdu hep uyandık statlara dayandık
Beşiktaş'ın uğruna biz bayraklara dolandık
Beşiktaş'ın uğruna biz bayraklara dolandık

Semtimize kartal semti aşık eder herkesi
Semtimize kartal semti aşık eder herkesi
Üzerimden eksilmesin bayrağımın gölgesi
Üzerimden eksilmesin bayrağımın gölgesi

İşte biz kötü günde hep omuz omuzayız
İşte biz kötü günde hep omuz omuzayız
Övünmek gibi olmasın biz kara kartallıyız
Övünmek gibi olmasın biz kara kartallıyız

5.4.1.3. Grubun maç sonrasındaki ritüelleri

Grubun maç sonrasındaki ritüellerini belirleyen davranış ve duyguların, maçın galibiyetle mi mağlubiyetle mi sonuçlandığıyla yakından bir ilgisi vardır. Maç BJK'nin lehine bittiyse sevinç ve mutluluk duygularının hissedildiği, coşkulu kutlamaların yapıldığı bir atmosfer söz konusudur. Aksi durumda mağlubiyetle biten bir karşılaşmanın ardından deyim yerindeyse grupta bir yas havası hâkimdir. Mutsuzluk, üzüntü bazen öfke hissedilir ve yüzler asıktır. Bu klâsik genel hislerin ve davranışların dışında maçın nasıl bittiğiyle ilgilenmeyen, maç kaybedilse dahi “yenilsek de yensek de taraftarın senle!” sloganındaki gibi bir hâlet-i ruhiyyeye bürünen: “Mağlubiyetin benim için hiçbir önemi yok, önemli olan Beşiktaş ve tribünde olmak” (KK 11) diyen mensuplar mevcuttur. Hatta yenilgi sonrasında ‘taraftar tevekkülü’ne sahip olan: “Yensek de yenilsek de biz hep birlikteyiz. Sonu mağlubiyet de olsa bir maçı daha görebildiğime sevinirim, yine sevinirim” (KK 12) diyen Çarşılılar da bulunmaktadır.

Mağlubiyetle biten bir karşılaşma sonrasında Çarşı, sığağı sığağına takımına destek olmak amacıyla futbolcularını tribünlere çağırır ve onlara moral vermek niyetiyle ritüelleşen bir eyleme dönüşen ‘aldırma kartal’ bestesini söylerler. Sabahattin Ali'nin ‘Aldırma Gönül’ adlı şiirinden esinlenen bestenin geçmişi

1970’li yıllara dayanır ve günümüzde hâlâ söylenmeye devam eder. Bir mağlubiyet sonrasında ortaya çıkmıştır ve sözleri şu şekildedir:

Başın öne eğilmesin aldırma kartal aldırma
Başın öne eğilmesin aldırma kartal aldırma
En büyük sen değil misin
Aldırma kartal aldırma
Aldırma kartal aldırma
Kartal aldırma

Dışarıda yüz bin taraftar
Bir gün ağlar bir gün coşar
Seni bu sesler oyalar
Aldırma kartal aldırma
Aldırma kartal aldırma

Grup üyeleri maç sonrasında maç öncesinde olduğu gibi birlikte geldikleri stattan yine birlikte ayrılırlar. Özellikle galibiyetle biten bir maçın ardından keyifle stattan Beşiktaş semtine yürürler; sloganları ve besteleri yol boyunca dillerinden düşürmezler. Kazan’da, Balıkçılar Çarşı’sında ya da semtin diğer mekânlarında yemeklerini yiyenler, çorbacıya gidenler olur ya da çay bahçelerinde çaylarını içenler... Hava güzelse maç öncesinde olduğu gibi parklarda vakit geçirirler. Galibiyetin verdiği sevinç ve keyifle tribün yorgunu da olsalar birlikte uzun zaman geçirirler. Mağlubiyet sonrasında ise yine birlikte stattan ayrılırlar bazısı grupla biraz zaman geçirir, maç kritiği yapılır ya da hiç konuşulmaz ve hemen evine gider. Bazısı derdini, kederini grubuyla atlatmaya çalışır ve semte gider orada vakit geçirir.

Deplasman maçlarının sonrasındaysa maçın sonucuyla doğru orantılı olarak galibiyet sonrası otobüste bir şenlik havası yaşanır. İstanbul’a dönünceye kadar keyifle yolculuk edilir, molalar verilir. Mağlubiyet sonrasıysa grup cenazeden dönüyormuşçasına sessizliğe bürünür, yol boyunca otobüste sessizlik hâkimdir ve uyuyarak maç düşünülmemeye çalışılır ve yolculuğun bir an önce bitmesi istenir.

Maç sonrası ritüellerine dair Çarşılıların paylaşımlarından bazıları şöyledir:

“Maçtan sonra kesinlikle maçın kritiğini yaparız. Sahadaki futbolu çok izleyemediğimiz için grup olarak tribünde olan şeyleri konuşuruz tartışırız

bunun kritiğini yaparız ‘ tribün kritiğini’ de yaparız. Neyi eksik yaptık ya da neyi fazla yaptık diye tartışırız ana konu tribün olur. Bir dahaki maça daha iyi hazırlanalım diye yaparız bunu bir eksiğimiz varsa giderelim diye. Çünkü takım üzerinde etkimiz kaçınılmaz, takımı ateşliyoruz takıma galibiyet için motivasyon sağlıyoruz tetikleyici unsurlardan biri de Çarşı olarak biziz. Biz de BJK’nin 12. Futbolcusuyuz.” (KK 11).

“Maç sonrası stattan çıkınca o ağaçlı yoldaki üzüntümüz ya da sevincimiz... ‘Yensen de yenilsen de kalbim hep senle!’ bestesinin söylenmesi bir ritüelimizdir ve bu hiç değişmez” (KK 12).

“Birlikte eğlenmeyi severiz üzüntüden bile eğlence çıkarırız. Maçtan yenilgiyle ayrılacak bile neşemizi yerine getirmek için birlikte bir şeyler yaparız sonra evlere dağılırız. O an stresimizi ve üzüntümüzü atamazsak daha kötü oluruz içimizde patlar! Yendiysek zaten bizden mutlusu yok o zamanlarda ayrılmamız ne mümkün gelsin sloganlar besteler... Tribünde doksan dakika bağırmanın gibi bir de semte gider semti inletiriz. Semt zaten maça ve bize çoktan hazırlanmıştır her mekânda siyah beyaz bayraklar olur. Her yerde BJK formalı insanlar, Çarşı karnavala dönmüş... Gürültüden konuşmalar duyulmuyor dünyanın en mutlu gürültüsü bu... Sonra gelsin keyifle yenen yemekler, içilen içkiler çorbalar, çaylar...” (KK 25)

“Genelde maç sonlarında Kazan’da ya da parkta toplanıyoruz Şairler Parkı’nda. Parktaysak çayımızı sigaramızı içip sohbetimizi ediyoruz maçın kritiğini yapıyoruz. Tribünde görüşemediğimiz arkadaşlarımızla bir araya gelip hasret gideriyoruz hasbihâl ediyoruz. Kazan’daysak de demleniyoruz yine hasret gideriyoruz. Semtte ve mekanlarda her yer BJK bayraklarıyla donatılmış oluyor. Formalarımız atkılarımızla orda oluyoruz, ne tarafa dönsek baksak BJK formalı insanlar görüyoruz kendimizi evimizde hissediyoruz. Maçı kaybetseysek unutuyoruz böylece, BJK sevgimiz ve birlikte olmak üzüntümüzü bastırıyor. Maç sonrasındaki en güzel ritüelimiz budur, ne olursa olsun dostlarla buluşmak” (KK 17).

“Maç galibiyetle bittiğinde içimiz içimize sığmaz coşkuyla küçük bir çocuk gibi oynaya oynaya semtimize geçeriz. Ağaçlı yolda yürürken caddeyi inletiriz, arabalardaki insanlar da kornalarıyla bize eşlik ederler. Maç güzel bitmiştir maç sonrası eğlenceyle geçer ve bütün hafta moralimiz yüksek olur. Diğer maça kadarki modumuz pozitifdir ve yüksektir. Bir sonraki maçın sonucu diğer haftaki modumuzu belirler. Bir pankartımızda da dediğimiz gibi: Beşiktaş iyiyse biz de iyiyiz!” (KK 5).

“Stattan yenilsek de yensek de tezahüratlarla ve marşlarla çıkarız. Çünkü her duruma uygun tezahüratımız da bestemiz de bulunmaktadır. Maçın kritiğini yaptığımız gibi tribünde yaptıklarımızı konuşuruz, tribünün de kritiğini yaparız. Maç sonrasının Çarşı’nın değişmez ritüeli tribün kritiği yapmaktır Biz de sonuçta tribünde takım için efor sarf ediyoruz ve elimizden gelenin en iyisini yapmaya çalışıyoruz. Eve gittiğimde de mutlaka maçın özetini izlerim ve tribünleri bir de o şekilde görmek, dinlemek, analiz etmek isterim” (KK 19).

Yukarıdaki ifadelerden anlaşılacağı üzere maçın galibiyetle bitmesi Çarşı grubu için önemlidir ve tribündeki emeklerinin karşılığını almıştır. Bunun sonrasında semtte sürdürülen bir festival havası söz konusudur. Bir de derbiden ya da

UEFA, Şampiyonlar Ligi maçından galibiyetle ayrılınmışsa semtteki şölen havası kat be kat fazla olur. Mağlubiyet sonrasındaysa grup üyelerinin en sık görülen ortak davranışları; maç hakkında konuşmamak, genel anlamda futbolla ilgili konuşmamak, ya da kimseyle bir süre konuşmamak şeklinde olur. Takıma duyulan sevgide ve bağlılıkta asla bir azalma olmaz. Burada üzüntüden kaynaklı konuşmamak üzerinden bir sessiz ortaklık söz konusudur. Hakan Aydoğan (KK 25) buna dair bir örneği şöyle anlatmıştır:

“UEFA’da Lyon’a penaltılarla elendiğimiz maçta sabaha kadar dolaşmıştık semtte. Stat ışıkları sönmüştü biz hâlâ stadın etrafındaydık, ayrılamadık bir türlü. Suskunduk, kimseden çıt çıkmıyordu. Ama hepimiz aynı davranıyorduk sessiz bir anlaşıma yapmışız gibi...”

Bu ifadelerden hareketle maç sonrasındaki ritüellerin maçın skoruna göre ve grup üyelerinin duygu durumlarına bağlı olarak değişkenlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla maçın galibiyetle ya da mağlubiyetle bitmesine bağlı olarak grup üyelerinin hissettiği coşkunun, kızgınlığın ya da üzüntünün maç sonrasındaki ritüelleri direkt etkilediği yargısına varılabilir.

5.4.2. Çarşı Grubunun Folklor ile İlişkisi ve Gelenek Aktarımı

5.4.2.1 Çarşı Grubunun Folklor ile İlişkisi

Beşiktaş’ın halkın takımı olduğunu iddia eden Çarşı’nın halk bilimi ile ilişkisi kaçınılmazdır. Tribünleri besleyen kaynak; taraftar kitlesinin mensubu olduğu milletin, yaşadığı coğrafyanın kültürün, geleneği ve göreneği dolayısıyla folklorudur. Türkiye Cumhuriyeti’nin en eski ve köklü kulüplerinden olan BJK’nin taraftar grubu Çarşı da gerek Türk kültüründen gerekse Türk halk biliminden fazlasıyla etkilenmektedir. Anadolu’nun, İstanbul’un ve Beşiktaş semtinin kültürel kodlarını taşımaktadır.

Folklorun Çarşı grubu üzerindeki etkisinin görüldüğü yerler ekseriyetle tribünlerdir. Taraftarların kendilerini ifade ettikleri mekânlar olarak statlar ve ifade araçları olarak kullandıkları tezahüratlar, sloganlar, marşlar, besteler ve pankartlardır. Dolayısıyla folklorun yansımaları da en çok tezahürat, beste ve pankartlarda görülmektedir. Ferhat ile Şirin Hikâyesi’nden esinlenen bir pankart ya da halk ozanları Âşık Veysel ve Neşet Ertaş türkülerinden sözlerin yer aldığı bir pankart buna örnek gösterilebilir. Bunların yanı sıra tribünlerde sözlü ve yazılı olarak

atasözlerine ve Ramazan ayında ise mânilere yer verildiği görülmektedir. Mâniler okunurken tıpkı Osmanlı zamanındaki Ramazan akşamlarında olduğu gibi davulların kullanıldığı görülmektedir.

Folklorun Çarşı tezahüratlarındaki yansımalarından biriye 2006 yılındaki CSKA Sofya-BJK maçında, Yunus Emre'nin sözlerinden oluşan 'Sordum Sarı Çiçeğe' ilâhisini kendisine uyarlamasıdır. Doğaçlama olarak söylenmiş ve maçın etkisiyle ortaya çıkmış bir tezahürat olduğu sözlerinden anlaşılmaktadır:

Sordum sarı çiçeğe
Neden edilir bu laf?
Çiçek eydur, Derviş Baba
Sahasında maç kazanamazdur

Yine sordum çiçeğe
Evet ama kazanur
Çiçek eydur: derviş baba
Sen yunus değil misin?

Çarşı'nın türkülerden etkilenerek çok sayıda beste yaptığı bilinmektedir. Türküleri hiç uyarlamadan özüne uygun bir biçimde söylediği durumlar da olmaktadır. 2 Aralık 2018 tarihinde BJK'nin ev sahipliği yaptığı Vodafone Park'ta oynanan Beşiktaş-Galatasaray derbisi 1-0 Beşiktaş'ın lehine sonuçlanınca Çarşı, statta bir kına gecesi havası estirmiş ve Galatasaray taraftarını hep bir ağızdan 'Yüksek Yüksek Tepelere' türküsüyle evlerine uğurlamıştır:

Yüksek yüksek tepelere ev kurmasınlar
Yüksek yüksek tepelere ev kurmasınlar
Aşrı aşrı memlekete kız vermesinler
Aşrı aşrı memlekete kız vermesinler
Annesinin bir tanesini hor görmesinler
Annesinin bir tanesini hor görmesinler
Uçan da kuşlara malum olsun
Ben annemi özledim

Hem annemi hem babamı
Ben köyümü özledim

Galibiyet sonrasında bir düğün coşkusu yaşayan grup, bunu kına gecesi geleneğinden esinlenerek işin içine biraz da mizah katarak yansıtmıştır.

Çarşı'nın en bilinen bestelerinden biri Türk sanat müziğinin en sevilen şarkılarından biri olan 'Sevemez Kimse Seni' uyarlamasıdır:

Sevemez kimse seni
Benim sevdiğim kadar
Sevemez kimse seni
Benim sevdiğim kadar
Beşiktaş sen olmasan
Yaşamak neye yarar
Beşiktaş sen olmasan
Bu dünya neye yarar
Her gün seni düşünür
Her an seni yaşarım
Seni sevmekten değil
Kaybetmekten korkarım

Tribünler takımlarına sevgilerini hep bir ağızdan bu besteyi söyleyerek ifade ederler. Grup, ülkesinin türkülerinden esinlendiği gibi klâsik musikîsinden de esinlenmiştir. Çarşılının halk bilimi ve grup arasındaki ilişkisine verdikleri örnekler şu şekildedir:

“Bizim tribün liderimiz Alen Abi Ermeni kökenli bir Türk vatandaşıdır. Yahudi de var inanamazsınız ama Amerikalı ve İngiliz de var aramızda. İngiltere’de yaşayan bir İngiliz abimiz var maça gelip gidiyor. Alevi ve Sünni herkes var. Rahmetli Serdar Abi’nin cenazesinde Alen Abi ile namaz kıldık. Ölüm, cenaze, düğün hep beraberiz ve bu durum bizi zenginleştiriyor. Bir arada olmamızı ve birbirimize saygı duymamızı sağlıyor. Geleneğimiz mozaik yapımızdan besleniyor. Türk insanının ve kültürünün kucaklayıcılığı, birleştiriciliği grubumuza yansımıştır. Misafirperverliğimiz, yardımseverliğimiz göreneğimizden gelir, böyle gördük ve böyle de yaşıyoruz” (KK 2)

“Tribünümüzde etnik kökeni farklı bir sürü kişi vardır. Herkesin dini, ırkı farklı olabilir. Bizim için önemli olan yanımızdaki arkadaşımızın karakteridir.

Birbirimizin yöresinden ve geleneklerinden bir şeyler öğreniyoruz. Birbirimize saygı duyuyoruz” (KK 8).

“Bestelerimizi halk türkülerimizden ve Türk sanat müziğimizden uyarlıyoruz çok bestemiz vardır bu şekilde. Folklorla organik bir bağımız vardır diyebilirim” (KK 9).

“Biz düğünde, cenazede bir aile gibiyizdir ve ona göre davranırız birlikte oluruz yan yana dururuz. Âdetleri yerine getiririz. Birinin çocuğu olursa ziyarete gideriz. Slogan ve pankartlarımızda atasözlerinden ve mânilerden yararlanırız. Sanki atalarımız biz tribünde kullanalım, söyleyelim diye atasözlerini, mânileri ya da türkülerini söylemişler gibi geliyor bana” (KK 11).

“Çarşı dediğiniz oluşum halktır zaten dolayısıyla halka ait her şey tüm bilgiler Çarşı’yı etkiler ve besler folklor da halk gelenekleri de bunun içerisinde” (KK 16).

“Tribünlerin hepsi folklordan beslenir. Bazen mehter marşı söyleriz mesela bazen İzmir marşını söyleriz. Çeşitliliğimiz bir zenginliktir ve özelliğimiz de budur” (KK 24).

“Çeşitli insanların bir araya geldiği bir oluşum olduğumuz için her etnik kökenden ve kültürden insanlar var. Mozaik bir taraftar grubu olduğumuzdan halk kültürümüz zengindir, çeşitlidir ve kesinlikle folklordan besleniriz bunu da tribüne yansıtırız” (KK 25).

“Bizim tribünümüzde türkülerimizden esinlendiğimiz bestelerimiz söyleniyor. Pankartlarımızda atasözlerimiz var deyimlerimiz var bu halk mizahının tribüne yansması, rakiplerimize mesajımızı bu şekilde iletiyoruz. Bizim sazımız sözümüz bestemiz pankartımız” (KK 28).

“Çarşı halkın takımıdır. Halk biliminden ayrı düşünülmesi mümkün değildir. Hepimiz ülkemizin, yörelerimizin kültürünü taşıyoruz. Annelerimizden öğrendiğimiz iyi dilekleri, duaları takıma diliyoruz. Nenemizden kötülük yapan insanlar için duyduğumuz bedduları ediyoruz maçımızı kötü yöneten hakemlere. Halaylar çekiyoruz güzel bir maç sonunda, türküler söylüyoruz. Mânilerden esinlenilmiş tezahüratlarımız var. Galibiyetler düğündür, mağlubiyetler cenazedir bizim için” (KK 30).

“Çarşılı birçok esnaf arkadaşımız var. Semtte esnaf olan ya da semt dışından esnaflık yapan arkadaşlar arasında bir dayanışma vardır. Ahilik geleneğimize benzeyen bir gelenektir bu esnaf arasında yardımlaşma, birbirine destek olmak ve belirli bir ahlâk çerçevesinde hareket etme... Hem Çarşı hem esnaf olunca bu durum kendiliğinden ortaya çıkıyor. Türk halkının kök salmış kültürel gelenekleri, folkloru bizde hâlâ yaşamaktadır ve bunlardan vazgeçmeye niyetimiz yoktur” (KK 27)

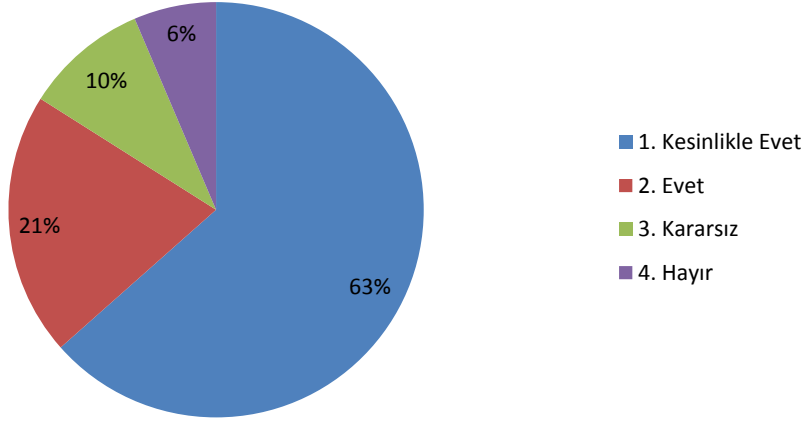
“Grubumuzda halk kültürünün etkisi çeşitli şekilde hissedilir. Benim vereceğim örnek şu olabilir, maçı kazanmak için uğur getirsin diye muska yaptırıp maça boynunda muskasıyla gelen arkadaşlarımız var. Bu bir inanış, işe

yarar yaramaz ben bilemem ama insanlar bunu yapıyor. Totemlerimiz zaten çok fazla hem grup olarak hem de bireysel olarak. Kötü gidiyorsa maç hemen ‘Kış kış cinler kış kış! Yallah cinler yallah!’ demeye başlıyoruz hep beraber” (KK 15).

Çarşı grubu üyelerinin büyük bir kısmı grubun halk bilimi unsurlarından beslendiğini ve

tezahürat, beste ve pankart gibi ürünlerinde de bu etkinin izlerinin açıkça görüldüğünü ifade etmişlerdir. Grup üyelerine yöneltilen “Çarşı grubunun halk bilimi/folklordan beslendiğini düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen cevapların yüzdelik oran grafiği aşağıda yer almaktadır. Grafikten de anlaşılabacağı üzere Çarşı ile folklor arasında bir ilişki kurmayan üye sayısı oldukça azdır. Folklordan beslenildiğini düşünenlerin sayısı ise çoğunluktadır. Nitekim grup üyelerince verilen örnekler de bu düşüncüyü doğrulamaktadır. Beşiktaş’ın halkın takımı olduğu ve Çarşı’nın da bu doğrultuda bir grup olduğu ifade edildiğinden, grubun halk kültürüyle ve halk bilimiyle ilişkisinin kaçınılmaz olduğu ve halk bilimi unsurlarından; türkülerden, mânilerden, halk hikâyelerinden, atasözlerinden halk mizahından, ilâhilerden, halk inanışlarından vb. etkilendiği görülmektedir. Folklor unsurlarından yararlanılması grubun üye yapısının çeşitliliğinden, semt oluşumundan kaynaklı yerel ve mikro düzeyde ilişkilere sahip olunmasıyla bağlantılıdır. Grup içerisinde yalnızca ulusal düzeyde bir etkileşim ve iletişim türünden bahsetmek mümkün değildir.

Çarşı Grubu Folklordan Besleniyor mu?



Şekil 5.3. Çarşı Grubu-Folklor İlişkisi Grafiği

5.4.2.2. Çarşı grubunun gelenek aktarımı

Gelenek kelimesi, Batı dillerine Latince ‘traditionem’ sözcüğünden geçmiştir ve kökü ‘tradere’dir. Kelime anlamı itibariyle bilgiyi aktarma mânâsına gelmektedir (Williams, 2016: 386). Aynı kelimenin Türkçe’deki karşılığı ise ‘gelmek’ fiilinden türetilmiştir ve anane ile aynı anlama gelmektedir. Gelenek ile ilgili olarak Sedat Veyis Örnek’in ifadelerine bakıldığında; geleneklerin toplumdaki sosyal normların önemli bir bölümüne kaynak oluşturduğu görülmektedir. Toplumda kuşaktan kuşağa geçen kültür varlıkları ve mirasları; alışkanlıklar, bilgi ve beceriler gelenek kavramı bağlamında değerlendirilmektedir. Gelenek, bir kuşaktan diğerine aktarılan bilgi, yaşam biçimi, tasarım ve inançları kapsamaktadır (2016: 178). Bu doğrultuda geleneğin oluşmasında aktarılan bilgi ve bu bilginin nereden, ne şekilde tasarlandığı önem kazanmıştır. Bu durum geleneği sınırlı bir tasnif alanından çıkarır dolayısıyla halk biliminin, yapılandırılmış ve güncel araştırma alanları ile bağlantısı kesilmemiş folklor ve halk tanımlarına ‘gelenek’ de eklenmiştir.

Tahir Alangu’nun⁴⁸ ifadelerine göre:

“Halkın hayatında sürekli ve aralıksız olarak gelenek türeten, birleştiren ve yeni gelenek formları yaratan bir ‘cevher’ vardır. Halk kültürü varlığı ancak

⁴⁸ Ayrıntılı bilgi için bkz. Alangu, T. (2021). Türkiye Folkloru El Kitabı, İstanbul: YKY, ‘Gelenek ve İlerleme’ Bölümü, (464-469).

bunun aracılığı ile halka bağlı gelenek kaynaklarına, gelenek ihtiyaçlarına kök salar ve işler. Böylelikle yeni gelenekler yaratılır” (2021: 464).

Alangu’nun ifadesinden hareketle Çarşı’nın taraftar folklorunda yeni gelenekler yarattığından söz edilebilir. Çarşı grubu kurulduğu günden bugüne yaklaşık kırk yıllık bir süreçte, gerek tribünde gerekse tribün dışında kendine özgü bir kültür ve gelenek oluşturmuştur. Kuruluş yıllarında doğduğu semt olan Beşiktaş ve Beşiktaş Çarşı’nın kültürünü günümüze kadar taşımıştır. Önceleri birkaç yakın arkadaş, semt çocuğu, esnafı diye adlandırılan ve sınırlı sayıda kişi ile çıkılan yolda gittikçe kalabalıklaşmışlardır. Grubun taraftar skalası semt dışından İstanbul’a, ardından Türkiye geneline ve son olarak da dünya çapına yayılan bir biçimde genişlemiştir. Dolayısıyla bu geniş zaman ve alan içerisinde belirli ritüeller, yazılı ve sözlü ürünler çerçevesinde ‘Çarşı kültürü’ ve ‘Çarşı geleneği’ denilebilen; grubun kendisiyle özdeşleşen; slogan, pankart, tezahürat, marş, beste, faaliyet ve sosyal yardım kampanyalarını oluşturmuştur.

Grubun tribünde ve tribün dışında gelenekselleşmiş uygulamalarından biri olan ve Çarşı’yla özdeşleşen; tribün liderinin sahaya inip gerçekleştirdiği ‘üçlü çekirme’ ritüeli başka birçok taraftar grubu tarafından da uygulanmaktadır. Bunun yanı sıra grubun sahip olduğu toplumsal ve sosyal hassasiyetler dolayısıyla gerçekleştirmiş olduğu yardım organizasyonları da bir gelenek hâlini almış ve grupla özdeşleşmiştir. Grupla anılan belli başlı bir başka Çarşı geleneği de grup üyelerinin tribün içinde ve dışında kurmuş olduğu ağabey-kardeş ilişkileridir. Grubun tribün lideri Alen Markaryan (KK 1) bu durumu şöyle anlatmaktadır:

“Çarşı’da çok net bir ağabey kardeş ilişkisi vardır. Maç öncesi bir araya gelip çayımızı kahvemizi içeriz, bilirsiniz ki kırk yıl hatırı vardır... Anılardan bahsederiz, geçmişimizi hatırlarız, bu birliktelik önemlidir. Bu sadece tribünle sınırlı kalmamıştır tribün dışına da taşmıştır. Hâl böyle olunca bana 7/24 herkes ulaşıyor. Bir şeye ihtiyacı olan, yardım isteyen telefonla ulaşıyor ya da işyerime geliyor. Bu da Çarşı’nın duruşundan kaynaklı bir durum. Yardım kuruluşu gibi hareket etmesinden ve duyarlılığından kaynaklıdır. İnsanlar bunu benimsedi ve sevdi Çarşı bu güveni verdi insanlara. Sadece Beşiktaşlılara değil herkese...”

Grup üyelerinin Çarşı’nın geleneğine ve kültürüne dair aktarımları şu şekildedir:

“Çarşı’daki gelenek, Türkiye’de hiçbir tribün grubunda olmadığı kadar yoğundur. Çarşı 1982’de kurulmuş olsa da, kültürü bundan daha öncelere dayanmaktadır. Neticede Çarşı’yı kuran insanlar yine bu tribünün bir

parçasıydılar ve belli bir kültür hâkimdi. Bir tribün grubu olarak kurulsaydı da, kurulduğu zaman itibarıyla Türkiye’de apolitik olmanın pek mümkün olmadığı senelerde kurulmuştur ve bu bağlamda aslında özellikle kurucu ekibin bir çoğu benzer siyasî görüşe sahip insanlardan oluşmaktaydı. Bugünse her görüşten her inanıştan her çevreden insanın bir çatı altında toplandığı bir hâl olsa da, kuruluş yıllarından bugünlere gelen bir geleneği bulunmaktadır ve hala devam etmektedir. Bu gelenek nedir dersiniz; vicdanlı ve adaletli oluşu derim. Bazı şeyler zaman içerisinde değişime uğramış olsa da, temel değerleri ve geleneği devam etmektedir. Grup içerisinde yazılı olmayan birçok kural vardır” (KK 5).

“Mesela birçok tribünde Galatasaray’da, Fenerbahçe’de, Bursaspor’da tribün reisi vardır, bizde yoktur. Hiyerarşik yapımız tabii ki vardır fakat bizde ‘abi’ vardır. Bizden bir yaş iki yaş büyük herkes abimizdir, küçük herkes de kardeşimizdir. Çarşı’da şöyle bir gelenek var: Diğer tribünlerde reisin söylediği kanun kabul edilir. Bizdeyse abinin söylediğine mantıklıysa uyulur, mantıklı değilse dediğini yapmayacak bir sürü insan vardır. Saygı ve sevgi çerçevesinde davranılır bunda asla bir eksiklik yoktur ama zorlama da yoktur hoşgörü vardır” (KK 2).

“Dostluk, abilik, kardeşlik... Çarşı’nın temel değerleridir ve yıllardır süregelen geleneğidir. Bunun yanında Anadolu’daki okullara, fakire fukaraya, ve sokak hayvanlarına yardım etmek bizim dayanışma ve yardım geleneğimizin bir göstergesidir.” (KK 3).

“Her tribünün kendi geleneği ve kültürü vardır. Diğer tribünlerde tribünün liderinin söylediği söz kesinlikle tartışmaya açık değildir. Bizde durumlar biraz daha farklı. Tamamen lidere bağlanma diye bir şey yoktur. Doğru olanı yapmak vardır. O an geldiğinde doğru olan, liderin söylediğiyle ters düşüyorsa, doğru olan yapılır”

(KK 8).

“Çarşı’nın birleştirici bir kültürü vardır. Sağcısı solcusu; Türk’ü, Ermeni’si bir çatı altında toplanırız.” (KK 10)

“Grubumuzda abilik kardeşlik ilişkisi vardır. Birbirini ezmeme, birbirine sahip çıkma vardır. Dostluk vardır. Bizim en kıymetli geleneğimiz, göreneğimiz budur” (KK 13).

“Çarşı, önce Beşiktaş’ın sonra da her canlının hakkını savunmaya çalışır. En önemli geleneği budur ve bu hiç değişmemiştir. Gerek tribünde gerekse dışarıda her zaman kendi kültürüyle var olmaya devam edecektir” (KK 23).

“Çarşı’nın kendine özgü bir kültürü vardır; asi, farklı ve isyankâr bir tabiatı vardır. Grupta her dinden, her ırktan, her görüşten insan vardır. Abilerimiz, kardeşlerimiz, dostlarımız kimse kimseye karışmaz herkes birbirine saygı duyar, kimse yargılanmaz Bizim en bilinen geleneğimiz budur. Turnikeden geçince herkes kimliğini dışarıda bırakır, statıda tek bir kimlik vardır: Beşiktaşlılık...” (KK 24).

“Grubun kendi geleneği vardır, öncelikle semt kültürüne sahiptir. Bir defa Türkiye’nin neresinde olursanız olun Beşiktaş’ın maçına gitmek için Beşiktaş’a gelmeniz gerekiyor. Kartal heykelini görüyorsunuz, Süleyman

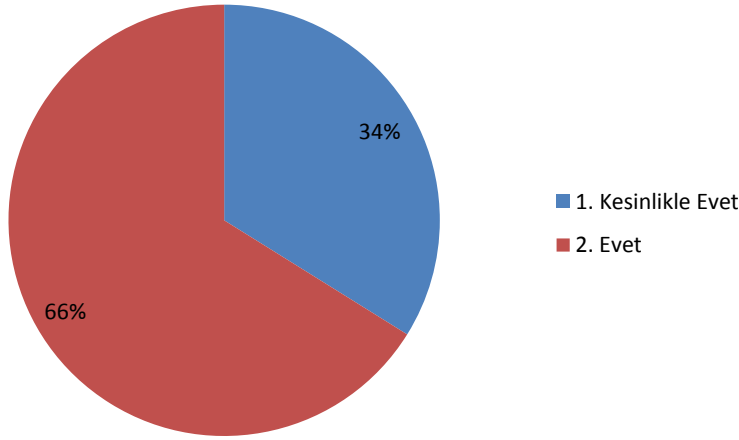
Seba'nın yaşadığı yerleri görüyorsunuz. Beşiktaş'ın caddelerinde Beşiktaş efsanelerinin isimlerini görüyorsunuz. Mesela Şairler Parkı vardır. Parkın girişinde Süleyman Seba'nın heykeli vardır ve caddenin ismi Süleyman Seba caddesidir. Semt havasını soluyunca kültür ve gelenek oluşmuş oluyor, devam ettirilmiş oluyor. Bu bizim övündüğümüz bir durum diğer takımlarda olmayan budur, farkımız kültürümüzdür, semt takımı olmamızdır” (KK 2).

Grup üyelerinin ifadelerden anlaşılacağı üzere Çarşı'nın geleneği ve kültürü konusunda üzerinde en çok durulan nokta; gruptaki hiyerarşinin dahi bir hoşgörü ve esneklik çerçevesinde oluşturulmasıdır. Diğer tribünlerde olduğu gibi mutlak bir reis otoritesinden söz edilemez. Üzerinden durulan bir diğer husus da grubun kültürel olarak mozaik bir yapıdan oluştuğu; her inanıştan, sosyal çevreden, siyasî görüşten insanın bir araya geldiği ve Beşiktaşlılık ve Çarşılılık çatısı altında toplandığıdır. Bu durum grupta bir hoşgörü kültürünün oluşmasını sağlamıştır.

Çarşı'nın bir semt grubu olması, semt kültürünün getirdiği gelenekleri taşımasını da beraberinde getirmiştir. Grupta dayanışmanın ve yardımlaşmanın yüksek düzeyde olduğu, Beşiktaş taraftarlığının dışında insanî ilişkilerin de kuvvetli bağlarla kurulduğu görülmektedir. Ağabeylik-kardeşlik geleneği sürdürülmektedir. Buradan hareketle Ahilik geleneğine benzer bir Beşiktaşlı ve Çarşılı esnaf dayanışmasından da söz edilebilir.

Çarşı ve gelenek ilişkisinden hareketle, aşağıda yer alan grafikte Çarşı üyelerine: “Çarşı grubunun bir geleneği ve kültürü var mıdır?” Sorusu yöneltilmiş ve alınan cevaplar yüzdelik oranlarla belirtilmiştir. Görüşme yapılan tüm grup üyelerinden istisnasız olumlu yanıt alınmıştır. Çarşılılar grubun kendine özgü geleneği ve kültürü olduğu noktasında hemfikirdirler. Yüzdelik oranlar doğrultusunda ‘kesinlikle evet’ veya ‘evet’ diyenler grafik yardımıyla belirtilmiştir.

Çarşı Grubunun Geleneği ve Kültürü Var Mıdır?



Şekil 5.4. Çarşı Grubu Gelenek-Kültür Grafiği

Çarşı grubu üyelerinin BJK taraftarı olmaları genel olarak çocukluk yıllarına dayanmaktadır. Küçük yaşlardan itibaren siyah beyazlı renklerle tanışmışlardır. Arkadaş, akraba, komşu etkisiyle BJK taraftarı olanların yanı sıra kimsenin etkisinde kalmadan bireysel olarak Beşiktaşlılığı seçmiş kişiler de bulunmaktadır. Fakat grubun büyük bir kısmı babalarının teşvikiyle BJK taraftarı olmuştur burada baba faktörü oldukça önemlidir. Babadan oğula bir taraftarlık aktarımı gibi düşünülebilir. Alen Markaryan da bu kişilerden biridir ve Beşiktaşlı oluşunu şöyle anlatmıştır:

“Beşiktaşlılık çocukluğumdan gelen bir tutku, babamdan geliyor ve kendisi sıkı Beşiktaşlı. Kurtuluş son durakta oturuyoruz ev küçücük babamın maç anılarını dinliyorum. Bir gün beni de maça götürüyor, 5-6 yaşlarındayım ve gidiş o gidiş... 10 yaşında Bağlarbaşı'na taşındık o yaşta Cemil Turan'ın jübilesine gittim, Beleştepe'de⁴⁹ izledik bilet falan yok. Stadın harika bir akustiği var, o gün bugün takımın hastası olduk. Tribünde emek var alın teri var, ben vitrine çıktım sadece. Herkesin emeği var 79'dan 80'lerden beri. “

Çarşı'da genelde babadan öğrenilmiş ve etkilenilmiş bir Beşiktaşlılık söz konusudur. Birer Beşiktaşlı genç veya yetişkin hâline gelmiş Çarşılılar; maç ritüellerini, marşlarını, tezahüratları, bestelerini vs. çocuklarına ya da küçüklerine öğretme konusunda oldukça aktiftir. Tıpkı kendilerinin babalarından, ailelerinden ve tribündeki ağabeylerinden öğrendikleri gibi...

⁴⁹ Eski İnönü Stadı'nın Taksim tarafına bakan kısmında yer alan, numaralı ile yeni açık tribünü arasında kalan, deniz tarafındaki kalenin ve yarı sahanın görülmediği, maçları ücretsiz olarak izlemek isteyen taraftarların konuşlandığı tepeye verilen ad.

Çarşı üyelerinin bu öğretilere dair aktarımları şu şekildedir:

“Ben Çarşı ile ilgili her şeyi ve Çarşı’dan öğrendiklerimi Beşiktaşlı öğrencilerime öğretiyorum. Kendileri de öğrenmek istiyorlar ve bana soruyorlar oldukça hevesliler. Ben de seve seve onlarla paylaşıyorum. Bu bir nevi el vermektir; tribün adabı ve tribüncülüğü öğretmek. Sizden öncekiler böyleydi siz de buna uygun davranın, bunları öğrenin derim. Sonuçta biz de bunları ağabeylerimizden öğrendik.” (KK 2)

“Atkı nasıl takılır kardeşime öğrettim, keza birçok bestemizi de öğrettim. Daha 4-5 yaşlarındayken hepsini ezbere biliyordu. Küçük yaşta aşılama gerek hem takım sevgisini hem de tribünün tadını almasını sağlamak gerek. Sonra zaten kopamıyorsun gerisi geliyor kendiliğinden” (KK 5).

“İnşallah çocuğum olunca öğreteceğim. Kırkını çıkarınca stada götüreceğim. Tribüne giden Beşiktaş’ın sevdalısı Çarşı’nın gediklisi insanlar çok farklı yerlerden doktoru da var akademisyeni de, pazarcı, balıkçısı da, iyi huylu kötü huylusu da... Çocuklar bunu kendileri öğrenecek, bizzat yaşayarak ve görerek... Bizler aracılarsınız, yol göstericileriz...” (KK 12).

“Çarşı’nın yıllar yılı bu şekilde bizlere kadar geldiği aşikâr. İnsanlar birbirlerinden çok şey öğrenmiştir. Bizden sonra da bu şekilde ilerleyeceğinden eminim. ‘Babamdan kalan miras, oğluma olan borcum’ bizim sloganımızdır ve bunu çok iyi anlatır” (KK 23).

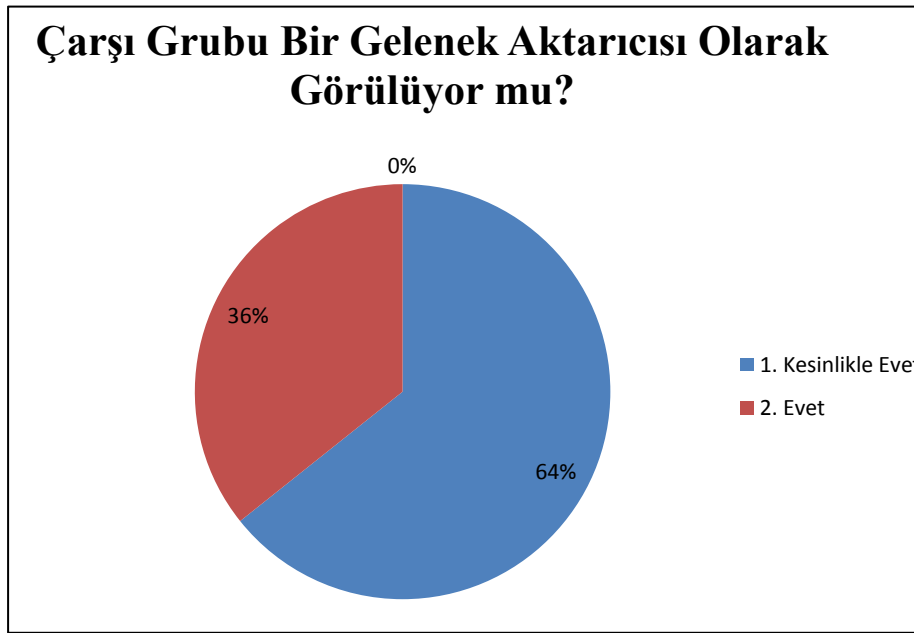
“Şu an 1 yaşında bir kızım var ona Beşiktaş marşlarını dinletiyorum. Kadın futbol maçına da götürdüm, bir Beşiktaş havası alsın dedim. İlk maçıydı devamı gelecek, Vodafone Park’ gideceğiz daha. Küçüklükten aşılama gerekiyor, alıştırmak ve öğretmek... Meşhur ağaçlı yolda; Dolmabahçe’den stada kadar çocuğun omzundayken yürümek, maça gitmek hepimizin hayalidir. Ben de bunu gerçekleştireceğim” (KK 24).

“Çarşı olarak, ne biliyorsak, yaşıyorsak küçüklerimize öğretiyoruz. Tecrübelerimizi aktarıyoruz. Çeşitli yaş gruplarından insanların bir arada olduğu bir grubuz, maçla alakalı bir karar alınıyorsa herkes buna uyum sağlıyor. Maçlardaki besteler güncel duruma göre değişiyor. Geçmişten günümüze zamanına göre uyum sağlıyor diyebiliriz. Örneğin bizden önceki nesiller Ferdi Tayfur, Müslüm Gürses şarkılarını bestelere uyarlamışsa şimdilerde bizim dönemimizde pop şarkıları olabiliyor. Bundan sonra rap revaçta mesela bunlar uyarlanabilir. Gençlerin işinin zor olduğunu düşünüyorum ama biz elimizden gelen yardımı sağlarız ellerinden tutarız” (KK 25).

Çarşı’nın kurulduğu yıllardan itibaren sahip olduğu tribün içi ve tribün dışı geleneklerinin grup tarafından oldukça önemsendiği, sahip çıkıldığı ve gelecek kuşaklara aktarılması için gençlere ve çocuklara öğretildiği görülmektedir. Bu noktadan hareketle Çarşı grubunun semt oluşumu olması ve semt kültürünü taşıması; maç öncesi, sırası ve sonrasındaki ritüelleri; grup içerisindeki etkileşim ve iletişim türleri; folklor ile olan ilişkisi ve folklordan etkilenmesi vb. unsurlar Çarşı geleneğinin aktarımı olarak görülmektedir. Kırk yılı aşkın bir süredir devam eden ve

Türkiye içindeki ve diğer ülkelerdeki taraftar gruplarını da etkileyen Çarşı geleneği, grup üyelerinin ifadeleriyle her zaman yaşatılmak istenmektedir ve yaşatılmaya devam edecektir. Bu nedenden Çarşılar gruplarını Beşiktaş sevgisini, taraftarlığını ve tribüncülüğünü sonraki Beşiktaşlı ve Çarşılı nesillere taşıyacak bir gelenek aktarıcısı olarak görmektedir.

Aşağıdaki grafikten de anlaşılacağı üzere, grup üyelerine yöneltilen: “Çarşı grubunu sizden sonraki nesile bir gelenek aktarıcısı olarak görüyor musunuz?” sorusuna grup üyelerince verilen yanıtların tamamı olumlu olmuştur.



Şekil 5.5. Çarşı Grubu Gelenek Aktarımı Grafiği

Çarşı'nın grup geleneğini kurulduğu günden bugünlere taşıdığı ve gelecek nesillere de aktaracağına dair hemfikir olan grup üyelerinin, oldukça önem verdikleri Çarşı geleneği ve bunun devam ettirilmesine dair ifadeleri şu şekildedir:

Alen, Çarşı'nın tribün lideri olarak şu ifadelerde bulunmuştur: “Tribünde yetiştik, tribünde de yetiştirdik, bir nevi el verdik emek verdik... İlk önce bizim ağabeylerimiz tribündeydiler sonra bizlere devrettiler, biz de şimdi gençlere bırakıyoruz bu bir bayrak yarışıdır. Değerlerimize sahip çıkmamız gerek ve değerlerimizi ancak bu şekilde yaşatabiliriz. Senelerce emek verdiğin alın terinle, etinle, butunla... Beşiktaş tribünün en güzel özelliği jenerasyonlar arası bağın hiç kopmamasıdır. Taa 1980'lerden itibaren yeni jenerasyon hep takip etti hiç kopmadı.

Oğulları devam etti insanların, babadan oğula geçti tribün ve o bağ hiçbir zaman kopmadı. Bu çok kıymetlidir...”

“Çarşı ve Çarşı geleneği hep yaşasın istiyorum ve bu yüzden tüm bildiklerimi aktarmaya çalışıyorum. Biz bu trenin son vagonlarıyız diyordum, bizden öncekilerin bayrağını aldık devam ettiriyoruz bayrağı taşıyoruz. Bizden sonraki çocukların bunu devam ettirebileceğinden kuşkuluydum fakat çok iyi çocuklar var ve yetişiyorlar. Örneğin UNIBJK (üniversiteli Beşiktaşlılar) çok iyi durumda harika öğrenciler, gençler var. Bizim zamanımızda öğrenciliğimizde tribün anlamında bu kadar iyi değildi, Piknik yapan bir gruptu. Bu nedenden ben UNIBJK’de yer almadım hiç Çarşı’daydım hep ama UNIBJK Çarşı ruhunu taşıyan çocuklardan oluşuyor. Ümitliyim onlardan...” (KK 2).

“Geleneklerimiz tabi ki aktarılacaktır ve aktarılıyor da... Bizden önce var olan ve senelerdir süre gelen bir kültürü şimdi bizden yaşça küçük Çarşılılarda da aynı hırsla, şevkle yaşarken görüyoruz. Bu bizi çok mutlu ediyor bunda hepimizin emeği var. Türkiye’de futbol var oldukça Beşiktaş da olacak, Beşiktaş var oldukça da Çarşı... Beşiktaş sokakta oynasın kaldırıma çıkar destekleriz” (KK 5)

“Çarşılı bir baba ve öğretmen olarak, hem öğrencilerime hem de kızıma geleneğimizi, göreneğimizi aktarıyorum. Yani Beşiktaşlı olan öğrencilerimle Beşiktaş’ı konuşuyoruz, Çarşı’yı konuşuyoruz. Bu çağda o kadar çok yeni şey var ki çocukların ve gençlerin ilgisini çeken, bizim zamanımızda böyle değildi biz sokakta futbol oynardık sonra maçlara gitmeye başladık. Şimdi şartlar ve durum farklı her şey çok çabuk değişti; genç neslin ilgisini çekmek için bizim çaba göstermemiz gerek yoksa unutulur gider. Bunu istemeyiz ve tüm çabamız bunun için” (KK 24).

“Çarşı 40 yıllık bir oluşum. 20’li yaşlarında grubun içinde yer alan bir şu an 60’lı yaşlarındadır demek. Bizim böyle ağabeylerimiz var tribünlerde, hâlâ grubun ve Beşiktaş’ın peşinde, torunuyla maça geliyor. Dolayısıyla durmayan, bitmeyen devamlı yeni nesile de aktarılan bir durum söz konusu. Bizden sonraki gençler de bizden öğrendiklerini, gördüklerini kendi kültürleriyle birleştirecekler ve böyle böyle devam edecek. Bence Beşiktaş var oldukça Çarşı grubu da var olacaktır” (KK 25).

“Çocukluğundan beri tribünlerde olan, Çarşı’nın kokusunu alan ve içinde yer alan biri olarak şunu diyebilirim ki; o kadar güçlü bir ağabeylik, kardeşlik, dostluk, vefa ilişkisi vardır ki bugünlere gelinebilmiştir. Semtte başlayan dostluk ve taraftarlık bu sayede ülke geneline yayılmıştır, dünya çapında tanınmamıza sebep olmuştur. Bu bizim en güçlü geleneğimizdir” (KK 28).

“Çarşı kırk yıllık tarihi boyunca nice yeniliklere öncülük etmiştir ve bunun yanında nice geleneklerini de bugünlere taşımıştır. Gelenekle yeniliği beraber yaşatan bir gruptur. Çağa ayak uydurmayı da gayet iyi bilir. Gündemi takip eder, teknolojinin yeniliklerinden faydalanır sosyal medya kullanımı bunun örneğidir, güncel besteleri, sloganları da buna örnektir. Vicdan, adalet, dayanışma, dostluk gibi değerleri de kurulduğu günden beri hep vardır ve hiç değişmemiştir” (KK 30).

Bu ifadelerden hareketle grubun ‘gelenek aktarımı’ ile ilgili genel yaklaşımı; grubun gelenekleri, Çarşı’nın kurulduğu günden bugüne üyeleri tarafından nasıl aktarıldıysa bundan sonra da aynı şekilde aktarılacaktır. Kırk yıl önce Çarşı grubu nasıl kurulduysa ve bugüne dek var olduysa gelecekte de var olacaktır, şeklindedir. Grubun sahip olduğu geleneklerin aktarımı aynı zamanda ‘z kuşağına’, ‘alfa kuşağına’ öğretilmesi gereken bir ödev olarak görülmektedir. Grup üyeleri ilk önce kendi ailelerinin içinde çocuklarına, ardından tribündeki ve çevrelerindeki genç üyelere Beşiktaş sevgisini ve Çarşı’nın sahip oldu maddî ve manevî değerleri aşılayarak, Çarşı geleneğinin devamlılığı amaçlamaktadır. Gelenek aktarımının Çarşı grubu üyelerinin hassasiyetle üzerinde durdukları ve bilinçli bir şekilde hareket ederek sürekliliğine önem verdikleri bir husus olduğunu ifade etmek gerekir.

6. SONUÇ

Halk biliminin çalışma konusu olarak halkı, halkın kültürel ve işlevsel üretimlerini ele almasından kaynaklı zengin bir malzemesi bulunmaktadır. Dolayısıyla halk bilimciler multidisiplinel bir çalışma metoduna sahip olmak durumundadır ve araştırmalarını sürdürürken antropoloji, sosyoloji, tarih, edebiyat, psikoloji, coğrafya, teoloji, hukuk, tıp gibi bilim dallarıyla dirsek temasında bulunur. Bu durum Dundes'in folkloru; kültür içerisinde oluşan 'organik bir fenomen' olarak tanımlamasıyla ve Alangu'nun değişmekte olan koşullar, hayat ve kültür ekseninde güncellenen 'dinamik folklor' kavramıyla örtüşmektedir. Bunun sonucunda folklorun araştırma sahası köy, kasaba ve kırsal demografiden kentlere yönelmiş, kendisine atfedilen sınırlı alanlardan yeni mecralara açılmıştır. Folklor bu yeni rotasında ilerleyip keşiflerde bulunurken, pusulası olan temel araştırma yöntem-metotlarından ve bağlamından kopmamıştır.

Folklorun araştırma sahası ve çalışma konularının çeşitliliği yeniden tanımlanan halk kavramıyla birlikte yeni bir ivme kazanmıştır. Bu noktada yerel ve ulusal düzeyde birleştirici bir gücü barındıran, uluslararası boyutta etkinlik alanının sınırları oldukça geniş olan ve kitleleri peşinden sürükleyen futbol, halk bilimi açısından incelenmeye değerdir. Futbolun en popüler spor dallarından biri olması; sosyal, kültürel ve ekonomik koşulları etkileyebilme gücünü taşıması birçok bilim dalının ilgisini çekmiş ve popüler bir araştırma nesnesi hâline gelmesini sağlamıştır. Futbolun halk bilimine araştırma konusu olabilecek en zengin malzemesi bir halk kitlesi olan 'tarafar' ve halk bilgisi ürünleri olarak görülebilecek tarafar üretimleri ekseninde 'tarafar folkloru'dur. Türkiye'de halk bilimi alanında 'tarafar folkloru'na dair yüksek lisans ve doktora tezi düzeyinde akademik bir çalışmanın henüz yapılmamış olması, bu tezin ortaya çıkış noktasını oluşturmuştur.

Türklerde sportif faaliyetler, Türklerin kültürel yapılarındaki iki temel olgudan; göç ve savaştan beslenen, tarihi oldukça eskilere dayanan bir geçmişe sahiptir. Türkler bozkır kültürünün etkisi, göçebe yaşam tarzı ve sıklıkla yaptıkları savaşlar neticesinde sürekli surette çevik, güçlü ve bedensel yetkinliklere sahip olmak durumunda kalmışlardır. Bu durum güreş, okçuluk, atıcılık, avcılık, binicilik, gürz ve topuz kullanma, ağırlık kaldırma, cirit, kılıç gibi birçok geleneksel Türk sporunun

doğuşuna zemin hazırlamıştır. Geleneksel Türk sporlarının içinde yer almamasına rağmen futbolun izleri, Kaşgarlı Mahmut'un Divanü Lûgat-it Türk adlı eserinde görülmektedir. Dolayısıyla futbolun Türk tarihindeki prototipine 11. yüzyılda rastlandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bundan dokuz yüzyıl sonra Türk tarihinin resmî olarak kurulan ilk spor kulübü Beşiktaş Jimnastik Kulübü olacaktır. BJK ve taraftar grubu Çarşı; spor yönetimi, spor sosyolojisi, pazarlama, halkla ilişkiler, reklamcılık, siyaset bilimi, işletme, ekonomi gibi alanlarda yapılan akademik çalışmalara konu olmuştur ve Çarşı, halk bilimi çalışma alanına da eklenerek folklor-taraftar grubu ilişkisini inceleyen bu tezde verimli bir kaynak oluşturmuştur.

Tezin kuramsal çerçevesini belirlerken halk biliminin bir alt dalı olan uygulamalı halk biliminden ve bağlam merkezli kuramdan yararlanılmıştır. Uygulamalı halk bilimi, folkloru 'halk hayatı' kavramını entegre ederek araştırma sahasını yeniden yapılandırıp, genişletmiş ve alana inovatif bir katkı sağlamıştır. Bağlam merkezli kuramdan yararlanırken, Alan Dundes'in 'halk' tanımıyla birlikte başlayan 'grup folkloru' temel alınmıştır. Dan Ben Amos'un farklı sosyal gruplar içerisinde bir folklorun oluşabileceği hipoteziyle ve Amerikalı sosyolog Gary Alan Fine'in her grubun kendi kültürünü ortaya çıkardığı teorisiyle grup folkloru ile ilgili çalışmaları yapılmaya başlanmıştır. Grup folklorunun yanı sıra iş sebebiyle bir araya gelen grupların oluşturduğu 'meslek folkloru' üzerine yapılan çalışmalar da yine Amerikalı sosyolog Robert McCarl'in çalışmalarıyla şekillenmiştir. Bu tip grup folkloru çalışmaları 'taraftar folkloru'nu bağlam merkezli bir kuramsal çerçeveden değerlendirilerek grup folkloru içerisinde ele alınmasına olanak sağlamıştır.

Folklorcuların geleneksel ve statik halk bilimi konularının dışındaki çalışmalarında dahi sıklıkla başvurdukları bir yöntem olan 'alan/saha araştırması' ve alan araştırmasının 'görüşme/mülâkat' metodu tezin teknik altyapısını oluşturmuştur. Bu noktada Beşiktaş semti, semtin çeşitli mekânları, parkları ve Vodafone Park stadı tezin belli başlı araştırma sahalarıdır. Kuramsal çerçevenin ve araştırma yönteminin birleştirilmesiyle BJK Çarşı grubunun bir 'taraftar folkloru'na sahip olduğu hipotezi, teorik ve pratik açıdan iki yönlü temellendirilmiştir.

Çarşı grubu üyelerinin gruba bağlanma biçimlerini belirleyen duygusal motivasyonları, birincil duygular; korku, öfke, depresyon, tatmin ve ikincil duygular;

suçluluk, gurur, minnettarlık ve utanç üzerinden şekillenmiştir. Elde edilen veriler sonrasında grup üzerinde birincil duygular kategorisinde tatmin, ikincil duygular kategorisinde ise gurur duygusunun ağır bastığı ve grupta hissedilen öncelikli duygular arasında yer aldığı tespit edilmiştir. Grup içerisinde sosyal organizasyonun, birlikte hareket etmenin getirdiği kişisel tatmin ve BJK taraftarı olmakla duyulan övünçten kaynaklanan gurur; birlik-beraberlik ve dostluk kavramlarını da güçlendiren parametreler olarak görülebilir.

Futbol, taraftarlık ve taraftar grubu olguları ekseninden bir inceleme yaparken taraftar gruplarını fanatizmden uzak bir yerde konumlandırmak pek mümkün gözükmemektedir. Nitekim Çarşı grubu üyeleri BJK'ye ve gruba karşı hissettikleri aidiyet duygusuyla birlikte kendilerini büyük ölçüde fanatik olarak tanımlamakta ve gruba bağlanma biçimlerinde fanatikliğin etkisinden söz etmektedirler. Grubun gündelik yaşam önceliklerinde ve plânlamalarında İstanbul'daki ve deplasmanlardaki BJK maçlarının aktif rol oynadığı ve birincil önem taşıdığı görülmüştür. Fakat yaşla birlikte fanatiklik ile takım-aile arasındaki sıralamanın ters orantılı bir biçimde şekillendiği ifade edilebilir. 20'li yaşlarındaki bir Çarşılı için BJK günlük yaşam pratiklerinden, işinden hatta ailesinden de önce gelmekteyken yaşının ilerlemesiyle önem sırasında; eşinin, çocuğunun, ailesinin ve iş düzeninin takımının önüne geçtiği fakat BJK sevgisinden bir eksilmenin görülmediği söylenebilir.

Tüm bu duygu durumları grup içerisinde belirli davranış kalıplarının oluşmasını, grup içi etkileşim ve iletişim türlerinin şekillenmesini sağlamıştır. Goffman'ın; katılım yükümlülüklerinin şartı, konuşma benzeri etkileşim ve odaklanmamış etkileşim şeklinde kategorize ettiği etkileşim türleri Çarşı grubunda da görülmektedir. Özellikle geniş çaplı katılımlarda kitlesel birlikteliklerin oluşturduğu ve belirli yükümlülükleri taşıyan üyelerin uyumlu ve bütüncül hareket etmelerine dayanan bir etkileşim türü mevcuttur. Tribünler, sahip olduğu taraftar grubuyla bu durumun görülebileceği en ideal mekânlardır. Maç esnasında binlerce Çarşılı futbol izlemenin dışında kendi iç dinamiğindeki davranışlarıyla; 'tribün yapmak' ya da 'tribüncülük' diye adlandırdıkları beste, tezahürat, marş, slogan, pankart, bayrak gösterileri vb. ile bir etkileşim sürecinin aktif rol oynayıcısı olarak görülmektedir.

Grup içerisindeki iletişim türleri sözlü, sözlü olmayan ve yazılı iletişim türleri açısından değerlendirildiğinde çoğunlukla sözlü iletişim türünün gerçekleştirildiği görülmektedir. Fakat günümüz koşullarında internet, dijital dünya, teknolojik gelişmeler ve sosyal medya kullanımının yaygınlığı göz önünde bulundurulduğunda sanal formda bir yazılı iletişimin de yaygınlaştığını belirtmek gerekmektedir. Bu iletişim türü genelde bir organizasyon ve plânlama aygıtı olarak kullanılmaktadır. Odak noktası olarak grubun maç boyunca tribünlerde sürdürdüğü doksan dakikalık tribün yaşamı düşünüldüğündeyse sözlü olmayan iletişim pratiklerinin de oldukça yaygın olduğu ifade edilebilir. Uzun süredir birbirlerini tanıyan ve stat dışında da sıklıkla görüşen; düğün, cenaze, doğum günü gibi özel günlerde birbirlerini yalnız bırakmayan grup üyeleri, samimiyetin ve birbirini yakından tanımanın verdiği etkiyle sözlü ya da yazılı bir iletişim türü olmadan sadece mimiklerle ve vücut diliyle de iletişim kurma becerisine sahiptir.

Duygusal motivasyonların ve etkileşim-iletişim türlerinin etkisiyle, kırk yıllık bir geçmişe sahip olan Çarşı grubunun ritüel olarak ifade edilebilecek ortak davranış biçimleri ve ortak bir belleği oluşmuştur. Ritüel-bellek kavramını; geleneksel bilgi ve düşünce unsurlarını barındıran tekrara dayalı davranış olarak tanımlamak mümkündür. Dolayısıyla sosyal bir olgu olan kolektif bellek, ortaklaşan ve paylaşılan deneyimlerle birlikte ürettiği kültürel imgelerle tezin araştırma kapsamına girmektedir. Zaman, mekân ve olay örgüsüyle kurulan; zamanın maç öncesi, esnası ve sonrasını kapsadığı; mekânın semtteki muhtelif yerlerden ve stattan oluştuğu, olayın BJK'nin maçı olduğu düşünüldüğünde, ritüellerde tekrarlanma sıklığı görülmektedir.

Grubun maç öncesinde, maç esnasında ve maç sonrasında olmak üzere üç bölüme ayrılan ritüelleri bulunmaktadır. Çarşı grubunun maç öncesinde Beşiktaş semtinin çeşitli mekânlarında özellikle de parklarında; Şairler Parkı, Maçka Parkı ve Abbasağa Parkı'nda buluşup Dolmabahçe caddesinde ağaçlı yolda kol kola yürüyerek; tezahüratlar ve marşlar eşliğinde stada gitmesi en yaygın ritüelidir. Grubun bir diğer ritüeli hatta en meşhur olanı 'üçlü çektirme' ritüelidir. Türkiye'de ve dünyadaki futbol camiası tarafından bilinen ve birçok futbol kulübü taraftarlarının da Çarşı'dan esinlenerek uyguladığı ve Çarşı'nın efsanevî tribün liderlerinden Alen Markaryan'la özdeşleşen bu ritüelin geçmişi, ortaya çıkışı ve uygulanışı, bizâtihi

Markaryan'dan dinlenerek aktarılmıştır. Maç sonrasında maçın skoruyla doğrudan ilişkili bir hâlet-i ruhiyye ile davranan grup, statta ve stat dışında takımlarını belirli içeriklerdeki marşlarını söyleyerek destekler. Marşlar ve besteler maçın sonucuna galibiyet ve mağlubiyete göre değişmektedir. Örneğin mağlubiyetle biten bir karşılaşma sonrası 'aldırma kartal kaldırma' bestesi söylenmektedir. Takım oyuncuları tezahüratlar eşliğinde tribünlere çağırılır ve alkışlanır. Bu ritüel mağlubiyetle biten maçlarda takıma moral vermek amacıyla yapılır. Stattan ayrılırken de maç öncesindeki ritüelin bir benzeri yapılır, ağaçlı yoldan yürüyerek semtin parklarına ve restaurant, çay bahçesi, meyhane, kafe, çarşı içindeki mekânlarına gidilir ve maçın, en çok da tribünün kritiği yapılır.

İstanbul dışı deplasman maçlarındaki ritüeller ise otobüs yolcululuklarındaki gidiş-dönüş zamanlarına odaklıdır. Otobüsler birçok tezahürata, besteye ve marşa sahne olur ve tribün öncesi bir ısınma mekânı işlevini görür. İstanbul'dan Anadolu'nun herhangi bir şehrine giden Çarşılılar oradaki yerel Çarşı oluşumunun ev sahipliğinde ağırlanır. İstanbul'da, BJK'nin ev sahipliğinde Vodafone Park'taki bir maça Anadolu'dan gelen Çarşılılar da benzer şekilde karşılanır ve ağırlandıkları. Bir çeşit iade-i ziyaret olur ve herkes ev sahipliğini ve misafirperverliğini gösterir. Bu sayede tribünlerde kurulan dostluklar şehirlerarası görüşmelerle pekişir. Tribünlerde aktif olan Çarşılılar neredeyse il il, ilçe ilçe birbirlerini tanırlar.

Daha önceleri sıklıkla trenlerle deplasman yolculukları yapılırken, şimdilerde neredeyse hiç yapılmamaktadır. Grup üyeleri, uçakla yapılan seyahatlerin artmasına rağmen Türkiye dışındaki deplasman maçları dışında, Türkiye içindeki deplasman maçlarında otobüs yolculuğunu tercih etmektedirler. İstanbul'da Anadolu yakasından Beşiktaş'a deniz yoluyla geçilirken, yirmi dakikalık vapur yolculuklarında dahi vapurları ve motorları festival alanına çeviren grup, uzun deplasman yolculuklarında otobüsleri de tribünlere çevirmektedir. "Tribün deplasmanda kurulur" diyen Çarşı üyeleri, deplasman maçlarına bu bağlamda ekstra önem vermektedir.

Beşiktaş Jimnastik Kulübü'nü Galatasaray ve Fenerbahçe spor kulüplerinden ayıran özelliklerinden biri, bir semt kulübü olmasıdır. Bu noktada bir Anadolu kulübü olan Trabzonspor'dan da ayrılmaktadır; çünkü bir şehir kulübü olarak değil bir semt kulübü olarak kurulmuştur ve ismini de buradan almıştır. Bu durum BJK'nin hem yerel hem de ulusal portföyde bir spor kulübü olma özelliğini

barındırarak, kendi geleneğini ve kültürünü belirlemesinde etkili olmuştur. Taraftar kitlesi açısından da zaman içerisinde semt ve İstanbul yerelindeki oluşumla sınırlı kalmayıp ulusal ve uluslararası düzeyde bir gelişme göstermiştir.

BJK'nin Osmanlı zamanında 'arabalılar' diye adlandırılan taraftar grubu 1980'li yıllarda 'Çarşı' ismiyle yeni bir kimlik kazanmıştır. Çarşı grubu sadece İstanbul ili sınırları içinde örgütlenmemiş, Anadolu'daki birçok şehirde de; Çarşı İzmir, Çarşı Ankara, Çarşı Akhisar gibi il ve ilçelerin adlarını yanına alarak örgütlenmiştir. Ülke sınırlarını aşarak Avrupa'nın birçok şehrinde, Amerika Birleşik Devletleri'nde, Kanada'da, Avustralya'da, Azerbaycan'da ve daha birçok ülkede Çarşı oluşumları yer almaktadır. Türkiye içindeki ve dışındaki Çarşı oluşumları birbirleriyle iletişim hâlinindedir ve birbirlerine her koşulda destek vermediktedir. Çarşı bileşeni altındaki tüm bu grupların başlıca vasıfları; Beşiktaşlı olmak ve tribün içinde-dışında Beşiktaş'ı desteklemektir. Çarşılıların "Çarşı bir ruhtur bedene indirgenemez!" sloganıyla tanımlandığı bu ruh; İstanbul ve Beşiktaş semt merkezli olarak doğmuş, ardından önce tüm şehre sonra da ülkeye sirâyet etmiştir. Beşiktaş taraftarı olmak; takıma duyulan bağlılık düzeyinde Çarşılı olmakla özdeşleştirilir olmuştur. Çarşı ile uzaktan yakından bir ilişkisi ve tanışıklığı olmayan BJK taraftarları dahi kendilerini grubun bir parçası olarak tanımlayıp, oradaki kitlesel güçten referans almaktadır

Tezde öne sürülen; Çarşı grubunun bir taraftar folkloruna sahip olduğu, kendi kültürünü, geleneğini oluşturduğu ve bunu kültürel miras aktarımı yoluyla yaşatmaya çalıştığı hipotezi; grubun kurulduğu günden 1980'li yıllardan itibaren sahip olduğu ritüeller, gelenekler ve halk bilimi ile ilişkisi bağlamında analiz edilmiştir. Çarşı'nın birçok tribün üretiminin kaynağı, halk kültürünün kendi taraftarına yansımada görülür. Semt kültüründen kaynaklı esnaf ve arkadaşlık ilişkileri, Türk halk kültüründe önemli bir yere sahip Ahilik kültürü ile benzeşmektedir ve dayanışmayı beraberinde getirir. Yazılı olmayan esnaf ve grup etiği, belirli davranış kalıplarıyla hareket eden bir taraftar grubu motifini oluşturmuştur. Grup içindeki ağabey-kardeş ilişkisi, küçüklere duyulan sevgi ve büyüklere gösterilen saygı Türk kültürünün tribündeki izlerini taşır. Çarşı grubu, Türkiye'deki taraftar gruplarının ve tribün kültürünün oluşmasında belirli etik normları referans almasından kaynaklı öncül bir

rol oynamıştır. Çarşı kurulduktan sonra Türkiye tribünlerinde hem görsel hem de ruhsal olarak hiçbir şey eskisi gibi olmamıştır demek yanlış olmaz.

Türk folklorunun grup üzerindeki direkt etkilerine bazı örnekler verilebilir: Yunus Emre'nin *Sordum Sarı Çiçeğe* isimli şiirinin ilâhi formunun tribünlerce uyarlanması, Ferhat ile Şirin hikâyesinin pankarta yansıtılması, bâtil inançların aleyhte giden bir maç esnasında “Kış kış cinler kış kış! Yallah cinler yallah!” şeklindeki tezahüratla tribünleri harekete geçirmesi... Galibiyet sonrasında icrâ edilen ve tüm tribünleri motive eden türküler... Neşet Ertaş, Âşık Veysel gibi halk ozanlarının ölüm yıldönümlerinde türkülerinden alıntılarla anılması... Türk sanat musikîsinin seçkin eselerinin uyarlamalarının yapılması, pankartlarının hazırlanması... Halk mizahının sloganlarla tribünlere yansıtılması...

Tezin futbol ve halk bilimi ilişkisi üzerinden ‘tarafdar folkloru’ kavramı ile birlikte üzerinde durduğu bir diğer konu Alangu’nun, halkın değişimi ve ihtiyaçları doğrultusunda yaratıldığını öne sürdüğü ve bir cevher olarak tanımladığı ‘yeni gelenek’ kavramının Çarşı grubundaki izdüşümüdür. Nitekim yapılan görüşmeler sonucunda grup üyeleri tarafından; Çarşı’nın kurulduğu günden bugüne dek bir geleneği, kültürü olduğu ve bunun da sonraki kuşaklara aktarılacağı düşüncesi net bir şekilde ifade edilmiştir. Gruptaki gelenek olgusunu iki başlık altında ele almak mümkündür; tribünde kurulan ve tribün dışına taşınan ağabey-kardeş ilişkisi ve semtten doğarak grup içinde yayılan ve grup dışına taşınan sosyal yardım faaliyetleridir. Tezin ilgili kısmında belirtildiği üzere Çarşı tribününde diğer takım tribünlerinden farklı olarak tribün lideri ‘reis’ değil ‘ağabey’ olarak tanımlanır. Bu durumun BJK tarihindeki efsanevi futbolculardan, başkanlardan da kaynaklandığı ve örnek teşkil ettiği ifade edilebilir. Futbolculuk yıllarında takım arkadaşlarıyla, yöneticilik zamanlarında oyuncularıyla kurdukları ilişkilere bakıldığında ‘Baba Hakkı’ lâkaplı Hakkı Yeten ve Süleyman Seba’nın da ‘ağabeylik-kardeşlik’ üzerinden bir ilişkilendirme biçimi kurdukları bilinmektedir. İşte bu durumun tarafdar grubu olarak tribündeki izleri Çarşı’da görülmektedir.

Bir diğer konu, artan sosyal medya kullanımıyla gündemden düşmeyen ve Çarşı ile özdeşleşen sosyal sorumluluk projeleri ve yardım kampanyalarıdır. Bu durumun temeline inildiğinde BJK’nin ismini de almış olduğu Beşiktaş semti takımı olması ve semt kültürünün etkisi görülecektir. Semt kültürünün hem naftalinli yapısı

hem de dönüşüme ayak uydurma çabası gelenek-gelecek ilişkisi bakımından grubu beslemektedir. Dolayısıyla Ahilik kültürü ile ilişkilendirdiğim; esnaf-arkadaş dayanışmasının önce semt sonra da tribün dışına taşınması bunun bir sonucu olarak da okunabilir.

Çarşı grubuyla sınırlı kalmayıp Türkiye geneline yayılan, birlik ve beraberlik duygularını diri tutan; millî ve manevî değerleri unutturmayan yardım faaliyetleri geniş çaptadır. İzmir’de Ekim 2020’de yaşanan deprem, 2021 yazında Kastamonu Bozkurt’taki sel felaketi ve aynı dönem Ege ve Akdeniz’in kıyı bölgelerinde görülen orman yangınları sonrasında grubun resmî twitter ve instagram hesapları üzerinden yürütülen yardım kampanyaları düzenlenmiştir. Tüm bu güncel örneklerin yanı sıra ilgili resmî merciler tarafından onaylanan ve rutinleşen; kanser hastaları ve SMA’lılar, gazi ve şehit yakınları, köy okulları, sokak hayvanları için düzenlenen yardım kampanyaları ve sıklıkla organize edilen Kızılay’a kan bağış kampanyası vb. örnekleri çoğaltılabilir.

Tüm bu örnekler neticesinde Çarşı’nın ortak davranış biçimleriyle geliştirdiği ‘tribün ritüelleri’ ve ortak manevî değerleriyle oluşturduğu ‘tribün içi-dışı gelenekleri’nden söz edilebilir. Ayrıca grubun, ritüel ve kolektif bellek ilişkisinin katkısıyla hem somut hem de soyut ürünlerinin olduğu görülmektedir. Bu noktadan hareketle Çarşı’nın ritüel ve geleneklerini ‘z ve alfa’ kuşakları olarak adlandırılan yeni nesile aktarma kaygısı taşıdığı söylenebilir. Öcal Oğuz’un da ifade ettiği üzere: “19. yüzyılda yaşatmak için saklamak amacıyla derlenen halk bilimi ürünleri artık yaşatmak için yaymak düşüncesiyle uygulanmaktadır” (Oğuz, 2002: 8). Dolayısıyla her geçen gün daha da dijitalleşen, nano teknolojik gelişmelerle devam eden, metaverse ve NFT gibi sanal gerçeklik dünyasında şekillenen bir çağda, Çarşı’nın taraftar folklorunu oluşturan ürünlerini yaşatabilmek için yaymak amacını taşıması ve bunu uygulaması doğal bir sonuçtur. Nitekim tezde paylaşılan üç grafik de göstermektedir ki Çarşı üyelerinin “Çarşı-folklor-gelenek aktarımı” eksenli etkileşim ilişkisine yaklaşımı pozitif yönde ve destekleyicidir.

Çarşı grubunun, futbol izleyicisinin ve buna bağlı olarak taraftar profilinin değişmesi ile birlikte; tribün kültürünün, grup geleneklerinin ve folklorunun sürdürülebilirliğine dair kaygıları bulunmaktadır. Bu tespitten hareketle geleneklerin sürdürülebilmesi ve unutulmaması için çaba gösterildiği ve konuyla ilgili büyük bir

hassasiyet duyulduğu ifade edilebilir. Bu bilinçle babalarından, ağabeylerinden öğrendikleri Beşiktaşlılığı ve arşılılığı çocuklarına, kardeşlerine, öğrencilerine aktarmak için çaba sarf etmektedirler. Beşiktaş var oldukça arşı da var olacaktır inancını taşıtmaktadırlar.

Sosyal bilimlerde terim ve kavramların zamanla genişletildiği ve yeniden tanımlandığı düşünölürse halk, folklor, gelenek ve geleneksel kavramlarının da eskisi gibi stabil bir yapıyla tanımlanamayacağı ifade edilebilir. Sosyal, kültürel ve teknolojik alandaki değişimlerle birlikte geleneklerin de dijitalleşebileği öngörülebilir. Bu öngörüden hareketle arşı'nın sahip olduğu ritüel, folklor ve geleneklerin sürdürülebilmesi adına BJK yönetimi, futbolcusu ve taraftarıyla el ele vererek palyatif yaklaşımlar yerine; uzun vadeli, çözüm odaklı ve problemleri analiz edebilen yaklaşımlarla hareket etmelidir. arşı grubunun kırk yılı aşın bir süredir devam eden taraftar folkloru ve tribün kültürünün devamlılığı ancak gelenekselin ışığında geleceğin inşası ile sağlanabilir. Bu bağlamda arşı grubunun halk bilimi ile ilişkisi; organik bir biçimde devam edecektir. Çünkü değişen koşullar, dünya, insan ve topluluklar ile birlikte halk biliminin sabit kalması düşünülemez. Halk bilimi de öznesi olan halk gibi canlı bir organizmadır. Dolayısıyla arşı'nın kırk yıllık bir süreç içerisinde oluşturmuş olduğu geleneğin ve taraftar folklorunun devamlılığı, bunları canlı tutabilmesiyle doğru orantılıdır.



KAYNAKLAR

- Abdürrezzak, A. O. (2015). “Futbolun Gizemli Dünyasının Sosyo-Kültür, Kimlik ve Mitoloji Bağlamında Değerlendirilmesi: İki Kulüp Örneği”, *Gazi Türkiyat*, Bahar, (51-69).
- Acarer, E. (2014), *Çarşı Ulan!*, İstanbul: Yitik Ülke Yayınları.
- Acet, M. (2005). *Sporda Saldırganlık ve Şiddet*, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.
- Aça, M. (2015). “Meslek Folkloru Araştırmaları Tarihine Bir Bakış”, *Uluslararası Türk Dünyası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), (111- 137)
- Açıksözlü, H. (2013). *Çarşı’yı Ararım Abi!*, İstanbul: Destek Yayınları, İstanbul, 2013.
- Akar, R. (2021). *Süleyman Seba Beşiktaş’ın Dervishi*, İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Akkaya, M. Ş. (1951), “Herder, Şahsiyeti ve Eserleri”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih- Coğrafya Dergisi*, 9 (2), (165-173).
- Akkaya, Ö. (2016). *Sosyal Medya ve Spor Pazarlaması İlişkisi Taraftar Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Beşiktaş Spor Kulübü Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Akşar, T. (2005), *Endüstriyel Futbol*, 1. Baskı, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Akşar, T., Merih, K. (2008). *Futbol Yönetimi*, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Aktaş, H., Mutlu S. (2016) “Futbolda Finansal Sürdürülebilirlik Kapsamında Finansal Fair Play Başa Baş Kuralı ve Beşiktaş Futbol Kulübü Üzerinde Bir Uygulama” *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), (223-256).
- Aktükün, İ. (2010). “Futbolun Siyasi Tarihine Kenar Notları”. *Cogito*, (63), (8-26).
- Alangu, T. (2021), *Türkiye Folkloru El Kitabı*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Amman, M. T. (2000). “*Spor Sosyolojisi*”, *Sporda Sosyal Bilimler*, H.C. İkizler (Der.), İstanbul: Alfa Yayınları.
- Amos, D. B. (2006), “Şartlar ve Çevre İçinde Folklorun Tanımına Doğru”. M. Ekici (Çev.) *Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1*. (3. Baskı). M.Ö. Oğuz, M. Ekici, N. Özdemir, G. Öğüt Eker, S. Gürçayır (Yay.Haz.) Ankara: Geleneksel Yayıncılık, (37-57).
- Argan, M., Özgen, C., İlbars, B., Yetim, G., Kaya, S. (2020). “You’ll Never Walk Without Metaphor: A Study on the Football Chants”, *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, (11) 1, (7-22).

- Arı, İ. (2017). *Marka Topluluklarının Marka İmajı Üzerindeki Rolü: Beşiktaş JK ve Çarşı Grubu Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Arıpınar, E. (1992). *Türk Futbol Tarihi*, 1. Cilt. İstanbul: TFF Yayınları.
- Arslanoğlu, K. (2005). *Futbolun Psikiyatrisi*, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Assman, J. (2015). *Kültürel Bellek Eski Yüksek Kültürde Yazı, Hatırlatma ve Politik Kimlik*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Atalay, B. (1985). *Divanü Lûgat-it-Türk Tercümesi*, Cilt I. Ankara: TDK Yayınları.
- Atabeyoğlu, C. (1985). *Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi*, 6. Cilt, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Atabeyoğlu, C. (1992). *Türk Futbol Tarihi*, 2. Cilt, İstanbul: TFF Yayınları.
- Authier, C. (2002). *Futbol A.Ş.*, A. Berktaş (Çev.), İstanbul: Kitap Yayınları.
- Avcı, Ö. (2019). *Duygusal Zekâ ve İletişim*, İstanbul: Beta Yayınları, 2. Baskı.
- Aydın M. B., Hatipoğlu, D., Ceyhan, Ç. (2008). “Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 26, (289-316).
- Bascom, W. R. (2005). “Folklorun Dört İşlevi”. F. Çalış (Çev.) *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2*, Ankara: Geleneksel Yayıncılık, (125-151).
- Başgöz, İ. (1996). “Protesto: Folklorun Beşinci İşlevi (Fonksiyonu)”, *Folkloristik: Prof. Dr. Umay Günay Armağanı*, Ankara: Feryal Matbaacılık, (2-4).
- Baumann, R. (1983). “The Field Study of Folklore in Context”, *Handbook of American Folklore*, (Ed. R. M. Dorson). Bloomington: Indiana University Press.
- Benkwitz, A., Molnar, G. (2012). “Interpreting and Exploring Football Fan Rivalries: An Overview” *Soccer and Society*, 13 (14), (1-16).
- Beyru, R. (2000). *19. Yüzyılda İzmir’de Yaşam*, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Bilgin, N. (2011). *Eşya ve İnsan*, İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Boniface, P. (2007), *Futbol ve Küreselleşme*, İ. Yerguz (Çev.) İstanbul: NTV Yayınları.
- Bora, T. (2001). *Takımdan Ayrı Düz Koşu*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bora, T. (2006), *Kârhanede Romantizm Futbol Yazıları*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (1993). “How Can One Be a Sports Fan?” Simon During (Ed.), *The Cultural Studies Reader*, New York: Routledge Publishing, (339-356).

- Bourdieu, P.(1997). *Toplumbilim Sorunları*, İstanbul: Kesit Yayınları.
- Brick, C. (2001). “Can’t Live With Them. Can’t Live Without Them: Reflections on Manchester United”, *Fear and Loathing in World Football*, R. Giulianotti, G. Armstrong (Ed.) (9-22).
- Cayolla, R., Loureiro, S. M. C. (2014). “Fans Club Brand Relationship: Football Passion”, *International Journal Of Business and Globalisation*, 12 (1), (82-96).
- Cayolla, R., Loureiro, S. M. C. (2021). “Football Brand Managers Perspectives How to Deal With Fans Emotions” *Academia Letters*, Article 550, (1-5).
- Cengiz, D. (2014). *Futbolun ve Futbol Taraftarının Toplumsal Olaylara Etkisi “Beşiktaş Taraftar Grubu: Çarşı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Spor Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.*
- Cleland, J., Cashmore E. (2016). “Football Fans’ Views of Violence in British Football: Evidence of a Sanitized and Gentrified Culture”, *Journal of Sport and Social Issues*, 40 (2), (124–142).
- Collins, R. (2004). *Interaction Ritual Chains*, New Jersey: Princeton University Press.
- Çakır, V. O. (2014). *Spor Sosyolojisinin Doğuşu; Geleneksel Beden Eğitimi Usul ve Yaklaşımlarında Dönüşüm*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik V. O. Bulgu N. (2010) “Geç Osmanlı Döneminde Batılılaşma Ekseninde Beden Eğitimi ve Spor”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (137-147).
- Çobanoğlu, Ö. (2002). *Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- David, M., Millward, P. (2012). ”Football’s Coming Home?: Digital Reterritorialization, Contradictions In The Transnational Coverage Of Sport and The Sociology Of Alternative Football Broadcasts” *The British Journal of Sociology*, 63 (2), (349-369).
- Dever, A. (2015). *Spor Sosyolojisi*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Dikici, S. T. (2008). *Türkiye’de Taraftarın Sosyal ve Siyasal Profili: Beşiktaş JK Çarşı Grubu Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Dikici, S. T. (2009). *Çarşı ‘Bir başka Taraftarlık’*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Dinçer, A. (2020), *Beşiktaş*, İstanbul, Cumhuriyet Kitapları.

- Doğan, M. D. (2017). *Bir Halk Yaratması Olarak Futbol Tezahüratları: Beşiktaş Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Donuk, B., Şenduran, F. S. (2006). *Futbolun Anatomisi*, 1.Basım. İstanbul: Ötüken Yayıncılık.
- Dorst, J. D. (2006). “Halk Kimdir?”. S. Cengiz (Çev.) *Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1*. (3. Baskı) M.Ö. Oğuz, M. Ekici, N. Özdemir, G. Öğüt Eker, S. Gürçayır Teke (Yay. Haz.). Ankara: Geleneksel Yayıncılık, (94-97).
- Dundes, A. (2005), “Folklor Nedir?”. G. Aydın (Çev.) *Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2*, M.Ö. Oğuz, S. Gürçayır (Yay. Haz.), Ankara: Geleneksel Yayıncılık, (16-20).
- Dundes, A. (2006). “Halk Kimdir?”. M. Ekici (Çev.) *Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1*. (3. Baskı) M.Ö. Oğuz, M. Ekici, N. Özdemir, G. Öğüt Eker, S. Gürçayır Teke (Yay. Haz.), Ankara: Geleneksel Yayıncılık, (11-27).
- Dunning, E., Murphy P. J., Williams J. (2014). *The Roots Of Football Hooliganism; An Historical and Sociological Study*, New York: Routledge.
- Durupınar, M. (Yay. Haz.), (2012). *Beşiktaş Tarihi İlkleriyle Unutulmayanlarıyla Yüzüncü Yılında*, İstanbul: YKY.
- Duymaz, A. ve Şahin, H. İ. (2010). “Meslek Folkloru Kapsamında Geleneksel Mesleklerdeki Pir İnancı ve Hikâyeleri Üzerine Bir Değerlendirme” *Milli Folklor*, 80, (33-38).
- Ebcim, N. (2010). *100 Soruda Beşiktaş*, İstanbul: İleri Yayınları.
- Ederson, T., Millington S. (2008). “This is Our City”, *Global Networks*, 8 (2), (172–193).
- Ege, Ö. (2021). *Türk Medeni Hukuku’na Göre Türkiye’de Spor Kulübü Dernekleri*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kadir Has Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Emerson, R.M., Fretz, R.I., Shaw L.L.(2008). *Bütün Yönleriyle Alan Çalışması*, Ankara: Birleşik Yayınları.
- Erdemli, A. (1995). *İnsan, Spor ve Olimpizm*, İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2008). “Futbol ve Futbolu İnceleme Üzerine”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 26, (1-58).
- Ergin, M. (2008). *Dede Korkut Kitabı*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 6. Baskı.

- Erkal, M. E. (1986). *Sosyolojik Açıdan Spor*, Ankara: M.E.B. Yayınları.
- Fine, G. A. (1979). "Small Groups and Culture Creation: The Ideoculture of Little League Baseball Teams", *American Sociological Review*. Vol. 44, (733-745).
- Fişek, K. (1983). *Spor Yönetimi*, Ankara: Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, No:525.
- Fişek, K.(1985). *100 Soruda Türkiye Spor Tarihi*, İstanbul: Gerçek Yayınları.
- Freud, S. (2014). *Kitle Psikolojisi*, K. Şipal (Çev.) İstanbul: Cem Yayınevi.
- Galeano, E. (2014). *Gölgede ve Güneşte Futbol*, İstanbul: Can Yayınları.
- Giulianotti, R. (2002). "Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football", *Journal of Sport and Social Issues*, 26 (1), (25-46).
- Goffman, E. (2019). *Etkileşim Ritüelleri*, Ankara: Heretik Yayınları.
- Goldstein, K.S. (1977). *Sahada Folklor Derleme Metodları*, A. E. Uysal (Çev.) Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Gökaçtı, M. A. (2008), *Bizim İçin Oyna, Türkiye’de Futbol ve Siyaset*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Göksu, O. (2019). "Futbolda Marka İletişimi Bağlamında Beşiktaş Jimnastik Kulübü ile Çarşı Taraftar Grubunun Markalaşma Rekabeti", *Diyalektolog Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 21, (151-169).
- Gönenç, E.Ö. (2007). "İletişimin Tarihsel Süreci", *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 28, (87-102).
- Gültekin, O., Doğan M., Doğan, A., Eylen, B. (2001). "Futbol Sahalarında Şiddet ve Emniyet Güçlerinin Tutumu Üzerine Bir Araştırma", 21. Yüzyılda Polisin Eğitimi Sempozyumu Bildirileri Kitabı, Haziran 2001, Ankara: Emniyet Genel Müdürlüğü Yayınları (749- 754).
- Günay, U. (1995). "Ritüeller ve Hidrellez", *Millî Folklor*, 26, (2-3).
- Güven, Ö. (1999). *Türklerde Spor Kültürü*, Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Güvenç, B. (1994). *İnsan ve Kültür*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hacısoftaoğlu, İ., Akcan F., Bulgu N. (2012). "Hayali Cemaatler Olarak Taraftar Toplulukları: Ankaragücü Taraftar Grupları Örneği", *Hacettepe Journal of Sport Sciences*, 23(4), (159-176).
- Hall, S. (1999). "Popüler Kültür ve Devlet". N. Güngör (Ed.) *Popüler Kültür ve İktidar*, Ankara: Vadi Yayınları, (97-132).

- Hatipoğlu, D. Aydın M. B. (2007). *Bastır Ankaragücü: Kent, Kimlik, Endüstriyel Futbol ve Taraftarlık*, Ankara: Epos Yayınları.
- Helvacı, A., Dadyan S., Erte, Ö. (2014), *Çarşı Geliyor!*, İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- Hiçyılmaz, E. (2019). *Beşiktaş Bazıları Büyük Doğar*, İstanbul: Ulak Yayınları.
- Hobsbawm E., Terence R. (2006). *Gelenek'in İcadı*, M. M. Şahin (Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Hollinger, R. (2005). *Postmodernizm ve Sosyal Bilimler Tematik Bir Yaklaşım*, A. Cevizci (Çev.) İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Honko, L.(2009), "Ritüellerin Oluşum Süreci", R. Ersoy (Çev.) *Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 3*, M.Ö. Oğuz, S. Gürçayır, S. Çalış (Yay.Haz.) Ankara: Geleneksel Yayıncılık, (203-216).
- Huizinga, J. (2006). *Homo Ludens Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*, M. A. Kılıçbay (Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hürkan, S. (2000). *Yıkılamayan İmparatorluk Futbol*, Ankara: Ümit Yayınları.
- Irak, D. (2013). *Hükmen Yenik! Türkiye'de ve İngiltere'de Futbol'un Sosyo-Politiği*, İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- İnal, R. (2008). *Küreselleşme ve Spor*, İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- İnternet: <https://bjk.com.tr/tr/cms/tarihce/2/81/>, Erişim tarihi: 15.07.2021.
- İnternet: <https://bjk.com.tr/tr/cms/tarihce/2/82/>, Erişim tarihi: 24.07.2021.
- İnternet: <https://bjk.com.tr/tr/cms/tarihce/2/83/>, Erişim tarihi: 16.08.2021.
- İnternet: <https://www.futbolarena.com/ardan-darbe-giriimine-tepki-pankart-289725h/>, Erişim tarihi: 15. 03.2021.
- İnternet: <https://twitter.com/kingcarsi/status/1242860470295572485?lang=de>, Erişim tarihi: 15.02.2022.
- İnternet (2011): <https://www.newyorker.com/magazine/2011/03/07/the-view-from-the-stands>, Erişim tarihi: 04.10.2020.
- İnternet: <https://twitter.com/BesiktasscArsi/status/399308523432988672>, Erişim tarihi: 28.02.2022.
- İnternet: https://twitter.com/forzabesiktas?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor, Erişim tarihi: 28.02.2022.
- İnternet: <https://twitter.com/forzabesiktas/status/1497493336109850633/photo/2>, Erişim tarihi: 28.02.2022.

- İnternet: <https://twitter.com/forzabesiktas/status/1497866273321066500/photo/1>,
Erişim tarihi: 26.02.2022.
- İnternet: <https://twitter.com/forzabesiktas/status/514524677188747264/photo/4>,
Erişim tarihi: 22.02.2022.
- İnternet: <https://twitter.com/forzabesiktas/status/647343834440052736/photo/1>,
Erişim tarihi: 24.01.2022.
- İnternet: <https://twitter.com/forzabesiktas/status/679198663189659648>, Erişim tarihi:
25.02.2022.
- İnternet: <https://twitter.com/forzabesiktas/status/934368454194421760/photo/1>,
Erişim tarihi: 24.02.2022.
- İnternet: <https://twitter.com/forzabesiktas/status/1502425310410719239/photo/1>,
Erişim tarihi: 13.03.2022.
- İnternet: <https://twitter.com/forzabesiktas/status/1245250639992676353/photo/1>,
Erişim tarihi: 13.03.2022.
- İnternet: https://tr.wikipedia.org/wiki/Spinal_m%C3%BCsk%C3%BCler_atrofi,
Erişim tarihi: 24.02.2022.
- Kafesoğlu, İ. (2007). *Türk Millî Kültürü*, Ankara: Ötüken Neşriyat.
- Kahraman, A. (1995). *Osmanlı Devleti'nde Spor*, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Karakaya, N. (2006). *Atatürk Beşiktaşlı*, İstanbul: Cem Ofset.
- Karasüleymanoğlu A. (1989). *Yeni Boyutlarıyla Spor*, Ankara: Engin Yayınları.
- Katırcı, H. (2009). “Türkiye’de Futbol Kulübü-Taraftar İletişimi”, *Celal Bayar Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4 (1), (41-50).
- Kennedy, D. (2012). “Football Stadium Relocation and The Commodification of Football: The Case of Everton Supporters and Their Adoption of The Language of Commerce”, *Soccer & Society*, 13 (3), (341–358).
- Kennedy D., Kennedy P. (2007). “Preserving and Extending the Commodification of Football Supporter Relations: a Cultural Economy of Supporters Direct”, *Sociological Research*, 12 (1), (12-25).
- Kennedy, P., Kennedy, D. (2012). “Football Supporters and The Commercialisation of Football: Comparative Responses Across Europe”, *Soccer and Society*, 13 (3), (327-340).
- Kemper, T. D. (1987). “How Many Emotions Are There? Wedding the Social and the Autonomic Components”, *The American Journal of Sociology*, 93 (2), (263-289).

- King, A. (1997). "New Directors, Customers, and Fans: The Transformation of English Football in the 1990s", *Sociology of Sport Journal*, 14, (224-240).
- Koç, E. (2010). "Gabriel Marcel'e Göre Fanatizm", *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 22, (127-138).
- Kossakowski, R., Besta, T. (2019). "Football, Conservative Values, and a Feeling of Oneness with the Group A Study of Polish", *East European Politics and Societies and Cultures*, Volume 20, (1-26).
- Kozanoğlu, C. (1999) "Beyond Edirne: Football and National Identity Crisis In Turkey", *Football, Culture and Identities*, Armstrong G., Giulianotti R. (Ed.) London: McMillan Press, (117-125).
- Kozanoğlu, C. (1996). *Bu Maçı Alıcaz! Türkiye'de Futbol*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Köse, S. (2021). "Ritüel Bellek", *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 14 (33), (57-70).
- Kuper, S. (2006). *Futbol Asla Sadece Futbol Değildir*, S. Gürtunca (Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kuru, E. (2009). "Türkiye'de Spor Seyircilerinde Oluşan Kitlesele Tezahüratın Gelenekle İlişkisi", *Milli Folklor*, 21(82), (158-163).
- Kytö, M. (2011). "We Are The Rebellious Voice Of The Terraces, We Are Çarşı': Constructing A Football Supporter Group Sound" *Soccer&Society*, 12 (1), (77-93).
- Lawrence, S. (2015). 'We Are The Boys From The Black Country'! (Re)Imagining Local, Regional and Spectator Identities Through Fandom at Walsall Football Club", *Social & Cultural Geography*, 17 (2), (1-18).
- Lefebvre, H. (2014). *Mekânın Üretimi*, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lefebvre, H. (2018). *Şehir Hakkı*, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Le Utley, F. (2005). "Folklorun Tanımı". T. S. Özkan (Çev.), *Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 2*, M.Ö. Oğuz, S. Gürcayır (Yay. Haz.) Ankara: Geleneksel Yayıncılık, (21-32).
- Madrigal, R., Dalakas, V. (2008). "Consumer Psychology of Sport More Than Just A Game", *Handbook of Consumer Psychology*, New York: Routledge.
- Malinowski, B. (1992). *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*, H. Portakal (Çev.), İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, O.Akınhay, D. Kömürcü (Çev.), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

- McNamee, B. (2021). "The Mystic Heart of Sport", *Academia Letters*, Article 1347, (1-3).
- McManus, J. (2013). "Been There, Done That, Bought The T-shirt: Besiktas, Fans and The Commodification Of Football In Turkey", *International Journal Of Middle East Studies*, 45, (3–24).
- Oğuz, M. Ö., Ekici, M., Aça, M., Düzgün, D., Akarpınar R. B., Arslan M., Yılmaz A. M.,
- Oğuz, M. Ö. (2009). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?* Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Oğuz, M. Ö. (2002). *Küreselleşme ve Uygulamalı Halkbilimi*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- Ong, W. J. (2007). *Sözlü ve Yazılı Kültür*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Ongan, T. H., Demiröz D. M. (2010). *Akademik Futbol Futbolda Rekabet-Başarı İlişkisi*, İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Öğüt Eker, G. (2010). "Futbolun Dayanılmaz Çekiciliği, Büyülenen Taraftar Portresi, Fanatizm ve Beşiktaş", *Milli Folklor*, 2010, (2) 85, (173-182).
- Öğüt Eker, G., Özkan. T. (2008). *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı*, Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- Örnek, S. V. (2016). *Türk Halkbilimi*, Ankara: Bilgesu Yayınları.
- Özdemir, N. (2012). *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi*, Ankara: Hacettepe Yayıncılık.
- Özdil, E. (2015). *Çarşı, 35 Yılın Pankartları, Eski Tribün Kavgaları, Deplasman Anıları*, İstanbul: Siyah Beyaz Kitap.
- Özkan, Ö. D. (2009). *Saraybosna'da Futbol Taraftarlığı ve Kimlik Farklılaşması: Sarajevo ve Željezničar Taraftarları*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özkol, S. (1991). *Övünmekte Haklıyız; Çünkü BEŞİKTAŞ'lıyız!* İstanbul: Yayıncılık Matbaası.
- Özmen, H. (2000). *Futbol, Holiganizm ve Medya*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Paksoy, E. (2014). *Futbol Fanatizmi, Taraftar Kimliği: Beşiktaş Çarşı Taraftarlarının Taraftarlıkla İlgili Davranışlarının İncelenmesi*, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- Pfister G., Lenneis V., Mintert S. (2013). "Female Fans of Men's Football – A Case Study in Denmark". *Soccer & Society*, 14, (6), (850-871).

- Pitti I. (2019). "Being Women In a Male Preserve: an Ethnography of Female Football Ultras". *Journal of Gender Studies*, 28, (3), (318-329).
- Rappaport, R. A. (2006). "Ritüel", K. Korkmaz (Çev.) *Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1*. (3. Baskı). M.Ö. Oğuz, M. Ekici, N. Özdemir, G. Öğüt Eker, S. Gürçayır (Yay. Haz.) Ankara: Geleneksel Yayıncılık, (299-308).
- Redhead, S. (2019). "Feel It Closing in" Digital Football Cultures in a Claustropolitan Age, Digital Football Cultures Fandom, Identities and Resistance" S. Lawrence, Gary Crawford (Ed.) New York: Routledge, (19-29).
- Ritzer, G. (2011). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rowe, D. (1996), Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası, M. Küçük (Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sabah, Ş. (2016). "Beşiktaş Sen Bizim Her Şeyimizsin: Tüketim ve Kutsallık Bağlamında Futbol Taraftarlığı", *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business & Economics Journal*, Vol. 2, (541-558).
- Sargut, A. S. (1985). Kültürlerarası Farklılaşma Açısından Yönetim ve Örgüt Yapıları, *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1 (1-2), (389-414).
- Sargut, A. S. (2001). Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim, İmge Kitabevi, Ankara.
- Sartre, J. P. (2014). *Varoluşçuluk*, A. Bezirci (Çev). İstanbul: Say Yayınlar.
- Serin, E. (2011). *Türk Futbol Sektöründe Rekabet ve Taraftar Gruplarının Sektörden Beklentileri: Beşiktaş J.K. Çarşı Grubu Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Sert, M. (2000). *Gol Atan Galip: Futbola Sosyolojik Bir Bakış*, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Stemmler, T. (2000). *Futbolun Kısa Tarihi*, N. Akça (Çev.), Ankara: Dost Kitabevi.
- Stone, C. (2007) "The Role of Football in Everyday Life", *Soccer&Society*, 8 (2), (169-184).
- Şanlı, S. (2014). *Futbol Müsabakalarında Olaylarda Yer Alan Seyircilerin Saldırganlık Düzeylerinin Belirlenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Sarı, İ. (2017). *Türklerde Spor*, Antalya: Net Medya Yayıncılık.
- Somalı, V. (1989). *Teknik Ve Taktik Yönleriyle Futbol Tarihi*, İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Somalı, V. (1978). *Türk Sporunda 75 Yıl 1903-1978, Beşiktaş Spor Tarihi*, İstanbul: Be Ka Yayınevi.

- Sutton, W. A., McDonald M. A., Milne G. R., Cimperman J. (1997). "Creating and Fostering Fan Identification in Professional Sports" *Sports Marketing Quarterly*, 6 (3), (15-22).
- Talimciler, A. (1999). "Türk Futbol Medyası", *Birikim Dergisi*, Sayı 117, (98-103).
- Talimciler, A. (2005). *Türkiye’de Futbol ve İdeoloji İlişkisi: Medyadaki Futbol Söylemi Üzerine Bir İnceleme*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Talimciler, A. (2006). "Sosyolojik Açıdan Futbol Fanatizmi", *Sosyoloji Dergisi*, Sayı 15, (91-104).
- Taşğın, Ö., Tekin, M. (2007). "Futbol Taraftarlarının Marka Değeri Yaratmaları Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (447-454).
- Tepeköylü, İ. (2016). "Türkiye’de Futbol, Taraftar Olgusu, Beşiktaş Çarşı Grubu", *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı 56, (380-390).
- Tilly, C. (2002). *Stories, Identities, and Political Change*, New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Toklucu, M. (2001). "*Taraftarın Senle...*" İstanbul: İletişim Yayınları.
- Urry, J. (1999). *Mekânları Tüketmek*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ünsal, A. (2005). *Tribün Cemaatinin Öfkesi, Ticarileşen Türkiye Futbolunda Şiddet*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Wahl, A.(2005). *Ayaktopu Futbolun Öyküsü*, C.İleri (Çev.), İstanbul: YKY.
- Wallerstein D. (2008). Juma C., Keller E.,Korcka J., Lecourt D., Mudimbe V., Taylor P. *Gulbenkian Komisyonu Sosyal Bilimleri Açın*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Williams, R. (2016). *Anahtar Sözcükler*, S. Kılıç (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yakıcı, A. (2007). "Dede Korkut Kitabı’nda Görülen Ozan Tiplerinin Türkiye Sahası Âşıklık Geleneğinin Oluşumuna Etkisi", *Milli Folklor*, (19) 73, (40-47).
- Yıldız, D. (2002). *Çağlar Boyu Türklerde Spor*, İstanbul, TeleBasım Yayıncılık.
- Yıldız, E. (2007). "İnsan Duygularına Yeni Bir Yaklaşım: Duygu Sosyolojisi", *Yeni Düşünceler*, Sayı 2, (129-146).
- Yıldıran, İ. (1997). "Tepük Futbol Mudur? XI. Yüzyıl Türk Spor Faaliyetlerinden "Tepük"
- Oyununun Mahiyeti Üzerine Bir Araştırma", *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi* 2 (1), (54-62).

Yüce, M. (2014), *Osmanlı Melekleri Futbol Tarihimizin Kadim Devreleri Türkiye Futbol Tarihi*, Birinci Cilt, İstanbul: İletişim Yayınları.



EKLER

EK-1. Beşiktaş JK Çarşı Grubuna Yöneltilen Sorular

1. Adınız, soyadınız, doğum yeri ve tarihiniz, mesleğiniz nedir?
2. Beşiktaşlılığınız nereden geliyor? Kimin veya neyin etkisiyle Beşiktaş'ı tutuyorsunuz?
3. Çarşı grubunun içerisinde ne zamandan beri yer alıyorsunuz?
4. Sizi Çarşı'ya bağlayan temel duygu nedir?
5. Gruba karşı hissettiğiniz tam olarak aidiyet duygusu mudur?
6. Grup içerisinde hangi duygularla hareket ediyorsunuz?
7. Sizi grup içerisinde en çok hangi duygu motive ediyor?
8. Bu motivasyonun tezahürü nedir? Ne şekilde dışa vurum yaşıyorsunuz? Sloganla, pankartla, marşla, tezahüratla ya da hangi şekillerde ?
9. Takıma ve Çarşı'ya bağlanma biçiminizi belirleyen duygular nelerdir? Fanatiklik, aidiyet, özgür hissetme vb.?
10. Grup içinde bastırdığınız duygularınız var mı? Korku, öfke, depresyon, tatmin vb.?
11. Grup içerisinde nasıl bir etkileşim türü ile iletişim kuruyorsunuz? Sözlü, davranışsal, mimiklerle vb.?
12. Grup içerisinde genellikle hangi duyguları hissediyorsunuz? Suçluluk, utanç, minnettarlık, gurur?
13. Gruba bağlanma şekliniz nasıldır ve bunu nasıl gösterirsiniz? Duygusal ve fiziksel olarak?
14. Çarşılı olmanızı sağlayan bu duygunun bireysel ve grup olarak ortaya çıkardığı ürünler nelerdir?
15. Grubun maç esnasında kendine özgü ritüelleri var mıdır? Şans getirmesi için, kötü giden bir karşılaşmada gol ve galibiyet getirmesi için vb.?

16. Grup olarak ma öncesinde ne gibi ritüellere sahipsiniz?
17. Grup olarak ma sonrası ne gibi ritüellere sahipsiniz?
18. Ma galibiyetle bittiğinde ne yaparsınız?
19. Ma mağlubiyetle bittiğinde ne yaparsınız?
20. Ma ritüellerinizi toplanma, giyinme, marş,beste, tezahürat vs. çocuklarınıza ya da küçüklerinize öğretiyor musunuz?
21. Dolayısıyla Çarşı'yı sizden sonraki nesile bir gelenek aktarımı olarak görüyor musunuz?
22. Çarşının kendi geleneği ve kültürü var mıdır?
23. Çarşı'nın folklordan yani halk biliminden beslendiğini düşünüyor musunuz?
Düğün, bayram, cenaze, dini inanışla, halk gelenekleri, halk inançları ile halk müziği, türküleri, maniler, bilmeceleler, oyunlar, ninniler, masallar, menkıbeler, deyimler ve atasözleri, efsaneler, mitler vb.
24. Sizce Çarşı'yı Çarşı yapan en önemli özelliği nedir?
25. Çarşı'yı bir kelime ile ifade etseniz bu hangi kelime ile olurdu?

EK-2. Kaynak Kişilerin Listesi

KK 1: Alen Markaryan, 1966 İstanbul, Restaurant İşletmecisi, 03.03.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 2: Ali Ekin Enç, 1991 İstanbul, Edebiyat Öğretmeni, 28.01.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 3: Ramazan Keklik, 1988 Malatya, Serbest Meslek, 21.01. 2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 4: Anıl Tuncay, 1991, İstanbul, Bilgisayar Mühendisi, 24.01.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 5: Mert Efe, 1988 İstanbul, Satın Alma Müdürü, 27.01.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 6: Emirhan Eren, 1987 İstanbul, Eğitim Danışmanı, 27.01.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 7: Fatih Güler, 1992 İstanbul, Ticari Bankacılık Finansal Hizmetler Yöneticisi, 31.01.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 8: Tayfun Karabıyık, 1981 İstanbul, Serbest Meslek, 20.01.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 9: Göksel Demirci, 1992 İstanbul, Serbest Meslek, 31.01.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 10: Gökhan Altındal, 1989 İstanbul, Lojistikçi, 02.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 11: Ömer Şark, 1992 İstanbul, Serbest Meslek, 02.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 12: Seda Coşkun, 1995 İstanbul, Özel Sektörde Yönetici, 02.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 13: Aykut Koç, 1992 İstanbul, Kimyager, 05.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 14: Onur Kaplanseren, 1992 Bingöl, Arkeolog, 07.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 15: Yunus Emre Aydeniz, 1988 Şanlıurfa, Fotoğrafçı, 08.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 16: Oğulcan Yaman, 1991 Samsun, Finans Sektörü, 08.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 17: Deniz Demirci, 1990 İstanbul, Bilişim Uzmanı, 09.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 18: Gökhan Duman, 1990 Sivas, Serbest Meslek, 12.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 19: Fatih Kara, 1989 Kastamonu, Tekniker, 14.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 20: Erdim Ayhan, 1994 İstanbul, Öğretmen, 18.02. 2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 21: Cem Gören, 1991 İstanbul, Sosyal Medya Menajeri, 21.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 22: Latif Şengelen, 1990 Bursa, İşletmeci, 21.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 23: Yusuf Ali Özmen, 1992 Mersin, Felsefe Öğretmeni, 26.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 24: Kadir Birge, 1991 Kütahya, Sınıf Öğretmeni, 27.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 25: Hakan Aydoğan, 1992 İstanbul, Matbaacı, 27.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 26: Yusuf Erdem Türker, 1988 İstanbul, Gayrimenkul Danışmanı, 27.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 27: Ozan Soylu, 1988 İstanbul, Esnaf, 27.02.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 28: Ömer Ersoy, 1990 İstanbul, Makine Teknikeri, 05.03.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 29: Can İrfan Akşar, 1990 İstanbul, Bilişim Uzmanı, 05.03.2022 tarihinde yapılan görüşme.

KK 30: Oğulcan Demiray, 1988 İstanbul, Satış Yöneticisi, 05.03.2022 tarihinde yapılan görüşme.



EK-3. arşı Grubunun Fotoğrafları



(Sırbistan deplasmanında, Partizan FK ekibiyle Belgrad’da yapılan maçtan sonra çekilen bir fotoğraf.)⁵⁰

⁵⁰ Ali Ekin Enç’in (KK 2) kişisel arşivinden alınmıştır.



(Deplasman maçı dönüşünde İstanbul yakınında çekilmiş bir fotoğraf.)⁵¹

⁵¹ Ali Ekin Enç'in (KK 2) kişisel arşivinden alınmıştır.



(Konyaspor maçı için Konya deplasmanına giderken yolda çekilmiş bir fotoğraf.)⁵²

⁵² Ali Ekin Enç'in (KK 2) kişisel arşivinden alınmıştır.



(İstanbul'dan deplasmana giderken mola yerinde çekilmiş bir fotoğraf.)⁵³

⁵³ Ali Ekin Enç'in (KK 2) kişisel arşivinden alınmıştır.



(Denizlispor deplasmanına giderken çekilmiş bir fotoğraf.)⁵⁴

⁵⁴ Ali Ekin Enç'in (KK 2) kişisel arşivinden alınmıştır.



(Vodafone Park stadından bir fotoğraf.)⁵⁵

⁵⁵ Ali Ekin Enç'in (KK 2) kişisel arşivinden alınmıştır.



(Akhisarspor deplasmanından bir fotoğraf.)⁵⁶

⁵⁶ Ali Ekin Enç'in (KK 2) kişisel arşivinden alınmıştır.



(Deplasman maçı dönüşünde otobüste çekilmiş bir fotoğraf.)⁵⁷

⁵⁷ Ali Ekin Enç'in (KK 2) kişisel arşivinden alınmıştır.



(Alen Markaryan’la görüşme esnasından bir fotoğraf.)⁵⁸

⁵⁸ İlke Tepeköylü’nün kişisel arşivinden alınmıştır.



(Görüşmelerden bir fotoğraf.)⁵⁹

⁵⁹ İlke Tepeköylü'nün kişisel arşivinden alınmıştır.



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Tepeköylü, İlke

Uyruğu : T.C.

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Doktora	AHBV	Devam Ediyor
Yüksek Lisans	Kocaeli Üniversitesi	2012
Lisans	İstanbul Üniversitesi	2008

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2009	Kocaeli Üniversitesi	Araştırma Görevlisi
2018	Tetova Üniversitesi Makedonya	Türkçe Okutmanı

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler:

1. Tepeköylü, İ. (2018). “Halkevleri ve Halk Kültürünün Korunması Üzerine Bir İnceleme.” *Atlas Journal*, 4 (9), 368-375.
2. Tepeköylü, İ. (2017). “İstanbul Ermenilerinde Doğum Sonrası Ritüelleri”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 1413-1425.

3. Tepeköylü, İ. (2017). “Türkiye’deki Üniversitelerde Yeni Dönem Halk Bilimi Çalışmaları”, *Journal Of The International Scientific Researches*, 2(2), 313-319.

4. Tepeköylü İlke (2016). “Türkiye’de Futbol, Taraftar Olgusu ve Beşiktaş Çarşı Grubu”

Akademik Bakış Dergisi, (56), 382-390.

5. Tepeköylü, İ. (2016). “Âşık Garip Hikayesinin Joseph Campbell’ın Monomitos Aşamalarıyla İncelenmesi”, *The Journal of Academic Social Science Studies*, (47), 419-428.

6. Tepeköylü, İ. (2016). “Kent İmgesinin Kültür Ekonomisine Dönüşüm Örneği İzmit ve

Pişımaniye”, *International Journal Of Academic Value Studies*, 2(3), 24-29.

7. Tepeköylü, İ. (2016). “Halk Edebiyatı Anlatı Türlerinin Uygulamalı Halkbilimi Bağlamında Türk Sinemasındaki İzdüşümleri”, *Turkish Studies*, 11(4), 1001-114.

B. Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitaplarında Basılan Bildiriler:

1. Tepeköylü, İ. (2018). “Somut Olmayan Kültürel Miras Listelerinde Türkiye ve Korumaya Yönelik Bir İnceleme”, I. Uluslararası Eğitimde ve Kültürde Akademik Çalışmalar Sempozyumu, Mersin.

2. Tepeköylü, İ. (2018). “Halkevleri ve Halk Kültürünün Korunması Üzerine Bir İnceleme”, Dmitri Yavoronitski II. Uluslararası Avrupa Sosyal Bilimler Kongresi, Kiev/Ukrayna.

3. Tepeköylü, İ. (2017). “Didem Madak Şiirlerinde Kadının Toplumsal Cinsiyet Rollerine Üzerine Bir İnceleme”, Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Berlin Konferansı, Berlin.

4. Tepeköylü, İ. (2017). “Türkiye’deki Üniversitelerde Yeni Dönem Türk Halk Bilimi Çalışmaları”, 2. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi-İnsan ve Toplum Bilimleri, IBAD, İstanbul.

5. Tepeköylü, İ. (2016). “Bir Dramın Türkü ve Sinema Filmi Hali Bodrum Hakimi”, 3. Uluslararası Çin’den Adriyatik’e Sosyal Bilimler Kongresi, Antalya.

6. Tepeköylü, İ. (2016). “Kent İmgesinin Kültür Ekonomisine Dönüşüm Örneği İzmit ve

Pişımaniye”, II. Uluslararası Çin’den Adriyatik’e Sosyal Bilimler Kongresi, Hatay

7. Tepeköylü, İ. (2016). “Âşık Garip Hikayesi’nin Joseph Campbell’ın Monomitos Aşamalarıyla İncelenmesi” 1. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Konferansı, İnsan ve Toplum Bilimleri, Madrid.





