162370

T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'DE FUTBOL VE İDEOLOJİ İLİŞKİSİ: MEDYA'DAKİ FUTBOL SÖYLEMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

DOKTORA TEZİ

AHMET TALİMCİLER

DANIŞMAN
Prof.Dr.ÜLGEN OSKAY

İZMİR-2005

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne sunduğum "Türkiye'de Futbol ve İdeoloji İlişkisi: Medya'daki Futbol Söylemi Üzerine Bir İnceleme" adlı doktora tezinin tarafımdan bilimsel, ahlak ve normlara uygun bir şekilde hazırlandığını, tezimde yararlandığım kaynakları bibliyografyada ve dipnotlarda gösterdiğimi onurumla doğrularım.

İsim-Soyadı
İmza
AHMET TALİMCİLER

TUTANAK

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 07/09/2005 tarih ve 35/9 sayılı kararı ile oluşturulan jüri Sosyoloji anabilim dalı doktora öğrencisi Ahmet Talimcilerin Türkiye'~~nin~~ Futbol e İdeoloji İlişkisi: Medyada Futbol Söylemi Üzerine bir İnceleme başlıklı tezini incelemiş ve adayı 13/10/2005 günü saat 11.00'da 90 dakika süren tez savunmasına almıştır.

Sınav sonunda adayın tez savunmasını ve jüri üyeleri tarafından tezi ile ilgili kendisine yöneltilen sorulara verdiği cevapları değerlendirerek tezin başarılı/~~başarısız/düzeltilmesi gerekli~~ olduğuna oybirliğiyle /~~oyçokluğuyla~~ karar vermiştir.

Prof.Dr. Ülgen OSKAY
BAŞKAN

Başarılı [X]

Başarısız [ ]

Düzeltme (6 ay süreli) [ ]

Prof.Dr. Önal SAYIN
ÜYE

Başarılı [X]

Başarısız [ ]

Düzeltme (6 ay süreli) [ ]

Prof.Dr. Mustafa Ferit ACAR
ÜYE

Başarılı [X]

Başarısız [ ]

Düzeltme (6 ay süreli) [ ]

Prof.Dr. Nilgün GELEBİ
ÜYE

Başarılı [X]

Başarısız [ ]

Düzeltme (6 ay süreli) [ ]

Prof.Dr. Ercan TATLIDİL
ÜYE

Başarılı [X]

Başarısız [ ]

Düzeltme (6 ay süreli) [ ]

Not: Doktora Tezi Savunma Süresi asgari 90 dakika - azami 120 dakikadır.

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER I
ŞEKİLLER VE TABLOLAR III
ÖNSÖZ IV
GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM
BİR SOSYAL OLGU OLARAK SPOR

I. Spor Ve Sosyal Bir Olgu Olarak Sporun Toplumdaki Yeri 7
A. Spor Kurumunun Ortaya Çıkışı Ve Tarihsel Gelişimi 15
B. Sporun İşlevleri 20
C. Analiz Biçimleri 22
D. Spor-Politika İlişkisi 26
E. Türkiye'de Spor 29
II. İdeoloji-Dil-Gösterge-Söylem İlişkisi 32
A. İdeoloji 32
1) Karl Marx 41
2) Louis Althusser 43
3) Antonio Gramsci 46
4) John B.Thompson 47
B. Dil 49
1) Dil-Gösterge İlişkisi: Gösteren-Gösterilen-Gösterge- Düz Anlam-Yan Anlam Ve Mit 53
2) Gösterge- Reklam İlişkisi 58
C. Söylem 61
III. Futbolun Ortaya Çıkışı 65
A. Futbol, Niçin Sosyolojik Olarak İncelenmeye Değerdir 70
B. Pazarlanabilir Bir Meta Olarak Futbol 74
C. Bir Gösteriye Dönüş(Türül)En Futbol 81
D. Futbolun Toplumsal Yaşama İdeolojik Yansımaları 85
IV. Futbol-İdeoloji İlişkisinin Oturduğu Sosyal Zemin 89
A. Geçmişin Futbol Üzerindeki İzleri 89
B. Biz'den Öteki'ne Uzanan Çizgide Taraftar(Lık) Ve Milliyetçilik 96
C. Türkiye/Avrupa: Öykünme/Rövanş Alma 108
D. Küreselleşme Sürecinde Futbol Ve Ulus Devlet 112
V. İdeolojinin Futbolu-Futbolun İdeolojisi 116
A. Bir Meta Üretim Süreci Olarak Futbol-İdeoloji İlişkisi 121
B. Spor/Futbol-İktidar İlişkisi 124
C. Spordaki/Futboldaki Cinsiyet Ayrımcılığı İdeolojisi 132
D. Spordaki Eşitsizlikler 135

İKİNCİ BÖLÜM
TÜRKİYE'DE FUTBOL VE MEDYA

I. Futbolun Türkiye'ye Gelişi 140
II. Türkiye'de Futbol-İktidar İlişkisi 154
A. Kuruluş Dönemi(1890-1950) 154
B. 1951-1980 Dönemi 165
C. 1980-1990 Dönemi 170
D. 1990 Ve Sonrası 176
III. Türkiye'de Futbolun/Sporun Örgütlenmesi 197
A. Cumhuriyet Öncesi Dönem (1903-1922) 198
B. Türkiye Futbol Federasyonunun Kurulması İle Profesyonelliğin Kabulü Arasındaki Dönem (1922-1951) 203
C. Profesyonellik Sonrası Dönem(1951-) 206
IV. Medya 215
A. Medya-Tüketim Toplumu-Spor İlişkisi 218
1) Tüketim Kültürü, 'Boş Zaman' Ve 'Televizyon Futbolu' 219
2) Futbol/Spor-Medya Birlikteliği 223
3) Futbol-Medya Ve Toplumsal Kimlikler 230
B. Medyadaki Futbol Söyleminin Olumsuz Etkileri 235

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
METODOLOJİ-TEKNİK-ARGÜMANLAR VE ANALİZLER

I. Metodoloji 244
II. Teknik 258
III. Argümanlar 263
IV. Reklamların Analizi 264
V. Bulguların Değerlendirilmesi 283
VI. Söylemlerin Analizi 287
A. Betimleyici Analiz 288
1) UEFA'nın Aldığı Kararlarının Türk Medyasındaki Yansımaları : 24 Kasım-4 Aralık 1998 Ve 27 Kasım-11 Aralık 2003 Tarihlerini Kapsayan Betimsel Analiz. 288
2) 2002-2005 Sezonlarını Kapsayan Gazete Metinlerinin Betimsel Analizi 307
B. Eleştirel Analiz 335
1) Şiddet İçeren Söylemler 336
2) Milliyetçi Söylemler 342
3) Cinsiyetçi Söylemler 349
4) Eğretileme İçeren Söylemler 351
SONUÇ 361
KAYNAKÇA 372

ŞEKİLLER VE TABLOLAR

Şekil 1: Bir Toplumsal Olgu Olarak Spor 14
Şekil 2: Gösteren-Gösterilen İlişkisi 55
Şekil 3: Barthes'a Göre Yan Anlam Oluşumu 58

Tablo 1: Türkiye'de Futbol Dünyası 148

ÖNSÖZ

Futbol, içinde hayatın akışı içerisinde karşı karşıya kaldığımız pek çok ögeyi barındırmakta olduğu için, sadece bir oyun olarak kalmamış aynı zamanda insanoğlunun hayat ile kurmuş olduğu gerilimli beraberlik içerisinde sığındığı alanlardan bir tanesi olmuştur. Futbolun kitleler üzerindeki çekiciliğinin farkına varan iktidar odakları, bu büyülü oyunu 'kendi' iktidarlarının devamlılığını sağlamak için kullanma yoluna gitmişlerdir. Futbolun büyülü yanı sadece iktidardakiler için değil, toplumun her kesimi için çekici olmuş ve farklı amaçlar için futbol ve futbol sahaları kullanılmıştır. Futbolun toplumsal yaşam içerisinde işgal ettiği yerin her geçen gün artması sonrasında, ideolojik açıdan önemi ve işlevi daha da fazlalaşmıştır. Futbol, bugün sadece siyasal iktidarların değil, aynı zamanda ekonomik ve medyatik alanların da gözdesi konumundadır. Ortaya çıktığında son derece basit ve eğlendirici bir oyun olan futbol, gelişen naklen yayın teknolojileri ile beraber değişime uğramıştır. Artık futbol, her geçen gün biraz daha fazla köklerinden kopmakta olan ve ekonominin güdümüne giren bir oyun haline gelmeye başlamıştır.

Futbol, bu topraklar üzerinde oynanmaya başlandığı ilk günden itibaren büyük bir tutku ile benimsenmiştir. Bu tutkunun sınırları kısa zamanda İzmir ve İstanbul dışarısına taşmış ve Türkiye'deki her türlü spor algısının önüne geçmeyi başarmıştır. Özellikle 1980 sonrasında dünyada yaşanan gelişmeler sonrasında futbol, bu topraklar üzerinde de daha farklı bir konuma oturmuştur. Türkiye'de futbolun, politik, medyatik ve ekonomik meşrulaştırma süreçlerine yapmış olduğu katkıların ve toplumsal yaşama olan etkilerinin neler olduğunun ortaya konabilmesi çalışmamızın amacını oluşturmaktadır.

Türkiye'de sosyolojinin uzun yıllar boyunca göz ardı ettiği, görmezden geldiği buna karşın ise halkın ilgisinin sürekli arttığı alanlardan birisi olan spor/futbol alanı üzerinde yapılacak olan bilimsel çalışmalar süratle arttırılmalıdır. Futbol günümüzde sadece bir oyun değildir, hayata ve hayatın işleyişine dair pek çok bilgiye ulaşabileceğimiz adeta bir 'derin oyun' haline

dönüşmüştür. Bu açıdan toplumsal yapının bir minyatürü olarak futbol ve futbol dolayımında yaşananların incelenmesi ile toplumsal yapı ve yaşananlar hakkında önemli ipuçlarına sahip olabiliriz.

Çalışmam boyunca bana sunduğu entelektüel ve manevi desteğinden dolayı tez danışmanım Prof.Dr. Ülgen Oskay'a çok teşekkür ederim. Bu çalışmanın ortaya çıkmasındaki büyük katkıları bulunan sevgili dostlarım Bekir Balkız ve Cem Can hep yanımdaydılar. Sevgili arkadaşlarım Hasan Şen, Gülgün Tosun ve Murat Erdem tezin en uğraştırıcı düzenleme kısımlarında bana destek oldular. Tezin medya ayağını oluşturan kısımlarının teminindeki katkılarından dolayı sevgili babam Mehmet Talimciler ve Halil Metinsoy'a da çok minnettarım. Uykusuz gecelerimde oğlumla ilgilenerek beni rahatlatan sevgili kayınvalidem Remziye Esmer ve Yağmur Bilgiç ile beni daima destekleyen sevgili eşim Nalan Talimciler'e çok şey borçluyum.

AHMET TALİMCİLER

Karşıyaka-2005

GİRİŞ

Futbol, tüm dünyada büyük etkiler uyandıran ve geniş kitleleri peşinden sürüklemeye devam eden bir spor dalıdır. Futbolun, hayat ile kurmuş olduğu bağlantı, onun toplumsal yaşam içerisinde daha fazla yer alması ile sonuçlanmıştır. Spor/futbol gibi etkinlikler insanoğlunun yarattığı kültürün sonucudur. Sportif etkinliklerde yer alan bireyler sadece kendi kimliklerinin oluşumuna katkıda bulunmazlar aynı zamanda rakiplerinin/ötekilerin kimliklerinin de oluşumuna ve karşılıklı iletişimde bulunulmasına da katkıda bulunurlar. Spor/futbol, insanoğlunun yarattığı kültürün bir ürünüdür ve yalnızca bir eğlence, vakit geçirme, rahatlama, zinde kalma demek değildir. Spor/futbol, içerisinde barındırdığı göstergeler ile bir dilin yaratılmasına ve bu dilin, bu etkinlikler içerisinde yer alan tüm bireyler tarafından anlaşılabilir kılınmasına da olanak sağlamaktadır. Futbol oyununun kuralları 1900'lerin başında kesin şeklini almış ve bugünkü oynanan oyun ile bir asır öncesi oynanan oyun kuralları arasında büyük bir farklılık bulunmamaktadır. FİFA'nın son yıllarda endüstriyel futbol anlayışı çerçevesinde getirdiği bir takım düzenlemeleri saymazsak, bir asırdır aynı kurallar egemendir. Dünyanın neresine giderseniz gidin bu kurallar aynıdır ve farklı dilden, dinden ya da etnik kökenden gelseniz de aynı kurallara tabi olursunuz. İşte bu göstergeler ve dil, futbolun yaygınlaşmasında ve geniş kitleleri kendisinde hayran bırakmasında etkili olmuştur.

Futbol, her ülkede iktidarların dikkatini üzerinde yoğunlaştırdığı alanların başında gelmektedir. Çünkü futbol ve futbol iktidarı, halkı etkilemekte, zaman zaman sorunların ötesine taşıyabilecek dinamiklere sahip olabilmektedir. Futbol, Roma döneminin 'Gladyatör dövüşlerini' andıran ve iktidarın, halkın tepki ve beklentilerini farklı yönlere kanalize ettiği etkinliklere, futbol maçını izleyen taraftarların kılık kıyafetleri, maç esnasındaki yüz ifadeleri de, gladyatör dövüşlerini izleyen seyircilere benzemektedir. Futbolun sadece içeriye değil dışarıya dönük bir etkinlik de olduğunun farkında olan iktidarlar için, özellikle uluslar arası karşılaşmalar da elde edilen başarılar, kendi iktidarlarının başarıları gibi gösterilebilmekte, futbol üzerinden meşruluk girişimleri de olabilmektedir. Özellikle askeri

yönetimlerin iş başına geldiği ülkelerde futbol, bu yönetimler tarafından bir kurtarıcı olarak görülmekte ve sıkça kullanılmaktadır. 1978 yılında Arjantin'de dünya kupası düzenlenmesi, Arjantin'deki askeri cuntanın yaptıklarının gizlenmesi için bulunmaz bir fırsat yaratmakla kalmamış, Arjantin milli takımının dünya şampiyonluğunu kazanması, ülke gündeminin ilk sırasına futbolun yerleşmesine neden olmuştur. Türkiye'de de 1980 sonrasında askeri rejim, özellikle güneydoğudaki illerde futbol sahalarının açılması ve gençlerin terör belasından uzak tutulması için futbol kozunu sahaya sürmüştür.

Futbola yöneltilen 'afyon' suçlamalarının haklılık payı vardır; ancak futbol aynı zamanda dünyanın pek çok ülkesindeki muhalif örgütlenmelerin de adresi olmuştur. Futbolun tarihsel geçmişe yönelik değerlere de göndermede bulunuyor olması, ülkeler arasındaki siyasal mücadelelerin, futbol sahalarına kanalize olması ile yön değiştirmiştir. İspanya'da Katalanların temsilcisi olan Barcelona ile kralın takımı olan Real Madrid arasındaki müsabakalar, sadece lig şampiyonu olmak, ya da yenmek-yenilmek anlamına gelmemektedir. Bu müsabakalar İspanyol tarihi içerisindeki mücadeleleri de kapsamaktadır. Türk milli takımının, Yunanistan milli takımı ile ya da İngiltere milli takımı ile oynadığı karşılaşmalar sadece bir milli maç havasında cereyan etmemektedir. Bu müsabakalar da tarihin tozlu sayfalarına da göndermeler yapılmakta, geçmişten bugüne aktarılan bir takım değer yargıları tekrar hayat bulmaktadır. Aynı şekilde 1998 dünya kupasında Amerika Birleşik Devletleri ile İran arasında oynanan ve İran'ın 2-1 galibiyeti ile sonuçlanan müsabaka, İran'da 'büyük şeytan Amerika'ya dersini vermek biçiminde yorumlanmış ve kutlamalar düzenlenmiştir.

Futbolun toplumsal yaşam ile kurmuş olduğu bağlantı özellikle 1980 sonrası tüm dünyada gelişen küreselleşme süreci ile daha farklı bir zemine taşınmıştır. Futbolun 1980'li yıllarda ön plana çıkmasında dünyada yaşanan ekonomik gelişmeler ve bu gelişmeleri sağlayan ideolojik yapı ile futbol arasındaki birliktelik etkili olmuştur. Bu süreçte tüm dünyada yaşanan liberal dalga, futbolu da etkilemiş ve futbolun metalaşma süreci hızlanmıştır. Kültürel olanın ekonomik olandan ayrı tutulamadığı bu yeni dönemde kültür sanayileri(kitle iletişim araçları,turizm, boş zaman faaliyetleri, spor) ekonomi açısından vazgeçilmez faaliyetler haline dönüşmüşlerdir. Tüketim ideolojisi

ve yaşam tarzının kitlelere benimsetilmesinde, kitleleri etkileme gücü hayli yüksek olan futboldan yararlanılmıştır. Bu yeni dönemde devletin piyasaya müdahalesini öngören ulusal kalkınma planları/politikaları ile ulusal düzeydeki rekabetin yerini serbest piyasa ekonomisi ve uluslar arası rekabet almıştır. Futbol kulüpleri bu dönemde tıpkı birer ticari şirket gibi yönetilmeye, uluslararası rekabet koşullarında daha fazla kar elde edecek uygulamalara yönelmişlerdir. Serbest piyasa ekonomisinin futboldaki uzantısı, futbolcuların serbest biçimde dolaşımını sağlayacak Bosmann Kararları olacaktır. Naklen yayın gelirlerinin daha fazla kazanç kapısı olduğunun anlaşılması üzerine UEFA yeni düzenlemelere gidecek ve Avrupa Şampiyon Kulüpler kupası yerini Şampiyonlar Ligi organizasyonuna bırakacaktır. Bu organizasyonun futbol ve futbol ekonomisi açısından önemi ise, televizyon ile futbolun kurmuş olduğu bağın en ileri noktasında bulunuyor olmasından kaynaklanmaktadır. Futbol artık televizyona göre ayarlanan bir üründür ve bu ürünün pazarlanabilir kılınabilmesi için markalaşmak, profesyonelleşmek büyük önem taşımaktadır.

Futbolun ekonomi ile kurmuş olduğu bağlantı sonrasında yaşanan gelişmeler baş döndürücü bir hız içerisinde gerçekleşmiştir. Stadyumların yenilenmesinden, futbol için kullanılan tüm malzemelerin birer tüketim mamulü haline getirilmesine dek geçen süreçte, en büyük etkiyi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sağlamıştır. Dijital yayıncılık alanındaki gelişmeler, futbolun yeni döneme özgü bireyselliğe dönük açılımları gerçekleştirebilmesinin önünü açmıştır. Artık futbol kulüplerinin para kaynağının başında taraftarların ödedikleri bilet ücretleri gelmemektedir. Naklen yayın bedelleri, reklam anlaşmaları, merchandising gelirleri büyük gelir kaynaklarıdır. Bu ise, futbolun hangi alanın hizmetine girdiğini net bir biçimde ortaya koyan bir gelişmedir. Futbol artık parasını ödeyerek maça gelen taraftarlardan önce, garanti para sağlayan naklen yayın firmalarına, sponsorlara, reklam veren firmalara bağlıdır, onların isteklerini en iyi şekilde yerine getirmek durumundadır. Futbolun metalaşma süreci içerisindeki en büyük handikap'ı, küreselleşme sürecinin yarattığı büyük eşitsizliklerde olduğu gibi, ülkeler içindeki takımlar arasında yaşanan büyük eşitsizlikler ve bunların diğer ülkelerdeki versiyonları olmaktadır. Paranın hakimiyeti, futbolun değerlerini ve köklerini sarsıntıya uğratmaktadır. Bu sarsıntı her

geçen gün futbolu biraz daha toplumsal yapının daha üst katmanlarına doğru çıkartmaktadır.

Futbol, günümüzde sadece varolan statükonun korunmasına katkı sağlamamaktadır, aynı zamanda yeni dönemin ekonomik değerlerinin geniş kitlelere ulaştırılması ve benimsetilmesinde de etkili bir ajan konumunda bulunmaktadır. Günümüzde futbol bir iletişim sistemi ve dili oluşturmanın yanı sıra beraberinde futbolla birlikte hareket eden bir takım mekanizma ve kurumları da yaratmıştır. Bu çerçevede futbol tartışılır iken neo-liberal ekonomi anlayışının ve dünya görüşünün de meşrulaştırıldığı bir zeminden söz etmemiz gerektiğini unutmamalıyız. Yeni futbol anlayışı ve düzenine getirilecek olan eleştiriler bir anlamda varolan ekonomik düzen ve politikalara getirilecek eleştiriler olarak da okunabilir, futbol üzerinden meşrulaştırılan değerlerle, sanayi-ekonomi üzerinden meşrulaştırılan değerlerin paralel olduğunun görebiliriz. Futbol ve futbol dünyası üzerinden yürütülen rekabet, başarı, mücadele etme, en iyiye ulaşma duygusu ve kazanma tutkusu ile kapitalist ekonomi arasında vazgeçilmez bir birliktelik söz konusudur.

Futbol, toplumsal yaşantımızda etkili olan müzik, sinema, sanat ve benzeri alanlarla birlikte tüketim ekonomisinin canlı tutulabilmesi amacı ile devrede tutulmaktadır. Var olan dünya sisteminin yeniden yapılandırılma sürecinde futbol, sayılan alanlardan daha fazla etkilidir. Futbol, dünya üzerinde en yaygın spor dalı olarak, küreselleşme sürecinde yaşanan işsizlik, hayat pahalılığı gibi sorunlar karşısında siyasetin boşalttığı alanı başarı ile doldurmakta ve kalabalıkların sokaklarda dile getirebileceği tepkilerin adresi futbol sahaları olmaktadır. Öte yandan futbol ve etrafında oluşan ekonomik ranttan pay almak isteyen bir takım çıkar grupları da, futbol dünyası içerisine girmektedirler. Müşterek bahis, maç ayarlamaları, şike, doping gibi uygulamalarla mafya, ekonomik kazanç temin etmek ve gücünü göstermek için futbolu kullanabilmektedir.

Futbolu bir anlamlar bütünü biçiminde düşündüğümüzde futbolun hayata benzediğini, hayatla olan bu birlikteliği dolayısıyla geniş kitlelere, sonucun belirsizliği, her her şeyin olabileceği duygusu içerisinde, hayatın güzelliklerini sunduğunu görebiliriz. Futbol öylesine dolu dolu bir dünyayı içerisinde barındırabilmektedir ki, futboldan uzaklaştığınız ölçüde aslında

futbola biraz daha yakınlaşırsınız. Futbolun her türden yorumu kaldırabilen bir yapıya sahip olması, onun hem bölen hem de birleştiren bir spor dalı haline gelmesine yol açmaktadır. Bu açıdan futbol güç odaklarına geniş bir hareket olanağı yaratmakta, kitlelerin hedefsizleştirilmesinde iktidarlarca kullanılabilmektedir.

Çalışmamızın birinci bölümünde ilk olarak; Bir sosyal olgu olarak spor kavramı üzerinde durulacaktır. Sporun ne olduğu? Toplumdaki yeri ve önemi belirtildikten sonra spor kurumunun nasıl ortaya çıktığı ve tarihsel gelişimi incelenecektir. Sporun işlevlerinin ve sporun analiz biçimlerinin neler olduğu, spor-politika ilişkisinin nasıl kurulduğu ve son olarak da Türkiye'de spor kavramı üzerinde durulacaktır. İkinci olarak; İdeoloji-dil-gösterge ve söylem kavramları ve çeşitli düşünürlerin görüşleri üzerinde durulacaktır. Üçüncü olarak ise, futbolun ortaya çıkış süreci anlatılacaktır. Bu süreç içerisinde futbolun niçin sosyolojik olarak incelenmeye değer bir alan olduğu ile pazarlanabilir ve bir gösteriye dönüş(türül)en futbol kavramları üzerinde durulacak ve futbolun toplumsal yaşama ideolojik yansımalarının neler olduğu tartışılacaktır. Birinci bölümümüzün bir diğer alt başlığı ise futbol-ideoloji ilişkisinin oturduğu sosyal zemindir. Bu alt başlık içerisinde geçmişin futbol üzerindeki izleri-Biz'den Öteki'ne uzanan çizgide taraftarlık ve milliyetçilik-Futbol penceresinden Türkiye/Avrupa ilişkisi-Küreselleşme sürecinde ulus devlet ve futbol bağlantısı yer alacaktır. Birinci bölümümüzün son alt başlığı ise İdeolojinin Futbolu-Futbolun İdeolojisi adını taşımaktadır. Bu alt başlık içerisinde; bir meta üretim süreci olarak futbol-ideoloji ilişkisi,spor/futbol-iktidar ilişkileri, spordaki/futboldaki cinsiyet ayrımcılığı ideolojisi ve son olarak spordaki eşitsizlikler bulunacaktır.

Çalışmamızın ikinci bölümünde Türkiye'de futbol ve medya başlıkları yer alacaktır. İlk olarak Futbolun Türkiye'ye Gelişi, daha sonra Türkiye'de Futbol-İktidar İlişkileri dönemler halinde, üçüncü olarak da Türkiye'de futbolun/sporun örgütlenmesi dönemler halinde sunulacaktır. Bu bölümün son alt başlığını oluşturan Medya kısmında ise medya-tüketim toplumu ve spor ilişkisi; tüketim kültürü-boş zaman-televizyon futbolu-futbol/spor-medya birlikteliği-futbol-medya ve toplumsal kimlikler biçiminde aktarıldıktan sonra medyadaki futbol söyleminin olumsuz etkileri üzerinde durulacaktır.

tanıtılacak ve hemen ardından hangi teknik/teknikler kullanacağımız ve nedenleri ile çalışmamızın argümanları sıralanacaktır. Daha sonra çalışmamızın ilk analiz birimi olan 2002 dünya kupası dönemindeki Hürriyet ve Fanatik gazetelerinde yer alan reklamların analizi ve ardından analiz bulgularının değerlendirilmesi yer alacaktır. Çalışmamızda kullanılacak bir diğer teknik ise söylem analizi olacaktır. Söylem analizini iki farklı döneme uygulayacağız. İlk olarak 24 Kasım-4 Aralık 1998 ve 27 Kasım-11 Aralık 2003 UEFA kararlarını içeren gazete metinleri, ardından da 2002-2005 yıllarını kapsayan gazete metinleri analize tabi tutulacaktır. Analizi yapılacak olan gazete metinlerindeki seslerin neler söyledikleri araştırmamızın argümanları ışığında önce betimleyici analiz bölümünde şiddet içeren, milliyetçi ve cinsiyetçi söylemler olarak seslere(Gazete Başlıkları, Antrenörler, Futbolcular, Köşe Yazarları, Yöneticiler-Siyasiler) göre sıralanacaktır. İkinci olarak bu seslerin söylediklerinin anlamı eleştirel analiz bölümünde yer alacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

BİR SOSYAL OLGU OLARAK SPOR

"Spor, insanın en yüksek ideallerinden doğdu ve bütün dinlerden, kültür ve alt kültürlerden daha uzun zamandan beri, 33 yüzyıldır varlığını sürdürüyor. Bu nedenle korunmalı ve yararlanılmalıdır." Ron Pickering(1930-1981). İngiliz Atletizm antrenörü ve BBC yorumcusu.

I. SPOR VE SOSYAL BİR OLGU OLARAK SPORUN TOPLUMDAKİ YERİ

Spor, her dönem insanoğlunun ilgisini üzerine çeken ve bu ilgiyi sürekli olarak canlı tutmayı başarabilen bir aktivitedir. İnsanın doğayla savaşım sürecinde geliştirmiş olduğu becerilerin, toplumsal yaşama, boş zaman sürecinde oyun yoluyla aktarımı şeklinde gerçekleşen spor etkinlikleri, günümüzün en eski ve en önemli kurumlarından birisi olmuştur. Sportif etkinlikler değişen zamana ve toplumsal koşullara göre yeniden şekillenmiş ve zamanla etkisini arttırmıştır. İçinde yaşadığımız dönemde spor, sadece bir oyun, boş zamanlarda hoş vakit geçirme aktivitesi olmaktan çık(arıl)mış, bir tüketim öznesi haline dönüşmüştür. Spor sözcüğünün kökeni latinceden gelmektedir (Desportare ve İsportus=eğlenmek, hoşça vakit geçirmek, oyalanmak) 11.yüzyılda Fransızca'dan İngilizce'ye ödünç sözcük olarak geçen desport= (eğlendirme, oyalama, gevşeme) İngilizce'de sport (zaman öldürme, eğlenme, oyalanma, hobi) anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Alman "Carl Diem'e göre spor; 'bireyin özgür istencine bağlı, belli değer ölçülerini içeren, kendisine özgü töresi olan, yarışma biçiminde, şenlik ve sevinç içerisinde yapılan; geliştirilmiş ve özgülleştirilmiş kuralları olan yetkinleşmeyi öngören bedensel egzersizlerdir'. Spor Pedagogu H. Neusel'e göre ise; spor, 'boş zamanları değerlendirme, dinlenme, kendini iyilik halinde bulundurma ya da yarışma biçimleriyle düzenlenen her türlü motorik aktiviteleri kapsayan bir eylem biçimi'dir. Toplumbilimci K.Heinmann'a göre ise; 'spor, bedensel bir aktivitedir. Spor, toplumsal normlara göre düzenlenir, spor üretime yönelik değildir' (Orhun, 1991, 138)" G.Magnane'ye göre "spor, 'kendine özgü kurum ve kuralları olan, yarışma tarzında uygulanan, bazı özellikleri ile oyuna, bazı yönleri ile de iş'e benzeyen, profesyonel faaliyete dönüşmeye elverişli, baskın yönü fiziki efor olan serbest zaman

aktivitesi'dir. G. Luschen'e göre ise; 'spor, oyun ile iş arasında yer alan, yarışma tarzında kurumlaşmış fiziksel aktivite'dir"(Amman, 1999, 40-41).

Türkiye'de spor sosyolojisi alanında yazılan ilk eserin(sosyolojik açıdan spor) sahibi olan Mustafa Erkal'a göre ise spor, "ferdin tabii çevresini beşeri çevre haline çevirirken elde ettiği kabiliyetleri geliştiren, belli kurallar altında araçlı veya araçsız, ferdi veya toplu olarak boş zaman faaliyeti kapsamı içinde veya tam zamanını alacak şekilde meslekleştirilerek yaptığı, sosyalleştirici, toplumla bütünleştirici, ruh ve fiziği geliştiren, rekabetçi, dayanışmacı ve kültürel bir olgudur" (Erkal, 1982,119). Bir başka tanıma göre ise, "spor, devletin bir kültürel aracı olmakla beraber, ideolojinin içinde saklandığı ve çağdaş kapitalist toplumdaki toplumsal ilişkilerin sorunsuz biçimlerde kurulup geliştirilmesini sağlayan bir yaşam koşulu durumuna geldiği bir yapıdır... Günümüz sporunu karakterize eden ideolojiler vardır. Bunlar pragmatizm, bireysel rekabetçilik, şovenizm ve milliyetçiliktir. Sporu, büyük ölçüde piyasa işlemleri ile ticarileştirilmiş ve baskı altına alınmış ulusal ve uluslar arası bir etkinlik olarak görmek kaçınılmaz bir durumdur. Bencil ve saldırgan bireycilik, amansız yarış, bir türlü kurulamayan fırsat eşitliği kandırmacası, seçkincilik, cinsellik ve militarizm sporun kötü kullanım alanlarıdır" (Şahin, 1998, 44-45).

Spor, toplumsal yaşamın, toplumsal kültürün organik öğelerinden birisidir. Toplumlar ve kültür sistemleri değiştikçe spor kavramına yüklenen anlam ve işlev de değişmektedir. Bu çerçevede spor; "insanın doğayla ilk ya da toplumla işbirliği-iş bölümüne dayalı ileri ilişkilerinin bir benzetim modeli olarak, doğayla savaşım sırasında edinilen bedensel beceri ve geliştirilen araçlı araçsız yöntemleri, sonuçları açısından barışçıl, yapan açısından tam güncü, izleyen açısından eğlendirici biçimde bireysel ya da toplu boş zamana uygulayan: oyun, oyalanma ve işten uzaklaşmanın araçlarını giderek 'işin kendisi' yaparken kendi bağımsız ekonomik aygıtını da geliştiren estetik, teknik, fizik, yarışmacı, mesleki ve toplumsal bir süreçtir" (Fişek, 1983, 58). Kurthan Fişek, bir başka çalışmasında sporun, insanın doğayla giriştiği mücadelenin barışçı benzetimi olarak ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu yüzden de "tarihin ilk sporları 'savunma-saldırı kökenli' olmuştur: Güreş-Boks-Okçuluk gibi. İnsanoğlunun kültürel gelişimine paralel olarak 'taşıma-ulaştırma kökenli' sporlar

ortaya çıkmıştır:Koşma-Yüzme-Kayak-Ata Binme gibi. Son olarak da 'takım sporları' ortaya çıkmıştır:Futbol-Voleybol-Basketbol gibi".(Fişek,1985,9)

Bu tanımlamaları daha da arttırabiliriz, bu tanımlamalardan da anlaşılabileceği gibi spor; belirli kurallar çerçevesinde yapılan fiziksel beceri ve yeteneklerin kullanıldığı yarışmalarla, bazı yönleri ile iş'e bazı yönleriyle de oyuna benzeyen toplumsal yaşantımızın bir minyatürü olmasının yanı sıra ideolojinin içinde saklandığı ve toplumsal ilişkilerin kurulmasında yardımcı olan bir alandır. "Bir aktivite ya da bir ilgi alanı olarak spor, toplumsal olarak inşa edilmiştir. Anlamı tanımlanır ve ona anlam yüklenir. Sporla ilgili olan değerleri bize taşıyan bu anlamlardır ve bu anlamlar bize kimlikler ve özdeşleşmeler sunarlar...Spor, kapsamlı ideolojik tanımlamaları salt pasif bir biçimde yansıtan bir şey değildir. O, aynı zamanda bu söz konusu imajların üretimine büyük ölçüde katkıda bulunan bir şeydir. Toplumdan bağımsız bir faaliyet alanı olarak, ve özellikle de doğal, fiziksel beceriler ve kapasitelerle ilgili bir alan gibi göründüğü için spor, bu ideolojik imajları sanki onlar doğalmış gibi sunar" (Clarke & Clarke, 1985, 62).

Modern toplumlarda kentleşme ve sanayileşme düzeyinin artması beraberinde 'boş zaman' kavramının yeniden şekillendirilmesini getirmiştir. Bu şekillendirmede spor da yeni anlamlar kazanacaktır. "'Boş Zaman' uzun bir dönem belli bir azınlığın tekelindeydi, 1860'lı yıllardan itibaren sermaye geliştirdiği yeni teknolojilerle emeğin üretkenliğini oradan da kitlesel boş zamanın arttırılmasını sağladı. Teknolojik gelişmeyle boş zamanın artışı arasındaki bu sebep sonuç ilişkisinin uzantısı olarak, yalnızca seçkinlerin katılmasına açık sporların yerini, hızla kitlesel tüketime dönük seyir sporları almaya başladı" (Fişek, 1985, 17). Spor tarihinin ilk profesyonel sporcu, seyirci ve takımlarının ekonomik ve toplumsal bunalımın en çok hissedildiği kömür ocakları ile fabrikalardan çıkmış olması spor-boş zaman ve sermaye ilişkisinin nasıl başladığını göstermektedir. Bünyesinde yüksek bir gelir ve kar potansiyelini taşıyan sportif etkinliklerin ortaya çıkartılabilmesi için kitlelerin ilgisini üzerine çekecek olan karşılaşmaların örgütlenmesine gereksinim duyuldu. Bu karşılaşmaların oynanabileceği alanlar, dev stadyumlar inşa edildi. Spora kitlesel ilginin artmasına paralel bir biçimde spor araç ve gereçlerine duyulan ihtiyaç da kitlesel bir biçimde artmaya başladı. Kitlelerin oynanacak olan müsabakaları izleyeceği stadyumların yapımı, kulüplerin

örgütlenmesi fabrika sahiplerince gerçekleştirildi. Bütün bu örgütlenmeleri tamamlayacak, oynanan oyunu kitlelere aktaracak olan kitlesel iletişim araçlarının da değişen koşullara uygun olarak, hızla kendisini yenileyip değiştirmesi gerekecekti. Kısaca sportif etkinliklerin nasıl oluştuğunun incelenmesi aynı zamanda toplumsal yapının nasıl şekillenmiş olduğunu da görmemize yardımcı olacaktır. "Spor, yalnızca içinde yapıldığı toplumun değil, içinde yapıldığı dünyanın da çelişkilerini, sürtüşmelerini sorunlarını ister istemez barındıran yansıtan bir aynadır" (Fişek, 1985, 20).

Kitleselleşen sportif etkinlikler insan yaşamına yön verir hale gelmiştir. "Sporun böylesine toplumsallaşması, stadyumlara yüz binlerin dolması, milyonların spor karşılaşmalarını izlemek için televizyonlarının başına toplanması kaçınılmaz bir biçimde spora olan ilginin artmasına yol açmıştır. Spor sadece toplumbilimcilerin değil, politikacıların da ilgisini çekmektedir" (Doğan, 1989, 273). Bir toplumsal kurum, toplumdaki düzenin birçok yönünü, özellikle günlük yaşamımızın şekillenmesinde etkili olan değerleri, beklentileri, ilgileri, çıkarları tanımlar. Ayrıca, bu toplumsal kurumlar bireyin toplumda nasıl davranması, tavır göstermesi konusunda eğitici bir fonksiyona da sahiptirler. Bir toplumsal kurum olarak spor da, bu fonksiyonları yerine getirmektedir. Ayrıca spor, iş dünyasını, kitle haberleşmesini, televizyonu, giyim endüstrisini, sosyal prestiji, reklam ve propagandayı, uluslar arası ilişkileri ve buna benzer uğraşları da etkileme gücüne sahiptir.

Spor, çağımız kitle toplumlarının en göz alıcı toplumsal olgularından birisidir. Bireyin davranışını büyük ölçüde içinde bulunduğu toplumsal grubun doğasındaki yapılar ve işlemlerle yöneltmesi söz konusudur. Dolayısıyla sportif etkinliklerde içinde bulunduğu toplumsal sistemin belirli bir içerikle işleyişi ile ilişkilidir. Spor kişiyi sosyalleştirir, grup içi dayanışma duygularını pekiştirici bir rol oynar. Spor belli kurallara göre yapılan bir uğraşı olması nedeniyle insanlara kurallara uyma alışkanlığı kazandırır. Bu açıdan spor, içinde yaşadığımız toplumda önemli bir sosyalleşme aracıdır. Ayrıca sportif faaliyet kişinin rahatlamasında, var olan sorunlardan uzaklaşmasında da etkilidir. Sporun insanları yakınlaştırıp, uluslar arası anlayış ve yakınlaşmayı nasıl sağladığını Unesco uluslar arası spor ve bedensel boş zamanları değerlendirme komitesi eski başkanı Noel Baker'ın şu sözleri ile açıklayabiliriz: "Bana

insan ilişkilerinin stadyumlardan ve spor karşılaşmalarından başka hiçbir konum ve kesimini gösteremezsiniz ki, insanlar orada öyle çok ortak noktaları olduğunu öylesine kolay anlasınlar, ana dilleri ne olursa olsun konuşacak ortak dili öylesine kolay bulabilsinler" (Fişek, 1983, 67). Spor, çeşitli gruplardan gelmiş olan kişilerin aynı bütün içerisinde yer almasında etkili bir araç işlevi görür. Milli bütünlüğün pekiştirilmesine yardımcı olur tıpkı; Türk takımlarının yurt dışında oynadıkları müsabakalar da elde edilen başarılar sonrasında ülke içinde yaşanan karnaval havasında olduğu gibi.

Spor sadece oynayanlar açısından değil, izleyenler açısından da etkili olmaktadır. Özellikle takım taraftarlığı içinde yaşadığımız toplum düzeninde kişinin kendini gerçekleştirebildiği ender mekanizmalardan birisidir. Kuper'in belirttiği gibi "bir kulübün taraftarı olmak başkalarıyla bir araya gelmek ve özgür olmak demektir. Komünizm döneminde futbol taraftarlığı ön plana çıkmıştır. Bunun nedeni bir futbol takımının taraftarı olmak, insanın kendisini o takıma ait olarak görmesidir. Bu ise insanın kendine ait bir topluluğu seçmek için elde ettiği tek şanstır ve bu topluluk içinde kendisini istediği gibi ifade edebilme özgürlüğüne sahiptir" (Kuper, 2003,104).

Kapitalizmin gelişmesi ile birlikte değişen sosyal yapı içerisinde spor, kendisine yepyeni bir yer bulmuştur. Önceleri işten uzaklaşma için kullanılan spor, boş zaman süresinin artması ve sistem içi ekonomik bir yer işgal etmeye başlamasıyla birlikte işe dönüşmeye başlamıştır. Bugün için spor, hem oyun hem de iş özelliklerini bünyesinde barındıran bir yapıya sahiptir. Yirminci yüzyılın ikinci yarısı sportif faaliyetlerdeki gelişimin doruğa çıktığı dönem olmuştur. Spor, kapitalizmin değişen yüzüne çok çabuk uyum sağlamayı başarmış ve boş zaman saatlerindeki artışın en yoğun olarak değerlendirildiği alan haline gelmiştir. 'Herkes için spor ve spor yapın sağlıklı kalın' sloganlarının altında bu anlayış yatmaktadır. Kitle sporu ve iyi bir hayat için spor sloganlarının altında kitlenin boş zamanlarını sporla geçirmesi için teşvik yoluna gidilmiştir. "Spor ve egzersiz, özellikle 'herkes için spor' ve 'hayatın içinde olun' gibi adlarla düzenlenen promosyon kampanyalarının önemli görünümleri oldu. Bunlar genelde nüfusa (özellikle sabit hayat tarzlarına sahip olduğu saptanmış kesimlere) hayatlarını zenginleştirmeleri ve açılım yapmaları için devlet ve ticari örgütler tarafından kolaylaştırılan fiziksel faaliyetlerle uğraşmaları doğrultusunda kurnaz ve

görünüşte itiraz edilemez teşvikler gibi dolaşıma sokulmaktadır" (Rowe, 1996, 210-211).

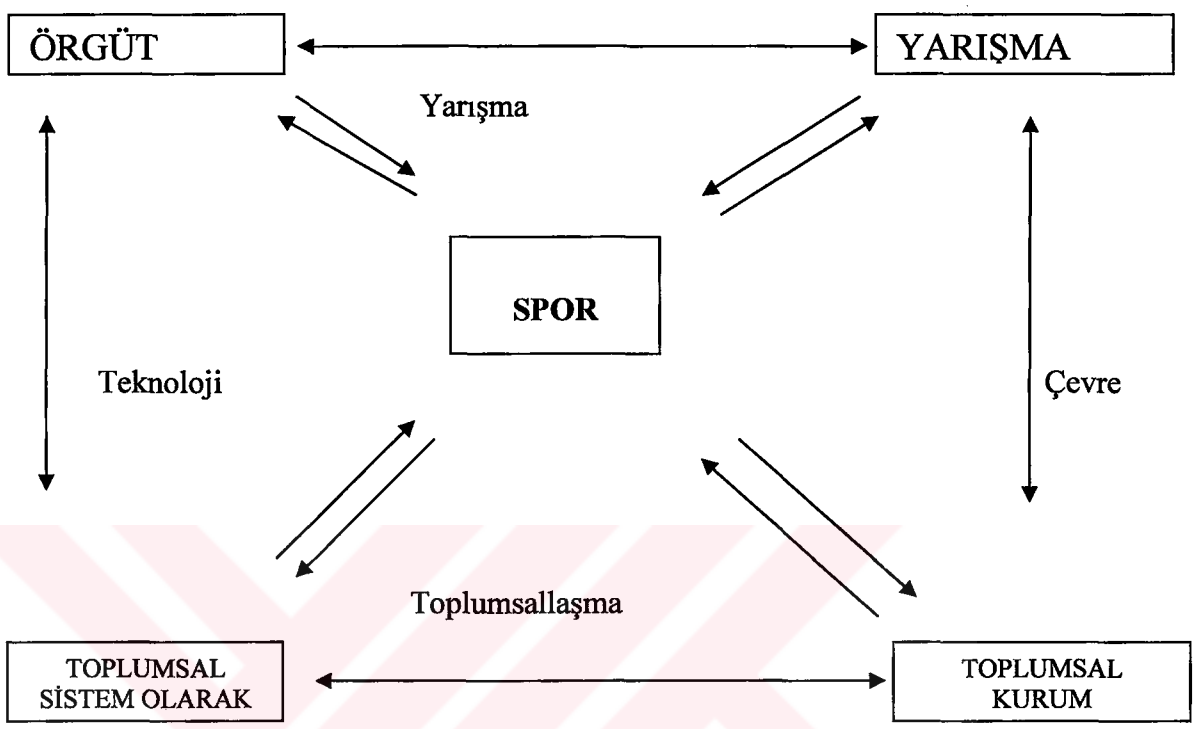
Teknolojik gelişmeler insanoğlunun yaşamını her geçen gün kolaylaştırmasına karşın beraberinde daha hareketsiz bir neslin yetişmesini de getirmektedir. İşte tam bu nokta da sistem kendisi için 'herkes için spor' kampanyalarını başlatmış, sporun insan sağlığı üzerindeki etkileri medyanın yardımı ile kitlelere aktarılmıştır. Sportif olayın medyada aktarılması sırasında ve sportif olayın kendisinde ikinci planda bırakılan kadın yeniden keşfedilmiş ve özellikle kadınlara yönelik olarak, televizyonların sabah kuşaklarındaki yayın akışı sırasında step, aerobik gibi egzersizler Jane Fonda, Cindy Crawford gibi ünlü yıldızlar tarafından öğretilmekte ve kadınlara eğer isterseniz sizde 'onlar gibi olabilirsiniz' mesajı verilmektedir. Kadınlara yönelik bu uygulamaların yanı sıra Avrupa ve Amerika'da son dönemde bireysel olarak yapılan sporlara duyulan ilginin de artmakta olduğu ve yeni sportif etkinliklerin yaşantımıza hızla dahil olmakta olduğu görülmektedir.

Spor, içinde yaşadığımız yüzyılda dev bir endüstri haline gelmiştir. Bu endüstrinin ayakta kalabilmesi için tüketimi daha çok arttıracak organizasyonlara ihtiyacı vardır. Olimpiyat oyunları, dünya kupası, şampiyonlar ligi gibi organizasyonların canlı yayınlar aracılığı ile tüm dünyada izlenilmesi tüketim mekanizmasını harekete geçirmektedir. Günümüzde sporu medya olmaksızın düşünemeyiz, medya sporun geniş kitlelere aktarımında aracı olur iken, sporla birlikte kitlesel bir eğlenceye dönüşmektedir. Milyonlarca insanı peşinden sürükleyen spor etkinliklerinin televizyon aracılığıyla canlı yayınlarla tüm dünyaya aktarılması kültürel anlamda bir kaynaşmayı sağlarken, ekonomik anlamda dev bir endüstrinin doğmasına yol açmaktadır. Bugün spor karşılaşmalarının medya kuruluşları aracılığı ile yayınlanması sayesinde dünyanın en geniş izleyici kapasiteli aktiviteleri spor karşılaşmaları olmaktadır. "İnsanlık tarihinde aynı anda tek bir faaliyetle uğraşmak üzere bir araya gelen en fazla sayıda insan kalabalığı Olimpiyat oyunlarını ve Dünya kupasını izleyen televizyon izleyicileridir" (Rowe, 1996, 253). İnsanların daha çok ilgisini çeken spor dalları, spor basınının da daha çok ilgisini çekmiştir. Bu olgu iki yönlü olarak ilerlemiştir, ilginin diğer dallara göre çok olduğu spor branşlarına basın daha ağırlıklı olarak önem vermiştir. Bu ilgi aynı zamanda o spor dalına ilgisi olmayan

kişinin basın yoluyla ilgisinin çekilmesini de sağlamıştır. Örn, ABD'de rugby, beyzbol ve basketbol en popüler spor dallarıdır ve gazeteler bu dallara ağırlık verirler. İskandinav ülkelerinde kış sporları, Küba'da boks, Kanada'da ise buz hokeyi spor basınının ağırlıklı olarak ilgilendikleri dallardır. Futbol ise genel olarak tüm dünyada birinci sırada yer almaktadır. Bunun içindir ki son dönemde üzerinde en çok tartışılan ve televizyonla olan birlikteliği hızla gelişen spor dalı futbol olmuştur. "Son kırk yılda değişen futbol oyunu ve onun kuralsal düzeni değil, bu oyunun oynandığı toplumsal çerçeve koşulları oldu. Oyuncuların ve seyircilerin rolleri yanında, futbolun toplumsal statüsü değişti. Profesyonelleşme ve kitlesel medyatik pazarlama çerçevesinde ticarileşme süreçlerine bağlı olarak futbol 'proleter sporu' olmaktan çıkıp toplumsal kabul gören bir boş vakit eğlencesi haline geldi. Toplumsal köklerinden koptu, ama geniş toplumsal tabakalar nezdindeki çekiciliğini yitirmedi. Futbol sporu, şimdi televizyon, sponsorluk ve reklamın oluşturduğu ilişki örgüsüne yakalanmış durumdadır" (Klose, 1993, 376). Televizyonun yarattığı yeni imkanlarla birlikte, futbol endüstrisi tümüyle küreselleşmiştir. Tarihsel açıdan işçi sınıfı sporu olarak bilinen futbol, küreselleşen dünyada ağırlıklı olarak orta sınıfa hitap eden bir spor dalı haline gelmiştir.

Spor, dünyanın en ücra köşelerinde yaşayan insanları dahi bir araya getirebilme, aynı idealler etrafında toplayabilme gücüne sahip bulunan sosyal bir kurum (dünyanın en eski kurumlarından birisi spordur) olarak diğer temel kurumlar kadar incelenmeyi, üzerinde düşünülmeyi fazlasıyla hak etmektedir. Spor, sosyolojik bütünlüğün bir parçasıdır ve sosyolojik olarak olgular ve olayların birbiriyle olan bağlantısını sportif etkinlikleri ele alırken de aklımızdan çıkartmamalıyız. Bugün yapılan pek çok spor dalının kurallaştırılarak tüm dünyaya yayılmasının arkasında 19. yüzyılın en güçlü ülkesi olan İngiltere'nin bulunması tesadüf değildir.

Şekil 1: Toplumsal Bir Olgu Olarak Spor



Kaynak: John Loy, The Nature Of Sports A Definition Effort, 1968 (Akt. Armağan, 1981).

Spor, sosyal bir olgu olduğu için yapıldığı toplumsal yapı bütünlüğünde anlam kazanmakta ve toplumların uzun yıllar boyunca geçirmiş oldukları toplumsal değişimlerden etkilenmektedir. Spor, tüm insanlığın ortaklaşa yaratmış olduğu kültürün ayrılmaz bir parçası olarak, içinde yaşadığımız dönemde önemi daha da fazla hissedilen bir yaşam alanı haline gelmeye başlamıştır. Günümüzde sporun toplumsal yaşantımız içindeki yeri ve önemi her geçen gün artmaktadır: Spor, tek tek bireylerin yaşamlarında olduğu kadar tüm toplumsal yapı içinde yer almanın yanı sıra, kapitalist tüketim ekonomisinin mantığı içerisinde ekonomik açıdan büyük bir getirisi olan bir alan olma özelliğini bünyesinde barındırmakta ve ayrıca siyasal iktidarların da kendisinden vazgeçemediği bir alan olma özelliğine sahip bulunmaktadır. Bunun içindir ki bir kurum olarak sporu incelediğimizde spor birimleri ile diğer kurumlar arasındaki bağlantıları, insanların günlük bireysel aktivitelerinden grupsal ve toplumsal aktivitelerine dek bir dizi değişimi gözlemleyebiliriz. Spor kurumu aracılığıyla içinde yaşadığımız toplumsal yapının minik bir minyatürünü inceleme imkanına sahip oluruz.

Burada yaşanan güç ilişkilerini, sınıflar arası çelişkileri, farklılıkları, siyasal yapının işleyiş biçimini, cinsiyet ayrımcılığını, sosyalizasyonu, gruplar arası ilişkileri-çekişmeleri, grup içi aidiyetlerin gerçekleşme biçimlerini, varolan ekonomik mantığın nasıl işlediğine dek pek çok şeyi görebiliriz.

A. SPOR KURUMUNUN ORTAYA ÇIKIŞI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Dünyanın en eski kurumlarından birisi olan sporu, içinde yapıldığı doğal ortam ve toplumsal ilişkilerden bağımsız düşünemeyiz. Sporun doğuşu insanoğlunun birinci toplumsal iş bölümünü gerçekleştirdiği neolitik döneme rastlamaktadır. Bu dönemde tarımla hayvancılık ayrışmaya başlamış, yerleşik düzene geçilmiş ve tunç madeninin savaşlarda ve avcılıkta kullanılması ile birlikte 'kendine yetenden fazlasını üretme yeteneği' ortaya çıkmıştır. Bu ise insanların boş zaman faaliyetlerinde bulunabilmesinin koşullarını sağlamıştır. Bu gelişmelerin hemen akabinde tarihte ilk devletlerin kurulmaya başlanması ile birlikte savaşlarda elde edilen kölelerin çalıştırılması boş zamanın fazlalaşmasının nesnel koşullarını yaratacaktır. Bunun içindir ki tarihin ilk sporları her iki kişiden birinin köle olduğu Yunan site devletlerinde ortaya çıkmıştır. "Eski Mısır'da oldukça yaygın güreş, top oyunları ve sopa dövüşleri gibi sportif faaliyetlerden veya spor kültüründen, spor zevkinden etkilenen Yunanlılar modern toplumlardan önce sporu belirli kurallar çerçevesinde organize edip uygulayarak ona toplumsal, dinsel ve estetik bir şekil kazandırmışlardır" (Tüzer, 1999, 128). İlk örgütlü spor karşılaşmaları olarak nitelendirilen Antik Olimpiyat oyunlar İ.Ö.776 yılında Elis Kralı İptihos'un çabalarıyla başlatılmıştır. Oyunlar süresince Yunan site devletleri 'Olimpiyat Barışı' geleneğini hayata geçirmişler ve birbirleri ile savaşmamışlardır. "Boş zamanlı insanların sayısı artıkça, izleyen olimpiyatlarda spor dalları da arttı, çeşitlendi. Boks, güreş, daha uzun koşular, disk ve cirit atma, koşu, uzun atlama ve güreşten oluşan beşli yarışmalar programa alındı. Ama, bütün bunlar olurken, bilim ve teknoloji ve 'uygarlık' hızla batıya kayıyordu. Özgür Yunanlıların yanında önce Sicilyalı ve Giritliler katıldılar oyunlara... Romalıların Yunan topraklarına girip zorla kendilerini olimpiyat oyunlarına katmalarından sonra da, barışçı amaçlarla başlatılan bu 'spor şöleni' tek kelimeyle sirke dönüştü" (Fişek, 1985, 13). Eski Roma ve Bizans

dönemlerinde spor, daha çok savaşa hazırlık açısından değerlendirilmiş ve gladyatör dövüşleri halkın yoğun ilgi ve desteğini almıştır.

Karanlık bir dönem olarak nitelendirilen Ortaçağda spor da karanlıklara gömülmüş, sportif etkinlikler de kilisenin taassubundan payını almıştır. Sporun yeniden geniş kitleleri peşinden sürüklemesi sanayi devriminin yarattığı ekonomik, toplumsal ve siyasal sonuçlarla yakından bağlantılı olacaktır. Bu dönemde boş zaman sürecinde yaşanan artış, daha çok sayıda insanın sportif etkinliklerle uğraşmasına yol açmakla kalmamış, daha önce 'spor yapma' tekelini elinde bulunduran egemen sınıfa mensup insanlar yerlerini terk etmişler, onların bıraktıkları alanları sporu meslek edinen kişiler almıştır. Sporu yapma tekelini elinden çıkaran egemen sınıf, sportif organizasyonların düzenlenmesi, spor sahalarının, stadyumların inşası kısaca sporun paraya döndürülmesi sürecinde ön planda yer alacaktır. "Kapitalizmin ekonomik gelişmesini belirleyen düşünsel, etik ve sosyal güçler ile modern sporun ilkelerine damgasını vuran güçlerin aynı zamanda ve aynı yerde ortaya çıkması sanayi toplumunun gelişimi ile sporun gelişmesi arasında kopmaz bir bağ olduğunu göstermektedir" (Kurt, Atayman ve Kurultay, 1997, 52). Ulus devletlerin kurulması sürecinde 'ulus birliğinin' sağlanabilmesi amacıyla spor ve beden eğitimi birleştirici bir unsur olarak uzun yıllar boyunca devlet politikası olarak kullanılmıştır. "Sportif festivallerin milliyetçi amaçlar için kullanılması, kaynağını 19. yüzyıl Almanya'sının jimnastik hareketlerinden alır. 19.yüzyılın başlangıcından itibaren klasik olan anıtsal olanla karışmaya başladı. Anıtsal olana yönelik bu itki, artan ulusal duyguların mantıksal sonucuydu. Ulusal haşmet sembolize edilmeliydi. Ritmik vücut hareketlerinin sembolik bütünselliğe sirayet etmesi totaliteryan ibadetin temel öğelerinden biri haline geldi. Sportif hareketlerin gösterişli ve teferruatlı bir kalıp içerisinde sunulması hem faşist hem de komünist rejimlerin ortak bir özelliğidir" (Hoberman, 1984, 11). Spor, 20. yüzyılda totaliter rejimlerin kendi devamlılığı için kullandığı araçlardan birisi olmuştur. Nazi Almanya'sı Avrupa ülkeleri ile olan ilişkilerinde sporu kullanmış, 1936 yılında Berlin'de düzenlenen olimpiyat oyunları Alman Ari ırkının gücünün tüm dünyaya gösterilmesinde aracı olarak düşünülmüştür. Ayrıca Alman milli futbol takımının oynandığı karşılaşmalar öncesinde karşı ülke takımlarının da Nazi selamı vermeleri de bir diğer önemli örnek olarak verilebilir.

Pierre de Coubertin'in çabaları ile diriltilen modern olimpiyat oyunları 20. yüzyılın en önemli sportif organizasyonu olmakla kalmayacak, sık sık devletlerin karşılıklı olarak yaşadıkları sorunların, sıkıntıların, ideolojik kutuplaşmaların su yüzüne çıkarıldığı kitlesel etkinlikler olacaktır. Örneğin 1920 Anvers olimpiyat oyunlarına birinci dünya savaşının suçlusu olarak görülen Almanya, Avusturya, Bulgaristan ve Macaristan sporcularının katılmaları olimpiyat komitesince yasaklanacaktır. Benzer bir durum 1948 Londra olimpiyatlarında Almanya ve Japonya'ya uygulanacaktır. 1980 Moskova olimpiyatlarını ABD ile birlikte 65 ülke boykot etmiş, 1984 Los Angeles olimpiyatlarını ise SSCB ve Doğu bloku ülkeleri boykot etmişlerdir. Soğuk savaş döneminde elde edilen başarılar var olan ideolojinin başarısı olarak da algılanmıştır.

20.yüzyılda spor ve kapitalizm arasında hız kültürü, modernite, ölçülebilirlik ve başarı anlamında bir birliktelik mevcuttur. Modern sporun iki temel ilkesi ile kapitalizm arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Kapasiteyi en üst düzeye çıkarma ve bu kapasitenin ölçülebilirliği yani rekabet eğilimi. Sürekli olarak daha fazlasını isteme anlayışının başarıyı kutsaması ve bu uğurda bazen yasa dışı yollara da açık kapı bırakması içinde bulunduğumuz dönemde sporun baş belası olan dopingin, şikenin, kirli ilişkilerin barınmasına da yol açmaktadır. Spor, içinde yaşadığımız dönemde bir kitlesel tüketim ajanı olarak kapitalist ekonominin dişlileri için vazgeçilmez bir yer işgal etmektedir. Oyun, oyalanma, boş zamanları değerlendirme düşüncesi boş zamanın kendisinin bir Pazar haline gelmesi ile birlikte anlamını yitirmiş ve sportif etkinlikler her geçen gün iş'e dönüşmeye başlamıştır. Spor geleceğin dünyası için de insanoğluna vazgeçilmez alternatifler üretmeye devam ediyor, profesyonel sporun metalaşma sürecinin yarattığı olumsuzluklar amatör olarak spor yapma düşüncesini ön plana geçirmeye başlamış ve boş zaman sürecinin yarattığı boşluk da pazarlanabilir sportif etkinliklerin yeri farklı sportif faaliyetler ile doldurulmaya başlanmıştır.

Spor, insanların zihinsel ve fizyolojik yetenek ve becerilerini belirli kurallar içerisinde kullanmaları suretiyle oluşan yarışma, eğlenme, dinlenme ve oyunu içeren bir etkinlik türüdür. Oyun güdüsünün bir uzantısı olarak spor, oyunun aksine yarışma öğesi ile dünyanın her yerinde geçerli olan kurallar içerisinde rakibini geçmeyi, yenmeyi, rekorlar kırmayı bünyesinde barındırmaktadır. Yarışma Eski Yunan'daki olimpiyat oyunlarından bugüne değin sporun bünyesindeki rekabeti, kurallara uymayı,

dürüstçe mücadele etme geleneğini sportif organizasyonlar içerisinde taşıya gelmiştir. Sporun 18.yüzyıl sonrasında örgütlenme süreci içerisine girmesi ve profesyonel organizasyonların oluşması, sportif yarışmaların geniş kitlelerin gözü önünde yapılmasını ve bunun için sportif tesislerin kurulmasına vesile olacaktı. Sporun sadece yapanlar açısından değil onu izleyen, ondan keyif ve haz alanlar açısından da önem taşıdığı bu sürecin oluşması boş zaman kavramı ile yakından ilintilidir.

Spor olgusunun geçirdiği dönüşümleri şu dört aşamada izleyebiliriz:

1) Spor önceleri belli bir sosyal sınıfın/kesimin boş vakitlerini geçirme (değerlendirme) faaliyeti iken, bugün kitlelere mal olmuş bir etkinliktir.
2) Önceleri organize şekilde gerçekleştirilmeyen bir boş zaman faaliyeti olan spor, yerini organize olmuş, kurumsallaşmış ve tüm dünyaya yayılmış bir faaliyetler bütününe bırakmıştır.
3) Spor artık sadece bir boş zamanları değerlendirme işi olmaktan çıkmış ve bu alanda çalışan bir meslek grubunun yaratılmasını(profesyonel sporcular) sağlamıştır.
4) Meslekleşme(profesyonel spor) beraberinde endüstrileşme ve ticari meta olarak sporun ve sporcunun görülmesini ve kullanılmasını getirmiştir.

Boş zaman kavramının içeriğinde yaşanan ekonomik ve toplumsal değişmelerden spor olgusu da doğrudan etkilenmiştir. Boş zamanın, tüketime dönük olarak yeniden pazarlanması düşüncesi sportif etkinliklerin yapısında ve ruhunda derin izler bırakmıştır. Sporun kitle tüketiminin aracı olması özellikle sportif giyim eşyaları vasıtası ile sağlanmış ve bu süreçte yıldız sporcular ile gözde spor dalları kullanılmıştır. Her şeyin ölçülebildiği düşüncesi sportif yarışmaların belirli kurallar dahilinde düzenlenmesinde etkili olmuş ve kapitalizmin başarı, rekabet, ilerleme kavramları sporla ilintilendirilmiştir.

Modern spor kentsel ortamın bir parçasıdır ve oyun ile spor arasındaki kopuşta modern sporun yeniyi, buna karşın oyunun eskiyi ve geçmişi temsil etmesinin payı olduğu kadar modern sporun geniş kitleler ve kitle iletişim araçları ve modern dünyanın hız kültürü, ölçülebilirlik ve başarı kavramı ile kurmuş olduğu bağlantının da büyük bir etkisi bulunmaktadır. Bugün spor, özellikle onu profesyonel olarak icra edenler açısından işe dönüşmüş ve işin bütün özelliklerini bünyesinde barındıran faaliyetler bütünü haline gelmiştir. Adorno'ya göre, spor makinelerin kendisinden alıp götürdüğü

fonksiyonları insanoğluna iade etmektedir ancak bunu onu yeniden aynı makinenin hizmetine sokup insafsızca disipline edebilmek amacı ile yapmaktadır. Oyunu öne çıkartan Huizinga'ya göre ise, "rasyonelleşen, araçsal bir akla göre düzenlenen modern (kapitalist) dünyada, ölümüne ciddiye alınan oyun, oyun olma özelliğini yitirmiş bir olgudur. Modern spor karşılaşmaları oyunu 'işe' dönüştürmüş, seyircinin hazzına tabi kılmış ve bizzat seyirciyi de kör bir edilgenlik konumuna geriletmiştir" (Kurt,Atayman ve Kurultay,age,126). Bu açıdan spor olgusunu yeniden incelediğimizde sporun şu özelliklere sahip olduğu sonucuna varabiliriz:

"1) Rekabet-birinci gelmek, bir rakibi yenmek veya diğerlerinden daha iyi derece yapmak(yeni bir rekor kırmak).

2) Merkezde rekorun bulunması- bu her şeyin ölçüldüğü ve sayılara döküldüğü bir toplumu yansıtır.

3)Herkesin anladığı, çok hiyerarşik , çok kesin spor değer yargıları.

4)Antrenman-sporun en zor bölümü" (Bambery, 2002, 86).

Sporun yarışmayı içeren yapısı teknolojinin etkisi ile ortaya çıkan yeni boş zaman sürecindeki artışla birlikte spor tüketimi ve spor görüntülerinin tüketimini de artırmış ve sportif aktivitelere olan ilginin katlanarak yükselmesini sağlamıştır. Bu süreçte sporun bazı dallarının özellikle futbol, basketbol, beyzbol, rugby, tenis, golf, bisiklet, atletizm vb. gibi organize oyun(game) haline geldiğini görmekteyiz. Bu spor dallarında profesyonel sporcuların elde ettiği kazançlar, bu alanların yarattığı ekonomik olanaklar (naklen yayın gelirleri, lisanslı ürün satışları, tribün gelirleri, sponsorluklar gibi) devasa bir spor endüstrisinin oluşmasına neden olmuştur. Nasıl sportif olunabilir' isimli makalesinde Bourdieu 'Sportif faaliyetler alanının özerkleştirilmesinin, Weber'in terimleri ile açıklamakta; bu durumun farklılıkların ve özelliklerin ötesinde öngörülebilirliği ve hesaplanabilirliği sağlamaya yönelik bir akılcılaştırma sürecine eşlik etmekte olduğunu ileri sürmektedir. " Sportif pratikler alanı, başka şeylerin yanı sıra, sportif pratiğin meşru tanımına ve sportif faaliyetin meşru işlevinin dayatılmasına ilişkin tekelin bir hedef olduğu mücadeleler alanıdır; profesyonelliğe karşı amatörlük, seyirlik spora karşı pratik spor" (Bourdieu, 1997, 163). Sporun organize oyun haline gelmesi beraberinde sporun bünyesine aykırı olan doping, şike, bahis oynama, mafya gibi olumsuzlukları da taşımıştır. Sporun medyatikleştirilmesi, oynamak yerine salt

seyretmenin geçirilmesi sporun(oyunun) hayatla kurmuş olduğu bağın zedelenmesine yol açarken gerek sporcu profili gerekse de izleyiciler açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. 'Ölümüne ciddiye alınan oyun, oyun olma özelliğini yitirir iken' ekran karşısında edilginleştirilen izleyici şiddete daha fazla prim verebilmektedir.

B. SPORUN İŞLEVLERİ

Sosyoloji açısından sporun önemi, gerçekleşen beşeri aktivitelerin, oluşan grupların, organizasyonların, toplumsal düzen ve toplumsal davranışların yapısı ve işleyişi hakkında bilgiler sunmasının yanı sıra çok geniş kitlelerin gerek izleyici gerekse de aktif olarak sporun içinde yer almalarından kaynaklanmaktadır. Wilkerson ve Dodder sporun sosyal işlevlerini şöyle sıralamaktadırlar:

"a)Duygusal Boşalma: Spor(yapmak) duyguların boşalmasına ve stresin azaltılmasına olanak sağlar. Bir güvenlik supabı olarak saldırganlık eğilimlerini geriletir.

b)Kimliğin Teyidi: Spor, kişiye tanınma ve kişisel niteliklerin dışa vurulmasının fırsatlarını yaratır.

c)Sosyal Kontrol: Spor, kişileri içine alarak üzerlerinde bir kontrol sağlama imkanı tanır.

d)Sosyalleşme: Sporcuların sosyal bir yapı içinde var olmalarına hizmet eder.

e)Değişim Organı: Spor, tarihsel değişimlere(sınıfların karşılıklı etkileşimi, beceriye bağlı dikey sosyo-ekonomik hareketlilik, ping-pong diplomasisi vs.) kadar varabilen sosyal değişim ve yeni davranış biçimleri üretilmesine yol açar.

f)Kollektif Bilinç: Spor, ortak amaçlar etrafında toplanılan bir topluluk ruhu yaratır.

g)Başarı: Spor, hem sporcu hem de izleyici de, kendisini özdeşleştirdiği bir sporcu ya da takım hedefine ulaşınca bir tatmin ve başarı duygusu verir" (Wilkerson ve Dodder, 1979, 50-51).

Sporun yerine getirdiği işlevlerin başında sporu yapan ve izleyenlere sunmuş olduğu eğlenme, haz alma ve mutlu olma gelmektedir, bunun yanı sıra sporun bir diğer önemli işlevi sağlık ve rehabilitasyondur. Spor yapan bireylerde yaşlanma süresi yavaşlamakta, vücut direnci artmakta, hastalıklarla mücadelede spor önemli bir yardımcı rolünü üstlenmektedir.

Çağımızın hastalığı olarak nitelendirilen stresle başa çıkmada sporun etkisi olmakta, kişilerin gevşemesi ve rahatlamasını sağlamanın yanı sıra kendilerini mutlu hissetmelerini ve bir şeyleri yapmış (başarmış) olmanın vermiş bulunduğu hazzı yaşamaları da sağlanmış olmaktadır.

Spor, profesyonel olarak uğraşanlar için bir meslek, gelir elde etme (çok kazanç sağlayan alanlarda yer alan sporcular için aynı zamanda dikey toplumsal hareketlilik de söz konusu olmaktadır) ve toplum içerisinde bir statü elde etme imkanını da yaratmaktadır. Sporun yerine getirdiği bir diğer işlev eğitim alanında olmaktadır. Spor küçük yaştan itibaren kurallara uyma, verilen sorumlulukları yerine getirme, ekip ruhu, işbirliği içinde çalışma ve dayanışma, rekabet, rakibe saygı-kendine saygıyı öğretir. Spor, belli bir grup içinde yapıldığında aidiyet, sosyal çevre ve güç ilişkilerinin nasıl işlediğini de göstermesi açısından bir hayli önemli bir faaliyet alanıdır.

Öte yandan sporun, siyasal amaçlarla kullanımı doğrultusunda toplumsal açıdan bir takım olumsuz işlevleri de söz konusu olabilmektedir. Böylesine geniş kitleleri etkileme gücüne sahip bulunan ve tüm toplumu ilgilendiren bir alanda siyasal iktidarlar, kendi siyasal amaçlarını sportif etkinlikleri kullanmak sureti ile perdelemeyi, gizlemeyi başarabilmektedirler. Sportif etkinlikler, var olan resmi ideolojinin topluma benimsetilmesinde kullanılabilmekte ve spor üzerinden bir takım ideolojiler üretilebilmektedir. Sporun özellikle de futbolun gündemi etkileyebilme gücü ne yazık ki totaliter rejimlerin sıkıca sarıldığı araç haline getirilmiştir. Bu etkinlikler kimi zaman toplumsal yapı içerisinde yer alan kimi eşitsizliklerin, ayrımların meşrulaştırıldığı, milliyetçiliğin-cinsiyetçiliğin kışkırtıldığı alanlar haline getirilebilmektedir.

Sporun toplumların afyonu olduğunu dile getiren kimi düşünürlere göre, spor toplumsal muhalefetin oluşmasını engellemekte, geçici heyecan ve mutluluklar ile kitlelerin gerçek sorunlarından uzaklaştırılmalarına neden olmaktadır. Bu konuda en çok eleştirilen spor dallarının başında ise futbol gelmektedir. Futbolun Latin Amerika diktatörlüklerinden, Avrupa'daki çeşitli totaliter rejim yönetimlerine dek bu şekilde kullanımı sık sık gündeme getirilmekte ve futbolun bu yanı ile kitlelerin öfkesini frenlediği öne sürülmektedir (Bu konuda Franco'nun ünlü 100.000 kişilik uyku tulumu nitelemesi, Salazar'ın Portekiz yıllarca 3F ile yönettim (bunlardan bir tanesi Futbol) sözü, 1978 dünya kupası öncesinde Arjantin askeri rejiminin ülkesinde yapılacak

karşılaşmalar öncesinde ve sonrasında sivil halka yönelik olarak yürüttüğü katliamlar örnek olarak gösterilebilir.) Ancak yine de sporun ve futbolun afyon olarak nitelendirilmek sureti ile toplumda yaşanan atalet ve uyku halinin tek müsebbibi olarak gösterilmesinin de insaflı bir niteleme olmayacağını düşünmekteyiz. Çünkü spor(çoğunlukla da futbol) halkların direniş sembolü haline de gelebilmekte ve geniş kitleleri ortak bir payda altında da toplayabilmektedir (F.C. Barcelona Katalan halkı için Katalan birliğini temsil etmekte, 'Barça' tezahüratı ve forması bu birlikteliğin kurulmasında etkili olmaktadır. Atletic Bilbao için 'Atletic konuşunca Eta susar' denilmektedir. Napoli takımı ile güney İtalyanların, zengin kuzeye dönük temsilcisi olduğu örneklerini verebiliriz.)

C. ANALİZ BİÇİMLERİ

Sporun toplumda yararlı işlevleri olan bir kurum olup olmadığı ya da toplum içinde çatışma yaratan kaynaklardan birisi olup olmadığı karmaşık bir sorundur. Coakley'e göre, araştırmacılar toplumun diğer alanları ile ilişkisinde sporu genel olarak işlevsel, çatışmacı ve eleştirel kuramsal çerçevelerden birisi içerisinde değerlendirmektedirler. "İşlevselci kuramcılar, sporun topluma yaptığı olumlu katkı üzerinde durmaktadırlar. Bu katkılar estetik, vatandaşlık, karakter geliştirme, iletişim, kültür, ekonomik gelişme, eşitlik düşüncesi, etik, eğlence, kahramanlık, fair play anlayışını benimseme, kimlik, disiplin, adanma, düzen, din, toplumsallaşma, statü, sportmenlik ve benzeri alanlarda kendisini göstermektedir.

İşlevselci kuramcıların aksine çatışmacı kuramcılar sporun toplum üzerindeki yabancılaşma, sömürü ve kontrol, sosyal yalıtma, milliyetçilik, cinsiyetçilik, militarizm, bireylerin manüple edildiği alanlarda yaşanan ticarileşme gibi olumsuz etkileri üzerinde yoğunlaşmaktadırlar.

Eleştirel kuramcılar ise, sporun, tarihsel ve sosyal koşulların sınırlamaları içerisinde insanlar tarafından yaratıldığını, sporun toplum üzerindeki gerek işlevsel gerekse de çatışmacı etkilerinin aynı zamanda birlikte varolabileceğini ileri sürmektedirler. Eleştirel kuramcılara göre spor ve toplum arasındaki ilişki müzakere, uzlaşma ve baskı yoluyla sürekli değişmektedir. Değişikliğin oluşmasında tarih,

ekonomi, eğitim, medya, aile, hükümet ve sosyal gruplar arasındaki ilişkiler etkili olabilmektedir" (Coakley, 1990, 32-48).

Spor-Toplum ilişkisinde sıkça başvurulan işlevselci yaklaşıma göre, spor belli kurallara göre yapılan bir uğraşı olması nedeniyle insanlara kurallara uyma alışkanlığı kazandırmakta ve toplumun ortak değerlerinin yerleşmesi ve gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Sportif faaliyetlerdeki temas sosyal ilişkilerin gelişmesine ve yalnızlık hissinin azalmasını sağlamak sureti ile toplumsal dayanışmayı güçlendirmektedir. "Spor sosyolojisinde egemen olan görüş Talcott Parsons'ın yapısal-görevselcilik yaklaşımından gelir. Bu görüş kültürü, farklı toplumsal konumlar ve rollere bağlanan inançlar, değerler ve kurallar alanı olarak belirler. Buna göre kültür, modern endüstriye dayalı toplumun normal işlev üstlenmesinde rol oynar. Bu tanım içinde, spor kültürünün birbiriyle ilişkili, birbirini tamamlayan şu görevleri vardır: Kişiler için anlamlı etkinlik sağlar... Kuralları belirli koşullar içinde kişilerin kendilerini ifade etmeye, gerginliklerini gidermeye, saldırganlıklarını bir kanalda kullanmalarına fırsat verir...Kişilerin toplumsal yapıya uyumunu, ortak kural ve değerleri destekleyerek toplumsal düzene istikrarı sağlar" (Erdoğan ve Alemdar, 1994, 95).

Sporu ve yerine getirdiği olumlu işlevlere yoğun vurgulamanın yapıldığı ülkemizdeki ilk olması anlamında da önem taşıyan'Sosyolojik Açıdan Spor' isimli çalışmada sporun vurgulanan bazı işlevleri şunlardır: "Sporun ve sportif temasın kimlik erimesini önleyebildiğini, kimliğin canlı tutulmasını ve sürmesini sağladığı söylenebilir...Sportif olay toplumda manevi bakımdan yalnızlığı da önlemektedir. Spor olayının her çeşidi ferdi toplumla, en azından diğer fert ve gruplarla buluşturmaktadır...Toplum içinde mevcut bir takım sosyal bunalımların hafifletilmesinde sportif olayın önemli bir payı vardır...Artan iş bölümü ile sosyal bütünleşme arasındaki uyumun sağlanmasında spor aktif bir ajandır...Toplumda çözülmeyi önleyici yönde dengesizlikleri doğuran gerginlikleri azaltarak sosyal hareketlerin anarşi veya terör niteliği kazanmaksızın hafifletilebilmesinde spor önemli bir önlemdir" (Erkal-Güven ve Ayan, 1998, 182-197).

Çatışmacı yaklaşım, işlevselci anlayışın spora atfettiği olumlu görüşlerin aksine spor kurumunu ırk-cinsiyet ve sınıflar temelinde incelemekte ve sporun bu alanlarda olumsuz bir rol oynadığını ileri sürmekte ve sporu halkı uyutan 'afyon' olarak

nitelendirmektedir. İşlevselci yaklaşım toplumun düzen ve istikrarının sağlanmasında sporu olumlamasına karşın çatışmacı yaklaşım sporu bu anlamda olumsuzlamakta ve sporun var olan güç ve iktidar ilişkilerinin sürdürülmesine katkıda bulunduğunu ileri sürmektedir. "Spor bütünüyle devletlerarası rekabet, kapitalist üretim ve sınıf ilişkileri çerçevesine oturur. Medyanın büyük ölçüde şişirdiği bir ideoloji olarak iktidardaki burjuva ideolojisinin önemli bir parçasıdır. Spordaki hiyerarşik yapı, kapitalizmin sosyal yapısını ve onun rekabetçi eleme, terfi, hiyerarşi ve sosyal ilerleme sistemini yansıtır. Sporun itici güçleri olan performans, rekabet ve rekor, kapitalist üretim tarzının itici güçlerinin aynasıdır" (Bambery,age, 90). Günümüzde sporun ticarileşmesi ve uluslar arası şirketlerin etkinliği altına girmesi çatışmacı yaklaşım tarafından eleştirilir. Tüm insanlığı etkileyen olimpiyat oyunları, dünya kupası gibi organizasyonlar sponsor firmaların kendi reklam ve tanıtımı için bulunmaz fırsatlar yaratmakta ve var olan sömürünün tüketim aracılığıyla pompalanarak sürdürülmesine katkıda bulunmaktadırlar. Olimpizmi dünyanın manevi olarak sömürgeleştirilmesi olarak nitelendiren Simonoviç'e göre; "Olimpizm tarihteki küresel boyutta olan ilk manevi harekettir ve küresel kapitalist totaliterliğinin bir öncüsüdür...Spor, bir ölüm sanayi ve kapitalizmin gerçek yüzünü yansıtan bir ayna haline gelmiştir" (Simonoviç, 2004, 12-13).

Çatışmacı yaklaşıma göre spor, sınıf egemenliği ve sömürü sisteminin bir parçası, modern kapitalist toplumu yansıtan bir ayna gibi nitelendirilmektedir. Hakim düzeni ayakta tutan zinde güçlerin, yaşanan sorunları aşmada kullandıklara araçlar içerisinde en güçlüsü spordur. Sporun neşe ve zevki içeriyor olması onu popüler yapmaya yetmekte, bu durum ise sporun dokunulmazlığını artırmaktadır.

Eleştirel yaklaşıma göre de spor, var olan ideolojinin sürmesine katkıda bulunan mekanizmalardan birisidir. Adorno ve Horkheimer'a göre spor, "sanayi toplumu için tipik bir uyum sağlatma(ayak uydurtma) işlevini yüklenmiştir. Habermas ise sporun çoktan çalışma rasyonalizasyonunun bir sektörüne dönüştüğünü söylemektedir. Çalışma dünyasının 'ikileştirilmesi' anlamına gelen modern antrenman yöntemlerini bu tezin desteği olarak gösterebiliriz. Çünkü Habermas'a göre, 'her antrenman döngüsü (programı) tıpkı bir üretim süreci gibi başlamaktadır'. Başka aynı doğrultuda düşünen birçok kişi içinde örneğin çalışmanın mekanikleştirilmesi 'sporu da biçim ve yapı

değişikliğine uğratmış ve onu mekanik koşullara boyun eğdirmiştir" (Kurt,Atayman ve Kurultay, age, 85).

Eleştirel yaklaşımı ileri süren düşünürler 'kültürel yabancılaşma' kavramı üzerinde durmuşlar ve sporun insanları var olan sistemle bütünleşmesini sağlayan kimliksizleştirici, kültürel yabancılaşmayı sağlayıcı bir alan olarak görmüşlerdir. Sporun metalaştırılması, spor-insan etkileşiminde insanın yaptığı sportif etkinliklere yabancılaşması ile sonuçlanmaktadır. Frankfurt okulu düşünürlerine göre 'kültürel yabancılaşma', yabancılaşmanın güçsüzlük duygusu, kimlik kaybı ve anlamsızlık hissi gibi sübjektif sonuçlarını irdeleyen bir kavramdır. Bu düşünürler sporu, insanların bastırılmış özlemlerinin kanalize edildiği avutucu bir faaliyet olarak görmüşlerdir. Onlara göre, kapitalizm insanları, sistemle özdeşleştirmelerini sağlayan çeşitli ödüllendirme mekanizmalarıyla kimliksizleştirmeyi başarmaktadır. Bu mekanizmalar arasında spor da bulunmaktadır. Eleştirel yaklaşımı savunanlar açısından sporu 'kültür endüstrisi ve şeyselleşme' kavramları çerçevesinde değerlendirmek anlamlı olacaktır.

Sporun incelenmesinde ortaya attıkları görüşlerle kendilerinden sonra gelen araştırmacıları etkileyen iki düşünürün (Louis Althusser ve Norbert Elias) görüşlerine de kısaca değinmek yerinde olacaktır. Althusser sporu, kültürel dia (devletin ideolojik aygıtları) olarak nitelendirmekte ve dini, öğretimsel, aile, hukuk, siyasal, sendikal, haberleşme dia'ları ile aynı kategori içerisine yerleştirerek bu dia'ların ideolojik onaylama mekanizmalarına dayandığını belirtir. Althusser'e göre, tüm dia'lar hangisi olursa olsun aynı hedefe yöneliktir; üretim ilişkilerinin yeniden üretimi, yani kapitalist sömürü ilişkilerinin yeniden üretimi. "Bu aygıtta ideoloji saklanır ve 'yaşanan durum' olur. Bu yaşanan durum/ ideoloji, modern kapitalist toplumsal ilişkileri yeniden üretme görevi görür. Kişiler üretim biçimi tarafından belirlenin yapısal ilişkilerin taşıyıcısıdır. Althusser modern sporu karakterleştiren ideolojileri bireysel rekabetçilik, şovenizm, milliyetçilik ve seks olarak niteler" (Erdoğan ve Alemdar,age, 97).

Norbert Elias spor sosyolojisine katkıları olan bir diğer önemli düşünürdür. Onun bu alandaki katkılarını iki ana başlıkta toplayabiliriz: 'Toplumu tanımanın bir laboratuarı olarak spor' ve 'Modernitenin özgün bir fenomeni olarak spor'. Elias sistem yaklaşımını spor özeline uyarlamak sureti ile önemli bir çığır açmıştır. Sistem yaklaşımında bir toplumun genel özellikleri onu oluşturan kurumlara yansır ve 'sistem'

ile 'alt sistem'leri olan kurumlar arasında karşılıklı bir ilişki söz konusudur. 'Biz sporu tanımanın, toplumu tanımanın anahtarı olduğunu bilincindeyiz' sözünün sahibi olan Elias, spor-toplum ilişkisini net bir biçimde ortaya koymuştur. "Elias, sporu bir kurum olarak ele almanın ve bu kurumun incelenmesi ile toplum hakkında genel bir görüş elde etmenin mümkün olduğunu ileri sürmektedir; toplumun sporda kodlanmış olduğunu ifade etmektedir. 'Modernitenin özgün bir fenomeni olarak spor' anlayışına göre ise, uygarlaşma bedenin ve duyguların daha fazla kontrol altına alınması yönünde gelişmiş olan bir süreçtir. Sporun ortaya çıkışı, bu sürecin nasıl işlediğinin kolayca görülmesini sağlamaktadır. Elias'a göre modern sporun ayırt edici özelliği, uluslar arası organizasyonlar ve kuralların standartlaştırılması değil, şiddetin azaltılmasıdır... Günümüz sporu modernitenin ortaya çıkardığı özgün bir fenomendir ve tarihteki benzeri faaliyetlerle köklü farklılıklar arz etmektedir. Günümüz sporu ile geçmişin fiziksel yarışma oyunları arasında görülen kırılma, modern toplum ile geleneksel toplum arasındaki kırılmanın da bir görüntüsüdür" (Amman,age, 67-68).

Spor kurumunu incelerken kullanılabilecek olan analiz biçimlerinden(en çok kullanılanlar) fonksiyonalist-çatışmacı ve eleştirel yaklaşımlar üzerinde durduk ve spor sosyolojisi açısından önemli bulduğumuz iki düşünürün (Althusser ve Elias) görüşlerine yer vermeye çalıştık. Spor kurumunu incelerken bu teorik yaklaşımların yanı sıra ele aldığımız konunun yapısına göre kullanabileceğimiz çeşitli farklı yaklaşımlar da bulunmaktadır. Örneğin kadınların sportif etkinlikler içerisindeki yeri üzerinde yapılan çalışmalarda eleştirel feminist teoriye göndermelerde bulunulmaktadır. Bunun yanı sıra etkileşimci yaklaşım ve figürasyonel yaklaşımı da araştırmacılara yön göstermektedir. Ayrıca Bourdieu'nun Habitus kavramı da sıkça kullanılmaktadır.

D. SPOR-POLİTİKA İLİŞKİSİ

Dünyanın popüler ve popüler olduğu kadar da çok sayıda izleyici ve uygulayıcısı olan spor gibi bir alanın toplumda var olan güç ilişkileri ve ideolojilerden uzak kalabilmesi eşyanın doğasına aykırı bir durum olacaktır. Çünkü spor, gerek teknik gerekse düşünsel bağlamı ile politika ile bir iç içelik arz etmektedir. Sporu ideolojisi olmayan bir toplumsal oluşum ve etkinlik olarak göstermeye çalışmak, var olan güç ilişkilerini yeniden üretmek anlamına gelmektedir. Rowe'a göre, sporun ideolojik

öneminin değerlendirilmesinde sorulabilecek hayati soru, sporun yapılarının, faaliyetlerinin ve anlamlarının toplumsal eşitsizliğe meydan okumaya ya da eşitsizliği onaylamaya ne ölçüde eğilimli olduğu ile ilgilidir. "Spordaki politikanın ve spor politikasının tarihi, spor kurumları ve politik kurumlar arasındaki bir dizi şaşalı anlaşmazlıklar ve işbirlikleri olarak ve aynı zamanda politika ve spor dillerinin görünüşte kayda değer olmamakla birlikte ideoloji yüklü eklemlenme dizisi olarak ele alınabilir" (Rowe,age, 203). Sporun kitleleri etkileme ve peşinden sürükleme gücünü fark eden iktidarlar, spor üzerinden kendi meşruiyet zeminlerini güçlendirmişlerdir. Bu konuda verilecek en çarpıcı örneklerden birisi İspanya'da Franco'nun sporun örgütlenmesinden sorumlu generali Moscardo'nun sözleridir: 'Siyasal hedeflerimizi gerçekleştirmede spor ve futbol en önemli araçlarımızdan biridir'. Sporun iktidarlarca önemsenmesinin bir diğer nedeni de ulusal birliği gerçekleştirmedeki rolüdür. Spor bu konuda adeta bir çimento görevini üstlenmektedir. "Sporun oynadığı ideolojik rol hiçbir yerde ulusçu duyarlılığın yaratılmasında olduğu denli bariz değildir... Ulusal takımlara ve ulusların bireysel temsilcilerine verilen desteğin berisinde 'içsel' yapısal bölünmelerin ve eşitsizliklerin zorunlu olarak bastırıldığı ve öbür rakip uluslarla olan farklılıkların vurgulanmasıyla yerel toplumsal yara berelere dikiş atıldığı bir birlik duygusu yatmaktadır... Spor hayranlarını yurttaş-taraftar olarak bizzat ulusun hayranlarına dönüştürür" (Rowe,age, 223-225) Spor, çok sayıda insan için ulusal onur ve ulusal kimliğin duyumsandığı alanlardan bir tanesi belki de savaş dönemleri dışında en güçlü olduğu yerdir. Özellikle küreselleşmenin ulus devletlerin egemenliği ve yurttaşları üzerindeki etkilerine karşılık sportif faaliyetlerdeki bu kimlik duyumsanması milli marşlar ve bayrak merasimleri, modern dünyada yaşanan tüm olumsuzluklara karşın sporun neden önemsenmesi gereken bir alan olduğu gerçeğini bir kez daha ortaya çıkarmaktadır. Sportif etkinlikler devletlerin birbirleri ile olan çekişme ve rekabetlerinin savaş boyutundan kurallı müsabakalar boyutuna indirgendiği dönemlere de tanıklık etmiştir. Özellikle olimpiyat oyunları soğuk savaş döneminde iki kutuplu dünyayı temsil eden ülkelerin sporcularının kazandığı madalya sayılarının önemsendiği ve ülkelerin birbirlerine yönelik tepkilerini boykot uygulaması ile gerçekleştirdiği etkinlikler olmuştur (Bu konuda verilebilecek bazı örnekler şunlardır: İran'ın 1998 dünya kupasında Amerika Birleşik Devletlerini yenmesi İran kamuoyunda büyük şeytanın alt

edilmesi olarak kutlanmıştır, Galatasaray'ın 2000 yılında UEFA kupasını kazanması dünyanın pek çok yerinde sevinçle karşılanmıştır, 2002 dünya kupasında Fransa'nın eski sömürgesi Senegal'e mağlubiyeti tarihsel rövanş olarak nitelendirilmiştir). Bunun yanı sıra spor, ülkelerin kaynaşmasına, yaşanan düşmanlıkların ortadan kaldırılmasına da vesile olmuştur: Masa tenisi Amerika-Çin, Basketbol ise Amerika-Küba diplomatik ilişkilerini yeniden başlatılmasına öncülük etmiştir. Son dönemde ise futbol Kuzey Kore ve Güney Kore'nin milli takımlarının birleştirilmesi ile bu ülkeler arasında yeni bir sürecin başlamasını sağlamıştır.

Her toplumsal kurumda olduğu gibi, spor kurumu da toplumun gövdesine sıkı sıkıya bağlıdır. Bu bağlantıyı sağlayan toplumun siyasal –yönetsel çatısı oluşturan devlettir. Fişek'e göre; bu açıdan bakıldığında, toplum genelindeki kurumlaşmış yöneten-yönetilen ayrımını spor özelinde sporcu-yönetici ayrımı olarak yineleyen ve hiyerarşik-otoriter bir düzenlemeyle spor yaptıran bir makine diye tanımlanabilecek olan Spor Yönetimi olgusunun, tarihinin hiçbir döneminde siyasetten, ekonomiden, toplumdan, devletten ve hukuktan soyutlanmadığını; doğası gereği de soyutlanamayacağı görmekteyiz. "Spor yönetimi toplumdan soyutlanamaz çünkü, yönetilen (spor) bir toplumsal kurum olarak toplumsal işbölümü planında yer almakla belli işlevleri de üstlenmekte, bunları yerine getirirken ana bütünün özelliklerini yinelemektedir... Spor yönetimi devletten de soyutlanamaz çünkü, devlet, toplumsal kurumları ana gövdeye bağlayan tüm iplerin toplandığı odak noktası ve toplumun siyasal-yönetsel çatısı olarak, hem toplumdaki erk dengesini somutlaştırmakta hem de toplumun maddi yaptırma gücünü oluşturmaktadır; spordaki yönetim ve erk yapısının, toplumdaki erk yapısını büyük ölçüde yansıtıp yinelediğini anımsadığımızda, bu 'soyutlanamazlık' durumu daha da belirginleşecektir" (Fişek, 1983, 85). Sporla siyaset arasında kurulan ilişkiyi ülkelerin spor yönetimleri ve onların ortaya koymuş oldukları yasal düzenlemelerde takip edebiliriz. Bu açıdan ülkemizdeki spor yönetiminin geçirmiş olduğu aşamaları incelediğimizde Cumhuriyetimizin kuruluşundan bugüne kadar sporun hiçbir dönemde önemsenmediği(beden terbiyesi mükellefiyeti yoluyla sporu en yoğun biçimde denetlendiği 1938-1945 döneminde bile) ve kısa süreli, genel geçer anlayışlar çerçevesinde spor olgusuna yaklaşılıp, tüm toplumu ilgilendiren böylesine önemli bir

konuda kapsamlı ve uzun vadeli bir spor politikasının oluşturulup hayata geçirilmediği gerçeği ile karşılaşırız.

E. TÜRKİYE'DE SPOR

Sosyal bir olgu olan sporun Osmanlı imparatorluğunun son dönemlerinde izlediği rota ve bu süreçte yaşanan gelişmeler bugün geldiğimiz noktayı aydınlatması anlamında bir hayli önem taşımaktadır. 1880'lerden itibaren ülkemizde yapılan spor dalları ve bu sporları yapan-yaptıran kişilerle birlikte oluşan spor örgütlenmeleri spor tarihimizin yapı taşlarını oluşturmaktadır. Tanzimat sonrası her alanda yaşanan Fransız etkisi spor alanında da kendisini hissettirecek ve yurtdışından getirtilen yabancı hocalar aracılığıyla beden eğitimi jimnastik ağırlıklı olarak (Fransız modeli) önce askeri okullarda daha sonra da Mektebi Sultani ve Robert Koleji gibi okullarda kendisine yer bulacaktır. Ata sporumuz sayılan güreş ve cirit dışındaki sporların ülkemize girişini sağlayanlar; bu coğrafya üzerinde yaşamlarını sürdüren azınlık mensupları ile yurtdışından getirilen beden eğitimi öğretmenleridir. Batıya açılan pencere olarak nitelendirilen Mektebi Sultani (Galatasaray lisesi), ülkemizdeki pek çok spor dalının ilk yapıldığı yer olması anlamında sporda da batıya açılan penceremiz olacaktır. Mektebi Sultaniye atanan Türkiye'nin ilk jimnastik hocası olan Mösyö Moiroux kurduğu jimnastik salonuyla Türk öğrencilerin yetişmelerini sağlamıştır. Onun öğrencisi olan Ali Faik Üstünidman daha sonra aynı okulda beden eğitimi öğretmeni olarak çalışmış ve ilk spor kitabımız olan Jimnastik yahut Riyaziyat-ı Bedeniyye'yi (1891). yayınlamıştır. Kendisi de çok sayıda öğrencinin yetiştirilmesini sağlayarak Türk sporunun gelişmesine büyük katkıda bulunmuştur. Türk spor tarihinde öncü isimler olan Selim Sırrı Tarcan-Mazhar Kazancı ve Vildan Aşir Savaşır bunlardan bazılarıdır. Mektebi Sultanide bu dönemde yapılan spor dalları şunlardır: atletizm (1870), yüzme ve kürek (1873), grekoromen güreş (1887), bisiklet (1898) ve futbol (1905). Ülkemizde yapılmaya başlanan çeşitli spor dallarının içinde yaşanılan II.Abdülhamit döneminin etkisi ile okul duvarları sınırlarında yaşam bulması daha sonra gelişecek sportif örgütlenmelerin kökeninin de ağırlıkla yine okullar olmasına neden olacaktır. Buraya kadar spor tarihimizde çok kısaca aktardığımız bu gelişmeleri Kurthan Fişek'in tanımını göz önünde bulundurarak yeniden değerlendirirsek; "Spor, belli kurallarla işleyen sosyal bir

olaydır. Spor yalnızca içinde yapıldığı toplumun değil, içinde yapıldığı dünyanın da çelişkilerini, sürtüşmelerini ister istemez barındıran bir aynadır... Spor, günümüzün en eski ve önemli toplumsal kurumlarından biridir. Tüm ülkelerde ve tüm sınıflar arasında spor yapmaya, spor izlemeye duyulan ilginin hızla artması, çağdaş toplumsal yaşayışın ayırt edici başlıca özelliklerinden biridir"(Fişek, 1985, 20-22) Sporun ülkemize girişi ve kendisine yer edinmeye başladığı dönem ülkenin ekonomik ve siyasi açıdan karışıklıklar içinde bulunduğu ve giderek bozulan siyasi yapının da etkisiyle ülke içinde yer alan azınlıkların kendilerini ön plana çıkartmaya başladıkları döneme rast gelmesi sportif örgütlenmelerin ilk örneklerinde bu grupların kendilerine seçtikleri isimlerden de anlaşılabilir. 1908 yılında Rumlar tarafından kurulan Strugglers, Rumca 'mücadeleci' anlamına gelirken seçtikleri renkler mavi-beyazdı. 1904 yılında Rumlar tarafından kurulan Elpis 'ümit' anlamına geliyordu, onların renkleri de Yunanistan bayrağını çağrıştıran mavi-beyazdı. Azınlıkların kendilerini gösterme çabası içinde kurdukları kulüplere karşılık olarak 1905 yılında Galatasaray lisesindeki öğrenciler "Türk olmayan takımları yenmek, toplu halde top oynamak, bir isme ve bir renge sahip olmak" (Atabeyoğlu, 1991, 50) amacıyla Galatasaray kulübünü kuracaklar ve kendilerine forma rengi olarak milli renklerimiz olan 'Kırmızı ve Beyazı' seçeceklerdi (İlk dört maç sonrası renklerini değiştireceklerdir.) Benzer amaçları taşıyarak İzmir'de 1912 yılında kurulan Karşıyaka kulübünün gençleri de Türklüğü simgeleyen Kırmızıyı ve Müslümanlığı simgeleyen Yeşili forma rengi olarak kabul edeceklerdi.

Bu dönemde pek çok farklı spor dalı yapılıyor olmasına karşın kitlesel ilgiyi sağlayacak olan futbol olacaktı. "Avrupa'da olduğu gibi, Osmanlıda da, sporun kitlesel ilgiye konu olması, açık havaya çok sayıda meraklının toplanabileceği geniş alanlara çıkmasına bağlıydı. Bunu da tek başına futbol sağladı...1908 sonrasında örgütlenme yasağının kaldırılması ile birlikte kurulan futbol kulüpleri Türkiye'de sporun batıya yönelişini ve futbolla özdeşleşmesini kurumlaştıracaktır"(Fişek, 1985, 47-49). Türklerin kurdukları kulüplerin İstanbul'da oynanan lig içinde yer almaya başlaması ve zamanla sayılarının artması ülkemizde futbolun bu dönemde yerine getirdiği ideolojik işlevin gerek I.Dünya savaşı döneminde gerekse Kurtuluş savaşı sürecinde devam etmesini ve futbolun ülkemizdeki spor örgütlerinin kuruluşunda büyük pay sahibi olmasını sağlayacaktır.

Neden futbolun bu denli ön planda yer aldığı sorusunun cevabı biraz da futbolun kendi yapısındaki özelliklerden ileri gelmektedir. Futbol, diğer tüm spor dallarından hem daha yaygın hem daha simgesel bir toplumsal ifade kanalı açarak gelişebildiği için üzerine yüklenilen anlamların toplumsal yaşama yansımaları diğer tüm spor dallarına oranla çok daha fazla olacaktır. Bu noktada ülkemizde futbolun bu denli popülerleşmesinde rolleri olan üç büyük kulüp Fenerbahçe-Galatasaray ve Beşiktaş önemli tarihsel işlevleri yerine getirmişlerdir. Bu kulüpler Türkiye'nin kuruluşundan günümüze kadar geçirmiş olduğu çeşitli aşamalarda toplumsal değişmelerin futbol aracılığıyla topluma yansımasına katkıda bulunmuşlardır. Ülkemizde bu yüzyılın başlarında yapılan spor dallarını kısaca hatırlamak nereden nereye geldiğimizi göstermesi açısından bize yol gösterecektir. Bugün amatör branşlarını giderek kaderine(ölümüne) terk eden üç büyük kulübümüzün geçmişte ülkemizde bugün yapılmayan bir takım sporları yapıyor olduklarını bilmek ne yazık ki insanı derinden yaralıyor. Örn. Galatasaray kulübü, lise bağlantısı ile boks-atletizm-masa tenisi-tenis-basketbol-atletizm-voleybol-yelken-jimnastik-rugby-hentbol-izcilik-çim hokeyi gibi çok farklı branşlarda mücadele ediyordu. '8 Nisan 1945 tarihinde Fenerbahçe ve Galatasaray hentbol takımları 12 bin seyirci önünde mücadele ediyorlardı... 18 Mayıs 1947 tarihinde yapılan Rugby maçında ise Fenerbahçe-Galatasaray'ı 12-0 mağlup ediyordu" (Atabeyoğlu, 1991, 176-191). Futbolun diğer spor dallarının önüne geçmesi ile birlikte Türkiye'de farklı spor dallarını yapan sporcuların sayısı azalmış ve profesyonelleşme süreci bu durumu neredeyse ortadan kaldırır hale getirmiştir. Sabri Mahir gibi yurtdışına ilk transfer olan futbolcumuz aynı zamanda Türk boks tarihi için de son derece önemli bir isimdir. Melih Kotanca gibi Fenerbahçe takımında futbolu ve atletizmi başarıyla yürüten örnekleri çoğaltabiliriz.

Osmanlının son dönemindeki spor-devlet ilişkisi önce Türk ve Müslüman yurttaşlara yasaklama yönünde olurken, 1908 sonrasında yaşanan özgürlükçü hava ile birlikte spor üzerinde Türk ve Müslüman yurttaşlarına yönelik devletin belirleyiciliği ortadan kalkmıştır. Cumhuriyet sonrası ise yeni bir devlet ve yeni bir bakış açısı ile karşı karşıya kalmaktayız: 1930'lu yıllar yeni Türkiye Cumhuriyetinin istediği gençlerin yetiştirilmesinde önemli bir yer teşkil etmektedir. Bu yıllarda Kemalizm'in spora bakışında devletçi niteliğin ağır bastığı görülmektedir. Bu dönemde halk kitlelerini tek

parti çatısı altında toplama girişimleri de yaşanmıştır. Toplumsal yaşantımızdaki değişiklikler spor sahalarında da kendisini 1950'li yıllar ile birlikte hissettirmeye başlayacaktır. 1951 yılında profesyonelleşmenin kabulü ile birlikte futbol, diğer spor dallarının lokomotifi görevini üstlenecektir. Ülke açısından çalkantılı geçen 1970'li yılların Türk spor tarihi açısından da çok verimli olduğu söylenemez. Milli maçlarda ve Avrupa kupası karşılaşmalarında elde edilen başarısız sonuçlar içinde yaşanılan 70 sente muhtaç olup, Edirne'nin ötesine geçememe durumumuzla da bire bir örtüşecektir. 1980 sonrası futbol depolitizasyon süreci içinde önemli bir rol üstlenecektir. 1990 sonrası medyadaki dönüşüm futbolun popülaritesini ve futbolun toplumsal yaşantımız üzerindeki etkilerini daha da arttıracaktır.

II. İDEOLOJİ-DİL-GÖSTERGE-SÖYLEM İLİŞKİSİ

A. İDEOLOJİ

İdeoloji teriminin karmaşık ve uzun olmasına karşın olağanüstü zengin bir tarihi vardır. İdeolojilerin kaynağı toplumsal yaşamın kendisidir. Sosyolojik bir kavram olarak ideoloji Karl Marx'ın çalışmalarıyla gündeme gelmiştir. Marx toplumsal tanımlamaların teorisini kurmaya çalışır. "Bu durumda ideoloji, bir insanın ya da bir toplumsal grubun zihnine egemen olan fikirler ve tanımlamalar sistemidir" (Durand, 2000, 92). İdeoloji terimi üzerinde birbirinden çok farklı tanımlamalar ve bakış açıları söz konusudur. Hatta Geertz'e göre; modern entelektüel tarihin bir küçük ironisi, "'ideoloji' teriminin baştan aşağıya ideolojikleştirilmesidir" (Geertz, 1973, 193). En dar anlamı ile ideolojiyi, toplumdaki iktidar ilişkilerinin açık seçik görülmesini engelleyen, onları örten ve saklayan bir kavram olarak tanımlayabiliriz. İdeoloji kavramı, Marx'ın 'yanlış bilinç' nitelemesinin ardından sıklıkla 'egemen sınıfın siyasi iktidarını meşrulaştırmaya yarayan fikirler ya da bu meşrulaştırmaya hizmet eden yanlış fikirler' olarak ele alınmış ve hakim sınıfın çıkarına hizmet eden boyutu ön plana çıkarılmıştır. "Egemen sınıf kasten ve oyunlar çevirerek, ideolojik açıdan egemen olmayı hedeflemez, fakat sosyal ilişkilerin yapısı, sistematik olarak egemen sınıf çıkarlarına hizmet eden ideolojik çarpıtmalar yaratır" (Keat&Urry, 1994, 214-215). Ancak ideoloji kavramını böylesine içinden çıkılmaz hale getiren bir başka boyutu daha bulunmaktadır ki, ideolojinin aynı zamanda ezilenlerin kendilerini ifade etmeleri için kullanılan bir anlamı da mevcuttur.

İktidar kendi ideolojisini aktarmak için her türlü yolu kullanır. Buna karşın ezilen kitleler de kendi ideolojilerini yeri geldiğinde futbol gibi bir alanda gösterebilirler. Böylesine tartışılan ve üzerinde uzlaşılması zor bir kavram olarak ideolojinin, çeşitli kullanımlarını ve tanımlarını sıraladıktan sonra ideoloji kavramı üzerinde durmuş olan bir takım düşünürlere ve onların bu kavramla ilgili görüşlerine yer vermeye çalışacağız.

Meydan Larousse ideolojiyi; "'insanların içinde yaşadıkları dünya, bu dünyada sürdürdükleri işle, doğayla toplumla ve öteki insanlarla ilişkilerini ele alışları' şeklinde tanımlayıp, ideolojiye insanları toplum düzenine en iyi biçimde yerleştirmek görevini vermektedir... Britannica'daysa ideoloji, hem teorik hem de pratik unsurların önem taşıdığı sosyal ve politik felsefe formu olarak tanımlanıp, bu düşünce sistemine dünyayı hem açıklama hem de değiştirme misyonu yüklenmektedir" (Uras, 1997, 14). Bilgin'in hazırladığı 'Sosyal Psikoloji' sözlüğünde ideoloji, 'tutumlar, temsiller ve kamuoyu kavramlarının da dahil olduğu ve sınırları netlikle çizilmemiş bir inançlar alanı' (Bilgin, 2003, 160) şeklinde tanımlanmaktadır. Eagleton, 'ideoloji' isimli çalışmasında ideoloji kelimesini farklı kavramsal liflerle bütün bir doku halinde örülmüş bir metin olarak değerlendirdikten sonra bu kavramın on altı farklı kullanımını sıralamıştır. Eagleton, çalışmasında ideolojiyi altı farklı biçimde tanımlıyor. Bunlardan ilki, "ideoloji toplumsal yaşamdaki fikir, inanç ve değerleri üreten genel maddi süreçtir. Bu tür bir tanım hem siyasi, hem de epistemolojik olarak yansız ve terimin geniş anlamında alındığında 'kültür'e yakındır. İdeoloji veya kültür, bu anlamda, belirli bir toplumdaki bütün anlamlandırma pratiklerini ve simgesel süreçleri kapsayan bir kompleksin tamamına karşılık gelir; toplumsal pratiklerin kendilerinden çok bireylerin bu pratikleri 'yaşama' biçimlerini ima eder. Bu anlamda alındığında ideoloji, değerleri hakkında mutabık kalınan sanatsal ve entelektüel çalışmalarla sınırlanan, dar anlamda 'kültür'den daha geniş, ama belirli bir hayat biçiminin bütün etkinlik ve kurumlarını kuşatan antropolojik kültür tanımından daha dardır. Bu ideoloji, daha çok, sportif etkinliklerde kodlanan simge, anlam ve değerlerle ilgili olacaktır... İdeolojinin ikinci anlamı, toplumsal açıdan önemli belirli bir grubun veya sınıfın içinde bulunduğu durumu ve hayat deneyimlerini simgeleyen (doğru veya yanlış) inanç ve fikirlere karşılık gelir... İdeolojiyi bir tür kollektif, simgesel kendini ifade etme biçimi olarak görmek, onun ilişkisel veya çatışmaya dayanan yönünü henüz fark etmemiş olmak demektir, bu

nedenle ideolojinin çıkar çatışması durumlarında bu tür toplumsal grupların çıkarlarının meşrulaştırılması ve desteklenmesi anlamına gelen üçüncü bir tanımını daha yapmak gerekir... İdeolojinin dördüncü anlamı, grup çıkarlarının meşrulaştırılması ve desteklenmesi üzerindeki bu vurguyu korur ama bir farkla; onu bir egemen toplumsal gücün etkinlikleri içine hapsederek ideolojinin bir yönetici grup veya sınıfın çıkarlarını, özellikle ikiyüzlülük ve çarpıtma yoluyla, meşrulaştırmaya yardımcı olan fikir ve inançları simgelediği beşinci tanımı, ve son olarak ideolojinin altıncı anlamı olarak, yanlış veya aldatıcı inançlar üzerindeki vurguyu korur, ama bu inançların, bir egemen sınıfın çıkarlarından değil, bir bütün olarak toplumun maddi yapısından kaynaklandığına inanır"(Eagleton, 1996, 55-57). Eagleton'ın ilk yapmış olduğu ideoloji tanımlaması, çalışmamız açısından son derece önemlidir. Çünkü bu tanımlamada ideoloji sportif etkinliklerde kodlanan simge, anlam ve değerlerle yakın ilişki içerisindedir. Toplumsal yaşamın ve toplumsal ilişkiler ağının içinde yer alan spor/futbol, toplumsal ve kültürel olarak inşa edilmiş bir alandır ve böyle olduğu için de, içinde yapıldığı toplumsal yaşamdan ve toplumsal ilişkilerden soyutlanarak değerlendirilemez.

Eagleton gibi ideolojiyi birden çok anlamda ele alan bir diğer çalışma da Serpil Üşür'ün 'İdeolojinin Serüveni'dir. Üşür ideoloji kavramına üç farklı açıdan yaklaşmaktadır. Bunlardan ilki; "İdeolojiyi, toplumsal gerçekliğin öznelerin bilincinde bir yanılsama ile oluşan bilgisi(yanlış bilinç) olarak nitelemiştir. İkinci yaklaşım ideoloji kavramını egemen ideoloji olarak ele alır ve ideoloji ile hegemonya kavramları arasında kuramsal bir ilişki kurar. Üçüncü yaklaşım ise bütün toplumsal ilişkilerin ancak dil dolayımı ile gerçekleşen pratikler olduğu gerçeğinden hareketle ideoloji kavramını açıklamaya çalıştığı toplumsal düşünce, değer ve anlamların oluşumunu toplumsal anlamların belirlenmesi-sabitlenmesi olarak söylem kavramı aracılığı ile ele alır" (Üşür, 1997, 7-8). İdeoloji kavramsallaştırmalarında dikkati çeken noktalardan birisi de, ideolojinin dil ve söylem ile kurmuş olduğu ilişkidir. Kullanmış olduğumuz dil; sadece 'görünür' olanı yani birbirimizle kurmuş olduğumuz ilişkileri düzenlemek, belli bir çerçeveye oturtmak ve kültürel anlamların oluşmasını sağlamakla kalmaz aynı zamanda 'görünür olmayan' ilişki kalıplarının yerleştirilmesinde, egemenlik ilişkilerinin üretilmesinde ve bu egemenlik ilişkilerinin meşrulaştırılmasında da etkili olmaktadır.

Bu egemenlik ilişkileri, "söylem sistemleri içinde temsil edilen kültürel anlam sistemleri yoluyla yeniden üretilirler" (Mumby, 2005, 125).

İdeolojinin söylemsel boyutunu ön plana çıkaran ve bu doğrultuda çalışmalarda bulunan Van Dijk ise, ideolojiyi, bir grubun sınıfın ya da öbür toplumsal oluşumların üyeleri tarafından paylaşılan bir biliş biçimi olarak tanımlamaktadır. Bu analize göre, " bir ideoloji, toplumsal önyargılar da dahil olmak üzere bilgi, kanaatlar, tutumlar ve toplumsal tasarımlar gibi öbür toplumsal bilişlerin oluşumunu, dönüşümünü ve uygulanmasını denetleyen karmaşık bir bilişsel çerçevedir. İdeolojilerin hepsi toplumsal gerçekliğin çıkar-bağımlı bir (yeniden) inşasını cisimleştirir" (Van Dijk, 1994, 279). Dil dolayımı ile toplumsal yaşama aktarılan ideoloji ve ideolojinin söylemsel pratikler içerisinde nasıl bir işlev gördüğü son derece önemlidir. Üşür'e göre; "Özneler, ritüeller içindeki pratikler aracılığıyla adlandırılma, karşılama, ibadet etme, oy verme, vatanı savunma gibi eylemler ile kendi özne konumlarının farkına varırlar... Yani ideolojinin işlevi, ideolojik aygıtlar içindeki özneleri, bu aygıtların ritüelleri içindeki maddi eylemleriyle belirleyerek tanımlamaktır. Bir toplumsal pratik ancak ideoloji aracılığıyla, bir ideoloji içinde vardır... Anlamın gizli yapısı ve düzeyini gösteren dil, böylece, ideolojinin bulunduğu yer olarak tanımlanır" (Üşür, age, 45-79). Kullanılan dil ve söylem, iletişimsel etkinlikleri olanaklı kılmak suretiyle, içinde yaşanılan toplumu yansıtmaktadır. Dilin kullanımı ile iktidar arasında bir ilişki vardır. Kişi, kullanılan dilin ardındaki unsurları/nedenleri sorgulamıyor ve bunları doğalmış gibi kabulleniyorsa, var olan iktidarın meşrulaştırılmasına katkıda bulunmuş olur. Bir metni 'okumak' aynı zamanda onun üretildiği ve dağıtıldığı ideolojik ortamın da okunması anlamına gelecektir. Bu açıdan ideoloji, kendini metinler aracılığıyla ortaya koymaktadır her bir metin, aynı zamanda ideolojik bir eklemedir.

Mardin'e göre, insanların toplumsal yaşamlarını belirleyen temel ögelerden biri, bu insanların içinde yaşadıkları toplumu algılama şekilleridir. Her insan kendi toplumu içindeki diğer kişilerle ve özellikle yakın olduğu gruplarla bir 'toplum haritası'nı paylaşmaktadır. Aynı toplum içindeki insanlar böyle bir temel 'harita'dan hareket ettikleri için anlaşabilmekte ve içinde yaşadıkları toplumun gereklerini yerine getirebilmektedirler. "Fakat belleğimizde taşıdığımız bu 'toplum haritası' gerçek bir haritada olduğu gibi kesin çizgilerle çizilmemiştir. 'harita'nın taşıdığı anlamlar esnektir

ve değişime az veya çok açık bir 'simge dağarcığı' yoluyla toplumdan insana, kuşaktan kuşağa geçer. Bu simge sisteminin çalışmasına 'kültür' diyoruz. Herhangi bir toplulukta 'ortak yaşam' kavramını simgeleyen öğelere rastlanır. 'bayram' veya 'milli marş' gibi bir simge ile simgelenir. Simgelerin bu merkezi önemi, simgelerin toplum içinde dört önemli iş yapmamızı mümkün kılmalarından ileri geliyor: dünyamızın içindeki nesneleri sınıflandırma, yaşadığımız toplulukta önemli tutulan değerlerin neler olduğunu hatırlatma ve onlara uymayı zorlama, bu değerleri içerme, bazı hislerimizi boşaltma ve açığa dökme, son olarak da bilişsel evren kurma" (Mardin, 1992, 97-98). Durkheim, amblemler, yerler, gün ve tarihler, sözcükler ve toplumsal işlevi olan kişilerden kurulu bir simgeler listesi oluşturur. İnsan bir simgeler evreni içerisinde yaşamaktadır. Bu simgeler sayesinde yaşamı daha kolay ve katlanılabilir hale gelmekte ve bu simgelerin çoğunluğu bireylerin davranışlarını farkında olmadan etkilemektedir. Ayrıca simgelerin, sistemlerin sürekliliğini sağlayıcı ya da sistemlerdeki değişmeyi yönlendirici özellikleri de bulunmaktadır. Simgesel evrenin toplumsal bütünleşmeyi sağlayıcı bir işlevi de bulunmaktadır. Simgesel evren bireylerin günlük rollerini, önceliklerini, çalışma biçimlerini düzenlemek ve meşrulaştırmakla kalmayıp geçmişe ilişkin tüm toplum üyelerinin paylaşacakları bir 'belleğin' oluşturulmasını ve geleceğe yönelik eylemlerde bireylerin başvurabilmeleri için 'başvuru çerçeveleri' de yaratır. Kullanmış olduğumuz dil aracılığı ile sahip olduğumuz simgesel evrenimizi yenileriz. "Zihinsel temsillerle kültür ve toplumun özneler arası özellikleri birleştirildiğinde (ideolojinin) zihinsel inşası yaklaşımı kolaylıkla açıklanabilmektedir. Böylelikle sabit ve kestirim düşünceler, hayaller yalanlar, planlar, öngörüler, umutlar, illüzyonlar bunların yanı sıra dünyayı anlamada ve algılamadaki bireysel ve sosyal ön yargılarda kolaylıkla açıklanabilmektedir"(Van Dijk, 1998, 25).

'Zihinsel anlam haritaları', ortak duyunun yaratılmasından kurumların işleyişine kadar fikir, anlam ve değerler sistemi olarak ideoloji alanına aittir. "Yaşanan sınıf ilişkileri pratikleri ve bu pratikleri anlaşılır kılmaya yarayan zihinsel temsiller, imajlar ve temalar Althusser'den etkilenen bir yaklaşıma göre, toplumsal görüntüler arkasındaki gerçek ilişkilerin görülmemesi, belirli insan, toplumsal grup ya da kurumları bilinçli olarak yaptıkları bir maskeleme operasyonu sonucu oluşmaz. Tam da tersine ideoloji, tam olarak, bilincin altında işler. İdeolojik referans çerçevelerini (bakış

açılarının) en çok biriktiği ve etkili olduğu yer, normal ortak duyu seviyesidir. Çünkü bu çerçevelerin ideolojik tabiatının en etkin biçimde gizlendiği yer burasıdır" (Özbek, 1991, 82). İdeolojinin üretilmesinde ve geniş kitlelere yayılmasında 'günlük konuşma pratikleri ve sokakların büyük katkısı bulunmaktadır. "İdeolojinin sirkülasyonu buralarda sağlanır. İdeoloji/politik aktörleri gerek mekansal gerek de kökensel olarak ekonomik düzeyde tanımlamak doğru değildir. Ortak bir dünya görüşüyle temellendirilmiş bir amaç etrafında birleşmiş kültürel ve sosyal bir bütündür söz konusu olan. İdeolojiyi üretim tarzına bağlamak, bütünüyle ideolojik aidiyetleri tüketme imkanını ortadan kaldırır...Sıradanlaşan günlük konuşma biçimleri, söylenen yalanlar, yapılan tehditler ve ırkçı, cinsiyetçi şakaların deşifre edilmesi, karmaşık (karışık değil) bir bütünü ortaya koyar" (Uras, age, 76).

Wright Mills, ideolojinin çağdaş kapitalist sanayi toplumlarında esnek, koşullara göre değişebilen bir işleyiş olduğu üzerinde durmuştur. "İdeoloji, insanın rüyalarına, umutlarına, fantazyalarına, aklına yerleşip tüm buraları mekan tuttuğu için hegemonyasını sürdürebilmektedir... Hegemonik ideoloji, aileden, okuldan, tapınaktan, kitle iletişim araçlarından, işyerlerinden, işliklerden, bürolardan, vitrinlerden vb. oluşan ideolojik aygıtlar topluluğunun aracılığıyla öğrenilir, bir kuşaktan diğerine aktarılır. Bu ideolojik aygıtlar otorite, hiyerarşi, konformite ideolojileri oluşturarak hegemonik ideolojinin tüm diğer öğelerini bir araya getirir, bunları belirli bir yapıya kavuşturur; güçlendirir, iç tutunumunu yaratır... Kellner' e göre ise, bugünkü toplumlarda aile, okul, iş, çalışma yaşamı, spor, kitle iletişim araçları gibi toplumsal yaşam alanlarındaki ideolojik bölgelerle, bu bölgelerdeki ideolojinin meşrulaştırmak istediği, böylece bu alanlardaki uygulayımlara ilişkin consensuslar oluşturmayı amaçladığı toplumsal ilişkiler arasında ikili bir bağıntı olduğunu göz önünde tutmak gerekmektedir. Bu bağıntı içinde, toplumsal alanlar ile ideolojik alanlar hem karşılıklı olarak birbirlerini üretmekte ve birbirlerini pekiştirmekte, hem de aynı anda bunların aralarında gerilimler, çatışmalar bulunmaktadır" (Oskay, 2000, 287-299).

Stuartt Hall, Teun Van Dijk, Volosinov, John B.Thompson gibi düşünürler ideolojinin söylemsel yanını ve iletişim süreci içerisinde teşkil ettiği yeri anlamaya ve bu yeri çözümlemeye çalışmaktadırlar. S.Hall, ideolojiyi anlamlar çerçevesinde geçen bir mücadele alanı olarak görmektedir. Ona göre ideoloji, "yaşanan gerçekliği kodlama

sistemidir" (Dağtaş, 2003, 32). Van Dijk, 'söylemin yapıları ve iktidarın yapıları' isimli çalışmasında ideolojiyi; "bir grubun, sınıfın ya da öbür toplumsal oluşumların üyeleri tarafından paylaşılan bir toplumsal biliş biçimi olarak nitelendirmektedir" (Van Dijk, 1994, 340). Volosinov'a göre ise, "Herhangi bir ideolojik ürün, herhangi bir fiziksel bedende, üretim aracında ya da tüketim ürününde olduğu gibi yalnızca gerçekliğin (doğal veya toplumsal gerçekliğin) bir parçası olmakla kalmaz; fazladan olarak bu fenomenlerin tam tersine, kendi dışındaki başka bir gerçekliği yansıtır ve saptırır. İdeolojik her şey gönderene sahiptir: Kendi dışındaki bir şeyleri temsil,tarif ya da ikame eder"(Volosinov,2001,48). Thompson ise kitle ileşiminin modern toplumlarda ideolojinin işlemesi açısından başat bir araç haline geldiği üzerinde durmaktadır. "Kitle iletişim araçları, sembolik formların üretimi ve aktarımı açısından önemli olmasının yanı sıra, milyonlarca insana ulaşmaya muktedir sembolik formları da üretmektedirler" (Thompson, 1992, 108). Bu düşünürler, egemen ilişkilerin üretilmesinde, yeniden üretilmesinde ve biçimlendirilmesinde ideolojinin yeri ve önemi üzerinde durmuşlardır. İdeolojiler, egemen ilişki biçimlerinin yerleştirilmesi için toplumsal hayat içerisinde yer alan bireylere seslenirler ve bireylerin kendilerini toplumsal hayat içinde ideolojik özne olarak konumlandırabilmeleri için birtakım ikna ve sembolik inşa stratejilerini kullanırlar. İdeolojilerin 'biz' duygusunu harekete geçirmede ve bu birlikteliği güçlendirecek bir takım sembolleri kullanması en çok rastlanan yöntemlerden bir tanesidir. Bu sürecin en bilindik ve kullanılan şekli uluslar arası spor organizasyonları ve bu organizasyonların medya'da yer alma biçiminde ortaya çıkmaktadır. Eagleton'a göre; ideoloji, özellikle iktidar mücadelelerinin anlamlandırma düzeyinde yaşanış biçimine karşılık gelmektedir. Ona göre Milli marşın okunması akla gelebilecek en 'katıksız' ideolojik etkinliktir. Hatta milli marşın ulusun kendini ifade etme biçimi için "ulusal marş, kendine tapan bir halk tarafından okunan bir duadır" (Billig, 2002, 102). nitelemesinde bulunanlar da vardır (1994 sonrası Türkiye'de yükselişe geçen pkk terörü nedeniyle oynanan her futbol maçı öncesinde Milli marşın çalınması 'biz' duygusu ve ideolojinin nasıl hayata geçirildiğini anlaşılabilmesi için örnek gösterilebilir.)

Toplumsal yaşam içinde resmi kurumların işleyişinin yanı sıra, bir toplumsal pratik olarak ideolojinin nasıl işlediği ve hangi kanalları kullandığı üzerinde duran düşünür Gramsci olmuştur. Gramsci, modern devletin toplumu sadece ekonomik örgütlenme ile

değil, daha geniş bir yelpaze içerisinde şekillendirdiği ve organize ettiği üzerinde durmuştur. Bu şekillendirmede hegemonya kavramını öne çıkartmaktadır. Hegemonya, güç ve rızanın bir bileşimine dayanmaktadır. "Hegemonya, bir yönetici sınıflar fraksiyonları ittifakının bağımlı sınıflar üzerinde yalnızca kendi çıkarlarına uyulması için zor kullanarak değil ama bütünlüklü bir otorite kurması sonucu ortaya çıkar. Bu otoritenin temel kaynağı, bağımlı sınıfların 'rıza'sıdır. Hegemonya, hakim sınıf fraksiyonlarının yönetimi altında geçerlidir. Böylelikle zor kullanma gücüne sahip olmanın ötesinde, bu sınıflar bağımlı sınıfların rızasını biçimlendirmek ve kazanmak için aktif olarak örgütlenme şansına sahiptir. Rızanın bu şekilde kazanılması hakim sınıfların hem meşru hem de doğal görünmesini sağlayan hegemonyanın oluşmasını getirir. Böylece hegemonya yalnızca üretim ve ekonomi alanlarında kazanılmakla gerçekleşmez. Devlet, politika ve üst yapılar alanında organize edilmelidir. Üst yapılar yani aile, eğitim sistemi, dinsel kurumlar, kitle iletişim araçları ve kültürel kurumlar, hegemonyanın esas başarıldığı alanlardır ve bu alanda hegemonya, ideoloji aracılığıyla işler. İdeoloji aracılığıyla hakim sınıflar tarafından yeğlenen ve devlet ile sivil toplum alanlarında kurumsallaştırılan 'gerçeklik tanımları', bağımlı sınıflar için esas 'yaşanan gerçekliği' oluşturur. Bu yolla ideoloji toplumsal kuruluşun çimentosunu oluşturur ve hakim toplumsal bloğun ideolojik bütünlüğünü sürdürmeyi sağlar. Bu, hakim sınıfların, bağımlı sınıfların yaşamlarının zihinsel içeriğini ayrıntılı bir biçimde biçimlendirdikleri ya da yasakladıkları için değil; ama bütün alternatifleri kendi düşünce şemasına çekerek, bütün çarpışan gerçeklik tanımlarını kendi kapsamları içine çerçevelemeye çalışarak ve bunu da bir dereceye kadar başardıklarından dolayı gerçekleşir" (Özbek, age, 81-82).

Gramsci'nin çalışmaları ardından ideolojinin yerleştirilmesi için kullanılan 'ortak duyu' mekanizmalarının yeri ve önemi artmıştır. Ortak duyunun yerleştirilmesi, ideolojinin bir tür 'sıva/harç' olarak bütünleştirme/birleştirme işlevinde bulunması anlamına gelmektedir. 'Ortak Duyu'nun sağlanmasında kullanılan en önemli araç ise medyadır. Medya, toplumsal yaşam içerisinde yer alan her türlü alanı ve etkinliği, var olan egemen ilişkilerin üretilmesi, yerleştirilmesi ve meşrulaştırılması için kullanır. Modern kapitalist ekonomi içinde iş dışı kalan serbest zaman etkinliklerinin kullanılmasını da bu çerçevede yeniden değerlendirmeliyiz. Bu etkinliklere, hegemonyanın devamında aktif bir rol yüklenilmiştir. Medya, yapmış olduğu yayınlar

ve düzenlemelerle 'ortak duyu'nun yerleştirilmesi için gereken değerleri ve mekanizmaları üretmektedir. Toplumun ideoloji üreten kurumlarından birisi olarak medya, diğer ideoloji üreten kurumlar ile toplumun ekonomik, politik ve kültürel iktidarının yerleştirilmesinde etkileşim içerisinde bulunur. Lull'a göre ideoloji, "iletişim içinde ifade edilen bir fikirler sistemi; bilinç grupları ya da bireyler tarafından taşınan duygular, kanılar, tutumlar toplamının temelini oluşturmaktadır ve hegemonya da egemen ideoloji aktarımı, bilinç biçimlendirmesi ve sosyal iktidar deneyimi aracılığıyla işleyen bir süreçtir. İdeoloji, değerleri ve ulusların kamusal araçlarını, dini gruplarını, politikacıları ve politik hareketleri, iş örgütlerini, okulları, işçi birliklerini, hatta profesyonel spor takımlarını ve rock gruplarını betimlemek için uygun bir anlatım alanı olarak görülebilir" (Lull, 2001,19-20). Habermas ise ideolojiyi, iktidar tarafından sistemli bir biçimde çarpıtılan bir iletişim biçimi olarak nitelemektedir. Ona göre ideoloji, "tahakkümün bir aracı haline gelen ve örgütlenmiş güç ilişkilerini meşrulaştırmaya hizmet eden bir söylem biçimidir...İdeoloji, dilin iletişimsel yapısının, kendisini zorlayan iktidar çıkarları tarafından bozulduğu yeri ifade eder" (Eagleton, age, 183).

İdeoloji; toplumsal yaşamın içinde yer alan tüm faaliyetleri kapsamakta ve bu alanlarda yaşanan sorunlara çözümler üretmektedir. İdeoloji, bu yapısı nedeniyle sosyal bilimler alanında çalışan her araştırmacı için 'olmazsa olmaz' bir kavramsallaştırmadır. Hodge ve Kress'e göre ideoloji; "gerçekliğin sistematik olarak organize edilmiş sunumunu içermektedir" (Hodge&Kress, 1993, 15). İdeoloji, bireylerin zihinsel anlam haritalarının oluşturulmasında, yenilenmesinde ve organize edilmesinde kullanılan fikirler bütünüdür. İdeoloji, insanlara toplumsal yaşam içerisinde bir varoluş tarzı, bir anlamlandırma zemini sağlar ve yaşam için bir bakış kolaylığı yaratır.

İdeoloji kavramının çalışmamız açısından daha iyi anlaşılabilmesi için, bu kavram üzerinde büyük etkisi olan dört düşünürün görüşlerine daha ayrıntılı yer verilecektir. Karl Marx, ideoloji kavramını kendisinden önce gelen düşünürlerin aksine farklı bir biçimde kullanması ve kendisinden sonra gelen tüm düşünürleri etkilemesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu yüzden ideoloji kavramını kullanan her çalışmada Marx'ın görüşlerine yer verilmesi son derece normaldir. Marx'ın ardından çalışmamızda ayrıntılı biçimde görüşlerine yer verilecek ikinci isim Louis Althusser

olacaktır. Althusser, ideoloji kavramı için geliştirmiş olduğu 'devletin ideolojik aygıtları' tanımlaması ve bu tanımlama içerisinde yer alan 'spor aygıtı' ve onun toplumsal yaşama yansımaları, çalışmamız için önemlidir. Görüşlerine yer verilecek bir diğer düşünür ise, ideolojinin sadece baskı-zor kullanma yolu ile işlemediğini, kendisini farklı biçimlerde de kabul ettirebildiğini, geliştirmiş olduğu 'rıza sağlama-hegemonya' kavramları ile açıklayan Antonio Gramsci'dir. Son olarak, ideolojinin kullanılan dil ve söylem kanalı ile nasıl bir yol izlediğini, özellikle kitle iletişim araçları ve kültür çalışmaları ile ortaya koymayı başaran John B. Thompson'ın görüşlerine yer verilecektir.

1) KARL MARX

İdeoloji kavramına hayat veren ve bu kavramı dolaşıma sokulmasında en büyük katkısı bulunan Karl Marx ve onun eserleri olmuştur. Marx, Engels ile birlikte kaleme aldıkları 'Alman İdeolojisi' isimli çalışmalarında; ideolojik olguların maddi koşulların bir yansıması olduğu ve egemen sınıfın çıkarları ile egemen fikirler arasında paralellik olduğu üzerinde durmaktadırlar. "İnsan beyninde oluşan hülyalar da, zorunlu olarak, ampirik olarak seçilebilir ve maddi öncüllere bağlı maddi yaşam süreçlerinin yüceltilmeleridir. Bu nedenle ahlak, din, metafizik ve ideolojinin geri kalan kısmı ve bunlara karşılık gelen bilinç biçimleri, artık bağımsızmış gibi görünmezler. Bilinç yaşamı belirlemez, yaşam bilinci belirler... Egemen sınıfın düşünceleri her çağda egemen düşüncelerdir; yani toplumun egemen maddi gücü olan sınıf aynı zamanda egemen entelektüel gücüdür de. Maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf, aynı zamanda zihinsel üretim araçlarını da kontrol eder; öyle ki, bu nedenle, genel olarak konuşursak, zihinsel üretim araçlarından yoksun olanların düşünceleri o sınıfa tabidir. Egemen düşünceler, hakim maddi ilişkilerin ideal ifadesinden başka bir şey değildir" (Marx&Engels, 1992, 42-70).

Serpil Üşür 'İdeolojinin Serüveni' isimli çalışmasında, Marx'ın ideoloji kavramsallaştırmasını birkaç noktada sıralayabileceğimizi belirtmektedir. Ona göre ilk olarak, "Marx'da ideoloji, bireylerin toplumsal pratikleri içinde oluşan ve bu pratik içindeki çelişkileri öznelerin bilincinden saklayan düşünceler olarak tanımlanmakla birlikte aynı zamanda belli bir tarihsel konum açısından birey iradelerinden bağımsız,

nesnel ve zorunlu düşüncelerdir de. İdeolojinin kendisi bir sonuçtur; maddi pratik içindeki özneler tarafından ideolojik düşüncenin somut bir oluşum olarak nasıl kurulduğu açıklanmaz. Öznelerin bilinci onların maddi pratik içindeki konumları tarafından belirlenir, ama öznelerin edimleriyle belirlenir... Marx'ın ideoloji kavramsallaştırmasının ikinci önemli kuramsal mirası ideolojik düşünceyi diğer düşüncelerden ayırarak sadece egemen maddi ilişkilerin devamını olanaklı kılan düşünceye ideolojik nitelemesi yakıştırmasıdır. Yani, ideoloji ancak iktidar ilişkilerinin asimetrik kıldığı toplumsal ilişkiler içinde oluşan toplumsal bilinçtir ve bize sürekli iktidar ilişkilerinin çarpıttığı, bozduğu bilinç biçimlerini dikkate almamızı hatırlatır... Marx'ın en önemli kuramsal mirası, ideoloji çözümlemeleri ile iktidar çözümlemelerinin aynı anda yapılması, gereğine dikkat çekmesidir" (Üşür, age, 21-23).

Eagleton'a göre ise, Marx'ın düşüncesinde ideoloji, en az dört anlama gelmektedir. "-İdeoloji, kendilerini tarihin temeli olarak gören ve insanların ilgisini toplumsal koşullardan başka yöne çekerek baskıcı bir siyasi iktidarın ayakta kalmasına hizmet eden yanıltıcı veya toplumsal bağları kopartılmış inançlara karşılık gelebilir.

-İdeoloji, egemen toplumsal sınıfın maddi çıkarlarını doğrudan doğruya dile getiren ve onun yönetimini desteklemeye yarayan fikirler anlamına gelebilir.

-İdeoloji, içinde bir bütün olarak sınıf mücadelesinin verildiği ve güçlü bir ihtimalle siyasi açıdan devrimci güçlerin doğru bilincini de içeren kavramsal formların tamamını kapsayacak şekilde genişletilebilir.

-Gerçek insani ilişkiler, meta fetişizmi yüzünden, şeyler arasındaki gizemli ilişkiler gibi görünür ve bu, çeşitli ideolojik sonuçlar doğurur. Birincisi, toplumun gerçek işleyiş tarzları böylece gizlenir ve göz ardı edilir. İkincisi, toplum bu meta mantığı ile parçalanır; ortak toplumsal emeğin kollektif etkinliğini cansız, soyut şeyler arası bir ilişkiye dönüştüren metanın atomize edici işlemlerine maruz kalan toplumu artık bir bütün olarak düşünmek kolay değildir. Ve kapitalist düzen, bir bütün olarak görünmeye son vererek, kendisini siyasi eleştirilerle daha az yıpratılabilir bir şey kılar. Son olarak cansız yaratıklar tarafından tahakküm altına alınmış olması, toplumsal yaşama bir doğallık ve kaçınılmazlık havası verir; toplum, bundan böyle insanlar tarafından inşa edilen bir şey olarak algılanmaz ve dolayısıyla insanlar tarafından değiştirilemez bir şey olur" (Eagleton, age, 126-127).

John Mepham ise, Marx'ın 'Kapital'in birinci cildinde yaptığı 'görüngüsel biçim ile gerçek ilişki ayrımı' tanımlamaları üzerine yaptığı yorumlamanın , düşünce ile gerçeklik arasındaki ilişki ve gerçeklikle ilgili yanılsamaların kökenleriyle ilgili tözsel bir epistemolojik teoriyi içerdiğini ve bu teorinin, bizzat gerçekliğin görüngüsel biçiminin ideolojik yanılsamaların kaynağı teorisi olduğunu belirtir. Marx'ın bir yanda görüngüsel biçim ya da görüntü ile diğer yanda gerçek ilişki ya da öz arasına koyduğu ayrımın kapitalizmin işleyişiyle gerçek ilgili bütün çözümlemesinin dayandığı bir ayrım, yüzeydeki ve temeldeki süreçler nosyonundan çok daha büyük bir epistemolojik içeriğinin bulunduğunu ileri sürer. Bu nedenle, Marx'ın meta fetişizmi çözümlemesi, "ideolojik yanılsamaların kaynağı, bizzat gerçekliğin görüngüsel biçimidir şeklindeki genel bir teorinin sadece bir örneğidir...İdeolojik dil, sadece dikkatleri gerçek toplumsal ilişkilerden uzaklaştırmaz, onlara başka bir anlam vermez, hatta doğrudan yadsımaz. Bunları düşünceden yapısal olarak dışlar" (Barrett, 1996, 24-25). Marx, meta fetişizmi kavramsallaştırması ile ideolojiyi özünde toplumsal yaşamın şeyleştirilmesi olarak nitelendirmektedir. Meta fetişizmi, kapitalist toplumda ideoloji analizinin bir boyutudur ve var olan ekonomik yapılanma sayesinde toplumsal ilişkiler perdelenmekte ve açığa çıkmasının önüne geçilmektedir.

2) LOUİS ALTHUSSER

İdeoloji konusunda öne çıkan bir diğer önemli isimde Althusser'dir. 'Devletin Baskıcı Aygıtları' ve 'Devletin İdeolojik Aygıtları' arasındaki işlevsel ayrımı sonucunda ideoloji, maddi bir pratik olarak kavramsallaştırılmaktadır ve bu kavramsallaştırmada ideolojinin doğasına ilişkin üç önemli tez bulunmaktadır. "a) İdeoloji, bireylerin kendi varoluş koşullarıyla hayali ilişkilerinin bir temsilidir. İdeoloji, gerçekliğin bir temsili değil, gerçeklikle kişilerin yaşadıkları bir ilişkinin temsilidir. Burada ideoloji, gerçekliğe ilişkin çarpıtılmış düşüncelere değil, gerçeklikle gerçek ilişkilere gönderme yapmaktadır. İnsanın kendi dünyasıyla yaşadığı bu ilişki hem hayalidir hem de gerçektir.

b) İdeolojinin maddi bir varlığı bulunmaktadır; ideoloji maddidir çünkü daima aygıtlar ve pratikler içerisindedir. Bu maddilik, dillere ve ritüellere de gönderme yapmaktadır.

c) İdeoloji bireyleri özneler olarak çağırır. Gündelik yaşamın maddi ritüelleri içindeki sonut işlevinden dolayı, her bir birey bir özne olarak kendisinin farkına varmaktadır... Seslenilen olarak kendimizi fark edişimiz ve iletişime yanıt verişimiz içinde, bizler kendi toplumsal ve bundan dolayı da ideolojik inşamıza katılmaktayız. Çağırma ideolojik pratiğin anahtar parçasıdır" (Dursun, 2001, 28-29).

Althusser'in ideoloji çözümlemesinin temelinde, egemen sınıf iktidarının devletin baskı aygıtları ile devletin ideolojik aygıtları aracılığıyla kurulması arasında yapmış olduğu ayrıma dayanır. Polis, ordu, mahkeme, hapishane vb. kurumların yapısı zorlama ve şiddet kullanımına uygun olarak işlerken eğitim kurumları, aile, haberleşme araçları, sendikalar, siyasal partiler, güzel sanatlar, spor vb. kurumlar ideolojik onaylama mekanizmalarına dayanırlar. Aygıtlar arasındaki ayrımı belirleyen şey; Baskıya mı? Onaya mı? dayalı olduğu sorusuna verdikleri yanıttır. Althusser devletin İdeolojik aygıtları (DİA) şöyle sıralıyor;

"-Dini dia (değişik kiliseler sistemi)

-Öğretimsel dia(değişik, özel ve devlet 'okullar'ı sistemi)

-Aile dia'sı

-Hukuk dia'sı

-Siyasal dia (değişik partileri içeren sistem)

-Sendikal dia

-Haberleşme dia'sı (basın-radyo-televizyon vb.)

-Kültürel dia (edebiyat-güzel sanatlar-spor vb.)

DİA'lar ile Devletin baskı aygıtları arasındaki ayrılıkları ise şöyle sıralıyor; İlk aşamada, devletin bir tek (baskı) aygıtı varsa, çok sayıda Dia olduğunu gözlemleyebiliriz.

İkinci aşamada, devletin birleşik(baskı) aygıtının tümüyle kamu alanında yer almasına karşın Dia'ların (görünüşteki dağınıklıkları içinde) en büyük bölümünün özel alanda bulunduğunu saptayabiliriz. Kiliseler, partiler, sendikalar, aileler, bazı okullar vb. Aralarındaki temel fark ise şudur; Devletin (baskı) aygıtı 'zor kullanarak' işler, oysa Dia'lar 'ideoloji kullanarak işlerler'" (Althusser, 1989, 28-29).

Althusser'e göre tüm dia'lar hangisi olursa olsun aynı hedefe yöneliktir; üretim ilişkilerinin yeniden üretimi, yani kapitalist sömürü ilişkilerinin yeniden üretimi.

'İdeolojinin işlevi, ideolojik aygıtlar içindeki özneleri, bu aygıtların pratikleri(ritüelleri) içindeki maddi eylemleriyle belirleyerek tanımlamaktır. Bir toplumsal pratik ancak ideoloji aracılığıyla bir ideoloji içinde var olur... İdeoloji, ekonomik, politik/hukuki ve ideolojik toplumsal düzeyler arasındaki ilişki ve çelişkilerin ortaya çıkardığı bir oluşumdur. Bu düzeyler arasındaki ilişkilerin temel mantığı kapitalizmi bir toplumsal sistem olarak yeniden üretme olarak tanımlanabilir. İdeoloji de, bu bağlamda sistemin yeniden üretiminin gerektirdiği, bilgilerin ritüeller aracılığıyla öznelerin zihinsel formasyonları olarak biçimlendirilmesidir"(Üşür, age, 45-46). Althusser'de ideoloji insanlar ile dünyaları arasında yaşanan ilişkidir. "Althusser, ideoloji der, karmaşık bir ilişkiler arası ilişkidir: Zira, ideolojide insanlar, sadece kendileri ile kendi varoluş koşulları arasındaki ilişkiyi ('gerçek' bir ilişki) ifade etmez, bu ilişkiyi yaşama biçimini de ('imgesel' bir ilişki) ifade eder" (Barret, age, 96).

Althusser'e göre, ideoloji bir temsiller sistemidir ve bu temsiller sistemi bireylerin gerçek dünya ile kurmuş oldukları yaşama biçimi ile açıklanabilir. Althusser'in ideoloji çalışmaları için önemi, ideolojinin anlaşılabilmesi için gündelik yaşam pratiklerini ön plana çıkarmış olması ve bu pratikler içerisinde öznelerin nasıl bir konuma sahip oldukları üzerine durmuş olmasından kaynaklanmaktadır. Althusser'in çalışmamız açısından önemi ise, sporun diğer bir dizi kurum gibi 'ideolojik devlet aygıtı' olarak kabul edilmesi ve bu şekilde işlev görmesinden kaynaklanmaktadır. Althusser sporu, "yeniden üretim sürecinde (hem ideolojik olarak hem üretim süreci açısından) çok önemli bir şey olarak görür. Althusserci teoride analizin objesi/nesnesi yapıdır. İnsanlar tarih ya da sosyal süreçlerin öznesi değildir. Onlar, son kertede üretim tarzı tarafından belirlenen yapısal ilişkilerin taşıyıcıları ya da aktörleridir. İdeolojik devlet aygıtlarının işlevi bu yüzden aktörlere toplumsal formasyonun gerektirdiği becerileri ve konumları kazandırmaktır. Aktörler, ister farkında olsunlar ister olmasınlar ideolojik devlet aygıtları egemen sosyal ilişkileri kaçınılmaz olarak yeniden üretir" (Hargreaves, 1982, 44-45). Althusser'in sporu; devletin kültürel bir aygıtı biçiminde yani içinde ideolojinin gizlendiği ve modern kapitalist üretimin sosyal ilişkilerinin yeniden üretilme fonksiyonunun yerine getirildiği bir yapı olarak nitelemesi, spor-ideoloji ilişkisini ortaya koyması açısından büyük önem taşımaktadır.

3) ANTONİO GRAMSCİ

"Futbol, bireyci toplumun bir modelidir. İnisiyatif, yarışma ve çatışmaya dayanır, ama fair play'in yazılı olmayan yasalarıyla düzenlenir" (Gramsci).

İdeoloji konusunda önemli bir yeri olan bir diğer düşünür de Gramsci'dir. Gramsici'ye göre ideoloji; "sadece üst yapısal alanda işleyen toplumsal bir pratik olmaktan çok, üretim süreçlerinin şekillenmesinde işlevsel olan ve bu sayede altyapı ile üst yapının uyumunu sağlayan temel toplumsal pratiklerden biridir." (Üşür, age, 29). Gramsci'nin yaklaşımında hegemonya ve sivil toplum kavramları, ideolojiden daha fazla kilit bir öneme sahiptir. Gramsci'de hegemonya sözcüğü, "bir yönetici gücün, kendi egemenliği için hükmettiği insanların rızasını alma biçimi anlamında kullanılır... Hegemonik stratejilerden birisi de ortak duyunun inşasıdır. Bu yönetici sınıfın fikirlerinin, ortak fikirler olarak kabul ettirildiği ideolojik çalışma ya da inşa sürecidir... Gramsci'de egemen ideoloji, mutlaka sistemleştirilmiş olmakta ve kendisini evrensel olarak sunmakla birlikte, kendiliğinden yönetici sınıftan kaynaklanmaz; genellikle yönetici bloğun bölümleri arasındaki güç ilişkilerinin çelişkili ve karmaşık bir sonucu durumundadır. İdeoloji, bir tür 'sıva ya da harç'tır. Gerek toplumsal bloğu 'yapıştırma ve birleştirme' hizmetini görürken, gerekse ekonomik sınıf mücadelesinin sürdüğü yapı ile karmaşık üst yapılar alemini bir arada tutarken, bir sıva gibi yapıştırma/birleştirme hizmeti görmektedir."(Dursun, age, 31-32).

Gramsci'nin hegemonya kuramında sistemin devamı için egemen ideolojinin sürekliliği önem taşımaktadır. Bu devamlılığın sağlanabilmesi için alt sınıfların bağlılıklarının geliştirilmesine ihtiyaç duyulur. Bu ise 'ortak duyu'nun oluşturulması ile sağlanabilir. Gramsci, ideolojiyi topluluk halinde yaşayan insanları ve toplumun farklı kesimlerini bir araya getiren ve bir arada bulunmalarına olanak sağlayan bir 'harç/sıva' olarak görür. "Gramsci, ideolojik egemenliği hiçbir zaman total bir fenomen gibi ele almaz. Hegemonya kavramını kültür ve ideoloji ile bütünselliğin ekonomik ve politik veçheleri arasındaki bağlantıların çelişkili özelliklerini ortaya koymak için kullanır. Hegemonya kavramı, bizi, emprik olarak sporun üretim biçimi, devlet, eğitim, medya, aile, etnik gruplar gibi totalitenin öteki yanları ile emprik olarak nasıl bir ilişki içinde olduğunu açıklamaya yöneltir" (Hargreaves, age, 14-15).

4) JOHN B.THOMPSON

Thompson'ın ideoloji konusundaki düşünceleri dil ve söylem üzerine yoğunlaşır ve ona göre, ideolojiyi incelemek, anlamın/anlamlandırmanın egemenlik ilişkilerinin sürdürülmesinde nasıl bir katkısı bulunduğunu incelemek demektir. Thompson'a göre ideolojik iktidar bir anlam meselesi olmanın ötesinde bir anlamın yerleşmesini sağlama meselesidir de. "İdeoloji incelemesi, günlük dildeki ifadelerden kompleks metinler ve imgelere kadar değişik türdeki sembolik formlar tarafından anlamın inşa edilme ve taşınma biçimlerini araştırmayı gerektirmektedir; bu araştırma sosyal bağlamlar içerisinde kullanılan ve yayılan sembolik formaların özgün bağlamlar içinde kurulması ve sürdürülmesi için hizmet gören sembolik formlar tarafından anlamın mobilize edilip edilmediğini, eğer edildiyse bunun nasıl gerçekleştiğini sorgulamaya davet eder...Sosyal yaşam kısmen fiziksel gücün kullanımı yoluyla olduğu kadar kelimeler ve semboller yoluyla da meydana gelen mücadeleyi barındıran bir çekişme alanıdır... İdeoloji incelemesi anlamın tahakküm ilişkilerini kurmak ve sürdürmek adına kullanılma biçimlerinin incelenmesidir" (Thompson, age, 5-40). Thompson ideolojiyi iktidara hizmet eden anlam olarak tanımlamakta ve ideolojinin işleyiş sürecinde bu anlamları harekete geçiren sembolik biçimlere de özel bir önem atfetmektedir. "Sembolik biçimlerden kastettiği ise, özneler tarafından üretilen ve gerek üretenler gerekse başkalarınca anlamlı inşalar olarak fark edilen eylemler, ifadeler, görüntüler ve metinlerdir. Dilsel ifadeler ve açıklamalar yanında görsel imajlar veya görsel imaj-sözcük kombinasyonları da yarı dilsel sembolik biçimler olarak belirtilmektedir. Sembolik biçimler, toplumsal ilişkilerin kurulmasında sürekli ve yaratıcı bir şekilde rol oynamaktadırlar. Vurguladığı nokta, çağdaş toplumlarda kitle medyasının, bu sembolik biçimlerin inşasında ve iktidar ilişkileriyle iç içe geçmesinde merkezi konumda olduğudur" (Dursun, age, 75-76).

Thompson ideolojinin, yalnızca egemenlik (asimetrik toplumsal) ilişkileri kurmak ve onlara dayanmak için bu güçler tarafından kullanılan sembolik formlar içindeki 'egemen ideoloji' olarak anlaşılabileceği üzerinde ısrarla durur. "Sosyal yaşamın yaratıcı ve kurucu bir özelliği olan ideoloji yalnızca yeniden üretmez ve sürdürülemez aynı zamanda sembolik formların sürekli değişimini de içeren etkileşimler ve eylemler aracılığıyla direnç gösterir ve dönüşür" (Lull, age, 222).

Thompson, ideolojinin işleyişinde beş genel yöntem ve sembolik inşa stratejilerinden söz etmektedir:

"-Meşrulaştırma: Rasyonalizasyon, evrenselleştirme ve anlatısallaştırma.

-Gizleme/gizemleştirme: Yer değiştirme, mistikleştirme ve mecaz (düz değişmece, eğretileme ve bütünden parçaya, parçadan da bütüne yönelme)

-Birleştirme: Standartlaştırma ve birliğin sembolleştirilmesi.

-Parçasallaşma: Farklılaştırma ve ötekinin tasfiyesi.

-Şeyleştirme (reification): Doğallaştırma, sonsuzlaştırma ve yalınlaştırma/ edilginleştirme" (Thompson, age, 60).

Thompson'a göre meşrulaştırma süreçleri, tahakküm ilişkilerinin meşru olarak betimlenmesi için belli gerekçeler üzerine temellendirilen, belli sembolik formlarla ifade edilen rasyonalizasyon, evrenselleştirme ve anlatısallaştırma gibi süreçlerdir. Çalışmamız için büyük önem teşkil edecek olan gazete metinlerinde kullanılan mecaz, metafor gibi kavramsallaştırmaları ise Thompson, kaydırma ya da gizleme/ gizemleştirme biçiminde ele almaktadır. "Kullandığımız birçok kelimede bir açıklık, belirsiz bir müphemlik vardır, böylesi bir yumuşatma bir hile ve hatta belli belirsiz anlam kayması yoluyla meydana getirilebilir... Mecazın en yaygın biçimleri arasında sinekdot, metanomi, metafor bulunmaktadır, bunların tümü tahakküm ilişkilerini kaydırmak için kullanılabilir. Metaforik ifadeler farklı anlamsal sahalardan çekilmiş terimleri birleştirerek başarılı olduğu takdirde yeni ve sürekli bir anlam yaratan gerilimleri ortaya çıkarırlar. Metafor sosyal ilişkileri temsil ederek onları kaydırabilir veya belli özellikleri vurgulamak ve onları pozitif veya negatif bir anlamla doldurmak suretiyle bireyler ve gruplara onların sahip olmadıkları nitelikleri bahsederek bu birey ve grupları toplumsal ilişkilerin içine iyice yerleştirebilir (kaydırma) Burada tekrar ulusal birlik sembollerinin inşası, bayraklar, milli marşlar, amblemler ve çeşitli türdeki yazıtlar açık örneklerdir (birleştirme)...Şeyleştirme olarak ideoloji, toplumsal ve tarihsel fenomenlerin toplumsal ve tarihsel niteliğinin yok edilmesi veya anlaşılmasının güçleştirilmesidir" (Thompson, age, 61-65).

B. DİL

İletişimin temel taşıyıcısı olan dil hem toplumsal kurum hem de bir değerler dizgesidir. Dil, sözcüklerden ve bu sözcüklerin belli dil bilgisi kurallarına uygun olarak dizilmelerinden oluşur. "Dil, farklı toplumsal sınıf ve grupların anlam sistemlerinin içinde bir arada bulunduğu bir anlamlandırma dizisidir. Dil, dünyayı tanımlamanın üzerinde uzlaşılmış nötr bir yansıtanı değil dünyayı ve gerçekliği temsil etme sürecinde yapısal olarak kodlanmış bir anlamlandırma dizgesidir" (Çelebi, 1990, 84). Dil, dünyaya bakışımızda ve yaşananları yorumlamada kullandığımız bir araçtır. Sözcükler dile getirdikleri şeyleri temsil etmekte olan işaretlerdir/seslerdir. Kullanımları sırasında bir varlık ve değer kazanırlar. "Dil, bir insan topluluğunun önemli saydığı kavramların ifade edilmesidir. Bir dildeki sözcüklerin anlamları, o dili kullanan topluluğun zaman içinde biriktirdiği bilgileri barındırır. Dilin bir toplumun 'gereksinmeleri' doğrultusunda kavramlar oluşturduğunu akıldan çıkarmamak gerekir. Gösteren ve gösterilen bağıntıları bu çıkarları meşru kılmak için kurulmuştur. Bu bağıntılar 'resmi' dili oluşturur. Toplumun tüm kurumlarında yani okullarda, kitaplarda ve gazetelerde iktidar tarafından kurulmasına izin verilen bu dildir... Bu bağlamda dil, kamusal alanı düzenleyen iktidar ilişkilerine göre biçimlenen bir olgu olduğu kadar bu ilişkileri yeniden ürettiği ve sabit kıldığı içinde aynı zamanda biçimlendiren bir olgudur" (Yağcıoğlu, 1996, 4). Dilin sadece göstergelerden ve işaretlerden oluşan ve dünyanın doğal ve değişmez yapısını edilgin bir biçimde yansıttığı görüşü etkisini yitirmiştir. Günümüzde dilin dünyayı biçimlendiren ve belli bir biçimde algılamamızı sağlayan bir yapısı olduğu görüşü kabul görmektedir. Derrida'ya göre dil neyin 'doğru', neyin 'yanlış' olduğunu bir tanıma göre tanımladığından ve dili kullananlara dayatma yaptığından dolayı masum değildir. "Dil, kuşkusuz en önemli baskı araçlarından birisidir. Dil ideolojik olarak konuşlandığı yere göre tanımlamalar yaparak hizmet ettiği ideolojinin iktidarını değişmez kılmaya çalışır. Bu hegemonyayı kurabilmek için dil, tanımlamalar ve metaforlar aracılığıyla normal/anormal, doğru/yanlış ve güzel/çirkin ayrımları yaparak bu değerlendirmeleri tartışılmaz gerçekler gibi sunmak durumundadır. Tanımlama normal, doğru ve güzel olarak işaretlediği terimin üstünlüğünü, iktidarını kurarak bir baskı ve giderek terör yaratır"(Yağcıoğlu, 1994, 88).

Kullanmış olduğumuz dil ve bu dile bağlı olarak oluşan yazılı ve sözlü ifadeler, toplumsal yaşantı içinde kendimizi ifade etmemizi sağlamanın yanı sıra yaratmış olduğu ilişki sonucunda toplumsal yaşantının devamını sağlamaktadır. "Özne" dil içerisinde oluştuğu için, dili; bireyin inşa edildiği ve toplumsallık kazandığı yer olarak nitelendirebiliriz. Dil, ideolojinin oluşturulmasından, uygulanılmasına ve hatta zaman içerisinde değiştirilmesine dek kullanılan önemli bir araçtır. "İdeolojiler, toplumsal ilişkileri ve güç farklılıklarını, sürekli yinelenen bildik davranış biçimleri aracılığıyla meşrulaştıran araçlardır. Bu anlamda, ideolojiler 'dil'le de çok yakından ilişkilidir. Çünkü dil kullanımı en yaygın toplumsal davranış biçimidir. Hatta 'sağ duyu' uzlaşmalarına en çok dayandırdığımız bir toplumsal davranış biçimidir" (Oktar,2002, 38). Bu yüzden Althusser'in, 'devletin ideolojik aygıtları' olarak nitelendirdiği aile, okul, din kurumları, medya, spor gibi tüm toplumsal kurumlar, toplumsal yaşantının düzenlenmesi sırasında ideolojinin bireylere aktarılması/taşınması görevini üstleneceklerdir. Her toplumsal kurumun var olan egemenlik ilişkilerinin sürdürülmesi için diğer kurumlar ile olan ilişkilerinin sürdürülmesi son derece önemlidir. Bunun için ise, çeşitli simgeler, semboller ve söylemler kullanılmaktadır. "Toplumsal denetimi sağlayacak ögeler toplum üyelerine çeşitli diller aracılığıyla aktarılmaktadır. Dil, iletişimin öteki ögeleri ile birleşerek, nesnelere sinmekte ve bu yolla da yaşamı ideolojik hale sokmaktadır. Bu çerçeve içinde ideolojik olan ideolojinin yaşam içinde serpiştirilmiş yaşam biçimi haline dönüşmüş görünümüdür" (Özkök, 1985, 352).

Coward ve Ellis 'Dil ve Maddecilik' isimli çalışmalarında dilin sadece bir iletişim aracı olmadığını belirtirler. Dil kendi dışında var olan anlamın taşıyıcısı değildir. Dil ve düşünce birbirinden ayrılamaz. Onlara göre; dil, ideolojik pratik tarafından işlenir. Herhangi bir dönemde dil üsluplar, retorikler, 'konuşma şekilleri' ile yüklüdür ve bunlar özgül bir toplumsal durum, belli bir dünya görüşü aşılarlar. Bu ideolojik söylemler ideolojinin dilde eklemlenmesinin ürünüdür. İdeolojinin fikirlerin ötesinde bir şey olması gibi dil de bu söylemlerin ötesindedir. Coward ve Ellis çalışmalarında bizim için hayli önem taşıyabilecek bir kavrama da açıklık getirmektedirler. "Enkratik dil (bir iktidarın koruması altında üretilen ve yayılan dil) tanımı gereği tekrar dilidir; dilin bütün resmi kurumları hatırlatıcı mekanizmalardır: Okul, spor, ilan, haberler, pop şarkıları, piyasa romanları her zaman aynı yapıyı, aynı

anlamı ve çoğunlukla da aynı kelimeleri tekrarlarlar. Sterotipler politik olgulardır, ideolojinin en belirgin yönüdür" (Coward&Ellis, 1985, 100). Spor/futbolu kitlelere ulaştıran kitle iletişim araçlarının kullandığı dil ve söylem ideolojik aktarımın gerektirdiği benzer kelime yapıları, stereotipleri, eğretilemeleri, milliyetçi ögeleri(hatta zaman zaman faşizan bir takım ögeleri) toplumsal birlikteliğe vurgu yapacak bir takım ritüel ve sembolizasyonları, mitleri bünyesinde taşımaktadır. Medya, bu olayları yorumlayarak aktarma görevini yerine getirmekle kalmaz, bunun yanı sıra bu olaylara "anlam verecek anlam çerçevelerini de sağlar. Seçme ve yorumlama sürecinde medya, spor ile ilgili ideolojik değerlerden bazılarını yeniden güçlendirir" (Hargreaves, age, 69). Kitle iletişim araçlarında kullanılan dil ve söylem çerçevesinde gerçekliğin yeniden kurgulanmış hali ile karşı karşıya bırakılırız. Kitle iletişim araçları kullanmış oldukları dil ve söylem aracılığı ile bizlere gerçeğin, kendilerince oluşturulmuş yeni bir tanımlamasını/yaratımını sunarlar.

İktidarlar kendilerini sadece kurumsal olarak var etmezler ve yeniden üretmezler aynı zamanda kendilerini meşrulaştıracak bir bilgi sistemine de ihtiyaç duyarlar ve bu bilgi sistemini üretirler. "Dil, sosyal pratiği yaratan gerçekliktir. Dil pratiği iki tip dilsel süreçle ilişkilendirilir. Yönelimli pratikler yaygın bir biçimde konuşma eylemlerini ve yüz yüze ilişkide ortaya çıkan kişiler arası iletişimleri kapsar. İnşa pratikleri ise, gerçekliğin sosyal inşasının pratikleridir: Kurumlar, roller ve statülerle belirlenirken, toplumun hiyerarşik yapısı da korunmuş olur. İnşa edici pratik olarak dil, aynı zamanda ideolojileri belirler ve inanç sistemleri üzerine vurgu yapar. Dil, bu tür görevlerini diğer semiotik sistemlerle(sanat, spor gibi) de paylaşır" (Sözen, 1999, 29). Bu anlamda dilin kelimeleri değerler taşımaktadır. Toplumda çok farklı konumlarda bulunan insanlar dili ve dilin içermekte olduğu ideolojiyi paylaşmak suretiyle birlikteliklerini sürdürebilirler. "Fowler'a göre, güç/iktidar sahibi kurumlar, dilin kullanımıyla kendilerini meşrulaştırmaktadırlar. Dil inanç sistemleri üzerinde ısrar ederken, sözcükler de özel bir bakış açısıyla dünyanın kategorize edilmesini sağlamaktadırlar" (Fang, 1994, 464). Bu nedenle kullanmış olduğumuz dil, bir iletişim ve bilgi aracı olmanın ötesinde aynı zamanda bir iktidar aracıdır da (ya da bunun bir dolayımıdır) Dil iktidar ilişkilerinin ifade edilmesi için uygun olan ortamı sağlamaktadır. "Sosyal dünyaya ilişkin ideolojiler ve tavır alışlar 'dil' aracılığıyla oluşturulmakta, paylaşılmakta ve insanlar ve gruplar

arası etkileşim yoluyla sürekli yeniden biçimlenmektedir" (Göregenli, 2002, 79-80). Dil, toplumsal ve bireysel yaşantımız için hayati bir kurumdur. Durkheim'e göre, dil topluma, düşünceyse dile bağlıdır. Dil, ideolojinin oluşumunda ve kitlelere aktarımında önemli bir araç konumundadır. Bu açıdan ideoloji, "bireylerin, dilin içindeki yerleşik değerler yoluyla, dünyayı anlamlandırmada kullandıkları şemaları oluşturarak, çeşitli ideolojik araçlarla öznelerin inşa edilmeleri sürecidir" (Kula, 2004, 38).

Dursun'a göre, ideolojinin dil, özne, anlam ve söylemle ilişkili maddi bir pratik olarak kavramsallaştırılması somut çözümlerin uygulanmasına olanak tanıyan kuramsal bir zemin sağlamaktadır. "Kurulan, düzenlenen ve üzerinde mücadele edilen, toplumsal pratiklerin, bilinçlerin, kimliklerin ve öznelliklerin yerleştiği anlamlar örüntüsü, söylemler, yan anlamlar zinciri ve onların temsiliyet araçlarıdır. Bu, dilin derinden derine nüfuz ettiği ve ideoloji tarafından tanımlandığı söylem alanıdır... İdeolojinin, gündelik yaşamdaki hegemonik ilişkilerde de sürdürüldüğü ve ideolojinin örgütlü politik pratikler kadar etkili zeminlerinden birini de gündelik yaşamın bütün alanlarının (ev, işyeri, okul, medya) oluşturduğu genel kabul görmektedir" (Dursun, age, 35-56). İdeolojiler de tıpkı inançlar, gelenekler gibi toplumların kültürel yapısından soyutlanamazlar. İdeolojilerin toplumsal yaşama kök saldığı, nefes alıp verdiği yerler gündelik yaşamın bütün alanlarıdır. Bu alanlardaki hegemonik ilişkilerde ideolojik aktarım sürdürülmüş olmaktadır. (Bu çerçevede tüm dünyada büyük ilgi gören ve milyarlarca insanı peşinden sürükleyen futbol gibi bir alanın, ideolojik aktarım için son derece verimli bir yer ve ortam olacağı kaçınılmazdır)

Toplumsal yaşam bünyesinde dil dolayımı ile gerçekleşecek olan mücadeleleri, çekişmeleri de taşır. Kullanılan dil ve sembolleştirmeler anlamın üretilmesini ve yeniden üretilmesini sağlayan ve bu sayede de ideolojinin dolaşıma girmesine olanak veren araçlardır. Bunun için günümüzde "İdeoloji çözümlemesi, temel olarak dil ile ilgilenir; çünkü dil, egemenlik ilişkilerinin sürdürülmesine hizmet eden anlamlandırmanın başlıca aracıdır" (Thompson, 1984, 131). İdeolojinin bulunacağı yer dildir ancak Üşür'e göre, dilin yapısı ideolojik mesajların kodlanma düzeyidir; fakat dilin kullanıcıları bu yapının özelliklerini kolayca anlayamazlar ve deşifre edemezler. Bu yüzden ideolojiyi dilsel temelde ortaya koyabilmenin yolu, sistematik olarak çarpıtılmış ideolojinin incelenmesinden geçecektir. Çünkü Adorno'ya göre, "kavramlar

sıradan halleriyle kullanıldıkları zaman toplumsal gerçekliği örterler, bozarlar" (Kejanlıoğlu, 2005-205). Toplumsal gerçekliğin örtülmesinde dil ile birlikte kullanılan bir diğer kavram ise söylem'dir. Dil ve söylem'de yaşanan dönüşüm uzun süreçli olduğu kadar da anlaşılması ve deşifre edilmesi güç olan bir dönüşümdür. Toplumsal yaşamın farklı alanlarına mahsus kişi ve kurumlar, zaman içerisinde kullanmış oldukları kendilerine özgü olan ve bu şekilde yapılandırılmış bir gerçeklik olan 'teknik' dilin, farklı kanallar aracılığı ile geniş kitleler ile buluşmasını sağlarlar. Bu anlamda dil ve söylem, uzun soluklu bir yaratım eyleminin sonuçları olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal yaşantı içerisinde hakim olan bir takım değer ve ideolojilerin, bu yaratım eyleminde büyük etkileri olacaktır. Militarizasyonu sadece askeri alanda değil, toplumsal yaşamın her alanında yaşayan Türk toplumu için, kullanılan dil ve söylemin militarize bir dili üretmesi ve yeniden üretmesi kaçınılmazdır. Bu militarize dilin kullanımı, inşa edilmiş bir gerçeklik olan haberlerin üretilmesine ve sunumuna da yansıyacaktır. Futbol, bu militarize dil ve zihniyetin en sık kullanıldığı ve bu anlayışın yerleşip, gelişmesine en kolay ortam hazırlayan alanlardan birisi belki de birincisidir. Futbol üzerinden gerçekleştirilen 'politika diskuru' ile milliyetçilik, tam bağımsızlık, düşmana/ötekine karşı yurdun korunması, Türk'ün gücünün tüm dünyaya gösterilmesi ve Türk'ün Türk'ten başka dostu yoktur algısı ve benzerleri tüm topluma ve toplumsal yaşama aktarılabilmektedir. Futbol haberleri söz konusu olduğunda kullanılan argo konuşma ve deyimleri içeren dilin, zaman zaman faşizan ögeleri de bünyesinde barındıran 'kirli' bir dil haline geldiği görülür.

1) DİL-GÖSTERGE İLİŞKİSİ: GÖSTEREN-GÖSTERİLEN-GÖSTERGE- DÜZ ANLAM-YAN ANLAM VE MİT

"Saha çizgilerinin dışında hiçbir şey yoktur" (Jacques Derrida)

Dil, insanoğlunun oluşturduğu bütün pratiklerin içinde varolduğu alandır. Dil, sadece kendimizi ifade etmemizi ve başkaları ile anlaşabilmemizi olanaklı kılacak koşulları yaratmaz, aynı zamanda dil dolayımı ile toplumsal denetimi sağlayacak öğeler de toplum üyelerine aktarılır. Dil ve toplum birlikteliği, sözlü ve yazılı kültürel mirasın kuşaklar arasındaki paylaşımı için gereken ortamı sağlamaktadır. Levi-Strauss'a göre dil, her şeyden önce kültürün bir parçasıdır ve dışsal gelenekten edindiğimiz beceri

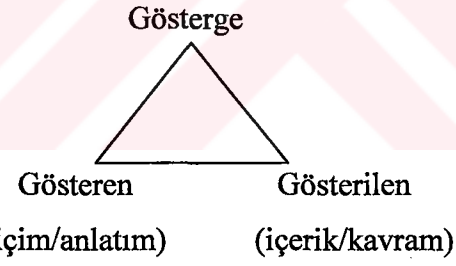
veya alışkanlıklardan birisi olmanın yanı sıra topluluk kültürünü özümsemenin özel bir aracı, en temel yoludur. "Çocuk, kültürünü, insanlar onunla konuştuğu için öğrenir, sözcüklerle azarlanır, sözcüklerle teşvik edilir; son ve en önemli olarak da, şu veya bu biçimde sistemler kuran bütün kültürel anlatım biçimlerinin en yetkinidir ve eğer sanatı, dini, hukuku, hatta belki de yemek pişirmeyi veya nezaket kurallarını anlamak istiyorsak, onları, dilbilimsel iletişimin düzenliliğince eklemlenmiş göstergelerden oluşmuş kodlar olarak düşünmeliyiz" (Strauss, 1985, 173). Dil-toplum birlikteliğinde; dil olgusu, toplumsal yaşam için gerekli olan göstergelerin tüm toplum üyelerince anlaşılır kılınabileceği bir yapı arz ederken, toplum üyeleri de bu yapı içerisinde doğup, büyümekte ve kendilerine ilişkin tüm değer yargılarını, kültürel yapılarını, ideolojik etkilenimleri de yine bu göstergeler vasıtası ile öğrenirler. Her dil bir göstergeler dizgesidir ve bu göstergeleri anlaşılır ve okunabilir kılan özellikler, içinde yaşanılan toplumsal ortam aracılığı ile öğrenilir ve kuşaktan kuşağa aktarılır. Sadece konuşulan ya da yazıya dökülen dilin dışında, insanoğlunun kullandığı bir takım işaret ve semboller de göstergeler dizgesi olarak kullanılır ve iletişimi sağlarlar.

Dilin en önemli işlevlerinden birisi iletişimi olanaklı kılmasıdır. Dil aracılığı ile gerek kendimizi, gerekse de başkalarını(ötekilerini) tanımaya, anlamaya başlarız. Dili kullanmak suretiyle toplumsal yaşama mesajlar gönderir ve oradan gelen mesajları alırız. Bu anlamlandırma sürecinde bizlere ulaşan göstergelerle dil, gerçekliği yeniden yaratır ve yaşamı anlaşılabilir kılar. Dilin, iletişim ya da anlamlandırma süreci içerisinde kullanmış olduğu göstergeleri eleştirel bir biçimde yeniden okumak aynı zamanda ideoloji ile karşı karşıya gelmemizi sağlayacaktır. Çünkü dil, Uras'ın da belirttiği gibi; ideolojinin içinde yer aldığı kaptır. "Dilde üretilen özne, ideoloji dolayımıyla kendini tasarlayarak toplumsal bütünde eylemde bulunur ve ideoloji bu tasarımlar bütününü sabitler...Dil, iletişim ve bilgi aracı olmanın ötesinde, iktidar aracıdır ya da bunların dolayımıdır. Dil, varolanı sadece sadeleştirip, basitleştirip, mistifiye etmez, aynı zamanda bireylere sınıflandırma sistemi de sunar. Ve böylesi bir sınıflandırma sistemi ile dünyaya düzen verir" (Uras, age, 57-58).

Dili, kavramları belirten bir göstergeler dizgesi olarak tanımlayan Saussure, göstergelerin toplum yaşamı içindeki yaşamını inceleyecek bir bilimin tasarlanabileceğini ileri sürmüş ve bu bilimi göstergebilim diye adlandırmıştır. Buna

göre, gösterge;bir yönü ya da bir özelliği ile herhangi bir şeyin yerini tutan bir şeydir. Kendisi o şey olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişimi sağlayan bir aracıdır. Bu açıdan bir sözcük, hiçbir zaman gösterdiği, şeyin kendisi değildir, gösterdiği kavramın yerine geçen bir simgedir. Her sözcük ya da her simge başka sözcüklerle ya da başka simgelerle belli kurallar dahilinde ilişki içerisindedir. Gösterge, herhangi bir düşünceyi (bildiriyi) iletmek amacıyla düşünceleri kullanır. "Göstergeyi var eden onun uyandırdığı, canlandırdığı ikinci bir imgedir. İnsanın içinde yaşadığı doğal ve kültürel olan çevrede her şey göstergedir; bir el hareketi, bir yüz ifadesi, bir levha vs. Gösterge, bir gösteren ve bir gösterilenden meydana gelir. Göstergeyi ileten mutlaka bir aracı(medium-media) vardır. Bir göstergenin iki düzlemi bulunur: Gösteren yani anlatım düzeni ile gösterilen (içerik) düzlemi... Gösterilen, sözcüğün zihnimizdeki imgesidir. Bunun için gösterilen bir 'nesne' değildir. Zihnimizin bir tasarımıdır" (Gültekin, 2001, 43).

Şekil 2: Gösteren-Gösterilen İlişkisi



Göstergeler, dilin aktarımı ile hayat bulurlar ve Volosinov'un belirttiği gibi, basitçe gerçekliğin bir parçası olarak varolmazlar-başka bir gerçekliği yansıtır ve kırılmaya uğratırlar. Bundan dolayı söz konusu gerçekliği çarpıtabilir; bu gerçekliğe sadık olabilir ya da bu gerçekliği özel bir bakış açısından algılayabilirler. Bunun için " Her gösterge ideolojik değerlendirme ölçütlerine maruzdur. İdeoloji alanı göstergeler alanıyla çakışır. Birbirleriyle eşitleşirler. Nerede bir gösterge mevcutsa, orada ideolojide mevcuttur. İdeolojik her şey, semiotik bir değere sahiptir" (Hall, 1994, 86-87).

Göstergelerin bilimini ortaya koyan Saussure'un, kendisinden sonra gelecek araştırmacılar için de büyük önem taşıyan üç önemli saptaması olmuştur:

1)Dil(language) ve Söz(parole) ayrımı. Saussure'a göre, dil, bütün toplumu ilgilendiren, bireylerin üzerinde yer almakta olan bir dizgedir. Buna karşın söz, dilin bireysel kullanımıdır. Kısaca, dil toplumsaldır buna karşın söz bireyseldir. "Dil, hem konuşma yoluyla oluşan bir toplumsal üretim hem de bireylerin uygulaması için oluşturulmuş gerekli uzlaşmaların toplamıdır. Dil, hiçbir konuşmacıda tam olarak gerçekleşmez, ancak mükemmel şekilde toplulukta yer alır. Söz, konuşan bireyin kişisel düşüncesini anlatmak için dil sistemini kullanmasını sağlayan birleşimleri ve bu birleşimleri sağlayan anlık fiziksel düzeneği içine alır" (Saussure'dan akt. Dağtaş, age, 50-51).

2)Gösterge kavramı; gösteren (işitim imgesi) ve gösterilen(kavram)den oluşur. Saussure'a göre; "Dil göstergesi bir nesneyle bir adı birleştirmez, bir kavramla, bir işitim imgesini birleştirir. Kavramla işitim imgesinin birleşimine gösterge diyoruz. Bütünü belirtmek için gösterge sözcüğü kullanılmalı, kavram yerine gösterilen ve işitim imgesi yerine de gösteren terimleri benimsenmelidir" (Saussure, age, 71-72). Saussure bu tanımlamaların yanı sıra, gösteren/gösterilen kavramları arasındaki bağın nedensizliğini de ortaya koymuştur. Ona göre, dil göstergesi nedensizdir. Örn. Kardeş kavramının, kendisine gösterenlik yapan k-a-r-d-e-ş ses dizilişiyle hiçbir bağlantısı bulunmamaktadır.

3) Kendisinden önce uygulanan art-süremli(diachronic) dil analizinin yanı sıra Eş-süremli(synchronic) dil analizinin de gerçekleştirilebileceğini ortaya koymuş ve tercihini dilin özel bir dilsel topluluk tarafından kullanılan, her hangi bir zaman dilimindeki durumunun analiz edildiği eş-süremli dil analizinden yana kullanmıştır. Art-süremli dil analizinde ise dilin birbirini izleyen tarihsel evrimi incelenmektedir.

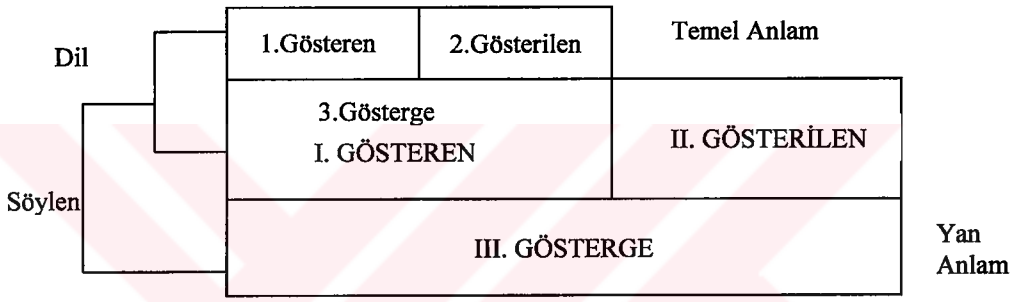
Saussure'a göre, dil bir göstergeler sistemidir ve onun kavramsallaştırmasında gösterge; temel dilsel birimdir. Göstergeyi oluşturan iki kavramdan gösteren; maddi fiziksel varlığı, gösterilen ise bu varlığın alıcının zihninde oluşturduğu kavramı işaret etmektedir. Gösteren ve gösterilen kavramları birbirlerine sıkı sıkıya bağlıdırlar, bu bağlılık ise toplumsal ve kültüreldir. Bir göstergenin anlamı, sistem içinde yer alan diğer göstergeler ile ilişkisi çerçevesinde tanımlanabilir. Saussure'un, gösterge kavramına yaptığı vurgu ve bu göstergelerin dil dolayımıyla birbirleri ile olan ilişkilerinin anlamlandırılabileceği düşüncesi, yapısalcı düşünceyi etkilemiş ve

Saussure'un dilbilim alanında yaptıklarından örnek alınmıştır. Örneğin, Levi-Strauss, dilbilimin yöntemlerini, kendi kültür incelemelerinde kullanmış ve kültürler arasındaki benzerlikleri ortaya koymaya çalışmıştır. Saussure'un açtığı yoldan ilerleyen ve çalışmamız içerisinde reklam analizinde kullanacağımız 'mit' kavramını ortaya koyan Roland Barthes ise, 'gösterge özü gereği, ötekini içerir' tanımlaması ve yaptığı düz-anlam/yan-anlam tanımlamaları ile dilin ideolojik yapı için nasıl önemli bir alan olduğuna vurguda bulunmaktadır.

Barthes'a göre, göstergeler(sözlerin sonsuz çeşitliliğine göre birleşmelerine karşın) hem bir söylemden öbürüne hem de aynı söylem içinde yinelendiklerinden, her gösterge dilin bir öğesi durumuna gelmektedir. "Gösterge, bir gösteren ile gösterilenden kuruludur. Gösterenler düzlemi anlatım düzlemini, gösterilenler düzlemi ise içerik düzlemini oluşturur... Toplum bulunan her yerde, her kullanım kendisinin göstergesine dönüşür...Gösterilen, göstergeyi kullananın bundan anladığı 'şey'dir" (Barthes, 1997, 41-43). Barthes'ı, Saussure'dan ayıran en önemli yan, onun gösterge kavramına getirmiş olduğu yeni boyuttur. Bu yeni boyutta göstergenin bir düz anlamı, bir de yan anlamı bulunmaktadır. Düz anlamı, göstergenin geleneksel anlamı şeklinde tanımlayabiliriz. Düz anlam, yan anlama göre daha kesindir ve süreklilik taşımaktadır. Göstergenin, kullanıcılarının duygu-heyecan ve kültürel değerleri ile bir araya geldiğinde oluşan etkileşimi ise yan anlamdır. Bu anlam biçimi Barthes'ın 'mit' olarak adlandırdığı, anlama asıl şeklini veren, belirleyici olan anlamdır. Bu açıdan yan anlam, göstergenin ideolojik tarafı, ideoloji ile yakın ilişkisi bulunan yapısıdır. Barthes'a göre, yan anlamlar düzeyinde ortaya çıkan ideoloji, dilin ve göstergelerin olanaklarıyla düz anlamlara bağlanmakta ve böylece doğallaştırılmış olmaktadır. 'Egemen İdeoloji' kendisini mitsel bir anlama büründürmek suretiyle doğallaştırmakta ve bireylerin algılamasını güçleştirmektedir. Yan anlamın çoğu kez düz anlamla karıştırılması ve bu şekilde algılanması, toplumsal sınıf ve katmanlar arasında kullanılan anlamları vurgulayan yan anlam yüklü göstergelerin içselleştirilmesine ve bu farklılıkların doğal kabul edilmesine de yol açmaktadır. Ellis ve Coward'a göre, Barthes, mitlerde yeme, giyinme, tatile gitme, güreş etme gibi gösterge sistemlerinin, mit olarak adlandırıldığı başka bir anlamlandırma sistemi tarafından yönlendirildiğini bulmuştur. Barthes'a göre bunlar, 'burjuva sınıfının çıkarlarına göre bazı anlamları doğallaştırıp, dünyanın

şimdiki durumunu ebedileştiren temsil etme biçimleridir'."Mit, dünyayı çelişkisiz ve kendiliğinden belli durumlara getirir. Burjuva fikirleri her şeyin içsel özü haline gelir, günlük gerçekliği mit mekanizmasıyla doldurur... Yan anlamın gerçekçi metindeki en son etkisi düz anlam yanılsaması üretmektir" (Coward&Ellis, age, 53-100). Barthes yan anlamı, ideolojinin anlaşılabilmesi için anahtar kavram olarak kullanır ve yan anlamlar içinde gizli 'mit'lerin analizine girişir. Bu analizde; Gösteren-Gösterilen ve Gösterge ilişkisini Saussure'un bıraktığı yerden geliştirerek sürdürür.

Şekil 3: Barthes'a Göre Yan Anlamın Oluşumu



Kaynak: Roland Barthes, Çağdaş Söylenler, Çev.T.Yücel, Metis Yay., İstanbul, 1996, s.184.

2) GÖSTERGE- REKLAM İLİŞKİSİ

Barthes, bir anlamın hiçbir zaman tek başına alınıp çözümlenemeyeceğini ileri sürer. Ona göre, toplum içindeki göstergelerin yaşamını incelemek ve dolayısıyla nesnelerin (giysiler, yiyecekler, görüntüler, toplumsal kural ve alışkanlıklar, protokoller, müzikler vb)anlamsal dizgelerini yeniden oluşturmak demektir. Bu açıdan reklamı, "bizler için ruhsal beslenmenin büyük besinleri olan yazın, gösteri, sinema, spor, basın ve modanın yanına koyabiliriz ancak: İnsanlar ürüne reklam dili aracılığıyla dokunurlarken, ona anlam verebilirler ve böylece de onun basit kullanımını zihin deneyimine dönüştürürler" (Barthes, age, 166). Barthes, kapitalist toplumun yeni meşrulaştırıcıları olarak nitelendirdiği 'mit'lerin, egemen ideoloji ve değerlerin üretilmesinde, dolaşıma sokulmasında ve yaşatılmasındaki etkileri üzerinde durmuştur. Buna göre, bireyler mitin içindeki birbiriyle ilintili kavramların, anlamın farkında olabilirler ancak mitsel niteliğinden haberdar değillerdir. Çünkü mit, kendi işleyişini gizlemektedir. Mit, sınıf temellidir ve bu yüzden hakim sınıfın değerlerinin

doğallaştırılmasına hizmet etmektedir. Barthes'ın bu tanımlamalarından etkilenerek; 'futbolun, kapitalist sistemin çağdaş mitlerinden' birisi olduğunu ileri süreceğiz. Futbol, özellikle 1980 sonrası tüm dünyada gelişen neo-liberal ekonomik ve siyasal politikaların geniş kitlelere benimsetilmesinde kullanılmıştır. Kapitalist değerleri meşrulaştırması ve dolaşıma sokması anlamında futbol bir mittir ve çağımızın en önemli mitlerinden bir tanesidir. Futbolun, ekonomi ve medya dünyası ile kurmuş olduğu ilişkilerin, tüketim toplumu içinde yansıttığı alanlardan birisi görsel ve yazılı medyada kullanılan reklamlardır. Bu reklamların analiz edilmesi, futbolun kapitalist sistemin çağdaş bir miti olarak nasıl bir işlevi yerine getirdiğini göstermesi açısından oldukça önemlidir. Çünkü günümüzde reklamlar, kültürel ve toplumsal bütün göstergeleri kullanabilmekte ve bu suretle eşitsizliklerin sürmesine ve doğallaştırılmasına da katkıda bulunmaktadır. "Reklam mevcut veya idealize edilen bir sosyal gerçekliğin göstergelerin sınırsız imkanı çerçevesinde yeniden üretilmesidir... Kapitalist toplumsal ilişkilerde meta haline getirilen bütün göstergelerin sürekliliğinin sağlanması reklamın amaçları arasındadır...Artık gerçek 'olduğu' gibi değil, 'oluşturulduğu' gibidir...Reklamın anlam dünyasının süzgecinden yansıyan her şey yeniden şekillendirilir. Tüketimin bütün açık ve gizil hedefleri doğrultusunda yeniden şekillendirilen kültürel kodlar 'öyle olmayı' dayatıcı özelliklerini de beraberinde taşır...Toplumdaki kültürel kodları, metalaştırma sürecinde reklam aracılığıyla mali ekonomik kaygının ürünü olan mal veya hizmetle örtüşür hale getirilir" (Gültekin, age, 32-39).

Reklamlar, tüketim ideolojisinin kitlelere benimsetilmesinde kullanılan en önemli araçlardır. Reklam vasıtası ile hedef kitle ile ürün, hizmet, kurum ya da markalar iletişim ve etkileşim içerisine girmektedirler. Reklam, ürünün/hizmetin pazarlanabilmesi için tasarlanan ve içerisinde taşıdığı çeşitli göstergeler aracılığıyla hedef kitleye ulaşmaya çalışan, yazılı ve görsel üründür. Reklam sektörü, tüketimin güdülenmesi için yaptıkları ile ekonomik bir işlevi yerine getirirken, aynı zamanda toplumsal yaşam içindeki değer ve davranışların işleyişi üzerine yapmış olduğu vurgu ile de ideolojik bir işlevi yerine getirmektedir. "Reklamlar üzerine yapılan içerik analizleri, reklamlarda grup üyelerinin davranışlarını yönlendiren, az çok yapılanmış kolektif temsiller, değerler, kanaatler ve fikirler bütünü anlamında bir ideolojinin

bulunduğunu göstermektedir. Reklam, bu ideolojinin kendini ortaya koyduğu alan olmaktadır. Toplumun değerler sistemi başat temalar ve bunları taşıyan kodlar, reklamlarda yansımaktadır" (Bilgin, 1991, 395). Reklam metinlerini yazanlar, içinde yaşadıkları toplumun var olan kodlarını, göstergelerini ve mitlerini göz önünde bulundurmak zorundadırlar. Çünkü, reklamcılık, ideolojik ve dilsel bir alan içerisinden geçmek suretiyle geniş kitleye ulaşmaktadır. Başka bir ifade ile reklamlar, var olan sosyal yapıyı ve ideolojileri farklı bir biçimde ve tarzda ortaya koyan yazılı veya görsel metinlerdir. Reklamlar, bireyler arası farklılığı yaratan şeyin, içinde yaşadığımız dönemde 'kullandığımız/tükettiğimiz markalar' olduğu fikrini ön plana çıkartmakta ve tüketim ideolojisinin gerçek yaşam ile arasında kurulan çarpık/yanlış gerçekliklerin ve kimliklerin benimsetilmesinde aracı olmaktadır.

Reklamlarda yaratılan söylem aracılığı ile zihinsel anlam haritalarımızın oluşturulmasına katkıda bulunulmakta ve reklamlar yeni bir dünyanın kapılarının açılmasında bir nevi kılavuz görevi üstlenmektedirler. 'Sizde, onlar gibi olabilirsiniz' fikrinin hayata geçirildiği alanlardan birisi olan reklamlarda, tüketim toplumunun rahatlık-konfor-mutluluk-başarı-hedonizm gibi değerleri de kitlelere aktarılmaktadır. Fairclough'a göre, "İzleyicilerin tüketiciler olarak inşa edilmesi ve ürünlerden alınan zevke vurgu yapılması, tüketim kültürünün ve tüketici davranışının normalleştirilmesi ve doğallaştırılmasıdır" (Fairclough, 1995, 12). Baudrillard'a göre, çağdaş tüketici ürünleri değil, göstergeleri tüketir. Göstergelerin tüketiciye ulaşmasını sağlayan ise reklamlardır. Reklamlar, tüketici kitleye ulaşabilmek için her türlü yolu kullanır. Ramazan ayında uluslar arası bir marka olan Coca-Cola ya da Pepsi-Cola'nın geleneksel değerlerimizi yansıtan reklam filmlerini bir ay boyunca kullanmaları gibi. Analiz bölümümüzde sıkça rastlanan örnekte olduğu gibi, Bir Danimarka markası olan Carlsberg Birasının dünya kupası döneminde 'Milli Takımımıza Başarılar Dileriz' sloganını kullanmasında olduğu gibi veya milli takıma yönelik verilen bütün reklamlarda 'kırmızı-beyaz' renklere vurgu yapılmasında olduğu gibi. Hay'a göre kültürel bir metin olarak reklam çeşitli göstergeler kullanır. "Bu göstergeler popüler kültürün objeleridir. Dolayısıyla metinlerde oluşan anlam, çeşitli söylemler aracılığı ile oluşur ve bu söylemler toplumsal güç merkezlerini temsil ederler...Reklam, varolan sınıf, ırk ve cinsiyet değerlerini korumaktadır" (Akt. Dağtaş, age, 87-88). Reklam,

içinde yapıldığı topluma ait hakim değerlerin sürdürülmesine katkıda bulunur. Özellikle televizyonlar, varolan cinsiyetçi stereotiplerin üretilmesini sürdürmek suretiyle erkek egemen yapının devamına katkıda bulunur. Reklamların kullandığı popüler kültür objelerinden birisi olan futbol dünyası, erkek egemen dünyanın kapılarını ardına kadar açmakta ve eril bir dilin dolaşımına katkıda bulunmaktadır. Erkeklerin, 'kendilerine' ait bir dünya olarak gördükleri, futbol dünyasında, erkek egemen değerler rahatça dolaşıma girmekte ve futbolu kullanan reklamlarda da, hep bu değerlere göndermede bulunulmaktadır: İçki içmek, özgürlüğün tadına varmak, güç-gurur duymak gibi. Futbol/spor tüketimi dünyanın en önemli tüketim alanlarından birisini oluşturmaktadır. Özellikle erkeklere hitap eden bu alanda yapılan reklamlarda, kullanılan dil ve oyuncular, futbolsuz yapamayacak olan bu kitle üzerinde etkili olmaktadır. Bu dili deşifre etmek, aynı zamanda toplumsal yaşam içinde hakim değer ve ideolojileri de ortaya çıkartmak anlamına gelecektir.

C. SÖYLEM

Toplumsal gerçekliğin bir boyutuna karşılık gelmekte olan söylem kavramı gerçekliğin yerini doğrudan almamakla birlikte yaşamı adlandırılması sürecinde bir işlevi yerine getirmektedir. Üşür'e göre söylem, "gerçek, gerçekliğin belirli bir tarzda, dil aracılığıyla kurulmasıdır. Söylem, gerçekliği yalnızca yeniden üretmiyor, aynı zamanda tanımlıyor ve kuruyor" (Üşür, age, 124). iken; İnal'da söylem, "toplumda var olan güç/iktidar ilişkilerinin kurulduğu ve sürdürüldüğü ortam dil ve söylemdir... Haberin söylemi içinde egemen söylemler doğallaşır ve egemen ideoloji yeniden kurulur... Dil ve söylem, toplumdaki güç/iktidar ilişkilerinin dayandığı cinsel, etnik, dinsel farklılıkların yansıdığı bir mücadele alanıdır" (İnal, 1996, 15-119). Dursun ise söylem kavramının medya çalışmaları açısından ideoloji ile birlikte ele alındığını, medya metinlerinin toplumsal iktidarın kurulmasındaki rolünü sergilemekte çıkış noktaları sağladığını belirtmektedir. "Söylem, günümüzdeki kullanışıyla, dil içinde şifrelenmiş ideolojiyi toplumsal ve kurumsal olarak ortaya çıkarmaktır" (Dursun, age, 56). Sözen'e göre de, söylem; "bilgi, ideoloji ve güç ilişkilerini ortaya çıkaran bir bilgi formudur. Söylem konusundaki en önemli argüman dilin kendi içinde bir anlamı olmadığı, anlamların sosyal ve kurumsal pratiklerin somut formlarında bulunacağıdır.

Farklı söylemler farklı sistemleri biçimlendirir" (Sözen,age,92). Dolayısıyla söylem içerisinde egemen olma mücadelesi anlamın oluşturulmasında etkili olacaktır. Uras'a göre ise, "ideolojik söylemler ya da söylemsel ideoloji, öncelikle insanın kimliğini tespit eder... Öznenin, çelişkili olan toplumsal ilişkilere göre inşa edildiğini göstermek son derece önemlidir. İdeolojinin verdiği hayali kimlikte, özne tutarlı olarak adlandırılarak çelişkin süreçler bastırılır. Özneyi, homojen bir özne, kendi fikirlerinin ve eylemlerinin başlangıcı olarak kendini gören bir özne durumuna sokar. Öznenin olaşması bir tür anlamlandırma sürecidir ve bu anlamlandırma pratiği çelişik olanı uyumlaştırır. Öznenin sahip olduğu kimlikler eş anlı olarak varolabilirler ve bir hiyerarşik sıra dahilinde de yer alabilir" (Uras, age, 44-46).

İktidarlar, halk nezlinde meşruluklarını sadece zora dayalı kurum ve stratejiler ile gerçekleştirmezler aynı zamanda kendilerini meşrulaştıracak söylemleri ve bu söylemleri kitlelere aktaracak araçları da üretirler. Söylemin üretimi, toplumsal yaşamın denetim ve gözetim altına alınabilmesi için de büyük önem taşımaktadır. "Güç/iktidar sahibi olanların retorik stratejileri söylemi, alıcılarını ve amaçlarını yönlendirme yoluyla varlığını sürdürmektir. Söylem içindeki ideoloji, kendi kendini yeniden üretmektedir" (Özer, 1999, 123). Günümüzde söylemin üretimi ve dağıtımı kitle iletişim araçlarının kontrolü ile gerçekleştirilmektedir. Medya'ya hakim olan sınıf aynı zamanda toplumsal yaşamın diğer kurumları üzerinde de söz sahibi olabilmekte ve kendi egemenliğini sürdürecek söylem üretimini ve dağıtımını medya kanalını kullanarak gerçekleştirebilmektedir. Belge'ye göre, bugünün ideoloji, yani mitoloji üretme görevi, daha önceki dönemlerde olduğu gibi başıboş bırakılmış değildir. Özellikle "kitle iletişim araçları, televizyon, kitle gazeteleri ve dergileri, reklamcılık sistemleri, kitle sineması, hayatımıza egemen olan yeni mitleri üretiyor. Bu mitlerin malzemesi basit: Gündelik hayatımızın herhangi bir olayı... Mit, olayın, sunuluşunda ortaya çıkıyor. Aslında ideoloji üretenlerce biçimlendirilmiş kişiliklerle birlikte veriliyor. Bunların yanı sıra spor mitlerimiz, artist mitlerimiz, ahlaki mitlerimiz, hepsinden önemlisi politik mitlerimiz var" (Belge,1986, 236-238). Neo-liberal ekonomi politikalarının hayata geçirilmesinde 'tüketim toplumu mitinin' ve bu miti dolaşıma sokan bir takım popüler kültür araçlarının büyük etkisi bulunmaktadır. Popüler müzik ve futbol 'tüketim toplumu mitinin' tüm dünyada dolaşıma sokulmasında kitle iletişim

araçları tarafından kullanılmışlardır. Neo-liberal ekonomik ve politik tasarının söylem üzerinde temellenmesi sonucunda tüm dünyada 1980'ler sonrasında, yeni ekonomik ve politik yapıyı yerleştirecek alanların da söylemsel ve görsel boyutları ön plana çıkarılmıştır. Bunda hiç kuşkusuz iletişim teknolojilerinde yaşanan büyük dönüşümün de önemli etkisi olmuştur. Futbol söylemleri bireyleri sadece zihinsel olarak uyarmamakta, aynı zamanda sisteme uyumlanmaları yolunda da rızalarını sağlamaktadır.

Ian Parker söylemleri sınıflandırmak için on kriter önermektedir:

"1) söylem metinlerde gerçekleşir.

2) söylem nesneler hakkındadır.

3) söylem özneleri içerir.

4) söylem anlamların tutarlı sistemidir.

5) söylem diğer söylemlere atıflarda bulunur.

6) söylem kendi konuşma biçimini yansıtır.

7)söylem tarihsel olarak inşa edilir.

8) söylemler kurumlara dayanır.

9) söylemler güç ilişkilerini yeniden üretirler.

10) söylemlerin ideolojik etkileri vardır" (Parker, 1992,6-20). Parker'ın sınıflamasından da anlaşıldığı gibi söylem, toplumsal yaşamın içinde ve bireylerin birbirleri ile kurdukları ilişkilerden, kurumsal yapılar ile kurdukları ilişkilere kadar her yerde ve şekilde bulunmaktadır. Söylemin, güç ilişkilerini yeniden ürettiği için bir takım ideolojik etkileri de olmaktadır. Söylem, ideolojik bir pratik olarak, güç ilişkilerini sıradanlaştırmakta ve böylece bu ilişkilerin doğalmış gibi görünmelerini sağlamaktadır.

Laclau ve Mouffe'ye göre söylem, bir metin bir konuşma ya da benzer bir şey değildir. Terim, esas olarak anlamla ilgilidir ve düşünürler bunu açıklamak için futbol örneğini kullanırlar. "Yuvarlak bir nesneyi sokakta tekmelersem ya da bir futbol maçında bir topu tekmelersem, fiziksel olgu aynı fakat anlam farklıdır. Nesne, sadece diğer nesnelerle bir ilişkiler sistemi kurduğu ölçüde bir ayak topudur ve bu ilişkileri, nesnelerin salt göndergesel maddiliği vermez, daha çok toplumsal olarak inşa edilirler" (Laclau&Mouffe, 1987, 82). Fowler'a göre, bütün anlamlar toplumsal olarak üretilmektedir ve bütün söylemler de toplumsal bir ürün ve pratiktir. "Söylem,

günümüzdeki kullanışıyla, dil içinde şifrelenmiş ideolojiyi toplumsal ve kurumsal olarak ortaya çıkarmaktadır" (Dursun, age, 56). Toplumsal bir inşa süreci olarak sporun/futbolun anlamı ancak inşa edilmiş olduğu bir kurallar sistemi ya da söylemi içindeki yeri kavranarak anlaşılabilir. Sporu/Futbolu böyle görmeye başladığımız anda toplumsal yapı içindeki yeri ve önemi netleşecek ve sporun/futbolun aktarımında 'bu alanlardaki gerçeğin yeniden kurgulanmasını' sağlayan medya metinlerini inceleyerek spordaki/futboldaki söylemsel yapıların ve dilin nasıl bir ideolojik aktarım süreci içinde bulunduklarını ve arka planda yer alan egemen gücü deşifre edebiliriz. "Özne, toplumsallaşma sürecinde, ait olduğu toplumun ideolojisini, söylem aracılığı ile paylaşılan toplumsal temsiller sayesinde içselleştirirken, ürettiği her söylemde aynı toplumsal temsilleri grup içi üyeleriyle iletişim kurabilmek için yeniden üretmektedir" (Yağcıoğlu, 2002, 13). Futbol, popüler kültürün en önemli parçalarından birisidir ve kendi dilini-söylemini yaratmıştır. Bir söylem biçimi olarak futbolun, tüm yaşanılabilir alanlar içerisine sirayet etmiş olması sonucunda futbolla büyüyen ve futbolla sosyalleşen kitlelerin yaratılması sağlanmıştır. Futbolun dili ve söylemi, neo-liberal anlayışın geniş kitlelere ulaşabilmesi için son derece zengin alternatifleri bünyesinde taşımaktadır. Bu sayede futbol, tüketim kültürü ve ideolojisinin toplumsal yaşama aktarımında aracı olmakta ve futbol üzerinden yapılan tanımlamalar, siyasetin geri çekilmesi ile boşalan alanları hızla kapatmaktadır. Spor/futbol, kapsamlı ideolojik tanımlamaları salt pasif bir biçimde yansıtmaz. Aynı zamanda söz konusu imajların üretimine büyük ölçüde katkıda bulunur. "Toplumdan bağımsız bir faaliyet alanı olarak ve özellikle de doğal, fiziksel beceriler ve kapasitelerle ilgili bir alan gibi göründüğü için spor bu ideolojik imajları sanki onlar doğalmış gibi sunar. Bu imajlar insanın sosyal ve siyasal inşasının ürünleri olmaktan ziyade doğal veya toplumsallık dışı hakikatlere dayanıyormuş gibi görünürler" (Clarke&Clarke,age,63). Bu konuda Jennifer Hargreaves'in 'kültürel alan ve metinlerde sporun dışarıda bırakılmasının sonuçları' da açıklayıcı olabilir. "Son dönemde kültür ve kültürel pratiklerle ilgili metinlerde spor dışarıda tutulmuş ve kültürel pratikler olarak daha çok dans, drama, medya , müzik, konuşma, şiir, edebiyat, opera, film, resim, bilim kurgu ve korku filmleri üzerinde durulmuştur. Sporun kültür analizinde dışarıda tutulması önemli bazı sonuçlara yol açar. Böylesi bir tavır izleyicilerin bilincinde sporun nötr, ve kültür analizinde önemli

olmayan bir alan olduğu şeklindeki sağduyusal kanaati güçlendiren bir etkiye yol açar" (Hargreaves(Jen),1982,9). Futbol/spor sayfalarında sunulan haberler sanki bambaşka bir dünyada yapılan bir etkinlik şeklinde kitleye aktarılmakta ve bu haberlerde kullanılan dil ve söylem aracılığı ile toplumsal yaşama egemen değer yargıları ve ideolojilerin aktarımı gerçekleştirilmekte ve futbolun/sporun nötr bir alan ve kültür analizinde önemli olmayan bir alan olduğu düşüncesi güçlendirilir.

III. FUTBOLUN ORTAYA ÇIKIŞI

"Futbol kollektif bir sanat eseridir" (Norbert Elias).

"Futbol, hayatın bir versiyonudur" (Nick Hornby).

Modern futbolun beşiği olarak İngiltere kabul edilmesine karşın futbolun ilk olarak nerede ve kimler tarafından oynandığı kesin olarak bilinmemektedir. M.Ö.2500 yılında Çin imparatoru Huany-Ti'nin askerlerine çeviklik talimi için iki direk arasından geçirilerek bir top ile oynattığı eski Çin kaynaklarında belirtilmektedir. "Çinliler bu oyunun adına ts'u kü demekte haklıydılar. 'topu(kü), ayakla oynamak (ts'u)'. Yaklaşık onar kişiden oluşan iki takım dört köşeli bir oyun sahasında başlangıçta içi tüy dolu masif bir topu, bambu direklerinden yapılmış ve fileyle örülmüş olan yaklaşık beş metre yüksekliğindeki bir kaleye sokmaya çalışırdı" (Stemmler, 2000, 13). Secuanlı Li-Yu'nun (İ.S. 50-136) şiirinde Çinli'lerin ts'u kü'sünden mitik izler bulunuyor:

"Top yuvarlak, saha dört köşe
Yer ile gök misali;
Top tepemizde ay gibi süzülür,
İki takım karşı karşıya geldiğinde.
Takım kaptanları belirlendi ve yerlerini aldı
Değişken kurallara göre
Akraba olmak faydasız,
Taraf tutmak anlamsız.
Sadece kararlılık ve soğukkanlılık var,
Yanılgı ve ihmal olmaksızın.
Ve eğer futbol maçı için bunlarsa gereken,
Mücadele için başka ne lazım!" (Stemmler, age, 16).

Orta Asya Türklerinin 'tepük' (tepmek, tekmelemek anlamında kullanılan bir sözcük) adı verilen bir oyunu oynadıkları Kaşgarlı Mahmud'un Divan-ı Lügat-it Türk eserinde belirtilmektedir. "Ayasofya kütüphanesinde 3029 numarada kayıtlı 'Tarih-i Timur' adlı eserde de Timur döneminde Türklerin, içi havayla doldurulmuş kuzu postundan yapılma toplarla oynadıkları; bu oyunda topa elle dokunmanın ve çizgiden dışarı çıkarmanın yasak olduğu yazılıdır ve Timur'un bu oyunu askerlerine bir çeviklik talimi için yaptırdığı kaydedilmektedir" (Arıpınar,1992,8).

Ortaçağ'da İtalya'da oynanan 'calcio' yalnızca soylular tarafından oynanıyordu. Kuzey Fransa' da 'la soule' adı verilen oyun oynanırken, İngiltere'de sokak dövüşünü andıran top oyunu Kral II.Edward'ın fermanı ile yasaklanıyordu. Kralın 13 Nisan 1314 tarihli fermanında; "Büyük bir topla şehir içinde gürültüler yapıldığı, Tanrı korusun birçok kaza ve hasara sebebiyet vereceği anlaşılmıştır. Tanrı ve Kral adına, şehir ve kasaba içinde top oynanmasını yasaklıyorum. Emirlerimizin aksine hareket ederek top oynayanlar en şiddetli cezalara çarptırılacaklardır"(Arıpınar,age,9). Bu dönemde oynanan oyun köylülerin eğlence aracıdır, oynanacak kişi sayısı, kuralları net olarak belirlenmediği için çok sert geçmekte ve oyunun sonu genellikle kanlı bitmektedir. N.Elias, modern sporun ayırt edici özelliğinin şiddetin azaltılması olduğunu vurgulamaktadır, futbol içinde bu saptama yerindedir. Futbol oyununun belli kurallar çerçevesine getirilmesi 1848 yılında Cambridge üniversitesindeki öğrencilerce geliştirilen Cambridge kurallarının hayata geçirilmesi ve öğrenciler arasında ilk futbol maçının oynanması ile başladı. Hükümet tarafından görevlendirilen Calerendon Komisyonunun1864 tarihli raporuna göre: "kriket ve futbol sahaları salt vakit geçirmeye yarayan yerler değildir. Bu sahalar toplumun en değerli vasıflarının ve erkeklerin erdemlerinin geliştirilmesine yardımcı olurlar. Bu nedenle, eğitim konusunda derslikler ve yurtlar kadar önemlidirler" (Stemmler, age, 87) Futbol, iyi bir gençlik yetiştirilmesi amacı ile dönemin hükümeti ve eğitim kurumu tarafından kullanılmıştır. İlk futbol kulübü 1857 yılında kurulan Sheffield olacaktı. Bu dönemde İngiltere'de futbol ve rugby arasında kıyasıya bir mücadele verildiğini de unutmamalıyız. "1862 yılının Ekim ayında Cambridge'de Eton ile Harrow'un eski öğrencileri arasında düzenlenen bir futbol maçı yeniden gözden geçirilmiş kurallara göre oynanır. Bu kurallar kısmen günümüzde bile geçerlidir.

-Takımlar bir 'takım kaptanı' nın liderliğinde oynayan on birer oyuncudan oluşur.
-Hakem zorunludur.
-Oyun sahası 150*100 yarda(137.16*91.44 metre) boyutlarındadır.
-Oyun süresi 75 dakikadır; ilk yarıdan sonra(demek ki 37.5 dakika sonra!) takımlar kale değiştirir" (Stemmler, age, 89).

Modern futbolun doğum tarihi İngiliz futbol birliğinin (11 kulüp temsilcisinin katılımı ile) kurulduğu 26 Ekim 1863'tür. Futbolun geniş kitlelere yayılmasında işçilere daha fazla boş zaman imkanı tanıyan fabrika yasalarının büyük etkisi olmuştur. İşçilerin çalışma saatleri azalırken, Cumartesi öğleden sonraları tatil olması ve şehirler arası ulaşım olanaklarının gelişmesi futbolu yaygınlaştırır. Yalnızca oyuncuların değil, seyirci kitlesinin toplumsal yapısı da değişir, özellikle de İngiltere kupası(1871)ve dünyanın ilk futbol liginin(1888) kurulmasından sonra, oyuncularla aynı toplumsal sınıfı paylaşan, bu yüzden de onları destekleyen seyirci sayısı hızla artar. "Bu seyirciler daha o zamanlarda günümüzdeki futbol taraftarlarının bütün özelliklerini taşırdı: Deplasmanda oynayan takımlarının gittiği yere gider, kulüp renklerine bürünür ve maalesef kavga ve alkole düşkün olurlardı. Seyirci sayısı muazzam bir hızla artar, Güneyin kupaya egemen olduğu dönemde final maçlarına en az 4-5 bin seyirci gelirken, bu rakam 1884 yılında 12 bine, 1888'de 27 bine, beş yıl sonra 45 bine, 1901'de ise tam tamına 110 bine ulaşır" (Stemmler, age, 99).

Futbola olan ilginin artması özellikle iki kesimin dikkatini bu oyun üzerine yoğunlaştırmalarına neden olmuştur; sermayedarlar ve kiliseler. Ligde oynayan takımların dörtte biri, işçi sınıfı mahallelerinde etkin olmak arzusu içindeki kiliseler tarafından kurulmuştur: Aston Villa yalnızca erkeklerin katıldığı bir İncil sınıfının katılımcıları arasında kurulurken, Birmingham City Kutsal Trinity Kilisesinin, Bolton İsa Kilisesinin, Everton ise St.Domingos Congregational Kilisesinin Pazar okullarına gidenlerce oluşturulmuştur. Sanayicilerde sporun avantajlarını görmekte gecikmemişlerdir: Arsenal'de (Kraliyet silah ve cephane fabrikası) çalışan işçiler arasında kuruldu. İş yeri kökenli diğer takımlar arasında Westham United(Thames demir işletmeleri), Manchester United(Lancashire&Yorkshire demiryolları) ve Southampton(Woolston tersanesi) bulunuyor. Sheffield Cutlers/Bıçak Üreticileri takımı ise Sheffield United adını aldı. Yıllardır gizli saklı yürütülen profesyonellik 1885'te

yasallaştırıldı. Sporun işçi sınıfı arasında yukarıdan yapılan bir müdahale yoluyla yayılması, Napolyon sonrası ve Çartist yıllarda meydana gelen ayaklanmaları izleyen dönemde 'saygın' bir işçi sınıfı yaratılması hedeflenmiştir" (Hargreaves,age, 41). Arsenal demir çelik işçilerinin, Liverpool tersane işçilerinin bulunduğu yörelerde kurulur. Son beş yıldır Tugay Kerimoğlu'nun da kadrosunda yer aldığı Blackburn Rovers takımının 1883 finallerindeki kadrosunda "üç dokuma işçisi, bir iplik işçisi, bir pamuk işçisi, bir demirci, bir çerçeveci , bir tesisatçı, bir dişçi çırağı ve iki(yerli) profesyonel futbolcu"(Stemmler, age, 99). yer almaktadır. Aston Villa ve Everton gibi kulüpler ise rahipler tarafından kurulmuşlardır. "İşçi nüfusunu sürekli ve tam olarak kuşattıklarından kuşku duyan patronlar, yanlarında çalıştırdıkları ücretlilerine, hastanelerin ve okulların dışında; stadyumları ve diğer sportif yapıları da kısa sürede sundular(patronların adını taşıyan stadyum sayısının günümüzde hala tanıklık ettiği gibi) özel sermaye, patronların denetiminde ve yardımıyla çok sayıda spor birliği ve kulübü kurulmuştur" (Bourdieu,age,171). Tıpkı okullarda olduğu gibi fabrikalarda çalışanlar üzerinde de futbolun olumlu bir etkisi söz konusudur.

Futbol aracılığı ile kişiler kendilerini kurumlarına ait hissetmekte ve enerjilerini dışa vurabilmektedirler. Modern futbolun ilk ortaya çıktığı ve hızla yaygınlaştığı dönemden bugüne dek geçen süre içerisinde futbol, "çalışan kesimleri sadece eğlendirip rahatlatmakla kalmamakta, aynı zamanda yarattığı kolektif aidiyet duygusu ile bireyleri ortak bir paydada birleştirmek" (Arık, 2004, 138). suretiyle 'ideolojik bir işlevi' yerine getirmektedir. Futbolun ilk yaygınlaştığı dönemde futbol, iktidarın kendi devamını sağlamak için yararlanılan bir araçtır çünkü bu dönem aynı zamanda İngiltere'de sanayiciler ve işçi sınıfı arasındaki çatışmaların yoğun olarak yaşandığı dönemdir. Bunun içindir ki " orta sınıf reformcuları futbola bu süreçte, kişisel zevk, sağlık ve sosyal gelişme aracı olarak yaklaşmışlardır. Futbol bu dönemde ne çalışma ne de maddi getirisi olabilecek bir iş olarak tasarlanmıştır" (Mason, 1993, 45). Futbola olan yoğun ilgi yeni bir sektörün ortaya çıkmasına neden olacaktır. Önceleri saha çizgilerinin hemen yanı başında izlenilen karşılaşmalar, yerini seyircilerin saha çizgilerinin dışına ayrı bir bölmeye çıkartıldığı stadyumlara bırakacaktır. İşçi kökenli seyircilerin takımlarını destekleyerek gündelik sorunlarından uzaklaşabilecekleri mekanlar olarak stadyumlar yüzyıllar sonra antik tiyatroların, arenaların yerlerini alacaklardır.

1888 yılında 12 kulübün katılımı ile 'İngiliz Profesyonel Ligi' kurulur ve kısa süre sonra futbol önce Avrupa'da sonra Latin Amerika ve Asya'da oynanmaya başlanır. Futbolun tüm dünyada hızlı bir yayılış göstermesinde sanayileşme süreci ile yaşadığı eş zamanlılığın büyük etkisi bulunmaktadır. "Sanayileşme sayesinde futbol, başka ülkelere ihraç edilebilen bir halk sporuna dönüşmüştür" (Stemmler, age, 103). Futbol, İngiltere'den mühendisler, askerler, öğrenciler, misyonerler, tacirler eliyle kısa zamanda dünyanın dört bir yanına yayılmıştır. Futbol, Almanya'ya İngiliz iş adamları, üniversite ve lise öğrencileri ile taşınırken, Osmanlı İmparatorluğuna İzmir'de yaşayan İngiliz aileler vasıtası ile gelecektir. Bugün dünyanın futbol konusundaki en ateşli ülkelerinden birisi olan Brezilya ise, öğrenimini İngiltere'de tamamlayan Charles Miller'ın 1894 yılında ülkesine dönüşünde getirdiği futbol topu ile tanışacaktır.

21 Mayıs 1904 tarihinde uluslar arası futbol federasyonları birliği (FİFA) kurulmuştur. Kıta Avrupa'sında yaşanan savaşlar futbolun gelişimini yavaşlatmış ancak "yaşamı parçalayan en şiddetli çarpışmaların yaşandığı yerde futbol yine de eksik olmamıştır; 1914 Noeli sırasında, Alman ve İngiliz askerleri tarafsız bölgede bir maç yapmışlardır" (Tut, 2003, 40). İki dünya savaşı arasında geçen sürede futbol geniş kesimlere ulaşmıştır. Kıta Avrupa'sında yer alan pek çok ülkede profesyonel ligler kurulmaya başlanmıştır. "20'li yıllarda Orta Avrupa ülkeleri için karakteristik olan kronik iktisadi bunalım, piyasaların zayıflığı ve yeni oluşan küçük milletlerin uluslar arası güçler konserinde de seslerini duyurmakta karşılaştıkları zorluklar, futbol sporunun öneminin artmasına katkıda bulunmuştur" (Lanfranchı, 1993, 268). İlk büyük futbol organizasyonu 1930 yılında Uruguay'da gerçekleştirilen dünya kupasıdır. 1930'lu yıllarda dünyada esen milliyetçilik rüzgarları futbol sahalarında da hissedilecekti. Futbolun siyasal bir öğe haline geldiği bu dönemde İtalya'da, İngilizce futbol terimlerini yasaklanacak ve ulusal bir lig oluşturulacaktı. Almanya ise bu dönemde oynadığı dostluk maçları ile kendi gücünü komşu ülkelere gösterme eğilimindedir. Bu dönemin en çok konuşulan karşılaşması ise ikinci dünya savaşının hemen öncesinde 14 Mayıs 1938'de Berlin Olimpiyat stadyumunda Almanya ve İngiltere milli takımları arasında oynanan karşılaşmadır. Bu müsabaka öncesinde 110 bin seyirci önünde İngiliz milli takımının da Nazi selamı verdiği fotoğraf hafızalardan silinmeyecektir. İkinci dünya savaşı süresince Avrupa'da futbol maçları oynanmaya

devam edecektir. Kuper bu durumu şöyle açıklıyor: "22 Haziran 1941'de Almanların Sovyetler Birliğini işgale başladığı gün, yani savaşın belirleyici bir gününde doksan bin izleyicinin Berlin'de Alman ligi finalini seyrettiğini öğrendiğiniz zaman II.dünya savaşı farklı bir görünüme bürünmektedir" (Kuper, 2004, 29). İkinci dünya savaşı süresince ara verilen dünya kupası 1950 yılında (Brezilya) yeniden başladı. Avrupa kıtasındaki ülkelerin futbol birliği olan UEFA 1954 yılında kuruldu ve Avrupa ülkelerinin takımlarının üç ayrı kupada mücadele ettiği organizasyon oluşturuldu. Fuar şehirleri kupası daha sonraki adıyla UEFA kupası, Kupa galipleri kupası 1990'lar sonrasında ortaya çıkan yoğun maç trafiği ve medya baskısı ile UEFA kupası ile birleştirilerek yeni bir statü altında oynatılmaya başlandı. Şampiyon Kulüpler kupası, UEFA'nın en prestijli kupasıydı, 1992-1993 sezonundan itibaren Şampiyonlar Ligi adı altında oynanmaya başlandı. Medyanın futbol ile kurmuş olduğu bağlantının artması sonucunda, UEFA'nın kendilerine yeterince gelir vermediğini ileri süren 14 ünlü futbol kulübü G-14'ler adı altında bir oluşum içerisine girerek, UEFA üzerinde baskı oluşturmaya ve kendi isteklerini empoze etmeye başlamışlardır.

A. FUTBOL, NİÇİN SOSYOLOJİK OLARAK İNCELENMEYE DEĞERDİR

"Mükemmel haliyle gerçekleştirildiğinde futbol bir sanattır. Tıpkı resim gibi"
(Alfredo Di Stefano).

Futbol, modern anlamda ilk kez İngiltere'de ortaya çıkmasına rağmen bugün dünyanın hemen her ülkesinde milli bir spor dalı olarak diğer spor dallarının önüne geçmiştir. Futbolun yaklaşık yüz elli yıl içerisinde tüm dünyada kat ettiği bu aşamayı başka hiçbir toplumsal etkinlik (sinema, tiyatro, müzik vb.) başaramamıştır. Futbol, girdiği ülkelerin toplumsal yapısı içerisinde kendisine yer açmış ve kısa bir süre içerisinde o kültürel yapının önemli bir göstereni haline gelmiştir. Futbolu ülkelerin içinden geçtiği toplumsal, siyasal ve ekonomik dönüşümlerden soyutlayarak ele almak ve anlamlandırmak araştırmacıları yanlış yönlere sevk edecektir. Bugün futbol, içinden bakılarak farklı toplumlar ve toplumsal yapıların gözlemlenebileceği önemli bir prizma haline gelmiştir.

İnsanların kişilik özelliklerinin kolaylıkla açığa çıkabildiği alanların birisi haline gelen futbol ve futbol karşılaşmaları, özellikle 1980'li yıllar sonrasında tüm dünyada gelişen küreselleşme ve yeni toplumsal hareketlerin de etkisi ile toplumsal yaşam üzerindeki etkisini arttırmıştır. Dünyanın çeşitli ülkelerinde futbolun geçirdiği aşamalar incelendiğinde, bu büyülü oyunun her gittiği ülkenin insanları ile güçlü bağlar kurduğunu ve bu bağlarla yeniden yoğrulduğu görülmektedir. Futbol kadar birleştiriciliği yüksek bir spor dalının zaman içinde geçirdiği yolculukta savaşlar bile, onu durdurmayı başaramamıştır. İkinci Dünya Savaşı boyunca Kıta Avrupa'sında futbol karşılaşmaları oynanmaya devam etmiş ve savaşın yıkıcı yüzünden bunalan insanların sığınağı olmuştur.

Futbolun kolaylıkla her ortamda oynanabilir bir oyun olması ve içinde barındırdığı göstergelerin toplumsal hayat içinde taşıdığı anlamların çokluğu, futbolun evrensel bir referans haline gelmesini sağlamıştır. Futbol, tek bir çerçeveye sığdırılamayacak kadar kapsamlı bir spor dalıdır. Futbol olgusu oynanan maçın ötesinde anlamları bünyesinde taşımaktadır. Maçların oynandığı statlar, tıpkı kitlesel temsiliyetlerde yaşanmakta olduğu gibi kitlelerin anlam dünyalarında geçişkenliği sağlayabilen, Ehrenberg'in deyimiyle; 'demokrasi ütopyasının ete kemiğe büründüğü yerlerdir'.

Futbol, insanların kişilik özelliklerinin açığa vurulduğu ve insanoğlunun sosyalizasyon süreci içerisinde hem kendisini hem de çevresindekileri tanıma fırsatı bulduğu alanlardan bir tanesi, bu öylesine geniş bir kitleyi içeriyor ki, attığınız her adımda futbolla ilgili bir şeylere rastlayabilirsiniz. Ünlü İngiliz futbol adamı **Bill Shankly 'futbol her şey değildir, ondan da önemli bir şeydir'** sözleri ile dünyadaki futbol çılgınlığını özetlemiştir. Futbol, tüm dünyada sosyolojik bir hareket olarak ortaya çıkmış ve kitlelerin dili haline gelmiştir. Futbolun nasıl olup da dünya üzerinde bu kadar çok insan tarafından ilgi ile izleniyor olması bile başlı başına sosyolojik bir değerlendirmeyi hak etmektedir. Bromberger'e göre; "futbol, toplumun fenomenlerini yoğunlaştırıyor, o bir ortaya çıkarıcı ve bu her düzeyde insan için geçerli. Kişilik sorunu, kadın-erkek ilişkileri, duygusal statüler...Neden öteki sporlar değil de futbol? Çünkü futbol evrensel bir referans. Basit bir oyun, çağdaş bir dünyanın değerlerine uygun olarak demokratik, dikey geçişlere açık, başarı ve dayanışma söz konusu,

ayrıca şansa da yer veriyor ve tesadüfler sonucu değiştirebiliyor" (Akt. Talimciler, 2003, 32-33).

Geçtiğimiz yüzyıla damgasını vuran ve bu yüzyılı da etkilemesi kaçınılmaz gibi gözüken, bu büyülü oyuna bir top ve onun peşinde koşan 22 şaşkın adam ve onları izleyen milyonlarca insan olarak bakıldığında, futbol üzerinden kurulan anlamlar dünyasını, farklı toplumları gözlemleyebileceğimiz hayli önemli bir alanı, rekabeti, hırsı, kimlik edinmeyi, milliyetçiliği, ekonomiyi, iş bölümünü, şiddeti, estetiği, sevinci, üzüntüyü, paylaşmayı, takım olmayı, bu oyun üzerinden yaratılan güzellikler ve çirkinlikleri de göremeyiz. Tıpkı **Nelson Rodrigues**'in bir hayli anlamlı sözünde olduğu gibi; **'tek gördüğünüz topsa hiçbir şey görmüyorsunuz demektir'.**

Futbol bize ne anlatır? Futbol müsabakaları, oynandığı stadyumdan, karşılaşmayı izlemeye gelen taraftarlara, maçı oynayan takımlardan, teknik direktörlere, güvenlik güçlerine, gazetecilere, evlerinde televizyonları başında maçı izleyen izleyicilere kadar büyük bir kesimi içine alan, adeta teatral bir gösteri gibidir. Bu gösteri içerisinde yukarıda sayılan her kesimin kendince bir rolü mevcuttur. "Futbol maçının kendisini ve halkın stadyumdaki işlevini Geertz'ün deyimiyle 'derin oyun' olarak tanımlayabiliriz. Bu tarz bir çerçevede sadece sembolik ödülleri olan bazı davranışlar akılla meşrulaştırılamayacağından yararsız veya irrasyonel görülebilir." (Biassi, 2000, 111).

-Futbol Taraftarlığı ve Kimliği: Kimlik kurma, insanın içinde yaşadığı dünyanın saldırılarına karşı geliştirmiş olduğu bir tür korunma mekanizmasıdır. Bu korunma mekanizmasını bir toplulukla gerçekleştirmek, bireysel olarak gerçekleştirmekten daha çok kazanç sağlayacaktır. Birey ortak paydalar etrafında aynı dili konuşabildiği insanlarla bir araya geldiğinde kendisini güvenli bir ortamda hissedecek ve dış dünyanın olumsuz etkilerine karşı bir grubun desteği ile karşı çıkabilecektir. Taraftarlık bu anlamda bir kimlik oluşturma olgusudur ve bu kimliği oluşturmak için yoğun çabalar sarf etmeniz gerekmez. Bir kulübün taraftarı takımında kendisi için anlamlı bir yan bulur ve takımına kendisinden bir şeyler verir. Kişinin hayatında takımının yaratmış olduğu anlamın artması taraftarlığın yoğunluğunu arttırır. "Taraftarlık bugünün dünyasında ortalama insanın doyurulamayan tamamen meşru bir arzusudur. Takım taraftarlığı bugünkü toplum düzeninde bu arzunun tatmini açısından

hem en kolay hem de bu kadar etkin ait olunabilen grubun büyüklüğü ve etkinliği dikkate alındığında neredeyse biricik yoludur"(Kıvanç, 1993, 29). Birey taraftarlık aracılığıyla yepyeni bir kimlik edinir. Türkiye'de üç büyük takımdan birinin taraftarı olmak, daha güçlü bir kimlik edinmeyi getireceği için tercih sebebi olmaktadır. "Birey bir taraftar olarak, konumlandığı taraftar grubunun içinde toplu yaşama bir kimlik bildirisi gönderir"(Kıvılcımlı&Bakır, 1997, 5). Futbol takımı da taraftarın gönderdiği bu mesaja takımın adı, somut tarihsel kazanımları, takımın renkleri, sembolleri, sloganları, oyuncuları ile yanıt verir.

1980 sonrasında tüm dünyada yaşanan liberal ve bireyci süreç birey kavramına vurgu yapmasına karşın bireysel kimlik sembollerinin grup, cemaat kimliği etrafında dolayımlanması devam etmiştir. Bu noktada futbol taraftarlığı bir kimlik edinme alanı yaratması açısından son derece önemlidir. Siyasetin etkisinin azaldığı ve bireyselliğin yükseldiği bu yeni dönemde, futbol ve futbol taraftarlığı büyük önem kazanmıştır. Futbol sahaları, kitlelerin tepkilerini yüksek sesle dile getirdikleri mekanlar haline dönüşmüşlerdir. Avrupa'da yükselişe geçen ırkçı hareketlerin en fazla kendisini hissettirdiği mekan futbol sahaları olmuştur. Türkiye'de son dönemde futbol sahalarında açılan pankartlar aracılığı ile siyasal bir takım göndermeler ve talepler dile getirilmektedir (21.10.2003'de oynanan Galatasaray-Olimpiakos Şampiyonlar Ligi müsabakası sırasında tribünlerde açılan **'Barış İstiyorsanız KKTC'yi Tanımalısınız (Sonsuza Kadar KKTC)'** yazılı pankart; futbol sahalarına yansıyan milliyetçi dalgayı ve tepkiyi ifade etmekteyken, Fenerbahçe ile Beşiktaş arasında 17.4.2005'de oynanan müsabakada, Fenerbahçe tribününde açılan **'Rıza Efendi 2 Ekmek 1 Süt!** ve **Bir Bayrak Da Sen Yak DHBJK-C'** pankartlarına yanıt bir sonraki hafta Beşiktaş-Konyaspor müsabakası sırasında Beşiktaş tribünlerince verilecektir: **'Emekçiyiz!-Hepimiz Kapıcıyız!-Halkın Takımıyız, Halkın Çocuklarıyız!- İnsanların Efendisi Topluma Hizmet Edendir!- Non Pasaran!-Halkın Çocuğu, Bizim Evladımız Rıza Çalımbay!'-** Trabzonsporlu taraftarlar ve yönetim, takımlarının Fenerbahçe ile oynadıkları karşılaşmada uğradıkları haksızlığı 20 bin kişinin katıldığı yürüyüş ile protesto ettiler. Bu yürüyüşe Trabzon kentinin milletvekilleri parti farkı gözetmeksizin destek verdiler. **'Lütfen İstifa Edin!-Levent Bıçakçı-Cem Papila=Şikebahçe!-**

Fenerasyon:2 Trabzonspor 1!-3.Papa, Cem Papila, Yediğin Hamsiler Boğazında Kalsın...' taşınan pankartlardan bazılarıdır.)

-Futbol-Toplum Birlikteliği: Toplumsal bir ortak payda olarak futbol, yaratmış olduğu geniş katılım olanakları ile toplumsal birlikteliğin gerçekleşmesine katkıda bulunmaktadır. Özellikle uluslar arası müsabakalarda elde edilen başarılar sonrasında, ulusal kimliğe yapılan vurgu artmaktadır (Kutsal ikonlar olan bayrak-diğer semboller ve ulusal marşın kullanımından, birlikte eğlenme biçimlerinin oluşmasına kadar) futbol, yaşadığımız problemleri unutmamızı sağlamasının yanı sıra, bize bir kitleye ait olduğumuz hissini de uyandırabilen bir spor dalıdır. Futbol, dünyada kaybettiğimizi düşündüğümüz pek çok duyguyu yeniden yakalama imkanını bizlere sunabilen ender alanlardan bir tanesidir. Milli kimliği pekiştirmesi nedeni ile vatanseverlik duyguları futbol aracılığıyla canlı tutulmaktadır. Elde edilen uluslar arası başarılarla sadece dışarıya değil içeriye de mesajlar verilmektedir. Küreselleşme süreci ulus-devletleri zayıflatırken, milli maçlar milliyetçiliği ve ulus-devlet bağlarını güçlendirmektedir.

B. PAZARLANABİLİR BİR META OLARAK FUTBOL

Bir toplumsal kurum olarak sporun, ekonomik ve kültürel örgütlenmeler içerisinde her geçen gün giderek büyüyen yapısının bulunması, bu toplumsal olgunun, dünyanın değişen ekonomik ve sosyal koşulları göz önüne alınarak yeniden değerlendirilmesini zorunlu hale getirmiştir. Spor genelinde ve futbol özelinde yaşanılan değişiklikleri, dünyada yaşanan ekonomik ve kültürel değişikliklerden soyutlayamayız çünkü hiçbir şey doğada ya da toplumsal hayatta varolan başka şeylerden bağımsız değildir. Kendisi dışında yer alanlarla ilişki halinde yaşamak suretiyle oluşan bütünün, etkileyen ve etkilenen bir parçasıdır.

Sportif etkinlikler çağımız kitle toplumlarının en göz alıcı toplumsal olgularından birisidir. Kapitalizmin gelişmesi ile birlikte değişen sosyal yapı içerisinde spor, kendisine yepyeni bir yer bulmuştur: önceleri 'iş' ten uzaklaşmak için kullanılan spor, boş zaman süresinin artması ve sistem için ekonomik bir yer işgal etmeye başlamasıyla birlikte 'iş' e dönüşmeye başlamıştır. "Huizinga'nın kendisinden başka hiçbir şeye indirgenemeyen tek olgusu olan oyun, piyasa koşulları içinde dolaşıma sunulan diğer metalarla aynı kategoriye dahil olmuştur. Artık, değil kendisinden başka

hiçbir şeye indirgenmemek; neredeyse kendisinden başka her şeye indirgenebilecek bir noktadır. Tıpkı uzmanlık gerektiren herhangi bir iş gibi spor da, ciddi kurallar ve organizasyonlar bütününe bağlı bir meslek olayına dönüşmüştür" (Kıvılcımlı&Bakır, age, 15). Spor, kapitalizmin değişen yüzüne çabuk uyum sağlamayı başarmış ve boş zaman saatlerindeki artışın en yoğun olarak değerlendirildiği alan haline gelmiştir. Toplumsal yaşam içinde sporun rolünün artması, medyanın sporla daha çok ilgilenmesine neden olmuştur. Milyonlarca insanı peşinden sürükleyen spor etkinliklerinin televizyon aracılığıyla yayınlanması spor-televizyon birlikteliğini güçlendirmiş ve tüketim endüstrisinin ihtiyaç duyduğu boş zaman saatlerinin pazarlanmasında önemli bir yer işgal etmeye başlamıştır. Boş zaman süresindeki artış ile birlikte spor tüketimi ve görüntüleri de artmış ve sportif aktivitelere olan ilgi de büyümüştür. Bu görüntülerde ilk sırayı alan spor dalı ise futbol olmuştur. Futbol, diğer tüm sporların lokomotifi konumundadır ve bu özelliği ile televizyonla olan bağlantısı diğer spor dallarına göre çok daha güçlüdür.

1980'ler futbolun/sporun oyunsal halinin ortadan kalkmaya buna karşılık endüstriyel boyutlarının ağırlığının artmaya başladığı dönem olacaktır. Futbolun metalaşma sürecinin hızlanması tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kendisini hissettirecek ve futbola yüklenen anlam ve değerlerde değişime uğrayacaktır. Bu değişimin yaşanmasında en büyük katkıyı ise hiç kuşkusuz medya sağlayacaktır. Futbolun televizyon ile kurmuş olduğu yeni birliktelik çerçevesinde, futbol maçları adeta bir televizyon prodüksiyonuna dönüştürülmekte, yapılan canlı yayınlar ve bağlantılar ile sahada oynanan futbol, ekran başındakilere yeniden yapılandırılmak sureti ile aktarılmaktadır. Futbolun metalaşması beraberinde futbol seyircisinin bir müşteri gibi algılanmasını ve müşteriye yönelik bir takım tüketim konseptlerinin oluşturulmasına neden olacaktır. Taraftarlara yönelik markalı ürünlerin pazarlanma süreci hızlanacak, markalı ürünlerin satışından kulüpler önemli gelirler elde edeceklerdir. Ayrıca stadyumlarda yeni tüketim araçları olarak yeniden dizayn edilmişlerdir. Stadyumlar(arenalar) futbol oynanan ve izlenen yerlerin dışında restoranlardan, sinema salonlarına, kafeteryalara, toplantı salonlarına kadar uzanan bir çeşitliliği barındıran yeni yapılarıyla çok işlevli ve verimliliği yükseltilmiş mekanlar haline dönüşmüşlerdir. Stadyumlara yerleştirilen dev ekranlar televizyon futbolu

anlayışının stadyumlarda da oluşmasına ve izleyicilerin önemli pozisyonları bu ekranlardan tekrar izleme tutkusuna yol açmıştır.

Olimpiyat Oyunları-Dünya Kupası- Şampiyonlar Ligi gibi büyük organizasyonlar sırasında yapılan naklen yayınların milyarlarca insan tarafından izlenme avantajını kullanmayı arzulayan firmalar, kendi reklamlarını yaptırabilmek için astronomik ücretler ödemekten kaçınmamaktadırlar. Çünkü hiçbir ürün spor kadar satmamakta ve spor pazarlaması aracılığıyla müşterinin hoşlandığı bir şeyle ürün arasında bir ortaklık oluşturulabilmektedir. Uluslararası firmalar bu tip organizasyonlara sponsorluk yapmak sureti ile hem kendi tanınırlıklarını ve satışlarını arttırmayı hem de aynı pazarda yer alan rakiplerinin böylesi büyük organizasyonlardaki reklam verme ve oyunlar sırasında pazarlanması ihtimalini engellemektedirler. Sponsorluk-Televizyon ve Sportif etkinlikler arasındaki bu karşılıklı etkileşimden büyük paralar ödemesine karşın en büyük getiriyi sağlayan yine sponsor firmalar olmaktadır. Örneğin 2002 dünya kupasında Türkiye-Brezilya arasında oynanan yarı final maçında TRT tüm zamanların izlenme rekorunu %82.2 ile kırmıştır. Türk milli takımının üçüncülük maçının reklam ücreti 'maç önü/devre arası 800$/sn- Maç sonu ise 1500$/sn-300$/sn-700$/sn"şeklinde gerçekleşmiştir.

Futbol, tüketim endüstrisinin ihtiyaç duyduğu müşteri kitlesine hitap etme yeteneği en yüksek olan spor dalıdır. Bu özelliği nedeni ile oluşan futbol endüstrisi televizyonun yarattığı yeni imkanlarla (özellikle dijital yayıncılık) birlikte tümüyle küreselleşmiştir. Hatta 'Futbol A.Ş' kitabının yazarı Christian Authier'e göre futbol, küreselleşme adı verilen olgunun doğal boyutlarındaki bir laboratuarıdır. "Küreselleşme ve eğlence sanayisinin zafer çağında, dünyanın en küresel işi futboldur. Başka hangi malı 3 milyar tüketici alır? Coca-Cola bile bu rakama erişemez. Top ekonomisi yayılma içindedir ve tüketici kitlesi Doğu veya ABD gibi yeni pazarlar sayesinde 3 milyardan 5 milyara çıkabilir" (Authier, 2002, 14). Küreselleşme sürecinde bireysel kimlikler ve farklılıklar ön plana geçirilirken, tüketim ve tüketimi sağlayacak olan düzenekler büyük önem kazanmakta ve hayatın her alanı 'metalaştırılmakta'dır. Küresel ekonomi orta sınıfları ön plana çıkarırken, işçi sınıfı sporu olarak bilinen futbol da küresel ekonominin spor alanındaki temsilciliğini üstlenmiş ve orta sınıfa hitap eden bir spor dalı haline gelmiştir. Futbol-Televizyon birlikteliği küresel bir eğlenceyi kitlelere daha

yüksek meblağlarla pazarlayabilmek için iyi gösterilere ihtiyaç duymaktadır. İyi gösterilerin sunulabilmesinin maliyeti dünya çapında yıldızların transfer edilmesi ve bu yıldızların takımlarının karşı karşıya gelmesini sağlayacak organizasyonların önünün açılabilmesi ile mümkün olacaktır.

Medya, sportif idollerin yaratılmasını ve sportif alanın dışında da kitlelerin tüketim anlayışlarına hitap edecek biçimde ekranlara getirilmesini sağlamaktadır. Kitle kültürü ürünlerinin pazarlanmasında spor yıldızları reklam yıldızı olarak karşımıza çıkartılırlar. Amaç o ürünü alacak olan kitlenin, satın alacağı ürünle ilgi duyduğu yıldız aracılığı ile bir yakınlık kurmasıdır. Pirelli reklamında Ronaldo'nun, Cipso reklamında Hakan Şükür'ün, Marshall boya reklamında Fatih Terim'in kullanılmasındaki etmen aynıdır. Sporseverleri ve gençleri hedefleyen ünlü şirketler, anlaştıkları sporcular ve teknik adamlarla ürünleri için hem marka imajlarını hem de satışlarını arttırmayı arzulamaktadırlar. Popüler futbol yıldızları tıpkı pop müzik starlarında olduğu gibi tüm dünyada ilgi görmekte, geniş bir izleyici kitlesini harekete geçirebilmektedirler (2002 dünya kupasında İlhan Mansız'ın Japonya'da büyük ilgi görmesi ve daha sonra bu ülkeye transfer olması da yine bu sürecin bir sonucudur) Uluslararası firmalar kendi reklamlarında bu oyuncuları oynatabilmek için milyonlarca dolarlık sponsorluk anlaşmaları yapmaktadırlar. Görsellik çağında kitlelerin duygularının ortaya çıkartılmasında ve tüketme yönlendirilmelerinde yıldızlara büyük iş düşmektedir. Bu durumun farkında olan tüketim endüstrisi, popüler kültürün farklı alanlarındaki yıldızları kullanmak suretiyle kitleler ile buluşmaktadır. Özellikle sportif alandaki medyatik kahramanlar tıpkı birer pop yıldızı gibi karşılanmakta ve kabul görmektedirler. Yıldız futbolcular yeni dönemde ticari birer meta haline gelmişlerdir ve kapitalist sistem tüketimi, bu idoller üzerinden geniş kitlelere pazarlama yoluna gitmektedir. Yıldız oyuncular, varolan ekonomik sistemin işleyişine katkıda bulunurlarken aynı zamanda sistemin ideolojik yapılanması açısından da büyük önem taşırlar. Sporun endüstrileşme süreci ile beraber bazı spor dallarındaki sporcuların diğer sporculara nazaran daha fazla ön plana çıktığı/çıkartıldığı bir dönem içerisinde bulunmaktayız. Geniş kitlelerle daha çok buluşabilen ya da belli bir gelir grubuna hitap eden spor dallarında yıldızlaşan sporcuların kaderleri, diğer sportif alanlar içerisinde mücadele etmekte olan sporculardan ayrılmıştır. Bu sürecin hızlanmasında medyanın da

büyük etkisi bulunmaktadır. Futbol-Basketbol-Tenis-Golf-Amerikan Futbolu gibi spor dallarında yıldızlaşan sporcular, tıpkı diğer popüler kültür alanlarında olduğu gibi birer şöhret haline gelmekte ve bu şekilde bir yaşam içerisine yerleştirilmektedirler. Artık sadece spor sahalarında yaptıkları ya da yapmadıkları değil, hayatlarının geri kalan her aşaması medyaya konu olmakta ve birer rol modeli haline gelmektedirler. Özellikle çocuk ve gençler için bu yıldızların, yaşam tarzı, tüketim alışkanlıkları, kullandıkları markalar, çok yakından takip edilmekte ve 'onlar gibi' olmanın yolları, medyanın yapmış olduğu yayınlar aracılığı ile bu kitleye aktarılmaktadır. Yaratılan yıldız endüstrisi, popüler kültürün her alanında olduğu gibi spor alanında da açık ve gizli bir takım işlevleri yerine getirmektedir. Spor, geniş kitleler için eğlendirme, gündelik sorunlardan uzaklaşma gibi işlevleri yerine getirmenin yanı sıra yıldız oyuncuları aracılığıyla taklit edilebilecek rol modelleri de yaratmakta ve bu rol modelleri üzerinden var olan bir takım değerlerin toplumsal yapıya aktarılması gerçekleştirilmektedir.

Yıldız sporcular içerisinde özellikle iki tanesi diğerlerinden ayrı bir yerde durmaktadır. Bunlardan ilki dünyanın gelmiş geçmiş en büyük basketbolcuları arasında gösterilen ve adı yeni küresel kapitalizm ile anılarak üzerine kitap yazılan Michael Jordan'dır. Diğer isim ise faal sporculuk yaşamı devam etmekte olan ve her yaptığı hareketle dünya medyasının ilgisini üzerinde toplayan, adeta medyatik bir yıldız olarak yaratılan David Beckham'dır. Beckham'ın yıllık kazancı 30 milyon dolardır, Beckham M.United kulübünden Real Madrid kulübüne transfer olduğunda 23 numaralı forması 4 saatte 8 bin adet satmış ve yeni kulübü bu satıştan 624 bin euro gelir elde etmiştir. Türkiye'deki futbolcular da bu yeni döneme ayak uydurmakta gecikmemişlerdir. Halen İspanya'da futbol yaşamını sürdüren Nihat Kahveci iki yıl önce NİKE Beyoğlu mağazasının açılışına katılacağını gazeteler: 'NİKE Beyoğlu'nda, Ben NİKE'tayım' ilanları ile duyuruyorlardı. Her şeyin paraya endekslendiği, kazanılan kupaların bile getirdiği paraların gerisinde kaldığı bir dönemde kulüpler, tüketim toplumunun istediği gibi birer marka ve ürün haline gelmeye başlamışlardır. Bu konuda dünyanın en başarılı kulübü Manchester United'dır. Manchester kulübü pazarlama stratejisiyle adeta para basan bir kulüp konumundadır 1 milyar 180 milyon dolarlık değeri ile dünyanın en zengin futbol kulübü olan Manchester United geçen yıl 289 milyon paund kazanç elde etmiştir. Dünya genelinde 75 milyon taraftarını müşteri haline getirmeye çalıştıklarını

belirten Manchester ürün ve pazarlama müdürü Mark Goodfellow' a göre; "mesele, taraftarlarla nasıl bir ilişki kuracağımız ve onları kulübün 'ömür boyu müşterisi' haline nasıl getirebileceğimiz...Bizi destekleyenlerin çok azı Old Trafford'a geliyor, bu yüzden biz onların ayağına gitmek zorundayız. Kulüp ManUt.com, MU.TV online ve Çinçe hazırlanan bir web sitesi, MUTV televizyonu ve MU cep telefonları aracılığıyla 'ayağa gitme' projesini gerçekleştirmeye çalışıyor. Taraftara ulaşma yollarımız MU kafeleri, MU kredi kartları ile lisanslı ürün satışlarıdır" **(Milliyet Business, sayı 64, 12).** Futbolun renginin parayla karıştığı ölçüde formaların renkleri de yeni döneme özgü olarak değiştirilir hale gelmiştir. Manchester United bu konuda da liderliği kimselere bırakmayacak gibi gözükmektedir (Formaların renklerinin değiştirilmesi Türkiye içinde alışılmadık tepkilere de neden olabilmektedir. İki yıl önce Trabzonsporun turuncu forma ile sahaya çıkması taraftarlarının büyük tepkisine neden olur iken dönemin kulüp başkanı Özkan Sümer ise böyle bir gidişatın kaçınılmaz olduğunun altını çizmiştir)

Trilyonların dönmekte olduğu futbol artık basit bir oyun olmaktan çık(arıl)mış dünya ekonomisi içinde 56 katrilyonluk bir gelir kaynağı haline gelmiştir. "Hiçbir program türü futbol yayınlarının kısa sürede topladığı izleyici ve parayı yapamaz. Futbol, kapitalist düzende tüketim endüstrisinin reklamını yaparak geniş kitlelere ulaştığı bir alandır"(Erdoğan, 1995, 196). Yaklaşık 500 milyar dolar gibi bir cironun döndüğü futbol endüstrisinden daha çok pay kapmanın yolu marka olmaktan geçmektedir. Bunu başarabilen kulüpler daha çok tanınma ve küresel ticaret mekanizmalarını kullanabilme gücünü de ellerine geçiriyorlar. Futbol-Marka ilişkisinde Türkiye kulüpleri açısından gelişmenin Avrupa'daki kulüpler kadar olmasa bile benzer bir yönde olduğu görülmektedir. "İngiltere, İtalya, İspanya, Fransa ve Almanya'nın dünya futbol pastasından aldığı pay %65'lere ulaşıyor. Maç hasılatı ortalama gelirin sadece %21'i, geri kalan %79 ise medya gelirleri, sponsorluk ve merchandising gelirlerinden oluşmakta. Futbolumuzun en köklü üç kulübünün durumuna bakacak olursak; Galatasaray'ın 34.3 milyon dolarlık gelirinin %27si maç hasılatı, %50'si medya gelirleri, %23'ünün ise sponsorluk, reklam ve ticari gelirlerden oluştuğunu, aynı şekilde toplam 42.9 milyon dolar geliri olan Beşiktaş kulübünün gelirinin %25'inin maç hasılatı; %40'nın medya gelirleri ve kalan %35'inin de sponsorluk, reklam ve merchandising gelirlerinden meydana geldiğini; toplam 39.8 milyon dolarlık bir gelire

sahip olan Fenerbahçe'nin ise bu gelirlerinin %24'ünün maç hasılatından, %41'inin medya gelirlerinden, kalan %35'inin ise sponsorluk, reklam ve merchandising gelirlerden oluştuğu görülmektedir. Üç büyük kulübümüzün toplam gelirleri Manchester United kulübünün gelirlerinin yaklaşık dörtte biri kadardır"(Akşar, 2005, 164-165).

Futbolun geniş kitleleri etkileyebilme gücü tüketim ideolojisi ile birleştirildiğinde, serbest piyasa ekonomisi için olmazsa olmaz denli önemli bir sektörün yaratılmasını sağlamaktadır. Pazarlamayı marka yaratma olarak düşünecek olursak, markalama yolu ile ürün ya da hizmetinizin kullanıcıya daha basit ve etkili bir biçimde satılmasını sağlayabilirsiniz. Üç büyükler örneğinden gidecek olursak hitap edilebilecek 40-50 milyon kişinin uzun yıllardır tanıdığı , bildiği ve sevdiği güçlü bir kulüp imajı bulunmaktadır. Bunu bir marka haline getirebilirseniz, bu iş'ten büyük paralar kazanılabilir (Avrupa'daki kulüplerin yaptığı gibi) düşüncesi kulüplerin çıkış noktası olmuştur ve buradan hareket etmek suretiyle stadyumlarının yeni dönemin koşullarına uygun olacak biçimde inşa edilmesinden, kendi renklerini taşıyan sakız-kredi kartı-telefon-prezervatif-havlu-anahtarlık-kol saati-bardak- hatta televizyon kanalı açmaya kadar gidebilecek kadar geniş bir yelpaze içerisinde ekonominin her türlü açılımından yararlanabilecek bir biçimde piyasada yer almaya ve kendi lisanslı ürünlerini tüm ülkede satışa sunacak mağazalar açmaya başlamışlardır (Türkiye genelinde Galatasaray'ın 16 mağazası ve 300'e yakın satış noktası, Fenerbahçe'nin ise 600 satış noktası bulunmaktadır).

Futbolun bir 'meta' haline gelmesi, bir marka ve ürün olarak alınıp satılmasına ve büyük paraların bu sektörde dolaşmasına neden olmakla kalmayıp futbol ve futbol sahalarının her türlü müdahaleye daha fazla açık hale gelmesine de neden olmaktadır. Futbolun bu yapısı; zengin ve başarılı kulüpleri daha yukarılara tırmandırırken, geri kalan kulüplerin borç batağına saplanmasına ve büyük kulüplerle baş edebilme olanaklarının ortadan kalkmasına yol açmaktadır. Futbol oyununa güzellik ve heyecan katan en önemli özellik, oyunun sonucunun önceden kestirilemez oluşudur. Oysa şampiyonlar ligi organizasyonlarında çeyrek final sonrası hemen her yıl benzeri takımların mücadelesi ile sonuçlanmaktadır (Türkiye'de de süper lig mücadelesinde benzer bir süreç yıllardır yaşanmaktadır, lig şampiyonu %33.3 bellidir ve şampiyonluk

aynı zamanda üç büyükler arasında süregelen ezeli rekabetin tarihine işlenen bir sayı haline indirgenmiştir)

Her şeyin ekonomiye indirgendiği, gerçek formaların yerini taklitlerine (Vakıfbank taraftar kredi kartı alanlara takım formalarının verildiği ve onlara kendilerini, gerçek taraftar gibi hissettirildiği bir ortamda) sürekli renk ve şekil değişikliklerine bıraktığı bu yeni dönemde, kulüplerin kendi markalarının şampiyon olması için her türlü gayreti göstermeleri son derece doğaldır çünkü ne kadar çok taraftar forması ve taraftarlara yönelik markalı ürün satabilirlerse, o kadar çok para kazanabileceklerdir. Ancak burada futbol ve bu güzel oyuna gönül verenler açısından önemli bir handikap söz konusu olmaktadır: Ekonomik açıdan rahatlamanın yegane yolu kulübünüzü alınıp satılan bir marka haline getirmekten geçmez (geçmemelidir) Çünkü bir marka sonuçta bir markadır ve hiçbir marka sonsuza dek yaşayamaz. Oysa kulüplerin taraftarların yaşamlarında taşımış olduğu anlam, herhangi bir markadan çok daha derin ve vazgeçilmezdir. Markanız şampiyon olurken ruhunuzu kaybettiğinizin farkına bile varamayabilirsiniz.

C. BİR GÖSTERİYE DÖNÜŞ(TÜRÜL)EN FUTBOL

Yeni dünya düzeninin ekonomik ve kültürel politikalarının kitlelere benimsetilmesinde kullanılan en önemli araç kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları küresel bir kültürün mitolojilerini üretmekte ve dolaşıma sokmaktadırlar. "Modern toplumlarda televizyon, serbest zaman etkinliklerini de, neredeyse bütünüyle, tekeline almış ve bu 'değerli' zaman dilimi üzerine damgasını vurmuştur...Toplum, televizyonlarda yer alan 'estetize edilmiş' eğlenme biçimleri, haber, drama, mizah, müzik, spor, vs. yolu ile, kendini rahatlatırken, farkında olmadan iktidar değerlerini yeniden üretmektedir"(Arık,age,61-62). Bireysel kimlikler medyada inşa edilmekte, medya tüketim ilişkilerini belirleyen en temel yaratıcı haline gelmektedir. Tüketim kitleler üzerinde kültürel bir bağımlılık yaratırken, toplumun her alanında tüketim mekanizmalarının yerleştirilmesine ve tüketim endüstrisi için en önemli kaynak olan boş zaman sürecinin satın alınarak pazarlanmasına başlanılmaktadır. Boş zaman süresindeki artış ile birlikte spor tüketimi ve görüntüleri de artmakta, sportif aktivitelere olan ilgi de büyümektedir. Futbol, tüketim endüstrisinin ihtiyaç duyduğu müşteri

kitlesine hitap etme yeteneği en yüksek olan spor dalıdır. Bu özelliği nedeni ile oluşan futbol endüstrisi, televizyonun yarattığı yeni imkanlarla birlikte tümüyle küreselleşmiştir. Futbol yeni ekonomi politikalarının etkisi ile show business'ın bir dalı haline getirilmiştir. Futbolun toplumsal statüsündeki bu değişmeler profesyonelleşme ve medyatik pazarlamanın etkisiyle yaratılan ticarileşme süreçleriyle birlikte futbolun daha geniş kitlelere hitap etmesini sağlamıştır.

Halkın oyunu olarak ortaya çıkan futbol zaman içinde kabuk değiştirmeye başlamış ve günümüzde show business'ın bir dalı haline gelmiştir. Futbolun bünyesinde taşıdığı mitik, dinsel, sınıfsal özelliklerin yanı sıra sembolik değerlerle kurmuş olduğu bağlantı bu oyunun önemini daha da arttırmıştır. Futbolun 1980'li yıllarda ön plana geçmesinde dünyada yaşanan ekonomik gelişmelerle, bu gelişmeleri sağlayan ideolojik yapı ile futbol arasındaki birliktelik etkili olmuştur. 1980'lerde tüm dünyada yaşanan liberal dalga futbolu da etkilemiş ve futbolun metalaşma sürecinin hızlanmasını sağlamıştır. Kültürel olanın ekonomik olandan ayrı tutulamadığı bu yeni dönemde kültür sanayileri (kitle iletişim araçları, turizm, boş zaman faaliyetleri, spor) ekonomi açısından vazgeçilmez faaliyetler haline dönüşmüşlerdir. Tüketim ideolojisi ve yaşam tarzının kitlelere benimsetilmesinde kitleleri etkileme gücü hayli yüksek olan futboldan yararlanılmıştır. Bu yeni dönemde devletin piyasaya müdahalesini öngören ulusal kalkınma planları-politikaları ile ulusal düzeydeki rekabetin yerini serbest piyasa ekonomisi ve uluslar arası rekabet almıştır. Neo Liberalizm ve serbest Pazar kriterlerinin (rekabet, üreticilik, serbest değişim, verimlilik) geçerli olduğu bir ekonomi politikası anlayışı tüm dünyada uygulanmaya başlanmıştır. Üretim anlayışındaki bu değişim toplumsal ve kültürel alanda da kendisini gösterecektir. Kapitalizmin dönüşmesine ve dünyanın giderek tek bir Pazar haline getirilmesine yol açan bu yeni süreç Küreselleşme olarak nitelendirilmektedir.

Gösteri toplumunun spordaki uzantısı futbol maçlarıdır, bu karşılaşmaların yaratmış olduğu imgeler, insanlar arasındaki toplumsal ilişkinin kurulmasında etkili olarak gösteri toplumunun sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır. Futbol içinde yaşadığımız yüzyılın en kitlesel iletişim biçimi olma özelliğine sahiptir. Giderek kitlesel bir eğlence biçimine dönüşen futbol, medyanın da etkisi ile toplumun tümü için bireysel ve kollektif bir kimlik edinme alanı haline gelmiştir. "Toplumsal kimlik kitlesel

olarak dolayımlanan ritüeller ve imgeler aracılığıyla oluşur...Günümüzde spor, kitle iletişim araçlarının imal ettiği bu tür ritüellerin en önde gelenleri arasındadır" (Mutlu, 1996, 371). Kitle iletişim araçları ile futbol arasında kurulan birliktelik, kitlelerde bir bütünleşme duygusunun yaratılmasına yol açar. Bu duygu özellikle uluslar arası karşılaşmalarda kendisini gösterir. Zahmetsiz kimlik edinme yolu olan futbolun üzerinde hamasi bir söylem oturur. Kollektif kimliğin kurulması tek başına yeterli değildir, bu kimliğin gerçekleştirilebilmesi için 'öteki'ne ihtiyaç duyarız. Futbol karşılaşmaları 'öteki'nin yaratılması üzerinden 'biz' kimliğinin oluşturulabilmesine olanak sağlar. "Spor, özellikle de profesyonel spor 'yenilecek, alt edilecek' diğer(ler)ini gerektirdiği için, bu tür simge ve inanç kümelerinin üretilmesi yani türdeş olmayan bir 'biz'in içindeki gerçek farklılıkların silinerek bir 'kurmaca ulus birliği'nin kurulması için çok elverişli bir ilişkisel mekan sunar"(Mutlu,age, 374). 'Hayali bir topluluk' olan milletlerin ya da ulusların temsilcisi olan sporcular, bu topluluğun simgesi haline gelebilmektedir.

Futbolun yeni bir misyon çerçevesinde örgütlenmesini ve bu şekilde toplumla buluşmasını sağlayacak olan güç, medya olacaktır. 1980'lerin sonu 1990'lı yılların başlarında gerçekleşen özel televizyonların kurulması ile birlikte televizyonun egemenliği hızla artacaktır. Futbolun sosyal yapı ile kurmuş olduğu değerler transferinde medya çok önemli bir yer işgal etmektedir. Medya, evrensel standartlara uymayan ideolojik yaklaşımları normalleştirerek yeniden üretmekte yada yeniden üretirken normalleştirmektedir. Bu açıdan medyanın kullanmış olduğu dil aracılığı ile varolan güç ve iktidar ilişkileri sürdürülmektedir. (Türk futbol medyasının kurumsallaşması ve üç büyükleri hedef alan yayınlar yapması yine bu dönemde ortaya çıkacaktır. Futbol artık sadece sahada oynanan bir oyun olma vasfını yitirmiş, 90 dakika sonrasında yeniden kurulan gerçeklikler aracılığı ile bambaşka bir kimliğe büründürülmüştür.)

Televizyonun etkinliğinin artması futbolun metalaşma sürecinin hızlanması ve oyunun kendi gerçekliğinden koparılarak yeni bir yapıya bürünmesine neden olmuştur: Televizyon futbolu. Bugün pek çok futbolsever için televizyonları başında maç izlemek, stadyumda maç izlemekten çok daha keyif ve heyecan vericidir. Televizyonun yarattığı kurmaca gerçekliğe alışan bu izleyiciler, stadyumlara gittiklerinde televizyonların

onlara sunduğu imkanları aramaktalar ve bu yüzden de yenilenen futbol arenalarının büyük bir çoğunda pozisyonların tekrarını bu izleyicilere yeniden gösterebilmek amacıyla dev ekranlar bulunmaktadır.

Televizyonun futbolu kendi gerçekliğine göre uyarlaması sonucunda "izleyicilerine bir spor karşılaşması değil, adeta bir drama vaat etmektedir. 2003 yılında FA Cup maçlarının naklen yayın hakkına sahip olan BBC, bilbordlara BBC'den büyük drama: FA CUP adı ile reklamlar vermiştir" (Arık,age, 342). Televizyon futbolu, maç öncesi, maç esnasında ve maç sonrasında çeşitli kameralar ve görüntü akışları ile oluşturmakta ve maçlar artık 90 dakikanın sonunda sona ermemektedir. Bunun en güzel örneği Şampiyonlar Ligi maçlarıdır. Bu maçların başlama saati 21.45'tir, maçlar başlamadan önce bu organizasyonun sponsorlarını gösteren reklamlar yayınlanır, saha kenarında yine bu sponsorların reklamları yer alır. Müsabaka bitiminde futbolcular ve teknik adamlar sponsor logoları önünde demeçler verirler. Bu arada televizyon ekranları başındaki bizlere maçın önemli ve tartışmaya açık pozisyonları defalarca tekrar izlettirilir. Artık izlediğimiz bir oyun olmanın ötesinde bir gösteridir. Futbolun bir gerçeklik olarak televizyonlarda yeniden kurulmasının ardından oluşan yeni futbol anlayışı, futbol seyircisinin yapısının da değişmesine yol açmıştır. Futbol, bu yeni dönemde bir orta sınıf sporu haline gelmiştir. Oyunun yeni tüm düzenlemelerinde hakim olan anlayış profesyonelleşme ve daha çok kazanç elde etmektir. Spor-Televizyon arasındaki ilişkide baş rolde yer alan futbol, televizyonun sunduğu yüksek yayın ücretlerinin büyüklüğü nedeniyle sahalardan çok televizyonlara hitap etmeye yönelik yeni bir yapılanmaya doğru gitmekte ve futbolun televizyonla olan birlikteliği, futbolun geleceğini de şekillendirmektedir.

Teknoloji--- Reklam----Medya=Yeni Futbol anlayışını yaratırken,

Futbol=Taraftar birlikteliği yerini

Futbol=Medya+Reklam+Teknoloji+Müşteri/Taraftar'a bırakmıştır.

Başlangıçta Amatör olarak zevk için oynanan ve seyircileri sahanın hemen yanı başında yer alan futbol oyunu, zaman içinde önce yarı profesyonel aşamaya geçmiş; futbolcular bu süreçte hem zevk hem de para için oynamaktadırlar, seyirciler ise ucuz biletle basit tribünlerde ve daha sonraları televizyonları başında takımlarını izlemektedirler. Futbolun son aşaması profesyonelleşmenin naklen yayın anlayışı ile

birlikte egemen olduğu yeni futbol anlayışını ortaya çıkardığı süreçtir. Burada futbolcu bol miktarda para ve şöhrete kavuşmuştur, seyirci ise yüksek ücretle lüks ve konforlu tribünlerde takımını desteklemekte ya da izle-öde sistemi ile naklen yayınları evlerinde takip etmektedir. Parası olmayan taraftarlar ise toplu izleme mekanlarında takımlarını seyretmek için her türlü olumsuz koşulları göğüslemek durumunda kalmaktadırlar. Futbolun amatör ve yarı profesyonel olarak oynandığı dönemlerde şiddetin dozajı ve boyutları alt düzeyde kendisini hissettirmekte iken yeni futbol anlayışının egemen haline geldiği küreselleşme sürecinde futbol sahaları paranın daha fazla etkisi altında, daha çok şiddet ve olumsuzluklarla iç içe geçen bir yer halini almıştır.

D. FUTBOLUN TOPLUMSAL YAŞAMA İDEOLOJİK YANSIMALARI

"Ölümlülük ve zorunluluklar hakkında bütün bildiklerimi futboldan öğrendim"

(Albert Camus)

Toplumsal bir ortak payda olarak futbol, yaratmış olduğu kimlik ve aidiyet temelli yapı ile kitlelerin ilgisini ve öfkesini siyasal temelden uzaklaştırmaktadır. Dünyanın en popüler ve en çok izleyici kitlesine sahip oyunu olan futbolun toplumda var olan güç ilişkileri ve ideolojiden uzak kalabilmesi eşyanın doğasına aykırı bir durum olacaktır. Çünkü bir spor dalı olarak futbol gerek teknik gerekse de düşünsel bağlamıyla politika ile iç içedir. Sporu ve futbolu ideolojisi olmayan bir toplumsal oluşum ve etkinlik olarak göstermeye çalışmak, var olan güç ilişkilerini yeniden üretmek anlamına gelecektir. Futbol-İdeoloji ilişkisini ortaya koyabilmenin yolu toplumsal ve kültürel yaşantımızda yaşanan değişim ve dönüşümleri de dikkate almaktan geçecektir. Spor, toplumsal olarak inşa edilmiş bir aktivite alanıdır ve yalnızca oluşturulmakla kalmaz aynı zamanda ona, bir takım anlamlar yüklenir. Spora yüklenilen bu anlamlar üzerinden kimlikler oluşturulur. Sporun 'biz ve öteki' ayrımını besleyip, büyüten bir yapıya sahip olması, oluşturulan kimliklerin her daim canlı tutulabilmesine de olanak sağlar. Spor, toplumsal yaşamın içerisinde bulunmakla birlikte yerine getirdiği işlevler açısından sanki yaşananların dışarısında bulunan bir alan izlenimi yaratmaktadır. Spor, bu özelliği nedeniyle, Clarke'ın da belirtmiş olduğu gibi, ideolojik imajları sanki onlar doğalmış gibi sunabilmektedir. Sporun böylesi bir şekilde algılanmasında, sportif aktiviteleri bizlere ulaştıran medyanın da büyük katkıları bulunmaktadır. Medya, yapmış olduğu

yayınlarda sporu 'nötr' bir alan olarak göstermekte ve sportif alanda meydana gelen aktiviteleri sanki yaşamın dışında olan biten aktiviteler olarak aktarmaktadır. Böylesi bir aktarma ise, sporun ideolojik anlamdaki etkilerini ve önemini gizleyebilmektedir.

Futbol, günümüzde sadece varolan statükonun korunmasına katkı sağlamamakta fakat aynı zamanda yeni dönemin ekonomik değerlerinin geniş kitlelere ulaştırılması ve benimsetilmesinde de etkili bir ajan konumunda bulunmaktadır. Günümüzde futbol bir iletişim sistemi ve dili oluşturmanın yanı sıra beraberinde futbolla birlikte hareket eden bir takım mekanizma ve kurumları da yaratmaktadır. Bu çerçevede futbol tartışılır iken neo-liberal ekonomi anlayışının ve dünya görüşünün de meşrulaştırıldığı bir zeminden söz etmemiz gerektiğini unutmamalıyız. Yeni futbol anlayışı ve düzenine getirilecek olan eleştiriler bir anlamda var olan ekonomik düzen ve politikalara getirilecek eleştiriler olarak da okunabilir, futbol üzerinden meşrulaştırılan değerlerle, sanayi-ekonomi üzerinden meşrulaştırılan değerlerin paralel olduğunu görebiliriz. Futbol ve futbol dünyası üzerinden yürütülen rekabet, başarı, mücadele etme, en iyiye ulaşma duygusu ve kazanma tutkusu ile kapitalist ekonomi arasında vazgeçilemez bir birliktelik söz konusudur.

Futbol, toplumsal yaşantımızda etkili olan müzik, sinema, sanat ve benzeri alanlarla birlikte tüketim ekonomisinin canlı tutulabilmesi amacı ile devrede tutulmaktadır. Var olan dünya sisteminin yeniden yapılandırılma sürecinde futbol, sayılan alanlardan daha fazla etkili olmaktadır. Futbol, dünya üzerinde en yaygın spor dalı olarak, küreselleşme sürecinde yaşanan işsizlik, hayat pahalılığı gibi sorunlar karşısında siyasetin boşalttığı alanı başarı ile doldurmakta ve geniş kitlelerin sokaklarda dile getirebileceği tepkilerin adresi futbol sahaları olmaktadır (Türkiye'de halkın açlık, hayat pahalılığı ya da bir takım demokratik hak talepleri ile protesto yürüyüşleri düzenlemesine rastlanılmaz iken kısa bir süre önce linç girişimlerinin yaşandığı Trabzon kentinde, Futbol federasyonunu protesto etmek için 20 bin kişi yürümüştür.) Futbol ve etrafında oluşan büyük ekonomik rant, futbol üzerinde bir takım yasa dışı işlerin yapılmasını, mafyanın bu alanda kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmesine de yol açmıştır. Müşterek bahislerin futbol maçları için oynanması, futbolun ekonomik sistemle olan bağlantısını sağladığı gibi, istenilen sonuçların oluşabilmesi için hakem-oyuncu ya da takımların ayarlanması gibi uygulamaları da beraberinde getirmektedir.

Almanya'da yaşanan hakem skandalları ya da Türkiye'de Akçaabat Sebatspor kalecisine istenilen skor için teklif edilen paralarda olduğu gibi.

Futbol artık yalnızca bizim etrafımızda dönen bir oyun olma özelliğini yitirdi. Futbol, bugün reklam, medya ve sponsorlukların etrafında dolanıp duran, ruhunu Dr. Faust'un şeytanla olan pazarlığında olduğu gibi para için televizyona ve büyük markalara satan bir oyun oldu. Hiçbir ürünün futbol kadar satamayacağını düşünen kulüp yöneticileri ve sermayedarlar için futbol, kendi markalarının tüm dünyaya tanıtımında en etkili araç olarak metalaştırıldı. Artık futbol tüketim toplumumun en karlı alanlarından birisi. Bu sürecin en olumsuz tarafı ise futbolla hayatımız arasında kurduğumuz bağın, giderek daha fanatik ve toplumu daha çok kamplara bölen bir havaya bürünmesi. Artık tek hedefimiz mutlak surette kazanmak, başarılı olmak. Toplumsal değerlerimizi yitirdikçe futboldaki değerlerimizde bir bir ortadan kaybolmaya başladı. 1980'li yılların ne olsa gider ve kazanmanın yüceltilmesine dayanan anlayışı, futbol sahalarında karşılaşılan çirkinliklerin artmasına neden olmakla kalmadı; teşvik primi, şike, büyüklerin kollanması, tribünlerde yaşanan olayların sıradan olaylarmış gibi görülmesine ve bu şekilde kabullenilmelerine de zemin hazırladı.

Başarının her şey olduğu anlayışı kitlelere her ortamda tekrarlana tekrarlana benimsetildiğinde; bunu elde etmek için her türlü değerden ödün verebilecek bir rol –modeli yaratılmasının önü açılmış olmaktadır. Onun içindir ki; futbol sahaları artık rakip takım seyircisine kapatılır hale getirilmiş, 'futbol üzerinden teşhir edilerek normalleştirilen şiddete' duyarsızlaştırma yaklaşımları ile meşruiyet kazandırılmıştır. 'Başarıya tapınmanın, güçlüden yana olmanın, yenmenin yüceltildiği/kutsandığı buna karşın mağlubiyetin, ikinciliğin, mücadele etmenin yok sayıldığı bir anlayış futbol üzerine yapılan yorumlar ile topluma sunulmuştur. 'Kazanmak için her yol mubahtır' söylemine sık sık gönderme yapılırken 'oyunun kuralları herkes için eşittir' söylemi de unutulmamıştır.

Futbolun toplumsal yaşantımız üzerinde etkisinin arttığı son yıllarda futbol taraftarlığı son derece önemli bir kimlik edinme sembolü haline gelmiştir. Küreselleşme ulus-devlet kavramını zayıflatırken, ulus-devletlerin sembolü olarak milli takımlar dünya sahnesinde kendilerine ön sırada yer bulmaktadırlar. Milli takımların

kurulmasında Fransa örneğinde olduğu gibi çok farklı etnik kökene mensup futbolcuların bir araya gelerek milli takımı oluşturmalarında olduğu gibi bir yapı da ön plana geçebilmektedir. Hatta Fransa'nın aşırı sağcı lideri Le Pen 'bu benim Fransız milli takımım değil' yorumunda bile bulunabilmekte, buna karşın Fransız milli takımını oluşturan futbolcular da cumhurbaşkanlığı seçimi öncesinde ayrımcılık ve ırkçılığa karşı bildiri yayımlayabilmektedirler. Kendi ülke sınırları içinde yer alan farklı etnik kökenden gelen göçmen vatandaşların ülke milli takımında oynaması konusunda en katı ülke konumundaki Almanya bile bu yeni dönemin koşullarına ayak uydurmak zorunda kalmıştır. Böylesi bir sürecin en önemli katkısı taraftarlar üzerinde olmaktadır, milliyetçi vurgunun futbol sahalarında taraftarların kendi alt kültürlerindeki üretimi (marşlar-pankartlar-atılan sloganlar düzeyinde) uluslar arası temaslarla sürdürülürken futbolun küreselleşmesi; futbolcuların/teknik kadronun ve hatta tutulan takımların da dünya üzerindeki çok farklı ülkelerde futbolun içinde yer almalarını ve gittikleri ülkelerde futbol aracılığı ile tarihsel ön yargı ve düşmanlıklarla yüklü zihniyet kalıplarının kırılmasına katkıda bulunmaktadır.

Futbol, artık sahaların dışına taşıp akla gelen her konuya el atmaya başlamıştır. Pek çok şeyin futbol üzerinden anlatıldığı bir dönemden geçiyoruz. Futbolun ekonomik gücünün ötesinde bir kamuoyu oluşturma ve bu kamuoyunu harekete geçirme gücü söz konusu. Futbol var olan güç ve iktidar ilişkilerinin sürdürülmesine katkıda bulunmakla kalmıyor aynı zamanda toplumsal kontrolü sağlamada da bir araç rolünü de üstleniyor.

Futbolu bir anlamlar bütünü biçiminde düşündüğümüzde futbolun hayata benzediğini, hayatla olan bu birlikteliği dolayısıyla geniş kitlelere sonucun belirsizliği, her her şeyin olabileceği duygusu içerisinde, hayatın güzelliklerini sunduğunu görebiliriz. Futbol öylesine dolu dolu bir dünyayı içerisinde barındırabilmektedir ki futboldan uzaklaştığınız ölçüde aslında futbola biraz daha yakınlaşırsınız. Futbolun her türden yorumu kaldırabilen bir yapıya sahip olması, onun hem bölen hem de birleştiren bir spor dalı haline gelmesine yol açar/açmıştır. Bu açıdan futbol güç odaklarına geniş bir hareket serbestisi yaratmakta, kitlelerin hedefsizleştirilmesinde iktidarlarca kullanılabilmektedir.

IV. FUTBOL-İDEOLOJİ İLİŞKİSİNİN OTURDUĞU SOSYAL ZEMİN

A. GEÇMİŞİN FUTBOL ÜZERİNDEKİ İZLERİ

Toplumların önemli özelliklerinden birisi tarihsel ve kültürel miraslarını kuşaktan kuşağa aktarabilmeleri ile geçmişten gelen birtakım ön yargı ve düşmanlıkları da gerek gündelik yaşam içerisinde gerekse okullardaki ders kitapları içerisinde yeni yetişen kitleye aktarabilmeleridir. Toplumsal hafıza kullanılan sembollerle, dile yerleşen birtakım eğretilemelerle kuşaktan kuşağa aktarılabilmektedir. Eğretilemeler o alana ilişkin olarak düşüncelerimizin belirlenmesinde dünya görüşümüzün oluşturulmasında ya da bir takım insanlar-milletler-dinler hakkındaki fikirlerimizi farkında olmadan etkileyebilmektedirler. Karşı karşıya olduğumuz sorunun ve içinde bulunulan konumun etkisi ile zihniyet kalıpları ve kodlanmış cümleler saklı tutuldukları depodan çıkarılmakta ve olaya uyarlanmaktadır. Şöyle bir örnek anlatmak istediklerimi net bir şekilde özetleyecektir: Türk insanı için Arap kökenli ülkelerle kurulan ilişkilerde bilinç altında her daim saklı olan 'birinci dünya savaşı sırasında bizi arkadan vurdular, bunlardan dost olmaz, adamı hemen satarlar' düşüncesi Türkiye'nin Ortadoğu politikalarında karşılaştığı problemlerde hemen hatırlanmaktadır.

Bu anlamda zaman içerisinde oluşan biz/öteki imgeleri tarihten beslenip günümüze kadar uzanan bir çizgide derin anlamları barındırabilmektedirler. 11 Eylül 2001 tarihinde ABD'de yaşananlar sonrasında dünya üzerinde böylesi bir ilişki yeniden hareketlenmiştir. Bunun dışında Hıristiyan-Müslüman ayrımının da devrede olduğunu akıldan çıkartmamak gerekiyor. Futbol sahalarında uluslar arası karşılaşmalar sırasında meydana gelen birtakım olayların sadece kaba kuvvet ya da şiddetin dışa vurumu olmadığı arkasında bir takım tarihsel gerçekleri de barındırmakta olduğunu görürüz. Biz/Öteki ayrımlaşması somut bir biçimde burada kendisini gösterebilmekte tarihten gelen karşıtlıklar futbol aracılığıyla su yüzüne çıkabilmektedir. Tıpkı geçen kasım ayında İstanbul'da oynanan Fenerbahçe-Panathinaikos karşılaşması sırasında Panathinaikos taraftarları arasında aşırı sağcı 'Altın Şafak' örgütü mensuplarının üzerinde İstanbul hakkında 'zamanla yine bizim olacak' tişörtleri giymeleri ve buna karşılık Fenerbahçeli Kill for you grubunun 'İstanbul since 1453' pankartını tribünde açtıklarında olduğu gibi.

Karşılıklı ön yargı ve düşmanlıklardan beslenerek gelişen bu süreç grupların karşılıklı ilişkiye geçtiği durumlarda çatışma ile sonuçlanabiliyor. Uluslar arası futbol müsabakaları da bu türden düşmanlıkların çatışmaya dönüşebileceği ortamların oluşumuna katkıda bulunabiliyor. 17 Mayıs 2000 tarihinde Tivoli meydanında yaşanan arbede de olduğu gibi. İngiliz holiganları İngiliz ayrıcalıkçılığını, futbolda üstün oldukları gerçeğini çıkarttıkları olaylarla tüm dünyaya duyururken onların karşısında Türkün gücünü tüm Avrupa'ya göstermeye niyetli olanlarda onlardan hiç geri kalmamaya özen göstermişlerdir. Bu olayların Türk tabloid basınında yansıması gündelik milliyetçi zihniyet kalıplarının başlıklara taşınması biçiminde olmuştur:

-'**BÖYLE DAYAK YEMEDİLER**'(Gittikleri her ülkede terör estiren İngiliz serseriler, Kopenhag'ta Türklere bulaşmanın bedelini eşek sudan gelinceye kadar dayak yiyerek ödediler... Türk bu kuru gürültüye pabuç bırakır mı?)**(Asabi-18-5-2000).**

-'**İLK ŞAMARI HOLİGANLAR YEDİ**'(Kaşındılar! Kendini bilmez İngilizler kendi kazdıkları kuyuya düştüler. Holiganlar, tahrik ettikleri Türklerin altında ezildiler)**(Gözcü-18-5-2000).**

Aslında her iki ülkenin de tarihlerinde benzer deneyimler yaşamış olmalarının sonuçlarını futbol dünyasına göstermiş oldukları tepkilerden de takip edebiliriz. Büyük Britanya ve Osmanlı İmparatorluğunun yüzyıllar boyunca getirmiş olduğu ayrıcalıkların içinde yaşadığımız dönemde ortadan kalkmasına karşı duydukları agresiflik futbol sahalarında da kendisini göstermektedir. İngilizlerin kendi oyunları olarak gördükleri futbolun uluslar arası teşkilatı olan FİFA'ya ikinci dünya savaşı sonuna kadar üye olmamaları ve dünya kupalarına da ancak 1950'de katılmaları bu durum için verilebilecek iyi bir örnektir. Büyük ve güçlü devlet olma mirası Türkiye Cumhuriyeti yurttaşlarının bilinç altında her zaman saklı bulunmaktadır. Bunun içindir ki hala dünyanın en güçlü ordularından birine sahip olmakla övünürüz. Tarihimiz boyunca mücadele içinde olduğumuz Avrupa oluşturduğu birlik içine bizi almadığında 'Hıristiyan kulübü' nitelemesini ve dinsel farklılığımızla kendimizi yüceltmeyi öne çıkarabiliriz. Osmanlı'dan getirdiğimiz savaşçı millet imajımızı futbol terimlerine de yansıtmışızdır: **TOP-KALE** kelimeleri bile bizim futbolla zihniyet kalıplarımız arasındaki ilişkiyi belirtmesi açısından son derece etkileyicidir.

Bilinç altımızdaki Viyana kapıları imgesini bir türlü üzerimizden atabilmiş değiliz. Eğin' in de belirtmiş olduğu gibi; "Avrupa' kelimesini zaten bilinç altında bir kıtadan öte şeylere tercüme eden Türkler, yine aynı ilkel bilinç altının ürünü olan ve popüler dil tarafından da sık sık hatırlatılan 'Haçlı seferleri' ya da 'Hıristiyan kulübü' gibi tanımlamalarla gerçekte var olmayan, hayal edilmiş bir devletler arası savaşın tarafları gibi kendilerini görüyorlar. Bu dil sayesinde taraftarlar arası şiddet, ürkütücü bir boyut kazanarak ölümlere yol açabiliyor. Saldırganlar yaptıklarının ne de olsa birileri tarafından meşrulaştırılacağını, kabullenileceğini 'istemediğimiz görüntüler' ya da 'kendini bilmez birkaç kişi' denerek geçiştirileceğini biliyorlar"(Eğin,2000,3). Galatasaray-Leeds United karşılaşması öncesinde(6-4-2000) 2 İngiliz taraftarın öldürülmesi sonrasında maçın iptali ile ilgili çıkan yayınlar üzerine kimi gazetelerimiz **'HAÇLI RUHU HORTLADI-HAÇLI İTTİFAKI'** başlıklarını kullandılar. Bu olaya karışanlar 'kadınlarımıza sarkıntılık ettiler, bayrağımızı cinsel organlarına sürttüler, paralarımızı yırttılar' gibi bahaneler ileri sürerken 8-4-2000 tarihinde 'bu köpekler yüzünden ya evladım ölseydi?'diye soran köşe yazısı başlığının yanı sıra 'herkesin lümpeni kendine' (Elin iti kopuğu gelecek ortalığı dağıtacak, İngiltere'nin artık hababam işsiz ve lümpen üreten sanayi şehirlerinin yetmiş iki buçuk serserisi birayı çekecek Beyoğlu barlarında kadınımıza hem sözüyle hem eliyle sarkıntılık edecek arabalara saldırıp tekmeleyecek, Türk bayrağını indirmeye kalkacak, ona buna küfürler savuracak masaları iskemleleri kıracak dökecek, yetmeyecek bıçak çekecek... İngiliz lümpeni bunu yapacak da , Türk lümpeninin eli armut mu toplayacak?... İşte böyle olur... İki gol yerler... iki de bıçak yerler, giderler...)diye yazan köşe yazarımız , bu olaylara karışanlarla aynı ifadeleri kullanabilmektedir. Ülkemizdeki hemen hemen herkesle gurur duyma hastalığı öylesine uç noktalara taşınmıştır ki, olaylara karışan bu kişilerin mahkemesinde ne yazık ki 'Türkiye sizinle gurur duyuyor' sloganları atılabilmekteydi.

Futbol, modern anlamda ilk kez İngiltere'de ortaya çıkmasına rağmen bugün dünyanın hemen her ülkesinde milli bir spor dalı olarak diğer spor dallarının önüne geçmiştir. Futbolun yaklaşık yüz elli yıl içerisinde tüm dünyada kat ettiği bu aşamayı başka hiçbir toplumsal etkinlik (sinema, tiyatro, müzik vb.) başaramamıştır. Futbol, girdiği ülkelerin toplumsal yapısı içerisinde kendisine yer açmış ve kısa bir süre

içerisinde o kültürel yapının önemli bir göstereni haline gelmiştir. Futbolu ülkelerin içinden geçtiği toplumsal, siyasal ve ekonomik dönüşümlerden soyutlayarak ele almak ve anlamlandırmak araştırmacıları yanlış yönlere sevk edecektir. Bugün futbol, içinden bakılarak farklı toplumlar ve toplumsal yapıların gözlemlenebileceği önemli bir prizma haline gelmiştir. Futboldaki iletişim, başarının ödüllendirme biçimleri, karar alma süreçleri, inançlar, ideolojiler ve toplumsal tasarım o toplumun kültürel yapısından soyutlanamaz. "Beden için yürek neyse, toplum ya da topluluk içinde tuttuğu futbol takımı odur" (Yücel, 1998, 21).

Her ülke futbolu kendi milli özelliklerini bünyesinde taşır. Milliyetçiliğin kalıpları, örüntüleri, bu milli futbola yansıtılır. Bu yansıtmanın en fazla öne çıktığı karşılaşmalar ise milli maçlar ve Türkiye'de 'milli' bir misyonla donatılan ya da 'milli' bir kimliğe büründürülen kulüp takımlarının uluslar arası karşılaşmalarıdır. "Milli takım kurmak ve milli maç yapmak, hem milli bağımsızlığın ve hükümranlığın dünyaca onaylanması, hem de gösterilecek başarılarla milli gururun okşanması bakımından çok önemli adımlardır" (Bora ve Erdoğan, 1993, 233). Milli takım ulus-devletin yurttaşlarının temsili bir göstereni olarak son derece önemli bir üst aidiyet simgesidir. Milli maçlar, küreselleşme sürecinde giderek zayıflayan ulus-devletlerin kendi başarılarını tüm yurttaşları ile paylaştığı ve hala varım diyebildiği ender alanlardan bir tanesi olduğu için, bugün çok daha fazla önem kazanmıştır. Öte yandan milli maçlar, geçmişten gelen bir takım husumetlerin, tarihsel düşmanlıkların da kendisini yeşil saha üzerinde göstermesine vesile olabilmektedir.

2002 Dünya kupasının açılış karşılaşmasında, bir önceki dünya kupası şampiyonu Fransa'nın, yıllarca sömürgesi olan Senegal'e yenilgisi 'tarihsel rövanş' olarak nitelendirilmiştir. 1998 Dünya kupasında İran ve ABD milli takımlarının karşılaşması, bir dostluk gösterisi şeklinde başlamış olmasına rağmen maçın sonucunun İran lehine olmasının, İran'daki yansıması 'büyük şeytan'ın alt edilmesi biçiminde olmuştur. Galatasaray'ın UEFA kupasını almasının ardından dünyanın ezilen kutbunda yer alan ülkelerin, futbol gibi popüler bir alanda kendi aralarından kahraman çıkartabilme gururu, Balkanlardan Kafkasya'ya, Doğu Timor Adaları'ndan Afrika'ya kadar birçok bölgede ve ülkede sevinç gösterileri ile kutlanmıştır. Bu gösterilerde bir diğer önemli etkende uzun yıllar boyunca 'üzerinde güneş batmayan imparatorluk'

olarak adlandırılan İngiltere'nin bir takımının(Arsenal) gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye'nin bir takımınca (Galatasaray) alt edilmesi de etkili olmuştur.

Futbol, geçmişten bugüne uzanan çizgide ülkelerin kültürlerinde son derece önemli bir yer işgal etmiştir. Bugün futbol bir toplumun kültürünü yansıtabilecek özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu konuda verilebilecek en iyi örnek hiç kuşkusuz Brezilya'dır. Futebol isimli kitabın yazarı Alex Bellos'a göre Brezilya, futbolla var olan tek ülkedir. "Brezilya kulüp armalı tabutların satıldığı, bir futbol kulübünün üyesi olmanın parlamentoya seçilmede etkin rol oynadığı ve futbol sahasız deniz üstü petrol platformlarının bile düşünülemediği bir ülkedir. Onun içindir ki futbolun her çeşidi Brezilya'da oynanmaktadır. Din, Karnaval ve Futbol, Brezilya popüler kültürünün kutsal üçlüsüdür...Burada bir insanın tuttuğu takım onun sahip olduğu tek şeydir. Brezilyalının başka bir şeyi yoktur" (Bellos, 2003, 235-304). Bellos'a göre, futbolun Brezilya'ya gelişi ülkenin ulusal kimlik arayışında olduğu yıllara denk düşmektedir. Futbolun yaygınlaşması ulusal simgelerden yoksun olan kentsel nüfusu bir araya getirmiştir. Bugün dünyada Brezilya futbolunun bu denli ilgi görmesinde dünyanın pek çok ülkesine yayılan sayıları beş bini aşkın Brezilyalı futbolcuların büyük bir etkisi bulunmaktadır. "Pek çok açıdan futbol diasporası, diplomatik hizmetle aynı anlama geliyor, sporcular ekonomik göçmenler olmakla birlikte aynı zamanda kültür elçileridir de" (Bellos, age, 24). Brezilya futbolunun ve futbolcularının her dönem Türkiye'de büyük takdir gördüğünü ve Türk milli takımının dünya kupalarına katılamadığı 48 yıl içerisinde, Türkiye'de en çok desteklenen milli takım da Brezilya olmuştur.

Türkiye'de futbol ve futbolun yapılanması süreci incelendiğinde; futbolun oynanmasından bugüne dek geçen yüzyıllık süre içerisinde ön plana çıkan ve üç büyükler olarak nitelendirilen Beşiktaş-Galatasaray ve Fenerbahçe'nin taraftar dağılımının dünyadaki örneklerin aksine tüm ülkeye yayılmış olduğu ve bu takımların tüm ülkenin takımları olduğu sonucu ile karşılaşılacaktır. Türkiye'de futbolun neden bu denli ön planda yer aldığı sorusunun cevabı, biraz da futbolun kendi yapısındaki özelliklerinden ileri gelmektedir. Futbol, diğer spor dallarından hem daha yaygın hem daha simgesel bir toplumsal ifade kanalı açarak gelişebildiği için yüklenmiş olduğu anlamların, toplumsal yaşama yansımaları diğer spor dallarından daha fazla olmuştur.

Türkiye'de futbol ve futbol kulüplerinin gelişimi incelendiğinde; üç büyükler olarak isimlendirilen Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray'ın önemli tarihsel işlevleri yerine getirdikleri, Türkiye'de futbolun kurumsallaşması ve geniş kitlelerle buluşmasında öncülük rolü üstlendikleri görülecektir. Bu kulüpler; Osmanlı Devletinin son yıllarına , yaşanan savaşlara ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan günümüze değin geçirdiği aşamalara tanıklık etmekle kalmayıp yaşanan toplumsal değişmelerin futbol aracılığı ile topluma yansımasına da katkıda bulunmuşlardır.

'Bir futbol takımı bir varoluş şeklini, bir kültürü temsil eder' futbol takımları ve milli takımlar, içinden çıktıkları toplumsal yapıdan, kültürden, değer ve inançlarından etkilenirler. Kuper'e göre; "her kent, sokakları, anıtları ve futbol kulüpleri aracılığıyla kendisi hakkında bir öykü anlatır...Bir futbol kulübünün taraftarları, temsil ettikleri alanın imgesini zihinlerinde taşırlar. Rotterdamlılar kendilerini sert, çok çalışan, gözü pek insanlar olarak görürler, bu erdemleri futbol takımlarında da ararlar. Buna karşılık Amsterdamlıları tembel bohemler olarak görürler" (Kuper,2004,282-286). İskoçya futbolu, Birleşik krallık içindeki ulusal ve dinsel çatışmalara sahne olabilmektedir. Glasgow Rangers ile Celtic takımları arasındaki rekabet, Katolik ve Protestanlık arasındaki gerilim ve rekabetin futbol sahalarındaki tezahürüdür. Bu iki takımın ezeli rekabetinde 'futbol, sadece futbol olmaktan çıkmıştır' bu rekabet, dünyanın iki numaralı derbisidir ve dinsel bir kökenden de beslenmektedir. Rangers taraftarları 'protestan'ların takımı olarak mavi elbiseler giymekte ve Britanya bayrağı taşımak suretiyle büyük bir ulusu simgelediklerine inanmaktadırlar buna karşın Celtic taraftarları 'katolik' inancını taşımaktalar ve formalarındaki yeşil renk ile Kuzey İrlanda'nın ayrılıkçı düşünceyi desteklemektedirler. Dünyanın bir numaralı derbisi olarak nitelendirilen Arjantin'in Boca Juniors-River Plate takımlarının mücadelesinde ise, farklı ekonomik ve toplumsal sınıfların çarpışması yeşil sahalara yansımaktadır. Boca kulübünü Cenovalı göçmenler kurmuştur ve bu kulüp işçi sınıfını, halkın çoğunluğunu temsil etmektedir. River Plate ise Arjantin'in orta ve üst sınıflarının temsilcisidir. İtalya'nın başkenti Roma'nın iki temsilcisi Roma ve Lazio arasındaki mücadelede ise, Lazio'nun faşist Musolini yanlısı bir ekip olarak, anti-semitisleri bünyesinde barındırması karşısında Roma kulübü faşizme karşı çıkan bir takım olarak İtalyan futbol tarihinde yerini almıştır. İki kulübün müsabakaları karşılıklı siyasal

propagandanın da yapıldığı, gerilim ve heyecanın hiç eksik olmadığı karşılaşmalardır. Futbolun geçmişten getirdiği öğelerin en canlı şekilde yaşatıldığı ülkelerin başında gelen İspanya'da Bask bölgesini temsil eden Athletic Bilbao'da Basklı futbolcuların dışında futbolculara yer verilmemektedir. Bir diğer önemli örnek olan Barcelona ise Bask bölgesi gibi Franco iktidarının baskı politikalarına direnen Katalanların temsilcisidir. İspanya'daki diktatörlük yıllarında Katalanların bağımsız ve açık kalan tek kurumu olan Barcelona kulübünün forması bu halkı temsil ettiği için, bugün bile üzerinde reklam taşınmamaktadır.

Türkiye'deki futbol takımları arasında yaşanan rekabette etnik-dinsel ya da siyasal bir takım etkenlerin etkisi bulunmamaktadır. Kentlerin birbirleri ile olan diyalogları futbol takımlarının karşılaşmalarında da etkisini gösterebilmekte, bölgesel güç savaşımları futbol üzerinden verilebilmektedir ancak Türkiye'deki İstanbul hakimiyetinin, futbol alanında tartışmasız bir biçimde sürdüğünü ve Türk futbol yapılanmasında İstanbul kentinin(üç büyüklerin) ağırlığı medyanın yaygınlaşması ve etkisini arttırması ile birlikte tırmanışa geçmiştir. Bu tırmanışta üç büyükler olarak nitelendirilen kulüplerin ülke çapında yaygın ve etkili taraftar grupları, sayılarının, uzun yıllardır başarılara sahip olmalarının medya tarafından tiraj ve ratinge dönüştürülmesinin de büyük etkisi olmuştur.

Türk futbol takımlarının gerek milli takımlar gerekse de kulüp takımları düzeyinde uluslararası mücadeleleri bir nevi Türkiye-Avrupa mücadelesine dönüşebilmektedir, bunun yanı sıra yurt dışında yaşayan Türklerin kurdukları takımların yerel liglerdeki mücadelelerinde de benzer bir sürecin yaşanmaktadır. Hannover Üniversitesinde gerçekleştirilen bir araştırmaya göre; "yerel amatör maçlarda çıkan kavgaların inanılmayacak kadar büyük bir bölümü, bir 'Türk' takımı 'Alman' takımıyla karşılaştığında yaşanmaktadır. Türkler, hakemin kendilerine karşı olduğunu, maruz kaldıkları ırkçı tutumu görmezden geldiklerini düşünmektedirler" (Kuper,2003, 27).

Geçmişin futbol üzerindeki izlerini net bir biçimde görebileceğimiz bir diğer önemli olgu futbol maçlarında yaşanan şiddet ve bunun kökenleridir. Dünyanın çeşitli ülkelerinde futbol sahalarında yaşanan şiddet üzerine yapılan çalışmalarda benzer bir takım saptamalar yapılmıştır. Bu yapılan çalışmalar ile Türkiye'deki futbol şiddeti arasında da benzerlikler bulunmaktadır ancak özellikle bıçak kullanma kültürünün

yerleşik olması ve bunun bir erkeklik göstergesi olarak algılandığı maço bir kültür yapılanması ile batıdaki benzerlerinden ayrılıkları da içermektedir. Futbol sahalarında yaşanan şiddet, toplumsal genlerimize işleyen şiddet kültürü ve onun devamlı surette işlenmesi ile yakından bağlantılıdır. Bir şiddet gösterme biçimi olarak küfür'ün çok yaygın biçimde kullanıldığı Türkiye'de, futbol sahaları küfür'ün en yaygın olduğu mekanlardan biridir ve futbol sahalarındaki şiddetin başlangıcında taraftarlar arasında yaşanan küfürleşmelerin büyük etkisi bulunmaktadır. Ekonomik yapıdaki bozukluklar ile toplumsal yaşantıdaki büyük dalgalanmalar etkisini futbol sahalarında da göstermekte; tüm toplumu sarmalayan şiddet, futbolu da sarmalamakta ve tribünlerde taraftarların yaralanmalarına hatta ölümlerine kadar etkili olabilmektedir.

Futbolu oynanmaya ve izlenilmeye değer kılan özelliklerinden birisi de geçmişten bugüne ve geleceğe uzanan çizgide toplumsal kültürümüz içerisinde edinmiş olduğu yerin varlığıdır. Bu varlık sayesinde futbol taraftarlarının kulüpleri ile ya da ülkeleri ile kurmuş oldukları güçlü bağ varlığını sürdürebilmekte ve toplumsal hafiza her daim canlı tutulabilmektedir.

B. BİZ'DEN ÖTEKİ'NE UZANAN ÇİZGİDE TARAFTAR(LIK) VE MİLLİYETÇİLİK

"Futbolda her şey karşı takımın varlığı yüzünden karmaşıklaşır"

(Jean Paul Sartre)

Milyonlarca insanı peşinden sürükleyen futbolu; sporcu-teknik kadro/yöneticiler-seyirci ve medyadan oluşan dörtlü bir sac ayağına benzetebiliriz. Bunlar içerisinde belki de en dürüst ve samimi olanı seyirci kitlesidir. Bir kulübün taraftarı takımı kazansa da kaybetse de takımının bir parçasıdır. Takımında kendisi için anlamlı bir yan bulur ve takımına kendisinden bir şeyler verir (futbolun endüstrileşmesi ve liberal ekonomi politikaları içerisinde yer alması ile birlikte cefakar ve de vefakar taraftar kitlesi yerine parası olan seyircinin getirilmek istendiğini de aklımızdan çıkarmayalım) Kişinin hayatında takımının yaratmış olduğu anlamın artması, taraftarlığın yoğunluğunu arttırır. Müminsiz bir din olamayacağı gibi, taraftarsızda futbol olmaz. Seyirci yoksa güzelliğini ve anlamını yitirmiş bir oyundur futbol. Peki kimdir bu taraftar? Kıvanç'ın saptamasına göre: "hayatını bir takıma bağlılığı ile ve bu takıma bağlı bulunan öteki insanların

varlığı ile birlikte takımının macerası ve başarısı ile anlamlandıran kişidir. Taraftarlık çoğu zaman bütün bir ömür boyunca insanın kişisel macerasına eşlik eden, ilgi ve hareket alanı, duygu alemini bazen doğrudan şekillendiren bazen kıyısından eğip büken bir toplumsallık tarzıdır" (Kıvanç, 2001, 113). İnsanoğlunun en büyük gereksinmelerinden bir tanesi ait olmak ve doyum sağlama arzusudur; futbol taraftarlığı ve futbol tutkusu bu hedonistik yönün doyurulmasını sağlamaktadır. İnsanlar neden taraftar olurlar sorusunun cevabı biraz da bir topluluğa ait olabilme güdüsünün doyurulmasında yatmaktadır. Diğer spor dallarında ya da yaşamın diğer alanlarında 'kaderi' çoğunlukla önceden belirlenen 'küçükler' futbol sahasında umut bulmaktadırlar. Birçok insan için futbol, ruhların dürüst duygular ve insani ilişkilerden oluşan küçük de olsa bir adacık oluşturmak için tek, hatta bazen son şansı olabilmektedir. Galatasaray UEFA kupasını kazandığında dünyanın ezilen kutbunda yer alan ülkeler futbol gibi popüler bir alanda kendi aralarından bir kahraman çıkartabilme gururunu Balkanlardan Kafkasya'ya kadar pek çok ülkede yaşanan sevinç gösterileri ile kutlamışlardır.

Bir kolektif kimliğin kurulması ancak diğer kolektif kimliklerin kurulmasıyla yani bir ilişkiler bağlamında gerçekleşeceği için genellikle 'diğerleri'nin referans alınmasıyla 'diğerleri'ne karşıt olarak üretilir. "Spor, özellikle profesyonel spor 'yenilecek, alt edilecek', 'diğer(ler)i'ni gerektirdiği için, bu tür simge ve inanç kümelerinin üretilmesi yani türdeş olmayan bir 'biz'in içindeki gerçek farklılıkların silinerek bir 'kurmaca ulus birliği'nin kurulması için çok elverişli bir ilişkisel mekan sunar"(Mutlu,age,374). Takımınızın taraftarlarının stadyumu doldurması yeterli değildir; sizin kendinizi kıyaslayabilmeniz, takımınızı ne kadar sevdiğinizi gösterebilmeniz için rakip takım taraftarlarına ihtiyaç vardır. Çünkü rakip taraftarlar 'onlar'dır ve aşağılık kimselerdir. 'Bizim takım'ın taraftarları ise hayranlık uyandırıcıdır. Futbol kendi bünyesinde yerel ve bölgesel çekişmeleri yaratıp yaşatırken özellikle uluslar arası karşılaşmalarda biz/öteki imgesi net bir biçimde karşımıza çıkmaktadır. Bu karşılaşmalar milletin temsili olarak yeniden ve yeniden kurulduğu, güçlendirildiği 90 dakika ile sınırlı da olsa milli bir bütünleşme duygusunun temsili olarak yaratıldığı bir ortamın hayata geçirilmesine katkıda bulunurlar. Bu çerçevede Hobsbawm'ın yapmış olduğu ayrımda iki savaş arası dönemde milletlerarası spor, milli

mücadeleyi ifade eder olmuştur. "Milletleri ya da devletlerini temsil eden sporcular hayali toplulukların esas temsilcileridir. Sporu her koşulda erkekler adına, milli duyguları aşılamanın benzersiz ölçüde etkili bir aracı durumuna getiren etken, en az politikleşmiş ya da kamusallaşmış bireylerin bile kendilerini pratikte her insanın olmasını istediği ya da ömrünün bir anında kendisinin olmak istediği kadar mükemmel olan genç insanların sembolize ettiği milletle rahatlıkla özdeşleştirebilmektedir. Milyonların oluşturduğu hayali topluluk on bir isimli bir ekipte daha gerçek görünmektedir. Birey alkışlamakla yetinse bile, kendi milletinin bir sembolü haline gelmektedir"(Hobsbawm, 1995, 170).Futbol alanında elde edilen başarıların açık ve kesin olması milli maçların önemini arttırmıştır. "Popüler futbol kültürü, milliyetçi söylemin (yeniden) üretildiği ve milli kimliğin söylemsel olarak(yeniden) kurulduğu hegemonik toplumsal pratiklerin bir alanını oluşturmaktadır. Başka hiçbir spor dalı, bir çok milletin kendi mülkü saydığı futbol kadar milli kimliklerin 'evrensel' bir 'gösteren'i unvanını kazanmamıştır"(Erdoğan, 1993, 32). İşte bu yüzdendir ki Kuper'in de belirtmiş olduğu gibi bir ülkenin futbol takımı, ulusun ta kendisidir. Türkiye milli futbol takımının ya da kulüp takımlarının Avrupa kupasında oynamış olduğu maçlarda **'TÜRKİYE SANTRADADIR', '60 MİLYON KALP MİLLİ TAKIM İÇİN ATMAKTADIR'**

Türkiye'de birbirlerinin ötekisi olan ezeli rakiplerin Avrupa macerasında yurtdışında oynanan müsabakalarda gurbetçi yurttaşlarımızın her daim katkıları ile birlikte tribünlerde 'biz' farklı forma renkleri ile oluşturulabilmekte, ezeli rekabetin yerini ulusal birlik almaktadır. Futbolcularımız maç sonrasında verdikleri demeçlerde genellikle 'bu galibiyeti burada yaşayan gurbetçilerimize armağan ediyoruz-bugün onları sevindirip boyunları dik gezmelerini sağlayamadığımız için hepsinden özür diliyoruz' söylemlerini kullanırlar.

Bir başka yoruma göre ise taraftarlığı, " taraftarlar arası iç kurallardan çok diğer taraftarlara ve tüm toplu yaşama karşı konumlanışı ile incelemek gerekiyor... Birey bir taraftar olarak konumlandığı, taraftar grubunun içinde toplu yaşama bir kimlik bildirisi gönderiyor..."(Kıvılcımlı ve Bakır,age,14-19). Taraftar için kendinden olmayan biri 'öteki'dir ve ona kolektif bir tepkiyle karşı çıkmak gerekmektedir, burada zaman zaman ırkçı bir tutum da takınılabilmektedir. Ötekini üstün gelinmesi, alt edilmesi

gereken bir rakip olarak gördüğünüzde, takım tutmak pasif bir tutum olmanın ötesine geçecektir.

Siyaset-futbol ilişkisi her dönem farklı biçimler göstermekle birlikte her zaman etkili bir ilişki biçimi olagelmiştir. Farklı etnik kimliklerin bir arada toplandığı devletlerde futbol takımları karşılıklı nefretin ve milliyetçi tepkinin yansıtanı haline de gelebilmişlerdir. Tıpkı Tanıl Bora'nın belirttiği Yugoslavya'da olduğu gibi. "Eski Yugoslavya'yı bölünmeye götüren gerilimler, futbol sahasına doğrudan yansıdı. Kulüp takımları, milliyetçi işlevler yüklendiler. 1990'ların başında, daha ülke bir aradayken, Hırvatistan milli takımı misyonu yüklenen Dinamo Zagreb ile 'Sırp' Kızılyıldız arasındaki maçlar, Hırvat-Sırp düşmanlığının kitleselleşmesi, 'popülerleşmesi' için önemli bir vesile olmuştur. Bu popüler kulüplerin 'angaje' taraftar grupları, futbol rekabetini milliyetçi garezlerle harmanlayan ideolojinin aktif taşıyıcılığını üstlendiler... 1990'larda Sırbistan'ı kaplayan 'vatan bölünüyor' teyakkuzu içinde kavgayı zerk edinmiş Delij'e (Deliler) kitlesinin deliliği, 'milli hedeflere' yöneldi. Rakip taraftarlara yönelik 'kelle kopartma-ölmeye gitme' vb. mecazlarının göndermeleri, düşmanlara, Hırvatlara/Boşnaklara/ Arnavutlara döndü'...Kızılyıldız tribünleri radikal Sırp milliyetçilerinin ve doğrudan doğruya milislerin/çetelerin kadrolaştığı bir kaynağa dönüştü"(Bora,2002,7).

Bromberger'in belirtmiş olduğu gibi futbol, 'biz' ile 'ötekiler'i karşı karşıya getirerek zamanımızın en derin simgesel matrislerinden birisi olmuştur. Olaya sahaya çıkan takım ve elde edilen sportif başarıdır gözüyle bakılması, bunların ardında yatan toplumsal ve kültürel bir takım gerçeklerin göz ardı edilmesi anlamına gelecektir. Özellikle uluslar arası arenada yapılan mücadelelerde elde edilen sportif başarı sadece bir sportif başarı değildir. Senegal 2002 dünya kupasında tek golle yılların rövanşını almıştır. Galatasaray Arsenal'i yendiğinde dünyanın pek çok bölgesinde sevinç gösterileri düzenlenmiştir. Radikal Gazetesinin **'Paris'te Top Köşeli'** (s.11, 13.5.2003) başlığını taşıyan haberine göre; Fransa ile Korsika arasındaki yönetsel çekişme Lorient Bastia takımları arasında maç öncesinde Korsikalıların milli marşı yuhalamaları ile cumhurbaşkanı önünde bir krize neden olmuştur. Yine Radikal Gazetesinin **'Stadyumda Birleştiler'**(s.10 8.9.2002) başlıklı haberinde; soğuk savaş sonrası ayrılan iki ülke Kuzey ve Güney Kore stadyumda futbol maçı ile kaynaşabildiği

aktarılmaktadır. M.Platini'nin sözünde olduğu gibi, 'bir futbol takımı bir varoluş şeklini, bir kültürü temsil eder' bu açıdan sahaya çıkan takım sadece 11 kişiden oluşmaz. Futbolla aramızda kurduğumuz o duygusal ve irrasyonel bağ ile sahadaki takım bizi, bizim kültürel varlığımızı orada temsil etmektedir.

Milliyetçilik ulus devletler sonrasında ortaya çıkmış olan bir kavramdır. Milliyetçilik, tarımsal bir toplum yapısından sanayi toplumuna geçiş sürecinde önemli bir yer işgal etmiştir. "Millet, söylemsel olarak oluşturulan hayali bir topluluktur. Milli kimlik ise, belirli ortak anlam, kod, simge, ritüel, mit vb. temelinde kurulan bir eşitlik (biz) ve farklılık (ötekiler) ilişkisinin ürünüdür. Öte yandan, bir ideolojik söylem olarak milliyetçilik bu ilişkinin 'rakip', 'düşman', 'ezen', 'tabi' vb. olarak 'onlar'a karşı antagonistik bir tarzda eklemlenmesini temsil eder"(Erdoğan, 1993, 28). Küreselleşme süreci ulus devletler üzerinde derin etkiler bırakırken, milli takımların mücadeleleri ulus devletler için daha da önem arz eder hale gelmiştir.

Türk milliyetçiliği açısından 'Batı' hem öykünülen hem de öfke duyulan 'onlar'ı temsil etmektedir. 1980 sonrasında ülkemizde yükselen milliyetçilik dalgasında ülke içinde yaşanan terör hareketlerinin de etkisi bulunmaktadır. PKK'nın Avrupa ülkeleri tarafından desteklendiği düşüncesi, bu ülkelere duyulan öfkenin ve 'Türkün Türk'ten başka dostu yoktur' anlayışının pekiştirecek söylemlerin gelişmesine neden olmuştur. Herkesten, her şeyden şüphe duyma 'biz'e atfedilen değerlerin sürekli olumlanmasını, 'onlar'a atfedilen değerlerin ise sürekli olumsuzlanmasını beraberinde getirecektir. Bizi güçlendirecek olan Türklük, Türkiye, Türkiyem, gibi söylemler sıklıkla kullanılırken bayrak, vatan, ay yıldız, istiklal marşı gibi sembollere atıflarda bulunma sıklığı da artacaktır (Daha önceki bir çalışmamızda yaptığımız gazete taramalarında milliyetçilik ile ilgili söylemleri içeren 103 başlıkta 43 kez Türklük imgesinin kullanıldığı saptanmıştır.) Futbol ve milliyetçilik bağıntısını ortaya koymaya gayret edenlerin başında gelen Tanıl Bora'ya göre; "futbol, dünyanın her yerinde, banal/ sıradan/gündelik milliyetçiliğin canlı bir dışa vurum alanıdır. Her şeyden önce futbol maçındaki karşılaşma durumu, özcü/milliyetçi 'biz-onlar' ayrımını en rahatça ve en doğal/masum görünümüyle yansıtır (Türk basınının zaman zaman kullandığı deyişle, milli maçlarda '60 milyon santrada'dır.) Milliyetçi ideolojinin 'tarihin motoru' olarak kurgulandığı milletlerarası mücadelenin mimetik temsilini sağlar; bu mücadele de kesin

(rakamlarla ifade edilebilir) ve görünür zafer temsillerini sunar. Futbol dünyası, özellikle taraftar (alt) kültürü, takımını/kendini yüceltip rakibi/düşmanı aşağılayan marşlar, bayraklar, pankartlar vb. repertuarının zenginliği ve coşkusu ile milliyetçiliği özellikle gündelik ve popüler düzeyde cisimleştiren ritüel ve sembol ihtiyacı için mükemmel bir kaynaktır... Futboldaki milli maçlar ve belki onlardan daha önemlisi kulüp takımlarının Avrupa takımlarıyla yaptığı müsabakalar, öteden beri, hemen her yerde olduğu gibi Türkiye'de de milliyetçiliğin başlı başına önemli dışa vurum vesileleridir. Futbol, ulusal tutunum sağlama ve benlik kurma sürecinde önemli rol oynar"(Bora, 2001, 559-60).

Uluslararası müsabakalar; ülkelerin kendi kimliklerini, güçlerini ortaya koymaları ve elde ettikleri sonuçlarla bunları sınamaları için uygun ortam sunmaktadır. Geçmişten gelen ön yargılar ve karşılıklı ilişkilerde yaşananlar bugün futbol sahalarında etkisini sürdürebilmektedir. Türk takımları için Avrupa ülkeleri ile yapılacak olan müsabakaların her zaman ayrı bir yeri ve önemi vardır. Ancak özellikle İngiltere ve Yunanistan ile olan tarihsel münasebetlerimiz nedeniyle bu ülkelerin gerek milli takımları ve de gerekse kulüp takımları ile yapılan müsabakalardaki atmosfer ve gerilim daha farklı bir biçimde tezahür etmektedir. Türk milli takımı 1948 yılında Atina'da oynadığı maçtan 3-1 galip ayrılınca Türkiye'de büyük bir sevinç yaşanır iken, Yunanlı bir seyirci üzüntüden intihar etmiştir. Uzun yıllar boyunca iki ülke takımlarının karşı karşıya getirilmemesine dikkat edilmiştir. 1967'de Fenerbahçe ile AEK'nin Balkan kupası finalinde karşılaşmaları ise "her iki ülke milliyetçilikleri açısından önemli bir milli hadise olmuştur. İlk iki maçta yenişemeyen takımlar arasında üstelik araya Kıbrıs bunalımının girmesiyle ertelenerek 1968'de İstanbul'da yapılan üçüncü maçta revanş arzusu karşılıklı olarak doruktadır. Türk Basını 'Kıbrıs'ın hıncının Yunan takımından alınacağı' yorumu yaparken, Yunan basınında şunlar yazılmaktaydı; 'Bizans yani İstanbul iki başlı kartal armasıyla yüzyıllarca dünyaya egemen olmuştu. Şimdi AEK kendi kartal armasıyla Bizans efsanesine yeni bir sayfa ekleyecek.' Seyircilerin söylediği 'Dağ başını duman almış' marşı eşliğinde oynanan maçı Fenerbahçe'nin kazanmasıyla revanşı adlandırma şerefini Türk milliyetçiliği elde etmiş; maçın adı 'Kıbrıs'ın hıncı alındı' olmuştur"(Bora ve Erdoğan,age,224). İngiltere ile İskoçya arasında oynanan maçlarda tarihten gelen birikimlerin futbol sahalarına yansıması

olarak görülebilir, bu maçlar özellikle İskoçlar açısından bir 'milli mesele' olarak algılanmaktadır. Öyleyse bir futbol karşılaşması sadece iki takımın mücadelesinin yaşandığı bir süreç olmadığı gibi, elde edilen sportif başarılarda sadece sportif başarı değildir. Bambaşka göstergelerle yüklüdür ve ülkeler arası karşılaşmalar farklı kültürlerinde birbirleriyle karşılaşmalarıdır.

Bir sosyal kurum olarak sporun insan yaşamındaki özdeşleşme kaynaklarından biri olarak, diğer sosyal kurumlar gibi önemli etkisi bulunmaktadır. Bir takıma yakın olma genelde bölgesel ya da coğrafi bir bağlılık temelinde oluşmaktadır. Örn. Napoli, Güney İtalyanların zengin Kuzeye dönük temsilcisidir. Barcelona, Katalan bölgesinin, Athletic Bilbao ise Bask yöresinin takımıdır. Manchester United, Manchester kentinin, Monaco, Monaco prensliğinin takımıdır. Tutulan takım; içinde yaşadığınız yer ile sembolik bir bağ kurmanızı ve bu bağın, elde edilen başarılar ile topluluk içerisindeki yerinizin pekişmesinde bir katkı sağlaması ile daha da güçlenerek devam etmesine yol açar. Dünyanın neresine giderseniz gidin, futbolun ne kadar uzağında kalırsanız kalın, günün birinde takımınızla ilgili küçük bir haber ya da resim gördüğünüzde yine gönül bağınız harekete geçer ve istemeden bile olsa bu haber ya da resimle ilgilenirsiniz.

Dünyadaki taraftar dağılımının %85'ten fazlası erkeklerden oluşmaktadır ve bunların yarıdan fazlası da 15-24 yaş arasında değişen gençlerdir. Futbol, bir erkeğin gururunu temsil etmekte ve futbol aracılığı ile çocuklar küçük yaştan itibaren özellikle babaları, ağabeyleri ya da yakın arkadaşları ile bir özdeşim kurmaktadırlar. Taraftarların maç günleri tuttukları takımın renklerini taşıyan aksesuarlarla donanmaları, yüzlerini bu renklere boyamaları tıpkı geçmişte bazı kültürlerde olduğu gibi, bu simgeler aracılığıyla biz duygusunun yaratılması ve sürülen renklerle kendilerini ve takımlarını yüceltmeleri söz konusudur. Özellikle futbolla yakından ilgili olan erkekler için maç günleri, gerek stadyumlarda gerekse hayatın diğer alanlarında yaşanan bu ritüeller , tıpkı avcı-toplayıcı toplumlardaki ava çıkma birlikteliğini çağrıştırmaktadır. Erkekler, futbol aracılığı ile kendi hem cinsleri ile kurulu olan bir dünyada birlikte hareket edebilmekte, kendilerinden geçebilmektedirler. Türkiye'de kadınlar ve erkeklerin aralarında en çok neleri konuştuğu üzerine, ODTÜ İstatistik topluluğunun yaptığı bir araştırmada; 'kadınlar kendi aralarında en çok %63 ile ev işlerinden, %3.8 ise futboldan konuşurlarken, erkekler ise en çok %45.6 ile futbol

konuşmaktadırlar' (**Milliyet, 30-5-2004).** Futbolun erkekler arasında bu denli yaygın olmasının altında 'erkeklere özgü bir dünyanın kapılarını sonuna kadar açıyor olmasının' ve ailelerin çocukluktan itibaren oyunlarda, erkekleri topla oynatmaları, kızlara ise ev içi birtakım oyuncaklar almalarının da etkisi vardır. Küçük yaştan itibaren futbolla büyüyen çocukların babaları ile kurdukları özdeşimde, birlikte maça gitme ve beraber futbol oynama, aynı takımı tutmanın büyük etkisi bulunmaktadır.

"Bir takımla özdeşleşmek, bir topluluk içinde sporun hizmet ettiği sosyolojik ve kültürel işlevlerle pekiştirilir. Sporun iki farklı sosyolojik ve kültürel işlevi ayırt edilebilir; birincisi topluluk için, üyeleriyle paylaştığı halk figürleri ve kahramanlar yaratarak sosyal yapıyla bütünleşmiş temel bir kurum olma işlevidir. Bir takıma sahip olmak demek, tam bir topluluk olmak demektir. Yerel takımlar, topluluk hissinin temsil edildiği ve kristalize olduğu yerlerdir. İkinci olarak, spor bir toplulukta popüler kültürün bir kaynağı olarak da işlev görür. Takımın taraftarları, yaptıkları faaliyetlerle bir tür halk kültürü yaratırlar. Bu, çeşitli taraftar derneklerini, bunların özel olarak hazırladığı şarkıları ve diğer çeşitli sosyal faaliyetleri içerebilir" (Kayalıoğlu, 2000, 54). Bir takıma bağlandığınızda, o kulüp üzerinden diğer takımın taraftarları ile özdeşleşmeye başlarsınız, takımınız gol attığında stadyumda hiç tanımadığınız ancak aynı takımın mensubu olduğunuz birine sarılıp havalara zıplayabilirsiniz. Türkiye'de en çok sorulan iki sorudan bir tanesi hangi takımı tutuyorsunuz? Sorusudur, kişiler tuttukları takımlar aracılığı ile birbirlerine yakınlaşmakta, o takım üzerinden elde ettikleri kimlikleri ile bütünleşebilmektedirler. Spor takımları ile din, ırk ya da ulus temelli özdeşleşmeler gerçekleşebilmektedir. Bu kategorizasyonlar kişinin kimliğinde temel bir öneme sahip olduklarından, bu sembolleri temsil eden takımlar, kişilerin benlik değerlerine ilişkin değerlendirmelerde etkili olabilmektedirler.

Birey, taraftarlık aracılığı ile yepyeni bir kimlik edinir, takım taraftarlığı insanın ömrünün sonuna kadar kolayca vazgeçemediği kimliklerinden birisidir. Tuttuğunuz takımınızı bir mağlubiyet, ya da kötü geçen bir sezon sonunda bırakamazsınız, hatta siz onu bıraktığınızı söyleseniz bile bu durumun arkadaş çevrenizde, aile içerisinde benimsenmesi hemen gerçekleşmez ve her durumda karşınıza çıkmaya devam eder. Taraftar kimliğiniz çok istisna bir durum yaşamadığınız sürece ölünceye kadar sizinle birlikte olmaya devam eder. Bu öylesine ilginç bir durumdur ki, hayatınızı yeniden

gözden geçirirken pek çok şeyden vazgeçebildiğiniz halde takımınızdan ve onun renklerinden vazgeçemezsiniz. Çünkü o, hep sizinledir ve daima da sizinle olmaya devam edecektir. Bir takım tutmanın birey için olumlu olduğu kadar olumsuz yanları da bulunmaktadır. Sosyal kimliğinizin bir parçası olarak tuttuğunuz takımın elde ettiği başarılar, sizin benlik değerlerinize olumlu katkılar sağlarken, başarısızlıkları ise benlik değerlerinize bir tehdit olarak algılanabilmektedir. Burada etkilerin hangi yoğunlukta olduğunun ölçüsü, kişinin tuttuğu takımla kurduğu bağın derece ile bağlantılıdır.

Türkiye'de üç büyük takımdan birinin taraftarı olmak, daha güçlü bir kimlik edinmeyi getirdiği için tercih sebebi olmaktadır. Bu takımların taraftarı olmak, dünyadaki örneklerden farklı işlevleri de yerine getirebilmektedir. Kentleşme ile birlikte bütünleşme ve kente uyum sorunlarının çözümlenemediği, kente gelenlerin göç ettikleri yöreden gelenlerle birlikte yaşamlarını sürdürdükleri bir ortam içerisinde aynı sorunları yaşayan, aynı toplumsal deneyimleri paylaşan insanlar, futbol taraftarlığında ifadesini bulan benzerleriyle dayanışma içerisine giren kimliklerine sığınmaktadırlar. Örneğin Mardin'den İzmir'e göç edenlerin büyük çoğunluğu, Mardin'de yaşadıkları dönemde belki de 'Mardin sporu' desteklemek üzere maçlarına hiç gitmemiş ve kendi şehirlerinin takımları için herhangi bir etkinlikte bulunmamışken, İzmir'de oynanan Karşıyaka-Mardin spor karşılaşmasında tribünleri doldurmakta ve takımlarına deplasman duygusu altında oynama zorluğundan kurtarmanın yanı sıra hemşerileri ile bir arada yer almak suretiyle iletişimlerini de sürdürmüş olmaktadırlar. "Kişiler arası iletişim etkinliklerinde ortak payda, kendinden çıkmak ve daha geniş bir gruba katılmak duygusudur; bunlarda önemli olan şey, içerikten ziyade, bir ambiyans yaratan, temel fon görevi gören ve bu sayede insanları birleştiren biçim ya da içerendir; sorunun özü ortak bir heyecanın ya da diğerleriyle birlikte iken kendini tanımaya imkan veren şeyin ifadesini sağlamadadır" (Bilgin, 1995, 141-142). Tajfel'e göre; bir grubun mevcut olabilmesi için üyelerinin kimliklerini grup üzerinden tanımlaması gerekir. Burada kastedilen ise elde edilen bu kimlikle, kişinin kendisini bir kategori içine sokmasıdır. Grup içsel ya da dışsal ölçütler temelinde tanımlanmaktadır. "Özdeşleşmeyi yaşamak için; ilk olarak grup üyeliğinin farkında olmayı içeren bilişsel bileşen; ikinci olarak grup üyesi olma farkındalığının bazı değerlerle yüklü olduğunu içeren değerlendirici bileşen ve son olarak grup üyesi

olma farkındalığına ve grup üyeliği ile ilgili değerlendirmelere yapılan duygusal yatırımdır" (Tajfel, 1982, 1-39). Tajfel'e göre, grubun dışında, grubun varlığına ilişkin bir fikir birliği bulunmadıkça gruplar arası davranış da mümkün değildir. Bunun için, 'bizim, cemaatimizin tahayyülü, aynı zamanda örtük olarak ya da açıktan, 'bizden' farklı 'onların' tahayyülünü de içermektedir'.

Bireyler, bir takıma mensubiyet sonucunda yeni bir kimlik edinmekte ve bu surette hayatlarına yeni bir anlam kazandırabilmektedirler. 1980 sonrası Türkiye'de futbol ve futbol taraftarlığı, siyasetin depolitizasyon süreci ile birlikte yükselişe geçmiş ve futbol taraftarlığı, parti taraftarlığının yerini almıştır. Kentli genç nüfusun artması ve futbolun yükselen yeni değer haline gelmesi ile birlikte futbol taraftarlığı, bir aidiyet biçimine dönüşmüştür. Futbol sahalarındaki yaş ortalaması her geçen yıl daha da aşağıya inmektedir; gençler, takım taraftarlığı yoluyla bir arkadaş çevresi edinmekte, onlarla beraber aynı kimliği, aynı aidiyet duygusunu paylaşmaktadırlar. Ortak kimlik arayışı insanoğlunun vazgeçilmez gereksinmelerinden birisidir, toplumsal bir varlık olarak insanın toplumsallaşma süreci kolektif kimlik çerçevesinde oluşmakta ve bireyi etkilemektedir. Futbol, biz ve onlar duygusunun yaratılıp yerleştirilmesinde son derece etkili olmaktadır. Sportif etkinliklerin bünyesindeki yarışma, yenme ve yenilme anlayışı kolektif kimliğin kurulmasında biz ve onların oluşturulmasını sağlamaktadır. "Kimlik, var olmak için farklılığa gereksinim duyar ve kendi kesinliğini güvence altına almak için farklılığı, ötekine dönüştürür" (Connoly, 1995, 93).

Milli kimliğin oluşturulup, pekiştirilmesinde medyanın kullandığı ikili karşıtlıklar içeren dilinin büyük önemi bulunmaktadır. Medya; bize ait olan özellikleri olumlarken, diğerlerine/ötekilere ait olan özellikleri ise olumsuz bir biçimde sunmaktadır. "Futbol alanında zihinsel anlam haritalarımızın oluşturulmasında, gazetelerdeki futbol sayfaları, televizyonlardaki futbol programları ve futbol gazeteleri aracı bir rol oynamaktadır. Bu yayın organları yaptıkları yayınlarla taraftarı olunan takımla ilgili zihinlerde var olan şemaların gelişmesinde ve yeni şemaların oluşmasında rol oynarken, medyanın ikili karşıtlıklar üzerine kurulu olan dili, içinde bizim takım ve rakip takım imgesini kurgular ve farklılıkları keskinleştirmek suretiyle gerilimin artmasını sağlarlar" (Talimciler,age,88-89). Medya'daki farklı politik konumlanmalara rağmen spor haberlerinin sunulduğu bölümdeki ideolojik inşa medyanın tamamında kendisine yer

bulmaktadır. "Spor haberleri, ulusa ait olanın yurt içinde veya dışında en kolay yoldan temsilini sağlamaktadır. Spor, uluslar arası arenada sahip olduğu etkiden dolayı, 'kolektif kimliğin' somutlaştığı bir kültürel arena olarak temsil edilmektedir" (Blain, Boyle ve O'Donnel, 1993, 12). Medya'da gazetelerin siyasi yönelimlerinin farklılığına rağmen milliyetçiliğin spor sayfalarında kullanıldığını öne süren Billig'e göre; "bütün gazetelerde milliyetçiliğin sembolü olan bayrağın sürekli sallandığı bir sayfa vardır ki, o da spor sayfalarıdır" (Billig,age,138). Özellikle uluslar arası karşılaşmalar 'onlar'ın net bir biçimde ortaya çıktığı ve milliyetçiliğin dozajının, medya'da yükselişe geçtiği dönemlerdir. Avrupa kupalarında ve milli maçlardaki rakip takımlar 'onlar'ı oluşturur, buna karşın gerek milli takım gerekse de kulüp takımları 'biz'i yani Türkiye'yi temsil ederler. Bunun içindir ki bu takımların karşılaşmalarında ezeli rekabet yerini Türklük davasına bırakır ve ülke içinde rakip takım bayrakları, yurt dışında Türk bayrağının yerine ikame edilebilir. Türklük bilincine gönderme yapılarak 'biz' bilinci güçlendirilir. **'Türküz Yenilmeyiz-Türküz, Güçlüyüz ve Yeneceğiz-Güçlüler ama Türk Değiller-Hedef Panzer, Türkiye Ezer'** bu konudaki gazetelerdeki örneklerden bir kaçıdır.

Futbol, iki dünya savaşı döneminde de ulusların kendilerini ifade ettikleri alan olarak yaşamaya devam edebilmiştir. Feyenord kulübünün dergi editörü 1944 yılında Hollanda işgal altında iken, futbolun önemini şu şekilde anlatmıştır: "Şu sıra yeşil sahalarda spor yapmaktan daha fazla neyle eğlendirebilir ki insan kendisini" (Kuper,2004,126). 1960 yılındaki Avrupa şampiyonası, soğuk savaş'ın etkisinin net biçimde kendisini gösterdiği şampiyona olması dolayısıyla tarihsel bir öneme sahiptir. General Franco, bu şampiyonaya ülkesi İspanya'yı, Sovyetler Birliği'ne karşı oynamamak için göndermemiştir. Futbol ve savaş arasındaki ilişkide, futbol ön plana geçmeyi başarmıştır. "Uluslar şimdilerde, bir zamanlar gerçekten savaştıkları yerlerde, agresif enerjilerini yücelterek, bu enerjilerini oyun sahalarında galibiyet için verilen mücadelelere kanalize etmektedirler" (Eriksen, 1993, 111). Her ne kadar futbol, bir emniyet supabı olarak görülse de futbol sayesinde çeşitli kültürler karşılaşmakta ve kaynaşmaktadır. Futbol yaşamların yaklaşmasında evrensel bir gösterge haline gelmiştir. Spor ve milliyetçilik arasındaki ilişkide Grant Jarvie'ye göre aşağıdaki görüşlerin bir kısmı ya da hepsi kullanılabilmektedir.

1)Spor, kültürel milliyetçilik aracı olarak kullanılır.

2)Spor, politik milliyetçiliğin temsilciliğini üstlenir.

3)Spor, ulusun hem etnik hem de sivil yapısına katkıda bulunabilir (bunların bir çoğu efsanevi, uydurulmuş ve/ ya da seçilmiş olabilir)

4)Spor, ulusal uzlaşma aşamasına yardım eder.

5)Spor, emniyet supaplığı sağlar ya da engellenmiş kişiler ya da uluslar için duygusal enerjinin dışa vurumuna neden olur.

6)Spor, ulusal kimlik ve yurtseverliğin inşa edilmesine yardımcı olur.

7)Ulusal sporun temsilciliğini reddeden uluslar, zaman zaman özel kulüpler 'barça' gibi, büyük ulusal duyarlılığa hak vermişlerdir.

8)Global ve uluslar arası sporun gelişiminden doğan baskıya karşı spor için milliyetçi destek doğal bir tepki olagelmiştir.

9)Spor, ulusal bilincin inşasına yardımcı olur.

10)Spor, Kültürel emperyalizm ve sömürü politikasına katkıda bulunmuştur" (Jarvie, 2003, 540-541).

Futbol, farklı kültürlerin karşı karşıya gelmesinde aracı olmakla kalmamış, milli kimliğin inşasında önemli sembollerden biri haline de gelmiştir. Bu durumun oluşmasında medyanın da büyük bir katkısı bulunmaktadır. Önceleri radyo ve gazeteler daha sonra ise televizyon aracılığı ile futbol karşılaşmalarının aktarılması sırasında kullanılan dil ve söylem aracılığı ile milli kimliğin yeniden inşası gerçekleştirilmiştir. Uluslar arası müsabakalarda 'biz' ve 'onlar' karşıtlığı üzerinde inşa edilen bir dil egemendir. Bu aşamada kullanılan dil içerisinde, geçmişteki büyük uygarlığımızdan, savaşlardaki 'cengaverliğimiz'e kadar yapılan göndermeler aracılığı ile bütün bir tarih, medyanın hizmetindedir. Futbolcular bazen yeniçeri gibi, bazen Amerikan komandoları gibi giydirilebilmektedir. Futbolcular, sahada sadece futbol topunun ağırlığını değil, tüm bir ulusun geçmişini, bugününü ve geleceğini de taşımakla görevlendirilebilmektedirler. Medya, futbolun coşkusunu kitlelere aktarımında aracı olur iken, aynı zamanda kullandığı dil vasıtasıyla üstü örtük bir biçimde ideolojik ögeleri de kitlelere aktarmaktadır. "Türkiye'de medyatik futbol söylemi, milli kimliğin yeniden kuruluşunda ihmal edilmez bir paya sahiptir. Oyun hakkında basitçe haber veriyormuş, sadece sahada olup biteni aktarıyormuş gibi yapan medya, aslında bunu yapılaşmış bir ideolojik söylemsel kompleksin içine yerleştirerek sunar. Bunun en güzel

örneklerinden biri, uluslar arası maçların milliyetçi bir bağlamda yeniden kurulmasıdır" (Erdoğan ve Bora, age, 227-228).

Medyatik futbol söyleminin nasıl işlediği konusunda analiz bölümünde örnekler verilecektir. Bu konuda 2003 yılında British Council tarafından İstanbul'da düzenlenen 'Futbol, Taraftar Profili, Medyanın Rolü ve Şiddet' konulu toplantıda, İngiliz medyasının 'İngiltere-Türkiye' ve 'Türkiye-İngiltere' karşılaşmalarını nasıl yansıttığını inceleyen Dr. Emma Poulton'un sunumundan örnekler verilecektir. Poulton'a göre; "İngiliz medyası 2 Nisan 2003 tarihinde oynanan karşılaşma öncesinde 'Provokatif' başlıklar kullanmış, kan davası temasını ve bu maçın intikam alma fırsatını sunduğunu işlemiştir. Maç sonrası haberlerde çıkan olayların 'utanç verici' olarak nitelendirildiğini ve İngilizlerin barış bozucu/şiddet yanlısı olduğunu örnekler ile gösterirken, olayların tek bir olay zinciri gibi sunularak esas ayrıntıların unutulduğu gerçeğine vurgu yapmaktadır. Buna göre; ırkçı sloganlar atılmış, şehir merkezinde kavgalar çıkmıştır. İngiltere'de yaşayan Türk taraftarları, medya'da 'kurban' olarak sunulmuşlar ve şehir merkezinde saldırılara uğramışlardır. İkinci maç öncesinde ise, iki federasyon arasında sözlü münakaşalar yaşanmış ve ardından 'Türklerin bela aradığı' yönünde haberler yayınlanmıştır (11.10.2003) Maç sonrası ise 'düşmanca yaklaşım, soyunma odalarına giderken yaşanan kavga'. **'FİST-ANBUL'** biçiminde gazete başlıkları kullanılmış, medya maçı yorumlarken gerginlik ve rekabeti körüklemiştir" (Poulton, 2003). Medya'nın futbola olan etkisi ve kullanmış olduğu dilin İngiltere'de de, Türkiye'ye benzer bir yapı arz ettiği, Poulton'un araştırmasında ortaya konmaktadır. Medya tarafından oynanacak olan karşılaşma öncesinde daha önceki bir takım olaylar bahane gösterilebilmekte ve bunun üzerinde o ülke suçlanmaya devam edilmektedir.

C. TÜRKİYE/AVRUPA: ÖYKÜNME/RÖVANŞ ALMA

Osmanlı devletinde futbol, Türkler tarafından ilk kez oynanmaya başlandığı andan itibaren milli kimliğin temsilinde önemli bir unsur olmuştur. İlk kez Galatasaray lisesinde bir kulüp kurmayı düşünen gençlerin amacı, yabancılara karşı Türklüğü temsil etme düşüncesidir. İstanbul'da kurulan futbol liginde ilk mücadele eden Türk takımı olan Galatasaray'ın 1909 yılında lig şampiyonluğunu kazanması, Türkler arasında büyük sevinç yaratmıştır. Çoğunluğu Rum-İngiliz ve diğer azınlıklardan kurulu

takımların oluşturduğu ligde bir Türk takımının başarı kazanması, Türklük bilincinin gelişmeye başladığı o yıllarda son derece önemlidir. Sadece İstanbul'da değil İzmir'de de kurulan kulüplerin temelinde benzer bir tepkinin etkisi bulunacak ve Karşıyaka Spor Kulübü 1912 yılında, Altay Kulübü ise 1914 yılında kurulacaktır. Karşıyaka kulübünün seçtiği renkler bile o dönemin ruhunu yansıtmaktadır: Kırmızı Türklüğü, Yeşil ise Müslümanlığı simgelemektedir. "1914 yılında milliyetçilik cereyanı, Türkçülük hareketi Altay kulübünde başlamıştı. O devirde; İzmir'de Rum, Ermeni ve İtalyanların etkisi önemli bir sorundur. Devrin valisi Rahmi Bey; Vasfi Çınar Bey ile Necati Beye 'Şark İdadisi' isminde bir okul açtırmıştır. Bu okulun açılmasının amacı ise Rumların ve diğer azınlıkların etkinliğin kırmaktır. Şark İdadisinde Türk gençleri toplanmakta, milliyetçilik cereyanını geliştirmek, Rum-Ermeni-İtalyan etkinliğini kırmak için harekete geçmeyi kararlaştırmaktadırlar. İzmir'de kurulan ve halen Yunanistan'da spor faaliyetine devam etmekte olan Paniainios, Apollon ile Garibaldi, Pelops, İskoş, Evangilidis gibi azınlıkların kurduğu takımlara karşı milliyetçilik hisleri ile yanan gençler Türkçülük hareketini spor sahasında başlatarak etkinliğini sürdüren Rum-Ermeni ve İtalyanlarla mücadeleye girişmişlerdir" **(Altay Spor Tarihi, 1989, 5)**. Bugün üç büyükler diye nitelendirilen Beşiktaş-Galatasaray ve Fenerbahçe'nin, Kurtuluş Savaşı öncesi ve savaş yıllarında işgal kuvvetleri takımları ile yapmış oldukları karşılaşmalarda elde edilen başarılı sonuçlar, İstanbul dışında cepheye ulaştığında sevinçle karşılanmıştır. Özellikle Fenerbahçe kulübünün işgal kuvvetlerine karşı elde ettiği başarılar, işgal altında yaşayan İstanbul halkının takımlarına daha fazla sahip çıkması ile sonuçlanacaktır.

Türk insanı için model olarak gösterilen, buna karşın yüzyıllardır toplumsal bellekte mücadele içinde bulunulan Avrupa(Batı) ülkeleri ile yapılan mücadele futbol çok önemli bir kendini ispatlama alanı sunmaktadır. "Avrupa ülkeleriyle yapılan milli maçlar ve kulüp takımlarının Avrupa kupalarındaki müsabakaları Türk milli kimliğinin kuruluşunda (ve sürekli yeniden kuruluşunda) 'Avrupa Karmaşası'nı (kompleks) anlamak için çok elverişli bir analiz nesnesidir... Kulüp takımları, Avrupa takımlarıyla yaptıkları maçlarda milli takımla –bu da demektir ki milletin kendisiyle eş değer algılanır, **(Türkiye İçin Vur Trabzonum. 19-10-1995 Fotomaç)**. bütün rakip takımlar da 'Avrupa' ortak paydasına indirgenir; böylece her maç bir Türkiye –Avrupa

karşılaşması olarak temsil edilir" (Bora, 2001,567). Kulüp takımlarının Avrupa kupası karşılaşmalarında elde ettiği başarılar sonrasında; **'Türkiye Avrupa Topluluğuna Girdi-Hey Avrupa! –Artık İçim İçime Sığmıyor-Kalk Ayağa Türkler Geliyor'** başlıkları kullanılmaktadır. 1993 yılında Galatasaray, Manchester United'ı eledikten sonra Galatasaraylı Tugay Kerimoğlu'nun 'biz Fenerbahçe-Beşiktaş ve Trabzon sporu çok seviyoruz. Beşiktaşlılar üzülmesinler, onların hıncını aldık' biçiminde beyanat vermesi, Beşiktaş'ı eleyen Ajax ile Manchester United üzerinden Avrupa'yı birleştiren, homojenleştiren ve aynılaştıran eşitleyici söylemin ürünüdür. Erdoğan'a göre, bu durum muhtelif ideolojik politik söylemlerden, gündelik hayat söylemlerine kadar uzanan Avrupa'ya karşı revanşizm/hayranlık ikiliğinin(batı kompleksinin) şizofrenik karakterlerini gösterir. "Futbol'daki 'uluslar arası başarı'ları bilim, sanat ve hatta politika başarılardan ayıran özellik, bu başarıların bir 'millet'in başka bir 'millet' e karşı galibiyetinin en mükemmel mimetik temsili olmasıdır. Başka hiçbir alanda bu kesinlik, bu zamansal yoğunlukta ve görsellikte bir üstünlük temsili fırsatı sağlamıyor, üstelik her an (her maçta) her şey mümkündür ve her şeyin telafisi de vardır" (Erdoğan, 1993, 23).

Avrupa'ya karşı revanşizm/hayranlık ikiliğine medyada kullanılan söylemlerde sıkça rastlanmaktadır. Köşe yazarları çekilen olumlu bir kura için, 'grup değil ballı börek-lokum gibi kura' yorumunda bulunabilmekte, buna karşın durum istenildiği gibi sonuçlanmadığı takdirde ise 'bunları yenemezsek kimleri yeneceğiz' sözüne başvurulmaktadır. 2003-2004 sezonu öncesinde Şampiyonlar Ligi ön eleme maçı oynayacak olan Galatasaray kulübünün rakibi CSKA Sofya –Pyunik maçı sonucuna göre belirlenecektir. 26-7-2003 tarihli birkaç gazete başlığı öz güvenin boyutlarının ne seviyelere kadar çıkabildiğini, hatta rakipler ile dalga geçme boyutuna eriştiğini ortaya koymaktadır:

Fanatik gazetesi 'İkiniz Birden Gelin'/ Fotomaç gazetesi 'Karma Yapsalar Boş'/ Milliyet gazetesi 'Aslan Bunları Yutar'.

Euro 2004 kura çekimlerinde Türkiye'nin İngiltere'nin önünde seri başı olması gazetelerde geniş yer bulmuştur. Türkiye-İngiltere karşılaşması(11-10-2003) gazetelerce 'revanş alma günü' olarak duyurulmuştur:

'Çanakkale'de Başarmıştık...Şimdi Sıra Saracoğlu'nda'. GEÇİLMEZ (Vakit)

'Beklenen Gün Geldi' (Radikal)

'Tek Yürek Tek Bilek İngiliz'e Bu Gerek'-'Gururumuz Türkiye Ver Dersini İngiliz'e (Halka ve Olaylara Tercüman)

'Yenin Şunları Tarihe Geçin' (Güneş)/

'Tarihi Değiştirin' (Posta)

'Her Şey Vatan İçin' (Dünden Bugüne Tercüman'

'Hesap Günü Pış Pışlayın İngilizleri' (Yarın)

'70 Milyon Aşkına' (Fotomaç)

İngiltere'nin ardından grup ikincisi olarak baraj maçı oynamak şansını elde eden Türkiye'nin, Portekiz'de yapılacak olan finallere gitme şansı için; **'Tanrı Yürü Ya Kulum Dedi-Çek Bi Letonya'** başlıkları kullanıldı. Letonya'ya ilk maçta mağlup olunduğunda;

'Aleme Rezil Olduk' (D.B.Tercüman)

'Bu Ayıp Size Yeter' (Posta-16-11-2003)

Türkiye'de oynanan ikinci maçta beraberlik sonucunda Portekiz'deki finallere gitme hakkı yitirildiğinde ise;

'Yazıklar Olsun/Yuh Olsun Gidemedik Portekiz'e (Posta)

'Rezalet/Yazıklar Olsun' (D.B.Tercüman)

'Mazeret Yok, Rezalet Var' (Fotomaç)

'Bizim Kanımızda, Adı Sanı Belli Olmayan Dünya Futbolunda 56. Sırada Bulunan Takımlara Elenmek Yoktu. 70 Milyon Türk İçin Çok Acele 'KAN' Aranıyor' (Fanatik-20-11-2003). başlıkları kullanılmıştır.

Avrupa'ya karşı duyduğumuz öykünme duygusu o denli ileri gidebilmektedir ki, şampiyonlar liginde oynayan iki takımın maçı 'Avrupalıların Derbisi' olarak isimlendirilmektedir. Avrupa'da oynamayı büyük ayrıcalık olarak niteleyen taraftarlar da 'siz hala annenizin liginde mi oynuyorsunuz!' pankartları ile ezeli rakiplerini ve kendi liglerini nasıl görmekte olduklarını ortaya koyarlar. Osmanlı imparatorluğunun son dönemlerinde kabul edilen batının üstünlüğü düşüncesi, yeni kurulan Cumhuriyet için 'ulaşılması gereken medeniyet düzeyi' olarak kabul edilmiş ve Batı(Avrupa) Türk insanının kafasında her zaman farklı bir yer işgal etmiştir. Öykünülen, ulaşılmak istenen ancak bir türlü ulaşılamayan ve ulaşılamadığı ölçüde de

tepki çeken, kızılan bir hedeftir Avrupa. Futbol, bu hedefin gerçekleştirilmesi için kullandığımız araçlardan birisi ola gelmiştir. Avrupa kompleksimiz futbolumuzu uzun yıllardır etkisi altında tutmaya devam etmektedir, futbol sahalarında elde ettiğimiz başarı ya da başarısızlıklar Avrupa'nın bir parçası olma iddiamızı sürdürmede kullandığımız ölçütlerden birisidir. Elde edilen başarılar bu düşüncenin onaylanması anlamına gelirken, başarısızlıklarda ise 'Türk'ün Türk'ten başka dostu yoktur-Herkes bizim karşımızda- Hakemler Türk düşmanı' düşünceleri ile kabuğumuza döneriz. Uluslar arası müsabakalarda kullandığımız slogan dahi bu bilinçaltının seslendirilmesi ve Avrupa'ya yönelik öykünme/revanş alma düşüncesinin dillendirilmesidir. Atılan güzel bir gol için bile 'Avrupai gol' tanımlaması yapılabilmekte, futbolcularımız kendini 'Avrupa'da kanıtlamak istemektedirler. Şampiyonlar liginde oynayan iki takımımızın mücadelesi 'Avrupalıların derbisi'dir. Bir dönem şerefli mağlubiyetler ya da yenildik ama ezilmedik söyleminden bugün gelinen noktada gerek milli takımlar düzeyinde gerekse de kulüp takımları düzeyinde elde edilen başarılar Türkiye'nin Avrupa ile bütünleşmesinde tarihteki 'Viyana kapıları' imgesinin bugün yerini bırakmış olduğu 'Avrupa Birliği' kapılarından içeri futbol aracılığıyla girebilmemizi sağlaması ile bile kısa sürelide olsa taraftar/yurttaşlar için sevindiricidir.

1962 yılında UEFA'ya yapılan başvurunun kabul edilmesi ve bunun sonucunda düzenlenen organizasyonların içerisinde yer alınması, Türkiye'nin Avrupalı kimliğine yapmış olduğu vurguyu güçlendirmektedir. Futbol'da Avrupa grubunda yer almak, Türkiye'nin ulusal dış politikasının spordaki yansıması olarak algılanabilir. Türkiye'nin Avrupa Birliği sürecinde yerine getirmesi gereken aşamalar içerisinde, Türk futbolunun, sporunun da gözden geçirilmesi ve UEFA kriterlerinin yaşama geçirilmesi yer almaktadır. Türkiye'nin içinde yer alıp alamayacağı konusunda net bir şey söylenemeyen Avrupa Birliği konusunda futbol sahaları, daha uzun yıllar öykünme/revanş alma mücadelesine sahne olacaktır.

D. KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE FUTBOL VE ULUS DEVLET

Küreselleşme süreci; ulus devletlerin, ulusal ekonomilerin, ulusal kültürel kimliklerin egemenliğindeki bir dünyadan yeni bir dünya sistemine geçiştir. Bu yeni düzende görüntü egemen bir kültürel yapı hakimdir. Bu yapı kitlelerin davranışları,

yaşam tarzları, tüketim alışkanlıkları, kimlikleri, siyasal tercihleri ve beğenileri üzerinde etkili olmaktadır. Ulus devletin yurttaşı yerini tüketici/müşteriye bırakmakta, bu yeni dönem kendisine özgü yapıların oluşmasına ve eskilerin ortadan kalkmasına yol açmaktadır. Bu süreçten futbol da fazlası ile etkilenecektir, Serbest Piyasa ve Liberalizm tek dünya düzeni haline getirilirken, onun spordaki uygulaması futbolla yapılmaktadır. Bütün dünya ile birlikte Türkiye'de bu sürüklenmenin içinde yer almaktadır. Küreselleşme sürecinde futbol artık eskisi gibi oynanan, izlenen bir spor dalı olmaktan çıkarılmış ve Futbol, metalaşma süreci içerisinde kabuk değiştirmiştir. Buna rağmen küreselleşme sürecinde futbolun ulus devletin yurttaşlarının aidiyetlerini pekiştirmede büyük etkisi olmaktadır. Özellikle milli maçların, yurttaşlık üzerinde bıraktığı etki, elde edilen başarılı sonuçların ardından ulusal birtakım simge ve sembollerin daha fazla kullanılması biçiminde hissedilmektedir.

Spor müsabakalarının ulus kimliğinin inşasında ve pekiştirilmesinde oynadığı role yapılan atıf küreselleşme sürecinde katlanarak çoğalmıştır. 'Bir ülkenin milli takımı, o ulusun ta kendisi' olduğu düşüncesi, ulus devletlerin zayıfladığı, sınırların aşıldığı bir süreçte daha fazla sahiplenilmiş ve milli mücadeleler ulusal aidiyetlerin pekiştirildiği, bayrak ve milli marşlarla taçlandırıldığı dönemler olmuşlardır. Stadyumlarda 'biz' bilincinin yaratan unsurların başında, tutulan takımın bayrakları, flamaları gelir. Bunlar 'biz'i, 'öteki' takımdan ayırmaya yarar ve bu sayede hiç kimse kendi tribününü karıştırmaz. Bayrak; bir taraftar için basit bir bez parçasından çok daha anlamlı bir simgedir, gönül vermiş olduğu renkler onun hayatında ülke bayrağı ile aynı duyguları ifade edebilmektedir. "Birer simge olan takımlar ve onların renkleri, bayrakları, kutsal birer ikon haline gelirler. 'Kutsal İkonlar' aslında hayali bir topluluğa tek başına elle tutulur bir gerçeklik sunan sembolleri, ritüelleri ya da kolektif pratikleri temsil ederler. Kutsal ikonların öneminin bir diğer kanıtı, basit renkli kumaş parçalarının yani bayrakların evrensel düzeyde modern milletlerin sembolleri olarak kullanılması ve bunların son derece değer verilen ritüel tekrarlar ya da tapınma eylemlerini çağrıştırmasıdır" (Hobsbawm,age,93). Özellikle ülke bayrakları milli maçlarda dalgalanmak suretiyle tüm yurttaşları aynı ideale bağlı kalmaya, söylenen ulusal marş ile birlikte tekrar tekrar çağırmaktadır. Billig'e göre; "ulusal marş, kendi ülkelerine tapan bir halk tarafından okunan bir duadır" (Billig, age, 102). Türkiye'de

oynanan her maç öncesinde ulusal marş okunmaktadır ve bayrak, gerektiğinde uğrunda kan dökülebilecek kadar kutsal bir semboldür. Bu kutsal ikonların Türk ulusal kimliğinin futbol üzerinden inşasına büyük katkıları bulunmaktadır.

Türk milli takımının 2002 dünya kupasında kazandığı başarılar sonucunda farklı siyasal düşüncelere mensup iki dergide de(**Aydınlık dergisi-30-6-2002 ve Dünyada Türk Haber dergisi-1-7-2002**) ulus devlet yurttaşı olmanın önemi üzerinde durulmuştur. Doğu Perinçek(Aydınlık dergisi-s.3) baş yazısında bu durumu şöyle yorumlamaktadır. 'Milli takımın, tekmil milleti ayağa kaldırması, yaşadığımız tarihsel süreci bize hatırlatmıştır. Milyonların elinde dalgalanan ay yıldızlı al bayrak, bulunduğumuz çağı ve cepheyi işaret etmektedir. Hiçbir güç, o milyonların eline 12 Havarili Avrupa bayrağını veremez'.

Asaf Güven Aksel'de yine aynı dergide(s.4'te) 'Türkiyemizi Yeniden Keşfettik' başlığını taşıyan yazısında; 'Türkiye, futbol takımı nezdinde insanlarına kendisini kabul ettiriyor ve umut aşılıyordu... Toplum sahaya çıkıyor, başarıyordu. Başardıkça kendine güveni artıyor, küllenmeye bıraktırılmış değerlerini canlandırıyordu. Artık, Amerikan bayraklı gömleklerdi garipsenen, hafifsenen, göğüslerde övünülen, başarılı ülkenin adı yazıyordu. Bayrak taşımak, bayrak asmak konusunda bulanan bilinçler duruluyordu. 'Türkiye sen bizim her şeyimizsin!' sloganı, bunun ifadesiydi şimdi...Anımsıyorduk ulus olmayı!'.

Baran Dural (**Dünya'da Türk Haber dergisi**, s.16-17)ise 'Popüler kültürün taşıyıcı unsuru futbol' başlıklı yazısında; 'ulus devletin geleceği meselesinde futbol sayesinde yol alındığını belirtmektedir. Ona göre, ülke bir ve bütün olmuştur... Bugüne dek maça gidenleri, 'futbol magandası-kültürsüz kalabalıklar' olarak nitelendirenler, kırmızı-beyaz rengi giyimlerinde kullanmayı 'aşağı sınıf takıntısı' şeklinde algılayanlar, hatta eline hiç Türk bayrağı almamış olanlar günlerdir gerçek birlikteliğin ve yurttaşlık kimliğinin o iki rengin temsil ettiği değerler altında toplanarak yaşanabileceğinin şuuruna vardılar'.

İçinde bulunulan dönemde futbolun, ulusal kimliğin inşasında ve pekiştirilmesindeki etkisi göz önüne alındığı takdirde, bir anlamda ulusal kimliğin-futbolla iç içe ilerlediği söylenebilir. Bu durumun yarattığı sıkıntıları da göz ardı etmemek kaydıyla, özellikle ırkçılık- milliyetçilik ve şiddet yolunda ilerleyen taraftar

kitleleri için bu süreç uygun bir mazeret ortamı yaratmaktadır. Avrupa'daki göçmen işçi dalgasına ve orada yaşayan nüfusa duyulan nefret, futbol sahalarında da kendisini hissettirmeye başlamıştır. Sahalarda yaşanan ırkçılığın dozajı artınca UEFA 2003 yılında Irkçılıkla mücadele için yeni yaptırımları uygulamaya koymak zorunda kalmıştır ancak tüm bu önlemlere rağmen pek çok farklı ülke holigan grubunun ırkçı eğilimler konusunda internet üzerinden yaptıkları işbirliği devam etmekte ve bazı maçlarda bu işbirliğinin sonuçları sahaya yansıtılmaktadır.

Küreselleşme sürecinin futbol üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmenin yolu bu sürecin kültürel ve ulusal farklılıklar üzerindeki etkilerinin neler olduğunun tespit edilmesinden geçecektir. Futbol, evrensel bir referans olmasına karşın her ülke kendi kültürel ve ulusal farklılıklarını futbola yansıtmakta ve futbola bu şekilde kendisinden yeni bir şeyler katabilmektedir. Bu ise özellikle futbol sahalarında yaşanan şiddet hareketlerinde daha belirleyici bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Türkiye'de bayrak son derece önemli bir gösteren ve sembolik bir değerin ötesinde anlamlar ifade etmektedir, buna karşın Avrupa'nın bir çok ülkesinde böyle bir durum söz konusu değildir. Birbirlerine yaklaşımları daima mesafeli olan iki ülke İngiltere ve Türkiye'nin aslında bir hayli ortak özellikleri söz konusudur. Her iki ülke insanı da Avrupa'yı oluşturan diğer milletlerden çok farklıdır, iki ülke Avrupa'nın dış sınırlarını oluşturmakta ve bu durum futbolda da kendisini göstermektedir. Her iki millet de kültürel kimlikleri konusunda çok hassaslar ve ayrıcalıklı olduklarını sürekli öne çıkartmaktadırlar. İngilizlerin kendi sınırlarının ötesine taşan bir şiddet anlayışları mevcut iken, Türklerde şiddet bir yaşam biçimi olarak hayatlarının her alanında kendisini gösterebilmektedir.

Futbol, sadece Avrupa'da değil tüm dünyada farklı kültürlerin ilişkiye geçmesinde aracı bir rol oynamaktadır. Bu süreç, küreselleşme olgusunun tam ortasında yer almakta ve futbolun birleştirici gücü sayesinde, dünyadaki her ülke birbiri ile karşı karşıya gelebilmektedir. Bugün dünyanın popüler olduğu kadar birleştirici de olabilen tek spor dalı futboldur. "Futbol, evrenselciliğiyle parlamış ve farklı milliyetlerle kökenlerin kaynaşmasından hep zenginleşerek çıkmış bir spordur. Bir çoğulculuk ve hoşgörü okulu olan futbol, insana çocukluğundan itibaren dünyayı ve onun çeşitliliğini öğretir...Müzik veya edebiyat gibi, futbol da kültürleri ve ülkeleri

yakınlaştırmak konusunda vazgeçilmez bir sınır aşıcı olmasının yanı sıra...küreselleşme ve eğlence sanayisinin zafer çağında, dünyanın en küresel işidir" (Authier, age,14-41) Meşin yuvarlağın para ile olan ilişkisinin artması hiç şüphesiz oyunun ruhuna yapılacak müdahaleleri de beraberinde getirecektir. Çünkü ekonomide yaşanan küreselleşme süreci sporu/futbolu da kendi çıkarları çerçevesinde yeniden yapılandıracaktır. (yapılandırmaktadır da)

Futbol sahalarında son yirmi yıldır giderek yükselen milliyetçi dalganın ardında küreselleşme sürecinin ortaya çıkardığı yeni değer yapılarının da etkisi bulunmaktadır. Sınırların aşındığı, ulus devletlerin zayıfladığı yeni dünya yapılanması içinde siyasetin ağırlığı azalmakta buna karşın farklı kimliklerin ön plana geçme süreci hızlanmaktadır. Futbol taraftarlığı ulusal kimlikle örtüşmekte, stadyumlar milliyetçi dışa vurumun yaşandığı yerler olarak görülmektedir. Yeni cemaatçilik anlayışı içerinde, birey grubun dışında da kendini bulabilmektedir, bu açıdan futbol taraftarlığının yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir. Özellikle internetin yaygınlaşmasından sonra futbol taraftarları arasında birbirinden bağımsız olarak kurulan çok sayıda birliktelik/cemaat söz konusudur. Bu birliktelikler/cemaatler Avrupa ülkelerinin yanı sıra Türkiye'de de hızla yaygınlaşmaktadır. Kültürel kimliği sıvı ve heterojen olarak düşündüğümüzde farklı taraftar grupları arasında kimliklerin sürekli değişebildiğini ve bunda yeni sosyalleştirme aracı olarak internetin farklı kültürlerin birbirlerini tanımaları anlamında taraftar gruplarına yeni imkanlar sağlamakta olduğu anlaşılabilecektir.

V. İDEOLOJİNİN FUTBOLU-FUTBOLUN İDEOLOJİSİ

Futbolun başarısının temel nedeni yaygın kabul görmesinden kaynaklanmaktadır. Futbol hayli geniş hayran tabanından (dünyanın her yerinden ve her kesiminden olan insanlardan) önemli ölçüde destek görmektedir. Başka bir şekilde söylemek istersek futbol; çok anlamlılığın kralıdır. Ne kadar çok anlamlığa sahip metin üretirse, popülarite potansiyeli de o oranda artmaktadır. Bu açıdan futbolun birçok avantajı bulunmaktır. Birincisi, futbol, birbirinden farklı çeşitli duygulara seslenebilme yeteneğine sahiptir. İkincisi futbol pek çok kişi için kendi dünyalarını kurmalarında bir anlamlılık kaynağı olabilmektedir (grup içi aidiyet-kimlik kurma ve geliştirme, bir bütünün parçası olma gibi duyguların yanı sıra) futbolun siyasal, kültürel, ekonomik,

psikolojik, sosyolojik yönlerinin yanı sıra ideolojik bir yönü de bulunmaktadır. "Futbol, yaygın düşüncenin tersine, toplumun büyük sorunlarının dışında kalan kurtarılmış bir bölge değildir. Aksine, büyük ekonomik çıkarlar, ideolojik çarpışmalar, ulusal ve uluslar arası politikalarla şekillenen alanlardan biridir. Futbol, çağımızın sorunlarının aynasıdır. Futbol toplumlarımızın aynasıdır" (Wahl, 2005, 79). Futbol, toplumsal bir ortak payda oluşturmasının yanı sıra, ideolojik bir paylaşımı da yaratmakta ve aynı zamanda ideolojinin yaşamasına da katkıda bulunmaktadır. Tüm dünyanın küresel bir stadyuma dönüştüğü bir dönemde futbol, kuşkusuz en global spor dalı haline gelmiştir. Futbol, insanların büyük çoğunluğu açısından keyif alınan bir oyunken aynı zamanda yaşamlarının önemli bir kaçış mekanizmasıdır da. Futbol, bazıları için yoksulluktan, güçsüzlükten kurtulmak anlamına gelmekte, bazıları içinde hayatına anlam katmanın bir yolu olmaktadır. Milyonlarca kişi futbol aracılığıyla gündelik yaşantısında karşılaştığı sıkıntılardan bir süre de olsa uzaklaşabilmektedir. "Bir ritüel olarak futbol, kendi çevre ve şartlarının ötesinde bir gerçekliğe konumlandırılmış başka bir şeyin, tek boyutlu temsili gibi değerlendirilemez. Futbol sahici bir sosyal gerçeklikle, kendince bir bağ kurar. Futbol içi bağlamlarda meydana gelen hareket ve olaylar, daha geniş bir sosyo-kültürel sürecin aynasından ibaret değil; bir toplumun, kendi merkezindeki ahlaki, siyasi ve varoluşa dair meseleleri ortaya koyma sürecinin bir parçası gibi değerlendirilmelidir" (Hognestad, 1997, 195).

Çalışma dışında kalan boş zamanı doldurmak amacıyla giriştiğimiz faaliyetlerden birisi de eğlencedir. Futbol, kitleleri bir sürede olsa eğlendirerek gündelik hayatın sorunlarından, sıkıntılarından uzaklaştırmakta ve rahatlamalarını sağlamaktadır. "Egemen olan sınıf mutlak olarak politik ve ideolojik yapıya da şekillendirmek ister şekillendirir de...Her toplum, hatta her iktidar kabul edilmek üyelerinin hepsinin değilse de büyük bir bölümünün rızasını sağlamak zorundadır, bu katılış olmadan kurulmuş toplum da olmaz. Saf şiddetle temellenmiş bir toplum yoktur. İşte bu katılışı, baskı altında olanların ve sömürülenlerin boyun eğişini sağlayan, ideolojidir. İdeoloji, onları kendi gözlerinde öyle göstermektedir ki, bu, maddi zenginliklerden başka manevi muvafakatını ve hatta katılışını da zorla sağlamaktadır onların... Kapitalizm, eski eğlence biçimlerini devralır, ancak yetersizliklerini gidermek için onları değiştirir. Yeni eğlence türleri yaratır" (Eken,1976, 42-43). Her hakim düzen,

hakimiyetini yerleştirebilmek, ayakta kalabilmek ve iktidarını sürdürebilmek için astlarına, hayatlarını anlamlandıracak bir takım şeyler sunmak zorundadır. Spor, bu eğlence/anlamlandırma türlerinden birisidir. 19.uncu yüzyılda spor çeşitli amaçlar doğrultusunda yaygınlaştırılmaya başlanmıştır. Günümüzde ise tüm dünyada futbolun spor olgusunun önüne geçtiğini görmekteyiz. "Futbol, diğer tüm eğlence, geleneksel şamata biçimlerini geride bırakıp tüm dünyada açık farkla kabul görmüş bir dünya eğlencesi olmuştur. Tarihin ilk gününden beri hiçbir kültürel olay, bu kadar büyük bir yaygınlık ve beğeni kazanamadı" (Genç,2002,19). Adeta hayatın yoğunlaştırılmış bir hali gibi görünen futbol da, insanlar yaşamları içinde adını koyamadıkları pek çok şeyin yansımasını bulmaktadırlar. Biraz da bu nedenle futbol, artık sadece futbol değildir. Futbol, oynanan oyunun ötesinde pek çok şeyle ilintilendirilen ve anlamlandırılan bir oyun halini almıştır. Futbol, insanoğluna bir oyun olmanın ötesinde eğlence, iktidar, güç, üzüntü, sevinç, ulusal onur ve hepsinden de öte kendi kimliklerini, kendilerini bulabildikleri bir dünyanın anahtarını sunmaktadır. Futbol sadece kimliklerin oluşmasına katkıda bulunmaz aynı zamanda farklı sosyal kimliklerin karşılaşmasına ve birbirlerinden etkilenmesine de vesile olur. Bu açıdan farklı ülkelerin birbirleri ile oynadıkları milli maçlar ve diğer kulüp takımlarının kupa mücadeleleri küresel bir dünya kültürünün yaratılmasına ve yaşatılmasına da aracı olur. Kimlik, günlük yaşamdaki kültürel aktiviteler içerisinde yeniden oluşturulur ve kimliğin bu oluşum sürecinde spor/futbol gibi etkinliklerin büyük katkısı olur. Murat Belge 'İdeoloji Üstüne' makalesinde, bir ideolojik söylemin içinde geçen nosyonlar hiyerarşisinin tepesinde yer alan ana nosyon, o ideolojik söylemin belirli bir topluluk halinde birleştirdiği(sıvadığı) insanların kimliğini gösterir: "'Türküz', 'müslümanız', 'işçi sınıfıyız' vb (Galatasaraylıyız-Fenerbahçeliyiz-Karşıyakalıyız gibi) Dolayısıyla ideoloji bir topluluğun ürünüdür ve aynı zamanda topluluğun içinde kimliğini bulduğu, tanımladığı, başka topluluklara karşı tavrını belirlediği vasattır... Herhangi bir ideolojik söylem, belirli toplumsal sınıflara yöneltilmiş bir 'çağırmalar sistemi'dir, bu anlamda, bir öneridir. 'Bu çağırma/adlandırma yoluyla şu kimliği kabul edersiniz, ortak sorunlarımızı şu ve şu yollardan çözebiliriz' içeriğine sahiptir" (Belge, 1978, 78-79).

Futbolun yaşam ile kurmuş olduğu bağ öylesine güçlüdür ki, futboldan uzaklaştığınızı zannettiğiniz bir ortamda aslında futbola daha da yakınlaşmış olursunuz.

Çünkü futbol, toplumsal yapı içerisinde her geçen gün daha fazla yer işgal etmeye başlamıştır ve bu işgal sonrasında toplumsal ortak paydanın yaratılmasında, güçlendirilmesinde de daha fazla rol oynamaktadır. Belge'ye göre, futbolseverlik bir hayli karmaşık bir olaydır, adeta hayatın içindeki birçok olayın duygunun, tutkuların aktarıldığı bir alandır. Futbol gibi spor dalları, başka derneklerinkine pek benzemeyen bir tarzda ideoloji yayarlar çünkü 'üyelik' statüsünü aşan bir taraftarlık olayı yaratabilirler. Aynı zamanda, ülke çapında ünlü takımlar ve başka ülkeler karşısında 'bizi' temsil edecek 'milli takım' vardır. "Böylece özellikle futbolun yarattığı ideolojik yapı, neredeyse politik yapının bir paradoksu gibidir. 'Tirespor-Bandırmaspor' gibi, bölgesel bağlılığımızı çeken takımlar vardır. Fenerbahçe-Galatasaray-Beşiktaş ulusal politik partilere benzer. Tepede ise milli devletimizin paraleli 'milli takım' bulunur...Bütün bu kurumları, eş değer saymak, aynı ortak paydayla açıklamak güç. Kimisi ideolojinin daha doğrudan doğruya üreticisi(aile, okullar vb.) kimisi, üretmekten çok destekliyor var olan ideolojiyi. Kimi gününü büyük ölçüde doldurmuş, kimi değişiklik geçiriyor, kimi yeni oluşuyor. 'Ortak payda', belki 'ben/biz/ötekiler' ilişkisini yansıtmaktaki ortaklıklarıdır. Şu halde sayılan kurumların, kulüp, dernek ve benzerlerinin çoğu ideolojiyi gerçek anlamda üretmez, var olan ideolojiyi çoğaltır, destekler, pekiştirirler. Toplumun somut, maddi koşullarıyla düşüncelerimiz arasında somut bağlantıyı sağlarlar" (Belge, 1979, 59-60).

19. yüzyılın ortalarında başlayan modern futbolun serüveni, modernleşme ve sanayileşme süreçleri ile üretim ve organizasyon modelleri arasında bir paralellik içermektedir. Futbol, değişen dünya koşullarına ayak uydurmayı başarabilmiş ve kendisini yeniden yapılandırmak suretiyle, gelişmeleri en az hasarla atlatabilmiştir. Klasik organizasyon sürecinin ve bant sisteminin yaşandığı 20.yüzyılın başlarından 1950'li yıllara kadar geçen sürede futbol; daha yavaş ve ülkelerin kendilerine özgü ekolleri çerçevesinde oynadıkları buna karşın futbolcuların rol ve görev tanımlamalarının standart bir yapı içinde seyrettiği yapısıyla tıpkı fordist üretim modelini ve onun organizasyon sürecine olan etkilerini andırıyordu. Televizyonun Amerika Birleşik Devletlerinden sonra Avrupa ülkelerinde de yaygınlaşmaya başladığı 1950'li yıllar aynı zamanda futbol-televizyon evliliğinin başlayacağı yıllar olacaktır. "Futbol yayınları-kültürümüzde kendini algılamanın en önemli biçimi haline gelen –

televizyona 'program kılavuzu' olarak hizmet ediyordu...1954 yılında, ilk kez bir futbol dünya şampiyonası İsviçre'den canlı olarak nakledildiğinde, on iki ay içinde Federal Almanya'daki televizyon aygıtı sayısı yaklaşık 11.000'den 85.000'in üstüne çıkacaktı" (Klose,age,374). Futbolun, her maç için bir yeni yaratabilme yeteneği, futbolun kendini tüketmemesini sağlamakta ve futbol oyununun gelişme-değişme potansiyellerini bünyesinde barındırmakta olduğunu gösterir. 1974 yılında yaşanan petrol krizi sonrasında değişmeye başlayan organizasyon modelleri ve gelişen yeni haberleşme teknolojileri Post Fordist, esnek üretim modeli ve anlayışının tüm dünyada yaygınlaşmasını sağlayacaktır. Ekonomi alanında başlayan, işletmelere, organizasyonlara doğru gelişen yeni üretim ve örgütlenme anlayışı futbol sahalarında ve kulüplerin yönetim modellerinde adeta bir devrime yol açacaktır. Hız çağında, her şey hızlanmıştır, hayatın ritmi ve futbolun oynanma biçimi de bu süreçten bağımsız değildir. Futbolda artık ekollerin, katı sistemlerin, takım içinde belirli futbolculara yönelik beklentilerin yerini farklı ülkelerin en iyi olduğu alanların bir araya getirildiği 'kıyaslama-yeniden yapılandırma' modelleri almıştır. Antrenman teknikleri gelişmiş ve futbol ile bilim arasındaki bağlantının düzeyi en üst noktalara ulaşmıştır. Oyunun iş'e dönüştüğü bu yeni dönemde spor bilimi de büyük gelişme göstermiştir. Ancak bu gelişme Jennifer Hargreaves'e göre bir takım sorunları da içermektedir. Çünkü pozitivist perspektiften spor, "en önemli ekonomik, politik ve ideolojik yanlarını maskeleyen sağduyusal, ideolojik bir form içerisinde toplum açısından fonksiyonel bir şey olarak kavramsallaştırılır. Bu yolla spor bilimi paradigması sporun toplumsal karakteri hakkındaki egemen tutumları üstü örtük bir biçimde onaylamış olur... Tarihsel olgular ve analitik kategoriler sanki onlar birbirinden bağımsızmış gibi sunulmaktadır. Açıklamalar çoğunlukla sporun tekil öncülleri etrafında kurgulanmaktadır. Spor böylelikle karakteristik bir biçimde toplumdan soyutlanarak ve homojen bir biçimde ele alınmaktadır. Sözgelimi sportif milliyetçilik tarih dışı ve problematik olmayan bir soyutlama türü gibi verilmiş bir olgu olarak ele alınmaktadır" (Hargreaves(Jen), age, 2). Zamanın ve mekanın sınırlarına göre futbolun bünyesinde yaşanan dönüşümleri anlamanın ve bunu toplumsal yaşama aktarabilmenin yolu, futbolu disiplinler arası bir anlayış ve dil-söylem kullanarak incelemekten ve yorumlamaktan geçecektir.

A. BİR META ÜRETİM SÜRECİ OLARAK FUTBOL-İDEOLOJİ İLİŞKİSİ

Kapitalist üretim biçimi ve spor/futbol örgütlenmesi arasında yakın bir ilişki vardır. Popüler spor uygulamaları aracılığı ile toplumsal yaşam biçimlendirilir. Başarı kavramına yapılan abartılı vurgu, spor-kapitalizm ilişkisini ortaya koyması açısından bir hayli anlamlıdır. Hız kültürü-modernite-ölçülebilirlik ve başarı kavramları arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Modern sporun kentsel ortamın bir parçası olduğunu, caz ve ritimler ile birlikte 1933'e kadar ki popüler kültürün üç ayağından birisini oluşturduğunu ileri süren Hoberman'a göre; "oyun ve spor arasındaki kopma, oyunun eski sporun ise yeni olması dolayısıyla ortaya çıkar. Sporun kitlelerle, kitle iletişim araçlarıyla, makinelerle ve dinamizmle kurduğu bu yakın ilişki onu kentin stilistik bir ifadesi haline getirmiştir. Spor, aynı zamanda hız süreçleri üzerine odaklanmış metropolisin kalabalıklarıyla ve başarı kültüyle de ilişki halindedir" (Hoberman,age,11) Sporun başarı, rekabet ve toplumsal yaşam içinde nasıl bir yer ihtiva ettiği üzerinde duran bir başka bakış açısı ise; sporun genellikle'rekabete kilitlenmiş bireyleri ihtiva ettiğini' içeren genel ön kabul üzerinde durmak suretiyle, sporun bir ideolojik değer ve aktarım aracı olarak nasıl bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Spor oyunları/sporu icra etmek bireysel yetenek ve güç kullanımı gerektirmektedir ve başarı ve başarısızlıklar bireysel başarımlardır. Spor, bireylere başkalarına karşı kendilerini sınama ve onların rekabetçi performanslarıyla kendilerini ölçme imkanını yaratmaktadır ve bu insanlar arasındaki en eski ve en doğal etkileşim formudur. Clarke'a göre, bu durum 'kendiliğinden apaçık' gibi görünür fakat bu toplumun doğal durumu gibi bu konuyla ilgili olan öncüllerle ilintilidir. Sosyal yaşam 'rekabete dayalı bireyciliktir', bu bakış açısından hareketle spor ve sosyal imajlar arasında kurulan çapraz/karşılıklı bağlantıları görmek olanaklıdır. "Böylece siyasal bir ideoloji olarak rekabete dayalı bireycilik doğal bir insani durum olarak sunulur. Bu sunumda, 'bu doğallığı inşa etmek için sporla ilgili imaj ve analojilerden yararlanılır'. Böylece toplumsal olarak bireyler, başarının 'en üstte' yer almaya olanak sağladığı yarış ve çekişmeye angaje kimseler olarak sunulur. Diğer yandan da bireyler olarak siyasal bir kimliğe ilişkin sosyalizasyonumuz yoluyla biz kendimizi sporda tanıyabiliriz. Zira spor 'rekabet eden bireyler' olarak bizim kimliklerimizi tasdik eder ve güçlendirir/pekiştirir...Takım

oyunlarında da toplumsal yaşamın diğer alanlarından alınan ideolojik tema ve pratiklere referanslar bulunmaktadır... Bu oyunlarda örgütlü ve sistematik bir iş bölümü önemli hale gelmekte 'iş miktarı' ve prodüktivite/verimlilik gibi temalar öne çıkmaktadır. Bunlar sanayileşmiş bir ekonomiden alınan uygulama ve imajlardır. Sporun dışında yer alan yöneten ve yönetilen, egemen ve tabi olan sosyal gruplar arasındaki farklılıklar ve çatışmalar da spora ait metafor ve imgelerin kullanılması ile maskelenir. Fabrikadan ulusa, bize bir takımın üyeleri olarak kendimize ilişkin imajlar sunulur. Bize kazanç yarışında diğer fabrika ve diğer ulusal topluluklara karşı rekabet içinde olmamız gerektiği öğütlenir " (Clarke&Clarke,age, 63-64).

Spor, 1920'lerden itibaren, Frankfurt okulunun tanımladığı şekliyle, tüketim fetişizminin karakteristiklerinden önemli bir çoğunu içeren alan halini almıştır ve spor özellikle de futbol, işçi sınıfının kitle toplumuna dahil olma sürecinde önemli bir rol oynamıştır. Kapitalist üretim biçimi ve onun yaşama yansımaları, meta üretimi üzerine kurulmuştur. Bu yüzden de sadece üretim sürecinin yapıldığı alanları yani iş'i değil, iş dışında kalan alanları da kontrol altına alacak stratejileri ve düzenlemeleri içerir. Frankfurt okulunun 'kültür endüstrisi' kavramı ile vurgu yaptığı bu süreçte, hayatın her alanı metalaştırılmakta ve böylece hakim ideoloji kitlelerin bilincinde yeniden üretilebilmektedir. Ortak duyunun yaratılması için iş dışında kalan 'serbest zamanların' planlanması ve örgütlenerek sisteme uygun alanlar oluşturulması gerekir. Serbest zaman diye adlandırılan ve öznelerin kendi istek ve arzularını yerine getirdiklerini zannettikleri süreler bile, önceden planlanmış-düzenlenmiş eğlence/oyun adı altındaki işe dönüşmüş etkinliklerin yerine getirildikleri zaman dilimleri haline dönüştürülmüşlerdir. "Eğlence, geç kapitalizm döneminde işin bir uzantısıdır. İşin daha iyi bir şekilde gerçekleşebilmesi için verilen bir aradan ibarettir...Modern özne, sadece çalışırken değil ama daha çok eğlenirken teslim olmaktadır. Kültür endüstrisi, kendi tüketicisi olan modern bireyi kendisi üretmektedir" (Dellaloğlu, 2003, 102-103). Hargreaves'a göre, futbol geleneksel katılımcı eğlence ve kutlamaların karakteristiğini en yoğun biçimde taşıyan modern popüler kültür pratiklerinden biridir. Meta alışverişini temel alan kapitalist üretim süreci yalnızca iş hayatını değil, ondan arta kalan boş zaman diye nitelendirilen süreyi de kendi kontrolü altında tutmaktadır. Adorno bu konuda şunları ileri sürmektedir: "İleri kapitalizmde eğlence işin bir uzantısıdır. Makineleşmiş iş sürecinden

kaçmayı arzulayanlar, iş hayatına yeniden tahammül edebilmek için eğlence arayışındadır...Spor, makinelerin kendisinden alıp götürdüğü fonksiyonları insanoğluna iade eder ama ne yazık ki onu yeniden aynı makinenin hizmetine sokup insafsızca disipline etmek için... Bütün ideolojilerde olduğu gibi spor ideolojisi de kapitalist sistemdeki üretim ve toplumsal ilişkilerin gerçek yapısını gizler. Bunlar sanki 'doğal' mış gibi değerlendirilir. Spor kuruluşlarında yer alan bireylerin aralarındaki ilişki, şeyler arasındaki maddesel ilişkiye dönüştürülür: Maç sonuçları, makineler ve rekorlar. Bu süreçte insan bedenine bir meta gibi davranılır"(Bambery, age, 84).

Sanayi sonrası dönemde ekonominin büyük bir kısmı bizzat kültürel mal ve hizmetlerin üretiminden oluşmaktadır. Kapitalizmin mal ve hizmeti tüketecek kitleyi ürettiği bu yeni dönemde; turizm, boş zaman faaliyetleri ve sportif etkinlikler son derece önemli hale gelmişlerdir. Çünkü bu etkinlikler, kapitalist ekonominin arzuladığı birey tipinin üretilmesi için elverişli ortamları sunmaktadır. Artık, uluslar arası futbol karşılaşmaları, olimpiyat oyunları gibi devasa organizasyonlar oyunun ötesinde iş haline dönüşmüş etkinliklerdir ve bu etkinliklere katılacak olan bireylerin neyi-nasıl ve ne şekilde tüketecekleri çok önceden planlanmıştır. Bu planlamada yıldız sporculardan yararlanılmaktadır. Yıldız sporcular, medyanın da etkisi ile toplumsal yaşam içerisinde hayatlarımıza ortak olmakta ve bizlere bir takım rol modelleri olarak yol göstermektedirler. "Şöhret kültürü bireyselliğin ve kişiliğin değerini arttıran çeşitli öznellik biçimlerini dile getirir ve meşrulaştırır. Düzen ve itaat bu araçlar yoluyla üretilir. Örn. Pete Sampras, Magic Johnson, Martina Hingis, David Beckham gibi spor şöhretlerinin sahip oldukları üstünlükler 'hepimize örnek olsun' diye öz-disiplin, eğitim ve maddi başarı arasındaki bağın altını çizer. Bu spor şöhretleri, tipik olarak bireycilikten ve toplumdaki kişisel rekabetten oluşan iki yönlü etiğin üstünlüğüne katkıda bulunan, en üst düzeyde yetenekli ve çalışkan bireyler olarak tasvir edilirler. Aynı zamanda şöhretin spordaki başarıda şansın vurgulanması, kitleleri, yaşamın olanaklarını bu kadar eşitsiz dağıtan bir sistemin dağıtım mantığını sorgulamak yerine; yaşama karşı kaderci bir tutum benimsemeye teşvik eder. Bu bağlamda sporun açık işlevi kitleleri eğlendirmek ise, gizli işlevi de toplumsallaştırmak için taklit etmemizi sağlayacak rol modeller sunarak, modern dünyaya bireylerin uyum sağlamasına yardımcı olmaktır" (Arık, age, 174-175). Futbolun önde gelen yıldızlarından olan David

Beckham, hiç kuşkusuz, futbol endüstrisi için vitrini süsleyen en önemli değerdir. Türkiye'de 2002 dünya kupası döneminde milli takım kalecisi Rüştü Rençber'in maçlarda gözlerinin altını kömürle boyamasının ve Ümit Davala'nın saçlarını Kızılderililer gibi kestirmesinin ardından, ülkenin her yerinde benzer eğilimler ortaya çıkmış ve çocuklar bu futbolcuları taklit etmişlerdir. David Beckham'ın yarattığı etkinin çok gerisinde olmakla birlikte aynı dönemde İlhan Mansız da özellikle genç kız dergilerinin kapaklarını süslemiş, posterleri odalara asılmıştır.

Futbol endüstrisi içinde bulunduğu yeni döneme özgü taraftar tipini yaratmakta gecikmeyecektir. Taraftarların/müşterilerin özeneceği yıldız futbolcuların formalarının pazarlanması ve maçlara bu formalar ile gidilmesi yeni bir süreci başlatmıştır. Bu gelişmenin farkında olan kulüpler de formalarını sürekli olarak değiştirmekte ve müşterilerini bu ürünlerden almaları için yeni yolları/transferleri kullanmaktadırlar. Artık yeni transferler soluğu kulüplerin resmi satış mağazalarında almakta ve kendi adlarını taşıyan 'yeni' formaları müşterilere imzalamak suretiyle tanıtımını yapmış olmaktadırlar. Muteber olan taraftar tipi, kulübünün markalı ürünlerini satın alıp, hayatının her alanında kullanabilen, takımının devamlı bir müşterisi konumunda olan bireylerden oluşmaktadır.

B. SPOR/FUTBOL-İKTİDAR İLİŞKİSİ

Toplumun ideoloji üreten temel kurumları, birbirlerini pekiştirmelerinin yanı sıra ekonomik, politik ve kültürel iktidarın temel modlarını da sağlamlaştırmak için hizmet etmektedirler. "İdeolojik aygıtlar toplumdaki iktidar örgütlenmesinin parçasıdırlar ve toplumsal iktidar ilişkileri devlet içinde yoğunlaşmış ve kristalize olmuştur. İdeolojik egemenlik biçimlerinden birisi uzlaşmadır. Yönetilenlerin onları yönetenlere, dünyadaki başka şeylerin hem kendi boyun eğişlerinden hem de alternatif bir rejim olanağından daha önemli olduğunu düşünecek biçimde koşullandıkları için itaat ettikleri bir duruma gönderme yapar, söz konusu başka şeylerin arasında(sömürüyü görmezden gelerek) iş performansı, boş zaman, tüketim, aile, cinsel yaşam ve sporu sayabiliriz. Bunların tümü de insan yaşamının merkezi yanlarıdır ve uzlaşma egemenlik altındakilerin belki de en yaygın kabullenme biçimidir" (Therborn,1989,80). Bir toplumsal kurum, toplumdaki düzenin birçok yönünü özellikle günlük yaşamımızın

şekillenmesinde etkili olan değerleri, beklentileri, ilgileri, çıkarları tanımlar. Ayrıca, bu toplumsal kurumlar bireyin toplumda nasıl davranması, tavır göstermesi konusunda eğitici bir fonksiyona da sahiptirler. Bir toplumsal kurum olarak spor da, bu fonksiyonları yerine getirmektedir. Ayrıca spor, iş dünyasını, kitle haberleşmesini, televizyonu, giyim endüstrisini, sosyal prestiji, reklam ve propagandayı, uluslar arası ilişkileri ve buna benzer uğraşları da etkileme gücüne sahiptir. Sporu anlayabilmenin ve açıklayabilmenin yolu, sporun içinde yapıldığı toplumun ideolojik ve kültürel yapılarını anlamaktan geçecektir. Aksi takdirde spora yönelen her türlü anlama edimi, sporun toplumsal yaşam ile kurmuş olduğu bağlantı içerisinde yerine getirdiği işlevleri ve ilişkileri değil, sadece görünen sportif etkinlikleri ve sonuçları açıklayabilecektir.

Toplumun ideoloji üreten kurumları arasında bir karşılıklılık söz konusudur ve bu kurumlar toplumdaki iktidar örgütlenmesinin birer parçası olarak ortak duyunun inşasına katkıda bulunurlar. Geniş kitleleri etkisi altına alabilme gücü nedeniyle sportif etkinlikler özellikle de büyük organizasyonlar (olimpiyat oyunları, dünya futbol şampiyonası, şampiyonlar ligi organizasyonu gibi) toplumsal yaşam için ortak duyunun ve birlikteliğin yaratılmasında etkilidirler. Özellikle uluslararası futbol karşılaşmaları(zaman zaman birbirine düşman ülkeleri bir araya getirebilmektedir) sırasında ulusal kimlik ve beraberliğe yapılan vurgu üst düzeylere ulaşmaktadır.

Murat Belge 'ideoloji üstüne' isimli makalesinde ideoloji, dünyaya belli bir bakış tarzıdır fakat bu 'dünyaya belli bir bakış tarzı', aynı zamanda, insanın kendini belli biçimde tanıması ve tanımlaması demektir. Bu nedenle ideoloji yalnız dış dünyayı açıklamakla kalmaz, o ideoloji içinde yaşayan insana da bir kimlik verir. " Bir örgütün üyelerine yüklediği kimlik aynı zamanda, onları başka örgütler içinde yaşayan insanların kimliklerinden de ayırır. İdeoloji bir bireye, kendini koyduğu yere kendini tanıma biçimine göre dış dünyayı açıklattığı gibi, kendisinden başka insanları da kendine verdiği kimliğe göre görmelerini sağlar...Toplumun 'sıvası' olan ideoloji, toplumun bir arada var olmasını sağlamak için 'ben'in 'biz'le ilişkisini düzenler, kurallara ve değerlere bağlar. Aynı zamanda 'biz'im 'öteki'lerle ilişkimizi de belirler. Toplum olarak var olmamız hangi toplulukta olursak olalım, bir ortaklığı paylaştığımıza duyduğumuz inanç ile mümkündür" (Belge, 1978, 55-60). Futbol 'öteki'nin yaratılmasında ve 'meşrulaştırılmasında 'öteki' üzerinde kurulan 'biz' kimliğinin

oluşturulmasında önemli bir işleve sahiptir. Futbol sadece 'biz' kimliğinin oluşturulmasını sağlamakla kalmaz aynı zamanda kendimizi sınayabileceğimiz 'öteki' imgesini, kimliğini de oluşturur. Tuttuğumuz takım bizi diğerlerinden ayırır ve takımımıza duyduğumuz inanç bizi diğer taraftarlarla bir araya getirir. "Aynı ideolojiyi soluyan insanlar, birlikte olmaktan rahatlık ve mutluluk duyarlar. İdeoloji, insanları, birbirlerini anlayabilecek bir biçimde, benzer eyleme geçmelerine olanak sağlar" (Sayın, 1999, 3). Bu ilişki türünde 'biz ve öteki'lerin rolleri sürekli olarak değişir, takımlarımızın yurt içi ve yurt dışı karşılaşmaları bu değişiklikte rol oynar.

Türk milli takımının, Yunanistan milli takımı ile oynadığı karşılaşmalarda ya da İngiltere milli takımı ile oynadığı karşılaşmalarda ulusal birlik ve beraberliğe, Türk kimliğine ve hepsinden önemlisi şanlı geçmişe yapılan vurgu ön plana çıkabilmektedir. 2002 Dünya Kupası sırasında tüm ülkede yaşanan gelişmeleri dikkate aldığımızda, futbolun birleştiriciliğinin öne çıkarıldığı ve farklı siyasal yelpazede yer alan kesimlerin de bunu, kendi siyasal politikaları doğrultusunda kullandıkları görülmüştür. Maçların rahat seyredilebilmesi için resmi izinler çıkartılmış hatta duruşma saatleri, yemek saatleri bile maç saatlerine göre düzenlenmiştir (Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi yemekhanesinde Brezilya ile Türkiye milli takımları arasında oynanacak maç nedeniyle, yemek saati 12.00'den 11.00'e alınmıştır)

Sadece milli takım düzeyinde yapılan karşılaşmalarda değil, uluslar arası kupa mücadeleleri de benzer gelişmelere neden olabilmektedir. 2000 yılında Galatasaray'ın UEFA kupası finalinde bir İngiliz takımı olan Arsenal'i yenerek kupayı kazanması sonrasında sadece Türkiye'de değil, dünyanın pek çok ülkesinde sevinç gösterileri düzenlenmiştir. Trabzonspor takımının şampiyonlar ligi ön eleme maçında Kıbrıs Rum kesiminden Anorthosis Fagamusta takımına elenmesi sonrasında 4.8.2005 tarihli Kıbrıs Rum Kesimi ve Yunanistan gazetelerinde, sadece tur atlama değil tarihsel bir hesaplaşmanın da başarıldığına yönelik başlıklar kullanılmıştır.

(Bazı Yunanistan Gazeteleri) **Atlitikiiho: Türkleri Rezil Ettik.**

Protathlitis: Anorthosis Takımı Bir Ulusa Karşıydı.

Elefterotipia: Cehennemde Dik Durdu. Fanatiklerin ve Bozkurtların Kışkırtmalarına Dayandı.

(Kıbrıs Rum Kesimi Gazeteleri) **Politis: Anorthosis Tüm Kıbrıs'ın.**

Filelefthеros: Glu Glu Glu. Burası Anorthosis Famagusta ve Tüm Kıbrıs, Bizi Döktüğünüz Karadeniz'in Derinliklerinden Size Konuşuyoruz.

Mahi: Magosa'nın Yiğitleri Türkleri Küçük Düşürdüler. Türkler Kudurdu.

Alithia: Anorthosis, Kıbrıs'ı, Türkiye'nin Üzerine Kaldırdı.

Simerini: Türklere Maraş Vetosu. Kabadayılarımıza Binlerce Veto.

Kıbrıs Rum Kesimi ve Yunanistan Basını Anorthosis takımına övgüler yağdırırken, Kıbrıs Türk Kesiminde Trabzonspor'a yönelik öfke ve kızgınlık hakimdi.

(KKTC gazeteleri) **Yeni Düzen: KKTC Bayraklarının Dağıtıldığı Maçta Turu Anorthosis Takımı Geçti.**

Halkın Sesi: Yazıklar Trabzon'a.

Ortam: Umulmayan Taş Baş Yardı.

Kıbrıs: Trabzon Başaramadı (Milliyet, 5.8.2005).

Spor içinde yaşadığımız toplumdan ve toplumsal ilişkilerden bağımsız bir alan değildir. Sporun, medya aracılığı ile böylesi bir sunumu egemen güç ilişkilerinin görmezden gelinmesini sağlamasının yanı sıra bu egemen güç ilişkilerinin yeniden üretilmesine de uygun ortam sağlamaktadır. Spor(futbol) içinde yapıldığı topluma bağlı ve ondan beslenen bir süreçtir. "Toplumun egemen ideolojisinden bağımsız, belirgin bir spora bakış açısından söz edilemez... Spor yönetimi gibi, ideolojisi de sporun içinde yapıldığı toplumun koşul, özellik ve çelişkilerine aşırı duyarlı bir yansıtıcıdır. Sporun, simgelerden en çok ve en kolay yararlanan toplum kesimlerinden biri olduğunu anımsayalım...İdeolojinin işlevi, yalnızca yönetime düşünsel bir başvurma çerçevesi sağlamak değil, ona aynı zamanda var oluş gerekçeleri de hazırlamaktır.... İdeoloji, her zaman geçerli olmayan, ama ısrarla geçerliymiş gibi gösterilen kimi düşmanca, kimi karşıt, kimi çelişkili ikileşmelere dayanır, bunlardan beslenir. Sporda bunun örnekleri öylesine çok (bulunmaktadır)" (Fişek, 1983, 112-120).

Spor, önce siyasal ideoloji tarafından kendi iktidarının meşruiyeti için kullanılmış ve bir nevi propaganda aracı haline getirilmiştir. Bunun en uç örneği Hitler Almanya'sı, Franco İspanya'sı ve Salazar'ın Portekiz'idir. Spor özellikle de futbol, Latin Amerika ülkelerinde iktidarı ele geçiren Askeri iktidarların en sık başvurduğu alandır. 1978 Arjantin Dünya kupası, Arjantin'de yapılan askeri darbenin etkilerinin hafifletilmesinde, askeri iktidarın dünya kamuoyundaki imajının düzeltilmesinde

kullanılmıştır. Türkiye'de de 12 Eylül 1980 sonrasında futbol, gençleri terörden ve her türlü zararlı alışkanlıklardan uzaklaştırmak için kullanılmıştır. Sporun siyasileşmesi daha sonraki dönemlerde de sürmüş ancak sporun, ekonomik sosyal sistemin olmazsa olmazlarından birisi haline dönüşmesi ile ideolojik etkisini farklı bir kulvarda sürdürmeye başlamıştır. Chris Bambery, sporun bütünüyle devletlerarası rekabet, kapitalist üretim ve sınıf ilişkileri çerçevesinde, medyanın da büyük ölçüde şişirdiği bir ideoloji olarak, iktidardaki burjuva ideolojisinin önemli bir parçası olduğunu ileri sürer. "Spordaki hiyerarşik yapı, kapitalizmin sosyal yapısını ve onun rekabetçi eleme, terfi, hiyerarşi ve sosyal ilerleme sistemini yansıtır. Sporun itici güçleri olan performans, rekabet ve rekor, kapitalist üretim tarzının itici güçlerinin aynasıdır" (Bambrey, age, 90). Spor, alınıp satılabilen bir meta olarak görülmeye başlandıktan sonra, oyun özelliklerini yitirmeye ve iş'e dönüşmeye başlamıştır. Bu şekilde spor, burjuva ideolojisine özgü bir takım özellikleri(cinsiyet ayrımcılığı, şovenizm, ırkçılık, rekabeti kutsama ve aşırı bireyselcilik) bünyesinde taşıyan bir alan haline dönüşmekle kalmamış aynı zamanda batıyı öne çıkartan modern spor söyleminin oluşmasını da sağlamıştır. "Gelmiş geçmiş tüm kültürlerin tecrübe ettiği bir süreç olarak modernleşme, spor alanında dünyanın geri kalanına küresel ölçekte dayatıldığında çözümlemenin seyri değişmekte ve batıcı bir söylemin doğallaştırılmasına ve buna bağlı olarak batının gücünün meşrulaştırılmasına hizmet etmektedir" (Pala, 2005, 41).

Gücü elinde bulunduranların en verimli hareket alanı, kitlelere hitap etme gücü hayli yüksek olan futboldur. Futbol, kitle iletişim araçlarının da yardımı ile tüm dünyada yaygınlık kazanmış ve milyarlarca insan için görkemli bir ritüel haline gelmiştir. Bugün pek çok kişi için futbol yeni yüzyılın dini olarak kabul edilmektedir. İçinde bulunulan dönemde önemli olan, "futboldaki ideolojiyi keşfetmektir. Çünkü sınıfsal ve politik bir söylem biçimi olarak futbol, asla sadece futbol değildir" (Keysan,2002,13). İdeoloji, futbolun içinde oturduğu maddi zemini teşkil etmektedir. İktidarlar, futbol üzerinden kendi meşruiyet zeminlerini güçlendirirken, futbolun kitleleri etkileme ve peşinden sürükleme gücü her dönem iktidarlarca kullanılmaktadır. Futbolun iktidarlar tarafından kullanılmasına ilişkin verilebilecek çok sayıda örnek olmakla birlikte özellikle İspanya'da Franco'nun sporun örgütlenmesinden sorumlu generali Moscardo'nun sözleri son derece dikkat çekicidir: 'Siyasal hedeflerimizi gerçekleştirmede spor ve

futbol en önemli araçlarımızdan biridir.' Türkiye açısından bu duruma baktığımızda her dönemde ideoloji ile futbol iç içe geçtiğini görürüz. İlk kurulan kulüplerimizin kuruluş nedenlerine bakıldığında 'yabancılara karşı Türklüğü temsil etmek' misyonundan hareket ettikleri, kendi illerindeki yabancı takımlarla maç yaparak başladıkları futbol maceralarına, işgal döneminde işgal kuvvetleri askerleri ile maç yaparak ve onları alt ederek seslerini duyurmayı başarmaları ile sürdürdükleri görülecektir. Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşundan hemen önce Türk milli takımının oluşturulması ve Romanya milli takımı ile maç yapması da futbol-ideoloji bağlantısının sürdüğünü göstermektedir.

Futbol, Türk insanı için uzun bir süre boyunca batılılaşma arzusunun bir göstereni olmuştur. Batıya kendini kanıtlama kaygısı, batı tarafından kabul görme isteği, Türk futbolunun bariz bir 'milli' karakteristiğidir. Futbol, batılılaşmanın başarısının en sağlam ölçülerinden biridir. Türkiye'nin batıya nispeten en açık seçik, en göz önünde 'ölçülebilir' olduğu sahalardan biri, futbol sahasıdır. Sporun ideolojik açıdan bir diğer önemli rolü ulusal birliği gerçekleştirmesindedir. Spor, burada adeta bir çimento görevini üstlenmektedir. "Sporun oynadığı ideolojik rol hiçbir yerde ulusçu duyarlığın yaratılmasında olduğu denli bariz değildir... Ulusal takımlara ve ulusların bireysel temsilcilerine verilen desteğin berisinde 'içsel' yapısal bölünmelerin ve eşitsizliklerin zorunlu olarak bastırıldığı ve öbür rakip uluslarla olan farklılıkların vurgulanmasıyla yerel toplumsal yara berelere dikiş atıldığı bir birlik duygusu yatmaktadır...Spor hayranlarını yurttaş-taraftar olarak bizzat ulusun hayranlarına dönüştürür" (Rowe,age,223-225). Rowe'un ulusal birlikte sporun rolü üzerindeki görüşlerine Tanıl Borada da rastlıyoruz. "Futbol, ulusal tutunumu sağlama ve benlik kurma süreçlerinde önemli bir rol oynar... Futbol zaferleri, başka hiçbir 'başarının sağlamaya muktedir olmadığı bir kollektif şenlik atmosferi yaratmaktadır...Türk futbolundaki gelişmenin takdir edilmesi, Türk takımlarının tanınması ve beğenilmesi, kısacası 'Avrupa, Türkiye'yi konuşuyor' bilgisi, milli gururu okşayıcı bir bilgidir... Futbol, yerel/bölgesel kimliğin vurgulanması ve mitleştirilmesi için elverişli bir araçtır" (Bora, 2001, 560-577). Galatasaray'ın UEFA kupasını aldığı ve Türk milli takımının dünya üçüncüsü olduğu dönemde gazeteleri incelediğimizde karşımıza çıkan ana tema; Türk insanının her işi başarabileceği ve Türkiye'nin Avrupalı olduğuna yapılan

vurgudur. 1980'li yıllarla birlikte futbol-siyaset ilişkisi özellikle güneydoğuda yaşananlar nedeniyle ön plana çıkmaya başlamış ve futbol depolitizasyon sürecinde önemli bir rol üstlenmiştir. Galatasaray'ın Avrupa kupalarında elde ettiği başarıların tüm yurtta sokaklarda kutlanmaya başlanması ile birlikte futbolun hayatımızda işgal ettiği yer değişmeye başlamıştır. Galatasaray'ın UEFA kupası ve süper kupayı kazanması, daha sonra 2002 dünya kupasında Türk milli takımının dünya üçüncüsü olması ile birlikte futbolda yaşanan sevinç dalgası tüm yurtta egemen olmuştur. Özellikle dünya kupası döneminde elde edilen başarılar sonrasında ülkede yaşanan sevinç dalgası, iktidarın da gözünden kaçmamış ve bir aylık dünya kupası süresince benzinden-şekere-telefondan-doğal gaza kadar çok sayıda ürüne birkaç kez zam yapılmıştır (**Maç Günü Orman Yangını Azaldı** (Zaman 25.6.2002)./**Zamları Hissetmedik** (Radikal 28.6.2002)

Futbolu diğer spor dallarından özelliklerinden birisi de, toplumsal yaşamın farklı alanlarında yer alan bireyleri bir araya toplayabilmesi ve yarattığı birliktelik ile toplumsal bir ortak payda haline gelmesidir. Futbol; üzerinde her kesimin konuşabildiği, yorum yapabildiği bir iktidar alanıdır ve bu iktidar alanı ile toplumsal yaşam içinde yer alan bireylerin var olan iktidara eklemlenmesine olanak tanımaktadır. Son on yıldır Türkiye'de futbol alanında elde edilen başarılar sonrasında futbol-toplum ilişkisi giderek güçlenmiştir. Toplumu ve toplumsal yaşam içerisinde olan biteni futbol üzerinden değerlendirmek ve bu açıdan yorumlarda bulunmak, bu beraberliğin toplumsal yaşama yansımaları olacaktır. Futbol, Türkiye'de artık sadece futbol yorumcularının, futbol yazarlarının tekelinde değildir, gazetelerin siyaset, moda, magazin yazarları da futbolla ilgilenmekte ve futbolla ilgili değerlendirmelerde bulunmaktadırlar. Futbol dolayımı ile konuşmak/yazmak, daha anlaşılır olmak ve daha geniş kitlelere ulaşmak anlamına gelmektedir. Graf Von Krockow'a göre spor, toplumda var olan anomalinin üstünü örtmekte ve iktidar gözetiminde kitleleri uyuşturmaktadır. "Günümüzde futbol, sadece sermayenin baskısı altında değildir; aynı zamanda siyasi iktidarlar da hegemonyayı pekiştirmek adına sıklıkla bu oyunun 'alanına' girmekte, duruma müdahil olmakta ve oyun üzerinde güçlerini sergileyerek, buradan siyasi kazanımlar elde etmenin çabası içine girmektedirler. İktidarın yörüngesinde işleyen spor, çoğu zaman toplumsal bütünleştirme ve iktidarı

meşrulaştırma görevi üstlenmiş, kazanmanın coşkusunun ardına bazı gerçekler gizlenerek; iktidarların bu oyunlardan güç kazanmalarına olanak sağlanmıştır.... Spor ve spor politikaları dünyanın her yerinde iktidarların önem verdiği konuların başında gelmektedir. Futbol, her zaman egemen kesimin değerlerini taşıyan bir araç değildir; bu büyülü oyun bazen de devrimci/muhalif duyguların ve özgürlük arayışının bir simgesi haline dönüşebilir. Sonuçta futbol, hangi açıdan eleştirilirse eleştirilsin, bütün ideolojilerin ortak paydasında bulunan, toplumun üzerinde uzlaştığı en geniş paydalardan biridir" (Arık, age, 159-180).

Belge'ye göre, bütün örgütsel birimler, meslek kuruluşları, spor kulübü taraftarlığı, hobby temeli üzerine kurulan dernekler gibi, kendi ideolojilerin üretirler. Toplumun genel ideolojisi çerçevesinde, o ideolojinin egemen damgasını taşımakla birlikte, kendi özsel değerleri, ahlakları vb.de vardır ve bunlar bazen birbirleriyle çelişebilirler. "Ortak bir geçmişe değil de, geçerli bir 'şimdi' temeline sahip olan dernekler, kulüpler, bugünün egemen sınıfları için daha geçerli kuruluşlar olmaktadırlar. Bir futbol kulübü, taraftarlarına, somut bir dernek hayatı, belli bir lokal vb. vermez. Bunlardan sınırlı sayıda insan yararlanır. Ama hayatında Fenerbahçe lokalini görmemiş bir insanda coşkun bir Fenerbahçelilik yaratabilir" (Belge,1979,59). Bir futbol kulübünün taraftarı olmak, aynı duyguları paylaşan insanlarla birlikte olmak ve hayatı, tuttuğu takım dolayımı ile paylaşabilmeyi sağlamaktadır. Dünya'da sınıfsal-etnik ve dinsel temele dayanan ve kendisini var olan iktidara karşı konumlayan futbol kulüpleri bulunmaktadır. Bu kulüplerin taraftarı olmak aynı zamanda bu kulüpler aracılığı ile yaratılan değerleri benimsemek ve bu kendi takımlarına has özelliklerini yaşatabilmek demektir. Türkiye'de kulüplerin belirgin bir sınıfsal-etnik ya da dinsel temele oturmamış olmasına karşın, taraftarlar arasında yaşanan çekişmeler daha çok futbol iktidarının sahibi olabilmek, kent içi rekabette ön planda yer alabilmek ya da kentler/bölgeler arası rekabette rakiplerinin önünde olabilmek arzusuna dayanır. Ancak bu tanımlamalara uymadığını düşündüğümüz ve ülkenin geri kalan tüm takımları ve taraftarları için farklı bir konuma yerleştirilen, bu yerleştirmeyi kendi icraatları ve uygulamaları ile sürekli perçinleyen bir takım vardır. Bu da takım kendisini Cumhuriyet olarak niteleyen Fenerbahçe'dir. "Fenerbahçe bir ideoloji. Belli başlı kuralları değer yargıları, yaşam biçimi ve ardında kocaman bir kitle var. Bu insanlar sadece taraftar

değil, adeta mürit. Koşulsuz bağlılar sarı lacivert renklere. Onlar 'fenerli'... Fenerliler bir kulübü değil, bir ideolojiyi destekliyorlar. Savundukları bir 'dava' sanki... Fenerbahçe ile ilişki kurmak da tamamen ideolojiye uyum sağlamaya bağlı" (Eğin, 2002,13).

C. SPORDAKİ/FUTBOLDAKİ CİNSİYET AYRIMCILIĞI İDEOLOJİSİ

Toplumsal yaşam içerisinde sporun yerine getirdiği işlevlerden birisi de, var olan erkek egemen toplumsal yapının yaratılmasına ve korunmasına yapmış olduğu katkıdır. Bir toplumsal inşa süreci olarak sportif etkinlikler, erkek egemen değerlerin yaşama aktarılmasına ve sorgulanmaksızın kabul edilmelerinde aracı olurlar. Egemen ideoloji, spor yapan kadın ve erkeklerin eşit oldukları teması üzerine vurgu yapmaktadır ve gereken çalışma aktivitelerini yerine getirdiği takdirde kadın veya erkek her sporcunun başarı kazanabileceği düşüncesini işler. Ancak böyle gösterilmesine karşın, spor sadece toplumsal eşitsizliği yeniden üretmez bunun yanı sıra cinsiyete dayalı bir eşitsizliği de meşrulaştırır. "Spor, açık seçik bir kültürel iktidar hiyerarşisi sunacak şekilde erkekliğin kadınlığa karşı inşa edildiği belli başlı araçlardan biri olmuştur" (Rowe, age, 229). Kadınların mücadele ettikleri spor dallarına medya organlarında daha az yer verilmekte, yer verildiği noktalarda ise daha çok seksi özellikleri ön plana çıkartacak yayınlar yapılmak suretiyle kadınlık statüsünün yerinin erkeklik statüsünün arkasında yer aldığı düşüncesi meşrulaştırılmaktadır. Kadın sporlarının daha fazla ilgi çekebilmesi için ortaya atılan öneriler dahi, kadınların cinselliğin öne çıkartacak düşünceleri içermektedir. FİFA başkanı, kadın futbolunun daha fazla ilgi çekmesi için, kadınların daha dar formalar ile mücadele etmeleri önerisinde bulunabilmiştir. Kadınlar, spor alanında ve bu alanın kitlelere yansıtıldığı medya haberlerinde erkeğin gerisinde yer alan ve onu destekleyen, yardımcı olan müşfik bir eş, kardeş, anne ya da sevgili olarak gösterilmektedirler. Ata erkil ideoloji dil içinde, kullanılan söylem aracılığı ile meşrulaştırılmakta ve kadının spor içerisinde teşkil ettiği yer ve statü, bu çerçevede otomatik olarak erkeğin gerisinde/arkasında yer alacak bir biçimde konumlandırılmış olmaktadır.

Spor yoluyla cinsiyetçi ideolojilerin yeniden üretimi bu alandan çok daha fazla yerlere uzanır. Sporun bizatihi kendisi doğal olarak erkeksi bir alan gibi görünmektedir.

"Spor, erkekliğin aktif, agresif, rekabetçi, güçlü, meydan okuyucu, cesaretli vb. olduğunu yeniden olumlamak suretiyle erkeksilik mitlerini yeniden üreten bir formdur. Sporda erkekler, rekabet ederek çabalayarak ve başarmaya çalışarak kendi erkeksi kimliklerini onaylamaya çalışırlar. Spor arenası erkeksi referanslarla tanımlanan bir arenadır" (Clarke&Clarke, age, 67). Spor, erkek egemen bir dünyanın kapılarını ardına kadar açan ve bu dünya içerisinde yer almak isteyen kadınların da ancak iki şekilde var olabildikleri bir alan görünümündedir: Kadınlar, bu dünyada ya dişilik özelliklerini daha fazla ortaya çıkartacak şekilde ya da erkeksileşmiş bir biçimde yer alabilirler. Spor, fiziksel performans ve güce ağırlık veren ve bu şekilde farklılıkları normalleştiren bir alan olduğu için, "toplumsal cinsiyet ideolojilerine en fazla hizmet eden ideolojik mekanizmalardan birisidir... Spor oğlan çocuklarının erkek dünyasına ait değerleri, tutumları ve becerileri öğrenebilecekleri erkekleşme pratiğinin önemli alanlarından biri olarak görülmektedir. Kadınlara kapalı olan ya da erkekliğin kurulmasına en fazla hizmet eden alanlardan biri olarak spor kurumunda bazı sporların erkekler için bir ayrıcalığı vardır: Türkiye'de futbol, boks, güreş, halter. Avrupa ve Amerika için bu sporlara ek olarak beyzbol, buz hokeyi, rugby" (Koca&Bulgu, 2005, 172-178). Türkiye'de futbol, erkeklik statüsünün kurulmasında ve kimlik edinme sürecinde son derece etkili bir alan görünümündedir. Futbol ve futbol üzerine yapılan yorumlar ile birlikte kullanılan söylemler, Türkiye'deki 'erkek' kültürünün inşasına katkıda bulunmaktadır. Futbol, erkeklere özgü bir dünyanın kapılarını açarken, futbol medyası kullandığı söylem aracılığı ile özellikle cinsellik içeren argo ve küfürlerle erkek egemen değer yargılarını ve maço bir kültürün kalıplarını üretmekte, dolaşıma sokmakta ve hepsinden önemlisi futbol seyircilerinin önemli bir kısmını oluşturan 12-20 yaş arasındaki kitlenin zihniyet kalıplarını şekillendirmektedir. Çünkü ideolojiler yalnızca kafalarda yer alan birer fikir demeti değillerdir, onlar aynı zamanda yaşanan gerçek pratiklerdir. İdeolojiler, gündelik hayat pratikleri içerisinde, söylemlerinde bulunurlar ve ortak duyunun oluşturulmasını sağlarlar. Türk toplumu için futbol ve futbol dolayımı ile oluşturulan erkek kültürü yine bu kültüre ait simge ve değerlerle gündelik yaşam içerisinde üretilmekte, dolaşıma sokulmaktadır. Futbolun dilinin ve söyleminin içerdiği erkeksi ögeler, erkeklerin bir arada yaşadıkları mekanlarda ve zamanlarda üretmiş

oldukları cinsellik yüklü ve sadece erkeklere özgü olan söz ve kalıpları da içerdiği için de futbol erkekler için vazgeçilemez bir alandır.

Futbol, kadın ve erkek arasındaki ayrımı iyice keskinleştiren ve erkeklik mitini yücelten bir spor dalıdır. Futbol seyircilerinin %85'ten fazlasının erkek olduğunu göz önünde bulundurursak, futbol alanının ne denli önemli bir yer olduğu ve bu yerin doldurulma biçiminin, toplumsal yaşam içindeki ideolojilerden bağımsız kalamayacağı da anlaşılabilir bir durum olacaktır. "Cinselliğimiz bedenimizden çok zihnimizdedir. Cinsel roller, cinsel kişilikler, salt genetik açıdan belirlenmez... Kullandığımız dil de cinsel kimliğin totalitarizmini açığa vurur" (Vassaf, 1995, 84-97). Seksizm bir ideolojidir ve bu ideoloji içerisinde baskın-sönük konumda olan yani yenen ve yenilenler bulunur. Erkek egemen toplumsal örgütlenmede seksist ideolojide kadın mağlup olan, erkek ise galip gelendir. Bunun futbola uyarlanmasında kullanılan argo ifadeler ve küfürlerde seksist ideoloji üretilir, dolaşıma sokulur ve yeniden üretilir.Tribünlerde rakip takımı aşağılamanın, yok saymanın yolu küfürlü tezahürat ve kullanılan pankartlardan geçmektedir. Türk toplumunun gündelik hayatı içerisinde de cinsel öğeler içeren küfürler kullanıyor olması, bu küfürlerin stadyumlara taşınmasına ve orada toplu koro halinde edilmesi ile sonuçlanmaktadır. Zengin Türk argosu, medya söylemlerinde erkekliği öne çıkartan küfürlerle birlikte kullanılırken, özellikle futboldaki erkek egemen söylemi pekiştiren milliyetçilik olgusu ile birlikte erkek egemen, zaman zaman faşizan boyutlara ulaşan bir dil ve söylem ön plana çıkartılmaktadır. Stadyumda küfürlü tezahüratın önüne geçebilmek için üretilen çözüm ise maçlara daha fazla kadın taraftarların gelmesidir. Ancak burada da spor dünyası içinde kendisine yer bulabilme konumunda olduğu gibi, kadınlar erkeksi bir takım davranış kalıpları içerisine girebilmekte ve bunun sonucunda onlar da, tıpkı erkekler gibi küfür kervanına katılmaktadırlar.

Kadınların, spor dünyası içinde ikincil bir konumda bulunmalarında, sporun erkek egemen bir dünya şeklinde yapılandırılmış olması ve bu dünyayı yönetenyönlendiren kişilerinde yine erkeklerden müteşekkil olmasından kaynaklanmaktadır. "Türkiye'de siyasetin ve bürokrasinin erkek egemen örüntülerle çizildiğini ve siyasetin eril bakışla yapıldığını düşündüğümüzde spor kurumunun/örgütlerinin eril ideolojiye hizmet eden en güçlü kurumlardan biri olduğunu söylemek yanlış olmaz... Yaklaşık

170 bin faal sporcunun sadece 48 bin kadarının kadın sporcular oluşturmaktadır... Kadın katılımcı sayısının en fazla olduğu sporlar, okul düzeyinde katılımın yüksek olmasının da belirleyici olabileceği basketbol-voleybol ve hentbol gibi takım sporlarının dışında taekwondo-karate-güreş-boks ve judo gibi daha çok erkeklikle özdeşleşen, bedensel temasın yüksek olduğu sporlardır" (Koca&Bulgu, age, 169). Erkek egemen yapının kadın sporları üzerindeki etkisini ortaya koyabilecek örneklerden birisi, bir dönem çok yaygın olan 'kadın futbol liginin', futbol federasyonunun yönetim organizasyonu içerisinde temsil edilme yeterliliğine sahip olamaması ve ilgisizlik nedeni ile kapatılmasıdır. Türkiye futbol federasyonunun örgütlenme şeması tamamen erkek egemen bir yapı üzerine kurulmuştur. Kadın ve çocuk futbolu temsilcilerinin bu yapı içinde oy ve söz hakları bulunmamaktadır. Türkiye'de futbol alanında çeşitli şehirlerde kurulan ve faaliyetlerine devam eden 'Faal Futbol Adamları Derneği' bulunmaktadır. Bu isim dahi ülke futbolunu yöneten egemen erkek değerlerin nasıl bir zihniyet yapısı içinde futbola yaklaştıklarını ortaya koymaktadır. Türkiye'de kadını hayatın her alanında ikinci planda tutan zihniyetin spor alanında farklı bir anlayış içinde bulunması ve kadını öne çıkartması beklenemez. Kadın, toplumsal yaşamın diğer alanlarında ne ölçüde kendisine yer buluyorsa spor alanında da aynı ölçüde yer bulacaktır. Bu sorun ancak toplumsal yaşam içinde spora daha okul öncesi dönemden itibaren verilecek önem ve ayrılacak kaynaklarla kısacası bir zihniyet devrimi ile çözümlenebilir.

D. SPORDAKİ EŞİTSİZLİKLER

Spor, bünyesinde farklı toplumsal tabakalara mensup kitlelerin ayrıştığı bir yapı arz etmektedir. Endüstri toplumlarında sosyal sınıfları ne olursa olsun tüm insanları kapsayan bir etkinlik olarak örgütlenen spor (aktif spor yapma eğilimi yükselen sosyal konumla ilintilidir) azgelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde belirli alanlarda ve tabakalarda konumlanmaktadır. Spor ağırlıklı olarak erkeklerin, gençlerin, orta ve yüksek gelir grubuna mensup olanların bir boş zaman uğraşısı olarak biçimlenmekte ve bütün spor kulüplerinde kadınlar daha az sayıda bulunduğu görülmektedir. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde futbol tartışmasız bir numaralı spor dalı olarak geniş kitlelerin ilgisine mazhar olmakta ve diğer spor dallarının yaygınlaşarak gelişmesini engellemektedir. Buna karşın gelişmiş ülkelerde de futbol geniş kitleler için bir

numaralı spor dalı olma özelliğine sahiptir ancak futbolun dışındaki diğer pek çok spor dalı da büyük ilgi çekmekte ve spor kültürünün oluşmasına katkıda bulunabilmektedir. Sportif alandaki eşitsizlik daha geniş bir alanda yaşanmakta olan eşitsizliğin bir yansımasıdır. Bu yüzden sporun ideolojik önemi değerlendirilirken, sporun yapılanmasında, farklı toplumsal katmanlara yönelik uyarlanmalarında nasıl bir yerde durduğu son derece önem taşımaktadır. "Spordaki politikanın ve spor politikasının tarihi, spor kurumları ve politik kurumlar arasındaki bir dizi şaşalı anlaşmazlıklar ve işbirlikleri olarak ve aynı zamanda politika ve spor dillerinin görünüşte kayda değer olmamakla birlikte ideoloji yüklü eklemlenme dizisi olarak ele alınabilir. Spor, toplumsal eşitsizliğin ve ona eşlik eden ideolojilerin yeniden üretildiği bir alanı oluşturur...Birçok spor dalının sınıfsal konuma bağlı mahiyeti, profesyonel sporcuların toplumsal-iktisadi statüsüne bakıldığında kolayca görülebilir" (Rowe, age, 202-219).

Rowe, üst sınıflara mensup olanların yaptığı sporlara örnek olarak Tenis ve Golf sporunu örnek verirken, daha alt sınıflara mensup olanlar için ise Boks ve Rugbyi örnek göstermektedir. Farklı toplumsal katmanlara özgü beden kültürleri, farklı ideolojik yapılanmaların ve güç ilişkilerinin üretilmesine olanak sağlayacaktır. Bu konuda Pierre Bourdieu'nun geliştirdiği 'habitus' kavramı açıklayıcı olabilir. Bourdieu'ya göre, habitus sınıfa özgü sportif 'zevkleri' içerir. "Spor, her ne kadar türdeş olsa da sosyo-ekonomik üretim ilişkilerinin doğrudan bir aynası değildir. Spor egemen toplumsal ve kültürel ilişkileri sürekli olarak yeniden üretir. Sportif etkinlikler alanı meşru beden tanımlaması ile sporda bedenin meşru kullanımı üzerinde bir mücadele alanıdır. Her bir sınıfın kendi içindeki tabakalarında spor ile ilişkisi farklıdır" (Hargreaves(Jen), 1982, 12-13). Bourdieu'ya göre, habitus; sadece pratikleri ve eylem algılarını düzenleyen yapıyı oluşturmaz, o, aynı zamanda oluşturulmuş bir yapı olarak sosyal dünya algısını düzenleyerek mantıksal sınıflara ayırma prensibidir de. Her bir sınıf yapısı, aynı zamanda farklı pozisyonlar, farklılıklar sistemi de olan kendi sınıf koşulu içindeki, pozisyondan ayrılan ilişkin özellikleri tarafından tanımlanır. Bourdieu, 'sınıf habitusu' ve 'ekonomik ve kültürel sermaye' ve ayrıca fazla zamanla belirlenen spor gibi ürünlerin kültürel tüketim veya edinim kalıplarında yapısal düzenliliklerin bulunduğunu ileri sürer. Toplumsal sınıflamadaki tüm davranış kalıpları habitus ile şekillenir, bu açıdan bir boş zaman etkinliği olarak nitelenen spor da habitus'a

bağlantılıdır. Bunun için "Farklı sınıfların spordan beklentilerinin aynı olmadığı kolayca gösterilebilir. Fiziksel karları özelleştirenler (grubunda); vücudun dışını etkileyen, şıklık veya görünür kaslar isteyenler, vücutları için sağlık, gevşeme arzulayanlar (bulunurken); ya da dışarıya dönük karlar (grubunda) bir sporun getireceği toplumsal ilişkiler, olası ekonomik ve toplumsal avantajlar yer alır" (Bourdieu, 2002, 211). Farklı varoluş koşulları yeni ve farklı habitusların oluşmasını sağlamaktadır. Bu açıdan dünün işçi sınıfı sporu olarak görülen ve üst toplumsal kesimler tarafından aşağılanan futbol, kapitalist üretim ilişkileri içerisinde geçirdiği değişim sonrasında günümüzde orta ve üst sınıfların eğlencesi konumuna yükselmiş ve stadyumlara yapılan müdahaleler sonrasında belki de gelecekte içerisinde işçi sınıfı ve alt sosyal kesime mensup kitlelerin en alt düzeyde yer alacağı bir spora dönüşecektir. Bunun alt yapısı daha şimdiden stadyumlar içinde yapılan düzenlemelerle, lüks loca ve yeni mekanları ile hazırlanmaya başlanmıştır. Alt sınıf mensuplarının tribünlerin daha kötü yerlerine gönderilmekte ve hayatın zorlukları karşısında geliştirdikleri direniş için futbol maçları ve stadyumlar, şiddetin daha fazla yankılandığı yerler olmaktadır.

Ticari yanı ve profesyonel yönü ağır basan sportif etkinlikler; toplumsal yaşam içindeki sınıfsal, cinsiyet temelli, ırk ve etnik temelli eşitsizlikleri meşrulaştırır. "Profesyonel spor, tüm formlarıyla güç/iktidar yapısına ve toplumsal ilişkiler ağına entegre bir alandır ve modern kapitalist toplumlarda iktidar ve tahakküm ilişkilerinin (yeniden) üretilmesinde ve hegemonik iktidar yapısının konsolidasyonunda önemli bir katkıya sahiptir" (Gökalp,2005, 122). Spordaki eşitsizliğin katlanmasında küreselleşme sürecinin de büyük etkileri bulunmaktadır. Küreselleşme süreci ile birlikte neo-liberal politikalar evrensel boyutlara ulaşan hegemonik bir ideolojinin yerleşmesini sağlamıştır. Neo-Liberal politikaların spor alanındaki en önemli uzantısı hiç şüphesiz futboldur. Futbol, neo-liberal ideolojik anlayışın yerleştirilmesinde, dolaşıma sokulmasında ve kitlelere benimsetilmesinde yarattığı toplumsal etki ile aracı olmaktadır. Dünya futbol endüstrisinin yıllık cirosunun 216 milyar dolar gibi yüksek rakamlara ulaşması ile beraber futbol aracılığıyla tüm dünya küresel bir köy halini almıştır. "Appadurai, dolaşım halindeki dünyada, kültürel sınırlar boyunca akan devingen küresel görünümlerin etnik, teknolojik, finansal, ideolojik ve medyayla ilişkili beş boyutu olduğunu vurgulamaktadır. Bu görünüm beraberinde insan, makine, para, imge ve

ideolojilerin kültürel sınırlar boyunca küresel ölçekte akışını olanaklı kılmaktadır. Bu bağlamda, sporda böylesi bir küreselleşme, spor dallarının onları oluşturan kurallar ve örgütlenmenin, spor dalının uygulanmasına yönelik yeni teknolojilerin ya da ekipmanların, sporcuların, antrenörlerin, onların kazandıkları ve kazandırdıklarının, seyircilerin, sporun medyadaki temsillerinin ve bunu olanaklı kılan alt yapının küresel ölçekte dolaşımı biçiminde algılanabilir" (Pala, age, 38).

Sayın'a göre, toplum imgesini ve ortak eylemin amaçlarını görebileceğimiz her yerde ideoloji vardır ve ideoloji her an hazır olabilmelidir. "Eğer ideoloji işlemek zorunda olduğu biçimini ve izlemek zorunda olduğu amaçları meşrulaştıran sosyal örgütlenmeyi ilgilendiren anlamlar sistemiyse, her yerde hazır ve nazır olabilmesini işaret etmek gerekir. İdeolojik anlamlar tiyatro oyunlarında, sinemanın imge ve diyaloglarında, romanlarda, çizgi romanlarında dile getirilmektedir" (Sayın, age, 4). Günümüzde özellikle futbol, bu ideolojik anlamların dile getirildiği alanların başında gelmektedir. Bir ideolojik ürün olarak futbol, toplumsal gerçekliğin yalnızca bir parçası değildir, öteki fenomenlerle karşıtlığı içerisinde, kendi dışındaki başka bir gerçekliği yansıtır ya da çarpıtır. Futbol bir göstergedir. İçinde barındırdığı çok sayıda anlam dolayısıyla futbol, toplumsal ve kültürel değişmenin önemli ögelerinden biri haline gelmiştir. Futbolun egemenler için önemi, farklı kategori ve katmanlarda yer almalarına karşılık kitleleri birleştirebilme kapasitesine ve gücüne sahip olmasından gelmektedir. Yönetim rasyonalitesi farklı sosyal alanlar(devlet-aile-eğitim vs) ilişkilendirilerek toplumsal bir formasyonun kurulmasını sağlamaktadır. Son dönemde futbol böylesi bir yapılanmada önemli bir yer işgal etmeye başlamıştır. Futbol yaşadığımız dönemde toplumsal kontrolü sağlamada bir araç rolünü üstlenmektedir. Medyanın yönlendirdiği yeni futbol anlayışı oynamayı değil seyretmeyi ön plana çıkarmakta ve bu sayede izleyenlerin edilginleştirilmesinde aracı olmaktadır. Futbol, bu dönemde uluslar arası organizasyonlar (dünya kupası-şampiyonlar ligi vb.) aracılığı ile bir çeşit totem haline getirilmiştir. Pazarlanabilir bir ürün olarak futbol, bir meta haline getirilmiş ve bir meta olarak futbol dolaşım sürecinde kapitalist sürecin gelişme ve devamlılığına gerek eğlence yanı ile gerekse tüketim nesnesi olarak katkıda bulunmaktadır. Spor bir dünya kültürü haline gelirken futbol bu kültürün oluşturulmasında ve kitleler arasında yaygınlaştırılmasında kullanılan en önemli alandır. Futbol bir karnavala, yığınlara hitap

eden bir gösteriye dönüştürülmüştür. Futbolun böylesine yaygınlaşmasında hiç şüphe yok ki en önemli işlevi önceleri radyo, daha sonra ise televizyon yerine getirmiştir. İdeoloji eğer Marx'ın sözündeki gibi toplumsal yaşamın şeyleştirilmesi ise, futbol içinde yaşadığımız yüzyılın en kapsamlı olan ve geniş kitleleri peşinden sürükleyen spor dalı olarak bu şeyleştirmenin en güçlü araçlarından birisidir.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE FUTBOL VE MEDYA

"İnsanlar nasıl yaşıyorlarsa, hayata nasıl bakıyorlarsa aşağı yukarı öyle oynarlar" (Anonim).

I. FUTBOLUN TÜRKİYE'YE GELİŞİ

Futbol, Osmanlı topraklarına İzmir ve İstanbul'da yaşayan İngiliz ailelerinin aracılığı ile girmiş ve bu topraklarda ilk kez 1890 yılında İzmir Bornova'da oynanmıştır. Futbol, İzmir'de doğmuş ve İstanbul'da serpilip büyümek suretiyle tüm ülkeye yayılmıştır. Osmanlı'nın Batı ile girdiği mücadeleler ve sonrasında yaşanan batılılaşma hareketlerinin etkisi, sportif faaliyetlerin önceleri askeri okullarda daha sonraları ise kurulan çeşitli gençlik kulüpleri aracılığı ile yapılması ile sonuçlanacaktır. Osmanlı'daki sportif örgütlenmeler, tıpkı Avrupa'daki benzerlerinde olduğu gibi önce okulların içerisinde gerçekleşmiştir. "Spor tarihinin ilk futbol federasyonu olan İngiltere Futbol Birliğini kuran on kulüpten beşinin okul kökenli olması ile, Türkiye'de ilk 'yerli' futbol kulübünün Galatasaray olması, futbol liglerinde İstanbulspor, Vefa, Darüşafaka, Nişantaşı, Darülfünun ve Sanayi Mektebi gibi okul takımlarının yer alması da , evrensel bir gelişmenin tekrarıdır" (Fişek, 1985, 54). Bu açıdan özellikle Mektebi Sultaninin(Galatasaray Lisesi) ülke sporu ve sporcusu açısından bir hayli önemli bir yeri bulunmaktadır. Beden Eğitimi için getirilen Mösyö Moiroux tarafından yetiştirilen gençlerin arasında yer alan Ali Faik Üstünidman'ın da çabaları ile spor dallarının yaygınlaşması sağlanmıştır. Tüm bu gelişmelere karşın II.Abdülhamit iktidarda olduğu için, okullar içinde gerçekleşen bu hareketliliğin toplumla ve geniş kitlelerle buluşabilmesinin koşulları 'Türk' gençleri için oluşamamıştır. Bu dönemde "Selanik, İzmir ve İstanbul'da Türk olmayan vatandaşlarımız tarafından sportif amaçlı

kulüpler kurulmaya başlanmıştır. Selanik'te 3, İzmir'de 12 ve İstanbul'da 32 kulüp kurulmuştur" (Kahraman, 1995, 639).

Bu topraklar üzerinde kurulan ilk spor ve futbol kulüpleri yabancılar ve gayri Müslimler tarafından kurulacaktır. İlk futbol maçları, 1890 yılında İzmir Bornova'da Lafontaine, Giraud, Whitall ve Charnaud ailelerince oynanmıştır. Bu aileler mensup gençlerin 1894 yılında kurdukları, 'Football and Rugby Club' kulübü aynı zamanda Türkiye'deki ilk 'spor kulübü' olacaktır. "1897 yılında İzmir'den bir karma takım, İstanbul'a gelerek burada İstanbul karması ile karşılaşması, Türk topraklarındaki futbol tarihindeki önemli bir dönüm noktasıdır. İki şehir karmaları arasındaki ilk maçtan bir yıl sonra 1898'de İzmir'de, üçüncüsü 1899 yılında yine İzmir'de olmak üzere üç karşılaşma yapılmış ve her üç karşılaşmada İzmir karmasının galibiyetiyle sonuçlanmıştır. 1904 yılında İstanbul'da oynanan son maçı yine İzmir karması 4-2 kazanmıştır. İstanbul'da futbolun mimarlarından olan James La Fontaine o günleri şöyle anlatmıştır: 'Biz üç beş İngiliz, Moda çayırında bu işe başladık. İki takım kuracak sayıda oynadığımız için hem canımız sıkılıyor hem de Türk gençleri teşvik etmekten korkuyorduk. Çünkü, o zamanki yönetim her şeyden şüphelenir ve üç beş Türkün bir araya gelmesini istemezdi'"(Arıpınar,age, 11-12).

İlk Türk futbolcusu, dönemin Bahriye Nazırı Amiral Hüseyin Hüsnü Paşanın, Bahriye Mektebi öğrencisi olan oğlu, Fuat Hüsnü Bey(Kayacan) dir (ilk futbol oynayan kişi ise, Türkiye'de sporun her alanında ismi anılan Selim Sırrı Tarcan'dır. Tarcan, İzmir'de görev yaptığı dönemde futbol ile tanışmıştır) Fuat Hüsnü ve arkadaşları bir araya gelerek bir futbol kulübü kurmuşlar ancak istibdat döneminin baskıları karşısında Türk olduklarını gizleyebilmek amacıyla takımlarına İngilizce isim vermişlerdir: Black Stockings (siyah çoraplılar) Alınan bu önleme rağmen, takım padişahın hafiyeleri tarafından daha ilk maçta fark edilmiş ve oyuncuların büyük çoğunluğu sürgüne yollanmak suretiyle dağıtılmıştır. İlk Türk futbolcusu ve Türk futbol kulübünün kurucularından olan Fuat Hüsnü Kayacan, o yıllarda yaşadıklarını, kendisi ile yapılan bir söyleşide şöyle anlatmaktadır: " 1895 yılında İstanbul'da 'Moda' adıyla ilk İngiliz futbol kulübü kuruldu. Sonra öteki kulüpler açıldı...O kulüplerin maçlarını seyreder, antrenmanlarına 'Boby' takma adı ile katılırdım. Oyunumu beğenmişlerdi. 1900 yılında Kadıköy kulübüne çağırdılar, orada da bir yıl 'Boby'

adıyla oynadım. 'Fuat Hüsnü' adını kullanamazdım. Çünkü hem bahriye zabitiydim, hem de Türklerin futbol oynaması yasaktı. Kadıköy takımındaki tek Türk bendim... İlk Türk spor kulübü 'Black Stockings=Siyah Çoraplılar'dır. Bu kulübün kurucuları arasında Reşat Danyal Bey, Kemani Nuri Bey, Hafiz Mehmet, Hafız Mustafa, Emcet, Nurettin Bey, Mahzar Bey ve ben vardım. Lokalimiz 'Papazın Çayırı'nın karşısında Hurşit Ağa'nın kahvesiydi. Üşüdüğümüz zaman oraya sığınır, çay, kahve içerdik. Galatasaray, 'Siyah Çoraplılar' dan beş yıl sonra, 1905'te kurulmuştur.

'Black Stockings' ilk maçını Papazın Çayırında bir Rum takımıyla yaptı ve 5-1 yenildik. Takımımızın şeref sayısını vole ile ben attım. Maç biter bitmez Abdülhamid'in baş jurnalcisi Şeyh Şamil'in hafiyeleri sahayı sardılar. Arkadaşlarım yakalandı, bin bir yolunu bularak kaçtım. Sonra beni de ele geçirdiler, Bahriye zabiti olduğum için, Kasımpaşa'daki Divanı harbe yolladılar. Müstantik Raşit Bey, hakkımızda tutulan Jurnali okudu. Jurnalde şöyle deniliyordu: 'Karşılıklı kale kurup, İngilizlerle aynı elbiseyi labis olduğu halde, top endahtı ile talim icra etmekte olduklarından...' Raşit Bey; 'Bir Türk zabiti nasıl olur da İngiliz forması giyip, onlarla talim yapar!..Utanmıyor musun?' diye bana çıkıştı. Ben top oynuyorduk dedim, anlatamadım...Sonunda formaları giyip müstantiğin huzuruna çıktım. Beni karşısında don, gömlek görünce bozuldu. Ama durumu da kavradı. Küçük bir ceza verdi" (Hiçyılmaz, 1980, 14-15).

İstanbul'da kurulan futbol kulüplerinin(Moda-1896, Kadıköy Ünyon Kulüp-1899, Imogene-1900, Elpis-1900) bir araya gelerek 17 Mayıs 1903 tarihinde oluşturdukları 'İstanbul Futbol Birliği', ülkedeki ilk futbol organizasyonu ve futbol maçlarının belirli bir kurallar çerçevesi içerisine alınmasını sağlaması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu oluşum içine 1905 yılında kurulan Galatasaray kulübü, 1905-1906 sezonunda dahil olacak ve 1907 yılında kurulan Fenerbahçe kulübü de, 1908-1909 sezonunda birliğe katılacaktır. Beşiktaş Jimnastik Kulübü 1903 yılında, Osmanpaşa oğulları Hüseyin Bereket, Şamil(Şaplı), Ahmet Fetgeri, Mehmet Ali Fetgeri, Nazım Nazif(Ander), Tayyareci Feti Bey, Behçet, Haydar, Şevket Beylerce Jimnastik kulübü olarak kurulmuştur. Galatasaray kulübü ise 1905 yılında Mektebi Sultani öğrencileri olan Ali Sami(Yen), Asım Tevfik(Sonumut), Emin Bülent(Serdaroğlu), Celal İbrahim(Şehit), Bekir Sıtkı(Bircan), Tahsin Nihat, Refik

Cevdet (Kalpakçıoğlu)ve Abidin Daver tarafından 'İngilizler gibi toplu halde oynamak, bir renge ve isme malik olmak, Türk olmayan takımları yenmek' amacıyla kurulmuştur. Fenerbahçe kulübü ise 1907 yılında Ziya Songülen, Ayetullah Bey ve Necip Okaner tarafından Moda'daki bir evde kurulacaktır.

Abdülhamit döneminde yasal bir düzenleme söz konusu olmadığı için Türkler açısında kulüp kurmak son derece zor ve tehlikelidir. 1908 yılında Meşrutiyetin ilanı ve sonrasında yaşanan özgürlükçü ortam ile birlikte örgütlenme yasağının kaldırılması sonucunda futbol kulüplerinin sayısı hızla artacak ve bu durum, "Türkiye'de sporun Batıya yönelişini ve futbolla özdeşleşmesini kurumlaştıracaktır" (Fişek,1985, 49). Bu dönemde mevcut spor/futbol kulüpleri resmen tescil işlemlerini gerçekleştirmişler, bunun yanı sıra yeni futbol ve spor kulüpleri de kurulmuştur. Yoğun baskı altında geçen yıllar içerisinde bazı kulüplerin kurulmasına olanak sağlayan bir takım imtiyazların verilmesi gerçekleşirken, bazı kulüpler daha kuruluş aşamalarında baskı ile karşılaşmışlar ve kısa süre içerisinde dağıtılmışlardır. Yasaların farklı sosyal kesimden gelen kişi ve onların kurdukları oluşumlara, değişik şekilde uygulanması sonucu ilginç bir kulüp yapılanma biçimi ortaya çıkmıştır. "Bu kulüplerin kurulup gelişmeleri sporun öz güçlerince belirlenen ve hukuk metinleriyle güvence altına alınan bir özgürlük ortamı içinde olmamıştır...Herkese eşit uygulanacak bir 'yasa' yerine, yabancılara hiç uygulanmayan, kimi uyruklara esnek, kimilerine katı tutulan bir 'yasak' vardır. Öyle bir 'yasak' ki, bir yerde 'Dahiliye Nezareti' kulüpleri tescil etmediği gibi, yapılan toplu spor gösterilerine zaptiyeler aracılığı ile engel olurken, bir başka yerde Beşiktaş'ın özel fermanla kurulmasına ya da Galatasaray'ın 'lig' maçlarına katılmasına izin verebilmektedir. İşte Türkiye'deki 'kulüpçülük' akımının dünyadaki benzerlerinden ayrıldığı temel nokta da buradadır: gün doğuş yıllarının ilk sporcuları dünyanın her yerinde devletin 'güvenilir' sınıflarından geldikleri için gönüllü spor birliklerine, devletçe geniş örgütlenme özgürlüğü tanınırken; Türkiye'de kulüpler, spor yaşamına devlet güdümünde girmişlerdir" (Fişek, 1983, 274).

Futbolun yaygınlaşması önünde istibdat döneminin baskıcı anlayışının yanı sıra Müslüman halk arasında bir hayli yaygın bir inanışa göre; Kerbela savaşı sonrasında Hz.Hüseyin'in başının öldürüldükten sonra kesilerek, düşmanlarınca yuvarlanması, ayaklarla sürüklenmesinin futbolla benzeşleştirilmesi ve bunun sonucunda da futbola

karşı dinsel bir tepkinin bulunmasının da büyük etkisi olmuştur. Ancak Türk gençlerinin ilerleyen süreçte futbol sahalarında elde ettiği başarıların artması ve futbolun halka sevdirilmesi için yapılan çabalar sonucunda, futbol yaygınlaşmaya ve sevilmeye başlanmıştır. "Türkçülük akımıyla birlikte vatanseverlik ve Türk milliyetçiliği önem kazanmış, böylece eskiden batının bir sembolü olarak görülen futbol, Anayasal rejim tarafından Türk-Müslüman Osmanlı nüfusunu Türkçülük akımında buluşturmak amacıyla kullanılmıştır. Selim Sırrı Tarcan yazılarıyla halka futbolun kurallarını öğretmeye çalışmış ve ilk futbol kitabını yazmıştır. 'Ordu ve Mekteplerde Futbol'. Osmanlıda basılan bir kitabın 300-500 arasında satıldığı bir dönemde bu kitabın 4000 adet basılması ve satılması, futbola duyulan ilginin ne denli arttığını göstermektedir" (Okay, 2002, 7-8).

Futbolun İstanbul'da önce azınlık ve gayri müslümler arasında daha sonra da Türk ve Müslümanlar arasında yaygınlaşmasında oluşturulan lig sisteminin önemli bir etkisi olmuştur. Futbolun mahalli bir süreçten geçtiği bu aşama içerisinde, azınlıkların kurmuş olduğu takımların kendi aralarına Türk takımlarını almak istememeleri ve onları yok saymaları gibi milliyetçi bir dönemde yaşanmıştır. Azınlık takımlarının seçtikleri isimlerden ve forma renklerine dek uzanan bu milliyetçi tezahüre duyulan tepki gelmekte gecikmeyecektir. "İzmir Metropolidi Hristostomos'un Rum takımlarının maçlarına Evangelidis mektebinin bandosunu getirmesi karşısında, İzmir Askeri Kumandanı da Altay'ı desteklemek üzere Askeri Bandoyu göndermeye başlamıştır... İstanbul'da işgal kuvvetlerine mensup askeri takımlarla yapılan futbol maçların kısa bir zamanda 'sportif' anlam taşımaktan çıkıp milletin yaralı gönlünde 'milli' bir kimliğe bürünmüştür. Başları fesli Müslüman Türk seyircilerin düşman işgali altındaki İstanbul'da önceleri alkışlamaya dahi cesaret edemedikleri bu sportif galibiyetlerin zamanla en coşkun tezahürata yol açması; Türk futbolcuların yabancı bayraklarla donanmış Beyoğlu caddelerinde omuzlar üzerinde taşınması, o kapkaranlık mütareke ve işgal yıllarında Türk'e en büyük ümit, teselli ve gurur kaynağı olmuştur" (Atabeyoğlu,1991, 68-74).

İstanbul'da azınlıkların kurmuş olduğu lig mücadelesi içine bir Türk takımı olan Galatasaray'ın ve ardından Fenerbahçe'nin yer alması ile birlikte Türk seyircilerin kendilerini özdeşleştirebilecekleri 'yerel ve aşina' takım yapılarını oluşturmalarıyla

beraber Türk futboluna damgasını vuracak olan Galatasaray-Fenerbahçe ezeli rekabeti başlayacaktır. İki takım arasında 17 Ocak 1908 tarihinde oynanan ve Galatasaray'ın 2-0 galibiyeti ile sonuçlanan karşılaşma ile yüz yıla yaklaşan ve dünyanın sayılı derbilerinden biri olan rekabet başlamıştır.Bu iki takımın önce futbol sahasında ve hemen ardından futbolun örgütlenmesinde ön planda olabilmesi adına yaşanan rekabetleri, Osmanlı'nın son döneminden Cumhuriyet Türkiye'sine miras olarak devredilecek ve bugün hala bu iki ezeli rakip Türk futbolunu en çok meşgul eden kulüpler olmayı sürdüreceklerdir.

İstanbul kentinin bugün olduğu gibi geçen yüzyılın başında da ülke içinde önemli bir merkez konumunda bulunuyor olması, dış temasın yoğun olarak bu kentin üzerinden sağlanması(batıya açılan pencere görevini görmüştür) kaçınılmaz olarak futbol ve futbol iktidarının da yine bu kentte oluşmasına neden olmuştur. İstanbul, Osmanlı'nın son döneminden itibaren ülkeye giren sportif hareketlerin merkezi olmuş ve burada oluşan spor (futbol) kültürü, tüm yurda yayılmıştır. Futbolun diğer spor dallarının önüne geçmesinde açık havada oynanması ve geniş kalabalıkları peşinden sürükleyebilme gücü kadar, dönemin milliyetçi havası ve onun yarattığı ortamla girmiş olduğu yakın ilişkinin de büyük etkisi vardır. Türk futbol kulüplerinin oluşmasındaki amaçlar içinde futbol oynamak kadar, İngiliz-Rum-Ermeni-İtalyan ve diğer azınlık gruplarla mücadele etmek ve onları alt etme anlayışının da etkili olduğu Galatasaray-Karşıyaka ya da Altay kulüplerinin kurulmasından da anlaşılabilir. Ünlü Altaylı futbolcu Şerif Eraltay'ın şu sözleri o dönemde yaşananları net bir biçimde ortaya koymaktadır. "Benim için Altaylılık, İzmir sevgisi ve vatan sevgisi demektir. Biz Altay'ı, 'Gavur İzmir'de Rumlara ve yabancılara karşı pençe pençe dövüşerek kurduk ve yaşattık" (Aksoy, 1993, 340).

Futbola olan ilgi işgal ordularına karşı elde edilen başarılı sonuçlar ile daha da artmıştır. Özellikle Fenerbahçe'nin İşgal kuvvetleri ile oynadığı karşılaşmalarda elde ettiği başarılı sonuçlar, işgal altındaki İstanbul'da olduğu kadar cephede de büyük ilgi ve takdirle karşılanmıştır. Fenerbahçe, oynadığı 50 maçın 41'ini galibiyet, 4'ünün beraberlik ve sadece 5'inin yenilgi ile kapatmış, attığı 193 gole karşılık 47 gol yemek suretiyle büyük bir başarı kazanmıştır. Ayrıca Fenerbahçe, işgal orduları komutanı Harrington adına düzenlenen karşılaşmayı da 2-1 kazanarak sadece ülke içine değil

Lozan'da sürdürülen görüşmelere de mesaj göndermiştir. Lozan'daki heyetin başkanı İsmet İnönü, Fenerbahçe'ye elde etmiş olduğu başarı üzerine şu telgrafı göndertmiştir: "Heyetimiz adına meserretle gözlerinden öperim" (Doğan,age, 47).

Cumhuriyet öncesi dönemde, 'Pazar ligi'nin kuruluşu ve önceleri azınlıkların ardından Türk kulüplerinin egemenliği ile oluşan örgütlenmede yaşanan sorunların ardından oluşan 'Cuma ligi' organizasyonu ve sonrasındaki birleşmeler Türk sporunda futbolun ön planda yer almasına ve Türk spor örgütlenmesinin lokomotifi olmasına neden olacaktır. Spor/Futbol kulüplerinin kurucuları ve yöneticilerinin aynı zamanda sporcuları olduğu bu dönemin ardından, bu kurucu/sporcular(futbolcular) Türk sporunun örgütlenmesinde de kurucu olarak yer alacaklardır. 22 Mayıs 1922 tarihinde futbol kulüplerinin bir araya gelerek oluşturdukları federatif yapı, 'Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı'(TİCİ) olarak kuruldu. Ancak , bu arada çok önemli bir gelişme yaşandı. "Kurulması düşünülen teşkilatın yalnız futbol değil, yapılan bütün spor dallarını kapsamasının da ön plana alınmasının zorunlu olduğu anlaşıldı" (Fişek, 1985, 95-96). Futbol için oluşturulan birliğin başkanlığına Ali Sami Yen getirildi ve bu oluşum 1922-1936 arasında Türk sporunu yönetti. TİCİ, futbol-atletik sporlar ve güreş federasyonlarını bünyesine alarak kurulmuştur. Ne hazindir ki, bu örgütün kurulmasında en büyük katkısı olan futbol aynı zamanda TİCİ'nın sonunu da hazırlamıştır. Galatasaray-Fenerbahçe arasında yaşanan gerginlikler, hasılat bölüşümü nedeni ile maçlara çıkmamaları ve Ankara'nın futboldaki temsilcisi olarak kurulan Güneş kulübüne karşı İstanbul ittifakının kurulması süreci hızlandırmış ve devlet spor faaliyetlerine el koymuştur.

Cumhuriyetin kuruluşundan üç gün öncesinde Türkiye ilk milli maçını Romanya milli takımı ile yaptı. Futbolun, uluslar arası spor topluluğuna girme yolunda 1911 yılında ilk kez bir Türk futbol takımı Galatasaray'ın açmış olduğu yoldan (Galatasaray, dönemin ünlü Macar ekibi Closzvar ile İstanbul'da 1911 yılında üç maç yapmış ve ertesi yıl Macaristan ve Romanya'ya maçlar yapmak üzere gitmiştir) bu kez milli takım ilerlemektedir. Futbol federasyonunun kurulması, milli maçların başlaması ve ardından milli ligin kurulması süreci ile uluslaşma aşamaları tamamlanmış olmaktadır. Erdoğan ve Bora'ya göre; Milli takımın kurulması ve milli maçların yapılması, milli bağımsızlığın dünyaca onaylanması kadar elde edilecek başarılarla milli gururun

okşanması açısından da önemli bir adımdır. Evrensel olarak, futbol ligi örgütlemek, milli istiklalini kazanmanın neredeyse bayrak çekmek ve para basmak kadar önemli bir adımını oluşturmaktadır. 'Milli bilinç'in ve milliyetçiliğin güçlenmesinin önemli bir aşamasını, bu yabancı hakimiyetini tasfiye ederek 'milli lig'lerin kurulması oluşturmaktadır. "Lig, yerel müsabakaları ve turnuvaları milli devletin ülkesi çapında bütünleştirmekle, uluslaşmanın bir vetiresini oluşturur. Milli lig kurmak, ulusal Pazar kurmakla 'eşdeğer' gibidir... Türkiye'de futbol liginin, Cumhuriyetin milletleşme veya millet inşa etme projesindeki yeri, 'adı üstünde' dir: 1937-59 döneminde yılın belirli aylarında mahalli şampiyonların katılımıyla turnuva usulü düzenlenen müsabakalara 'Milli Küme' adı verilmiş, 1959'da kurulan deplasmanlı Birinci Lig uzun yıllar 'Milli Lig' diye anılmıştır. 'Milli Küme'nin ve 'Milli Lig'in kurulması, futbolun İstanbul ve diğer büyük kentlerdeki yerel turnuvaların belirleyiciliğinden çıkarılıp, 'merkezileştirilmesini' ifade etmektedir...Milli ligin Cumhuriyet projesi adına sağladığı 'teritoryal kazanımın bir veçhesi de, Beşiktaş-Galatasaray-Fenerbahçe gibi büyük takımların ülke sathında 'dolaşımını' sağlamasıdır... Beşiktaş-Galatasaray ve Fenerbahçe'nin bu bakımdan 'milli işlevleri' olmuştur:Bu kulüpler bütün ülkenin ve bütün milletin paylaştığı 'değerler'dir" (Bora ve Erdoğan,age, 225-226).

Türkiye'de sporun ve futbolun gelişmesinde, tüm ülkeye yayılmasında Beşiktaş-Galatasaray ve Fenerbahçe kulüplerinin büyük etkisi olmuştur. Bu kulüpler, ilk önce Türk gençlerinin kendi ülkelerinde yaşadıkları sıkıntıları göğüslemelerinde yardımcı olmuşlar daha sonra da işgal yıllarında, işgal kuvvetlerinin takımlarına karşı almış oldukları başarılı sonuçlar ile hem İstanbul'da yaşayan Türk ve Müslümanlara, hem de cephe boylarındakilere moral aşılamışlardır. Ayrıca bu kulüpler aracılığı ile İstanbul'dan, Anadolu'ya cephane sevkıyatı da gerçekleştirilmiştir. Her birisi birer asırlık çınar olan ve Türkiye'nin yaşadıklarının tarihi tanıkları olan bu kulüpler, tüm ülkenin paylaştığı 'değerler' haline gelmişler ve geçen yüzyılın önemli toplumsal gerçeklikleri olmayı da başarmışlardır. Bu yüzden de, dünyadaki taraftar dağılımının aksine Türkiye'deki taraftar dağılımı bölgesel-lokal-yerel olmaktan ziyade bu takımlar için ülke çapında yaygınlık gösterecektir. Beşiktaş-Galatasaray ve Fenerbahçe kulüpleri, Türkiye'nin hangi şehrine giderlerse gitsinler deplasman zorluğu ve seyirci sıkıntısı

çekmezler. Hatta pek çok şehirde taraftar dağılımı açısından deplasmanda değil kendi sahasında oynuyormuş gibi bir durumla karşı karşıya kalırlar.

Türk futbolunun bu takımlar tarafından tüm yurtta yaygınlaştırılması ve sevdirilmesinin olumlu olan yanları kadar olumsuz bir takım etkileri de söz konusu olmaktadır. Türk futbol yapılanması ve organizasyonunun kuruluşundan itibaren gelen hakimiyetleri(kendi aralarında yaşamış oldukları hakimiyet mücadeleleri de dahil olmak üzere), futbolunun iktidarını paylaşmaları, taraftar sayılarının fazlalığı, basındaki ağırlıkları ve yönetimlerinde her daim 'önemli' şahsiyetleri(iş adamları, emekli askerler, politikacılar, bakanlar hatta başbakanlar, vb. gibi) bulundurmaları ile üç büyükler olarak adlandırılan bu kulüpler, her dönem etkin olmuşlardır. Bu etkinlikleri Türkiye'deki diğer futbol takımlarının başarılı sonuçlar almalarını engelliyebilmiş ve sadece Trabzonspor kulübü, Türkiye'nin çalkantılı bir dönemden geçtiği, ekonomisinin son derece kötü olduğu 1970'li yılların ortalarından itibaren üst üste elde ettiği başarılar ile Türkiye ligleri tarihinde şampiyonluğu 'İstanbul'un dışına çıkartmayı başarabilen tek takım olmuştur. Futbolun örgütlenme ve oynanma biçiminin kabuk değiştirdiği, 1980'lerin ortası ve sonrasında özellikle medyanın ön plana çıkmaya başladığı süreçte hakimiyet yine üç büyüklerin eline geçmiş ve paranın futbol sahalarında daha fazla dolaşıma girdiği bu yeni dönemde futbol üzerinden toplumsal yaşama aktarılan bir takım değerlerin benimsetilmesinde 'üç büyükler' in büyük katkısı olmuştur.

Türkiye'de futbolun geçirdiği yüzyılı aşkın süreyi ve futbolun çeşitli unsurlarını Artun Ünsal 'Türkiye'de Futbol Dünyası' tablosu ile üç farklı aşama içinde incelemektedir. 1900-1950 arası, 1950-1980 arası ve son olarak 1980-2000'ler. Türk futbolu ve yapılanmasını özetlemesi anlamında bu tabloyu ayrıntılı olarak incelemek ve bu tablo üzerinden gidilerek bir takım değerlendirmelerde bulunulabilir.

Tablo 1: Türkiye'de Futbol Dünyası

Dönemler	**Büyük Klüplerin Oluşması-Rekabeti**	**Kurucular-Yöneticiler**	**Ligler - Kupalar**	**Futbolun Önem ve Anlamı**
1900 - 1950	"Merkez"de üç büyükler	Okullu-mahalleli ağabeyler, oyuncular, bürokratlar, zenginler, siyasetçiler	Yerel	Kimlik/rekabet futbolu
1950 - 1980	Merkez-Çevre (Anadolu	Bürokratlar,	Yerel- Ulusal	Etki/nüfuz

	Kent Klüpçülüğü)	siyasetçiler, işadamları		futbolu
1980 - 2000'ler	Uluslararası – Merkez-Ulusal Kimlik, Ulusal Çevre	İşadamları, yöneticiler, siyasetçiler	Küreselleşme	Siyaset ve ticari futbol

Dönemler	**Oyuncular ve Yetişme Biçimleri**	**İzleyiciler**	**Taraftarlığın Dışavurum Biçimleri**	**Polis Yönetimi**
1900-1950	Amatör-gizli profesyonel, mahalle, okul, işyeri, altyapı	"Okullu", mahalleli, işyerinden taraftar-potansiyel oyuncu	Tezahürat, "yaşa aslan", "kaynana zarıltısı" (stat içi-dışı)	Az sayıda, sakin
1950 - 1980	Profesyonel, altyapı, transfer	Taraftar, fanatik	Tezahürat, "Hastayız sana, en büyük biziz, başka büyük yok", bayrak, pankart, maytap (stat içi-dışı) amigolar	Çok sayıda, eğitimsiz, sindirici, baskıcı
1980 - 2000'ler	Profesyonel, altyapı, pahalı transfer, yıldızlar	İzleyici- Fanatik Holigan- Fanatik "tüketici"	Tezahürat, "beraber ıslandık..., ölmeye geldik", pankart, bayrak, meşale, maytap, forma, atkı (stat içi-dışı), tribün liderleri, taraftar dernekleri ve internet siteleri	Aşırı sayıda, Etkisiz – daha eğitimli, diyaloğa yakın, işbirliği isteyen, proaktif olmaya çalışan

Dönemler	**Basın**	**Klüplerin Niteliği ve Gelirleri**	**Futbol Federasyonunun Niteliği**	**Sosyal Kimlik Yoğunluğu**
1900-1950	Yerel basın ve devlet radyosu	Gönüllü oluşum, dernek- dışa kapalı camia-seçkinci- aidat-bağış- gönüllü birlikler	Bağımsız, sonra devlet kontrolünde	Çok güçlü: yerellik, cemaatçilik "zafer ve biz"
1950 - 1980	Ulusal basın, devlet radyo ve televizyonu	Dernek-dışa daha geniş açılım-aidat-bağış-gişe hasılatı	Devlet vesayeti altında	Kısmen güçlü: Yerinden taşan yerellik-kimlik bunalımı ve çatışmalar-ulusalcılık "zafer ve güven"
1980 - 2000'ler	Ulusal, uluslararası basın, devlet radyo ve TV'si, özel radyo ve TV'ler, internet basın siteleri ve uydu, kablolu ve dijital TV kanalları	Dernek ve yarı açık şirketleşme- genel kurulların giderek genişlemesi, gişe hasılatı, naklen yayın ve reklam gelirleri, ürün satışları	Özerkleşme, naklen yayın ihalesi düzenleme tekeli, sponsor gelirleri	Daha dengeli: Ulusal-uluslar arası; zevk, keyif ve çok kültürlülük, çok aidiyetlilik, yeni cemaatçilik "zafer ve eğlence" futbol çeteleri

Kaynak: Ünsal, 2005, 326-327.

Türkiye'de futbol dünyasını oluşturan kesimler ve ele alınacak dönemler kendi içerisinde değiştirilebilir, Artun Ünsal'ın yapmış olduğu dönemleştirmeler içerisinde 1980 ve 2000'ler arasında geçen süre içerisinde gazeteci patronlardan oluşan gazete ve devlet tekeli ile yayıncılığın yürütüldüğü televizyon ve radyo döneminden; devlet tekelinin ortadan kalktığı televizyon ve radyo yayıncılığı ile holdingler sahibi gazete patronları dönemine geçişin başladığı 1990'lı yılların ayrımlaştırılmasının önemli olduğunu düşünüyoruz. Çünkü bu yılların kendisine özgü koşulları özellikle spor basınının yeniden örgütlenmesini ve futbol ağırlıklı yayın yapan futbol gazetelerinin yayın hayatına başlamasına yol açarken aynı zamanda bu gazetelerde yazı yazacak eski futbolcu/hakem ve antrenörlerin önünü de açacaktır. Bu gazetelerin yayın hayatına girmesi ile birlikte futbola olan bakış açısı fanatikleşme eğilimi içerisine girecek ve futbol-şiddet ilişkisini besleyecek yeni bir anlayış oluşmaya başlayacaktır.

Köşe yazarlarının belli bir takım gözlüğü ile yazdıkları, üç büyükler ile birlikte Trabzon spora da sayfa/sayfalar ayrıldığı bir gazete formatı, televizyonlarda yayınlanan spor(futbol) saati/programlarına da sirayet etmekte gecikmeyecek ve futbolun ağırlığının medya ile birlikte yükseldiği 1990'lı yıllar sonrasında hemen her kanalda belli bir takımın mensubu olan ve buna göre konuşan yorumcuların yer aldığı programların sayısı da artacaktır. Futbolun özellikle son 20 yıl içinde kazandığı ivme ile birlikte Türk sporseverleri(büyük çoğunlukla izleyicileri çünkü insanlarımız spor yapmaktan ziyade futbol izlemeyi seviyor hatta sadece kendi takımını izlemeyi) futbol çizgilerinin arasına odaklanmıştır; özel televizyonlar da bu sürecin hızlanmasına büyük katkıda bulunmuşlardır.

Futbola aşırı odaklanma diğer spor dallarının gelişmesini engellemekle kalmamış, Türkiye'deki spor kulüplerinin büyük çoğunluğunun aslında futbol kulübü olmalarına neden olmuştur. Bugün üç büyük kulübün taraftarlarının büyük bir çoğunluğu için asıl olan futbol takımının karşılaşmalarıdır. Kendi takımlarının voleybol, basketbol, hentbol gibi diğer spor mücadelelerine olan ilgileri son derece azdır. Spor kültürümüzün olmaması ve bunun yanında bir futbol kültürü de geliştirememiş olmamız bugün geldiğimiz noktada futbol sahalarında yaşanan şiddet hareketlerinin artmasında etkili olmuştur. Sporun seyir yönünün ön plana geçirilmesi, sportif alanda kazanılabilecek dayanışma, yarışma, takım ruhu, fair play, hümanizm gibi duygu ve düşüncelerin

yerini kazanma tutkusu ve şiddete bırakmaktadır. Spor=Futbol düşüncesi toplumsal belleğimize kazındıkça gerçek sporseverlerin yerini sadece kendi takımının başarısını isteyen ve bu uğurda şiddet kullanmaktan dahi kaçınmayan bir kitle almaktadır.

Ünsal'ın tablolaştırmasına yapılabilecek bir diğer katkı da, Türkiye'de futbolun 1990'lı yıllar sonrasında büyük bir rant içermeye başlaması beraberinde mafyanın da futbol sahaları içerisinde daha fazla yer alması ile sonuçlanacaktır. Mafya, sadece futbolun bahis, şike, maç ayarlama, hakem/oyuncu satın alma boyutu ile yetinmeyecek aynı zamanda futbol takımı almaya ve yönetimlerde yer almak suretiyle kendisini meşrulaştırmaya da çalışacaktır. Futbol federasyonu seçimleri farklı mafya gruplarının ve adamlarının silahları altında yapılacak; yurt içinde aranan bir mafya liderinin yurt dışına kaçışı bir spor kulübü kanalı ile verilen bilet sayesinde gerçekleşecek ve aynı mafya liderinin, futbol dünyasında önde gelen çok sayıda yönetici-antrenör ve futbolcu ile telefon görüşmeleri yaptığı da tespit edilecektir.

Türkiye'de futbolun gelişme sürecini dört dönemde inceleyebiliriz:

A)Kuruluş dönemi: Galatasaray'ın kurulması ve İstanbul liginde yer alması ile başlayan bu süreç, Cumhuriyet öncesinde azınlıklar ve işgal ordularına karşı yapılan müsabakalarla ivme kazanmış ve daha sonra 1951 yılına kadar ülke içinde üç büyük ilde oynanan Milli küme maçları ile sürmüştür.

B)1951-1980 dönemi: 1951 Türk futbolu için bir milat anlamına gelmektedir. Çünkü bu yıl Profesyonellik kabul edilmiş ve artık ülke içinde Amerika etkisi ile başlayan kapitalistleşme süreci(Köyden kente göç ve bu kitlelerin kimlik arayışları) futbolda da kendisini hissettirmiştir. Bu yolun sonu 1959 yılında başlayacak olan Türkiye Birinci Ligine çıkacaktır. Gelişen Anadolu sermayesi ile birlikte 1965 sonrasında hemen her ilde futbol kulüpleri kurulacak ve ardından kurulan İkinci futbol ligi ile de Türk futbolunun ülke içindeki yayılma süreci hızlanacaktır.

C)1980-1990 dönemi: 1980 sonrası Siyasi ve toplumsal hayatımızda yaşanan değişiklikler futbolun depolitizasyon sürecinde ön plana çıkarılmasını sağlayacaktır (Kimlik edinmenin yeni biçimi olarak futbol)

D)1990 ve sonrası: Özel televizyonların yayın hayatına başlaması ile tüketimin nesnesi olarak futbolun yeni döneme özgü yeri (Futbol-Televizyon birlikteliğinin gelişmesinin

yanı sıra orta sınıf sporu olmaya doğru kayan futbol ile futbol taraftarlığında ötekini yok etmeye yönelik şiddet anlayışı ve futbol zevkinin ön plana geçmeye başlaması)

Futbol, Türk popüler kültüründe bu coğrafyada oynanmaya başlandığı günden itibaren önemli bir yer işgal etmiştir. 1980 sonrası dünyada ve ülkemizde yaşanan ekonomik değişim ve dönüşümle birlikte kitle iletişim araçlarının da yardımıyla yeni dünya düzeni insanlarımıza benimsetilirken, futbol da bu süreçten payını fazlası ile almıştır. "1980'li yıllarla birlikte popüler futbol kültürü, popüler bilinçteki anlam, tema, kod, mit ve söylemlerin etrafında örgütlendiği anlamlandırma sisteminin yoğunlaştığı bir temel 'metin' haline gelmiştir" (Kozaklı ve Özkazanç, 1997, 48). Popüler kültür, insanın yaşam etkinliği içerisinde üretmiş olduğu değerleri bünyesinde barındırır. Futbol, Türkiye'de popüler kültürün kitlesel biçimi olarak ilk sıradaki yerini uzun yıllardır koruya gelmektedir. Türkiye'de 1980'li yıllara kadar yürütülen spor politikalarının dayanmış olduğu katılımcı veya kitle sporlarını geliştirmeye dayalı politikalar, 1980 sonrası dönemde terk edilmiş ve izleyici sporlarına ağırlık veren bir anlayış egemen hale gelmiştir.

Futbol, Türkiye'de her dönemde kitlelerin ilgisini üzerinde toplamayı başaran alan olma özelliğini korumuştur. Ülkemizde kitleleri futbol kadar ilgi ile kendisine çekebilen başka bir spor dalı daha yoktur. Türk insanının kendisini gerçekleştirmede kullandığı bir araçtır futbol. Türkiye'de futbolun son 15 yıl içinde bu kadar popülerleşmesinin nedenlerinin başında özel televizyonların yayına başlaması ile birlikte futbol karşılaşmalarının tecimsel bir kitle eğlencesine dönüşmesi, yayın organlarından gelen büyük paraların ünlü futbolcu ve antrenörlerin transferlerine harcanması suretiyle Türk futbol takımlarının ve milli takımın uluslar arası maçlardaki başarılarının artması ve son olarak da Galatasaray'ın UEFA kupasını kazanarak Türk futbol tarihinde bir ilki gerçekleştirmesi gelmektedir. 1980'li yıllarda arabeskin yarattığı etkinin ardından çok kanallı televizyonların yayına başlaması ile birlikte futbolun ülkemizdeki etkisi hissedilir bir biçimde artmaya başlamış ve futbol üzerinden bir takım değerlerin meşrulaştırılması ve ideolojik aktarım gerçekleştirilmiştir.

Futbol, Türkiye ve Türk insanı için batı ile bütünleşme ve kendisini batıya kabul ettirmenin bir aracı olarak görülmüş ve uzun yıllar boyunca yurt dışında elde edilen başarılı sonuçların arkasına sığınılmıştır. Futbolun daha başından itibaren batı ile

özdeşleştirilmesi, yüzünü batı uygarlığına çeviren genç cumhuriyetin dış politikası ile de yakından bağlantılıdır. UEFA'ya üye olma ve dünya kupası elemelerinde Avrupa ülkelerinin takımları ile mücadele etme isteği, hep bu anlayışın bir tezahürüdür. Ancak bir türlü istenilen başarı gelmemekte ve küçük sevinçlerle ülke içine dönülmektedir. 1954 dünya kupası finallerine katılan milli takımın başarısı ancak 48 yıl sonra tekrarlanabilecektir. Milli maçlarda yine aynı dönemde elde edilen Macaristan galibiyeti dışında, üzerinde durulabilecek bir başarı söz konusu değildir. Tam tersine, özellikle 1970'li yıllar ve 80'lerin ilk yarısında yaşanan farklı hezimetler söz konusudur. 'Çanakkale Geçilmez' savunma anlayışı, az gollü mağlubiyetler ve golsüz beraberlikler bu dönemi karakterize etmektedir. Kulüp takımları düzeyinde ise, Göztepe'nin 1967 yılında 'Fuar Şehirleri' Kupasında çeyrek finale kalmasının ve dünyaca ünlü bazı takımlara karşı kazanılan birkaç galibiyetin dışında, 1980'lerin sonlarına kadar büyük bir başarı elde edilemeyecektir. Türk futbol takımlarının Avrupa kupalarında , milli takımın milli maçlarda başarılar elde etmesi ile özel televizyonların yayın hayatına başlaması aynı döneme rastlar:1990'lar.

Türkiye'de futbol yapılanışı ve taraftar dağılımı dört büyükler olarak adlandırılan: Galatasaray-Fenerbahçe-Beşiktaş ve Trabzonspor'a göre biçimlenmiştir. Bu takımların daha fazla taraftarlarının bulunması, yapılan yayınlarda ön planda tutulmalarını ve bu suretle de medyaya daha çok tiraj ve rating kazandırmalarına yol açmaktadır. Televizyondan yayınlanan spor programlarında dört büyük takımın haberleri verilir, gazetelerde bu takımlara yönelik sayfalar ayrılır. Türkiye'de özel televizyonlar öncesinde futbol karşılaşmaları Türkiye'nin birinci kanalı olan TRT 1'den yayınlanıyordu. Futbolun Türk toplumunda ne denli etkili bir yer işgal ettiğini gören ilk özel televizyon olan STAR 1'in yapımcıları Türkiye Birinci Futbol Ligi karşılaşmalarının naklen yayın haklarını satın alması ile Türkiye'de futbol-televizyon ilişkisinde yeni bir dönem başladı. Futbol maçlarının yayın hakkını elinde bulunduran kuruluş daha fazla rating ve daha fazla reklam geliri elde ederken, futbol takımları da bu işten büyük paralar kazanmaya başladılar. Televizyondan gelen paralarla kulüpler yurt dışından daha kaliteli yabancı oyuncu ve teknik adamları Türkiye'ye getirmeye başlamışlardır. Bu süreçte Türkiye'de futbol ve futbol anlayışı değişmeye başlamış ve Galatasaray'ın 10 yıllık bir periyodun sonunda 2000 yılı UEFA kupası şampiyonluğuna

ulaşması ile en üst seviyeye çıkmıştır. Bunun yanı sıra Milli takımın tarihinde ilk kez 1996 yılında Avrupa Şampiyonasına katılması ve 2000 yılı Avrupa Şampiyonası karşılaşmalarında çeyrek finale kalma başarısını yakalamasının ardından 2002 yılında Dünya Kupası karşılaşmaların da üçüncülüğü kazanması, Türk futbolunun ve Türk futbol zihniyetinin değişmeye başladığının önemli göstergeleridir. Bu başarılar sonrasında 2004 yılı Avrupa şampiyonası finallerine dünya sıralamasında alt sıralarda yer alan Letonya milli takımına karşı yapılan müsabakalarda elde edilen başarısız sonuçlar ile Türkiye'nin katılamaması büyük hayal kırıklığı yaratmıştır. Türk insanı, futbol ve hayatı arasında kurmuş olduğu bağlantıda, milli takımının ve tuttuğu kulüp takımlarının mutlak suretle başarılı sonuçlar elde etmesini ve şampiyonlukları, kupaları ülkesine getirmesini arzulamaktadır.

II. TÜRKİYE'DE FUTBOL-İKTİDAR İLİŞKİSİ

A. KURULUŞ DÖNEMİ(1890-1950)

Türkiye'de futbolun, Türk ve Müslüman olan nüfus tarafından oynanması önceleri uygun karşılanmamış, Türk gençleri tarafından kurulan kulüpler kısa süre içerisinde dağıtılmıştır. Ancak, yine bu dönemde Beşiktaş Jimnastik Kulübünün 1903 yılında kurulması padişah fermanı ile desteklenmiş ve 1905 yılında Mektebi Sultani öğrencilerinin, istibdat döneminde bir kulüp kurmak suretiyle yabancılarla maç yapmaya başlamaları müsamaha ile karşılanmıştır. Şüphesiz bunun arkasında Osmanlı imparatorluğunun yönetim kademelerinde etkili olan Mektebi Sultani öğrencileri olmalarının büyük etkisi olmuştur.

Türkiye'de futbol, ilk oynanmaya başlandığı andan itibaren politik bir kimlik kazanmıştır ve futbol-iktidar arasında kurulan bu ilişki, iktidarda yer alan aktörler değişse de önemini kaybetmeden sürmeye devam etmiştir. Sporu ve siyaseti birbirine bağlayan ortak bağın ne olabileceğinin cevabı, politikanın doğasında bulunmaktadır. Politika, "hangi sınıf eliyle yürütülürse yürütülsün, toplumsal hareketin bütün unsurları, olayları, süreçleri ve nesneleri arasında bağıntılar kurma ve her birini aynı ilkeye göre bir araya getirmeye yönelik bir etkinliktir. Dolayısıyla genel ve tek hedefi olana iktidar sorununun çözümünde, herhangi bir toplumsal hareket unsurunu ya da potansiyeli, bu etkinliğin dışında düşünülemez. İktidar sahibi egemen sınıflar için de,

kitleleri yönetme ve yönlendirmenin yolu belli başlı duyarlılık odaklarını denetleyebilmekten geçmektedir. Bu bakımdan düşünüldüğünde sendikalar ya da kitle örgütleriyle, futbol kulüpleri arasında kategorik bir ayrım yoktur" (Çubukçu, 1994, 135). Azınlık takımlarının kendilerine seçmiş oldukları forma renkleri ve takım isimleri ile dünyada yükselen milliyetçi dalga ve kendi ulus-devletini kurma rüzgarları arasında bir paralellik bulunmaktadır. Aynı gerekçe ve koşullar Türk gençleri içinde geçerlidir, bu gençlerin kendi ülkelerinde futbol oynama istek ve arzularının arkasında, dönemin gelişen milliyetçi düşüncelerinin etkisi bulunmaktadır. İstanbul ve İzmir'de kurulan Türk takımlarının kuruluş gerekçeleri birbirine benzemektedir. Bu takımlar sadece birer futbol takımı olmanın ötesinde anlam ve sembolleri de daha kuruldukları andan itibaren taşımaya başlayacaklar ve yabancı egemenliğine karşı direnişin birer sembolü olarak, sportif sahada mücadele vereceklerdir.

Marx, 'toplumsal kurumların tarihi sürecin birer ürünü olduğunu ve nereden kaynaklanıp nasıl geliştiklerini anlayamayanları' eleştirir. Alman İdeolojisi adlı eserinde bu hususa değinir: "Her ülkede var olan kuruluşların tümü devletin yardımıyla oluşturulmuş ve politik biçim verilmiştir" (Akt. Bambery, 2002, 87). Futbolun yaygınlık kazanması ile milliyetçilik arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Örgütlü spor dallarının büyük çoğunluğunun dönemin en güçlü ülkesi olan İngiltere'de ortaya çıkmış olması ve İngiliz emperyalizmi aracılığı ile tüm dünyaya yayılmış olması tesadüf değildir. Osmanlı devleti de dahil olmak üzere dünyanın bir çok ülkesinde ilk kez futbol oynayanlar İngiliz uyruklulardır (Arjantin, Belçika, Brezilya, Şili, Çekoslovakya, Danimarka, Yunanistan, Japonya, Portekiz, Sovyetler Birliği bu ülkelerden bazılarıdır) Futbolun/sporun bir kültürel sembol olarak yaratmış olduğu özdeşleşme süreci içinde ortaya çıkan; 'bizim takım' ve 'onların takımı' ayrımı, ulusal kimliğin yaratılmasında ve sürdürülmesinde etkili olmaktadır. "Spor ve siyasal milliyetçilik arasında eklemlenme mevcuttur... Atlet ve takımlar 'bizim çocuklar'dır ve onlar bizi uluslar arası alanda temsil ederler. Milliyetçilik ve sporun bu düzeyinin iki yönü mevcuttur. İlki ulusun sportif temsili ile yaygın bir özdeşleşmenin mevcudiyetidir. X atlet veya Y takımı ile ulusun özdeşleşmesi anlamlı bir özdeşleşmedir. Örneğin 1978 yılında zafer kazanan Arjantin milli takımının askeri cunta tarafından kabulü. Spor, ulusun 'biz' olarak inşa edilmesine olanak sağlayan bir formdur. Bu öyle bir formdur ki

ulus biz olarak kurulduktan sonra artık önemsiz meselelerin konuşulmasına gerek kalmaz" (Clarke&Clarke,age, 65). Spor/futbol sadece azgelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde değil dönemin emperyalist ülkelerinde de milliyetçiliğin yüceltilmesinde etkili olmuştur. "Tour de France(Fransa Turu), bir Fransız ulus devleti fikrinin yaratılmasına yardımcı olduğu gibi, İtalya'da da futbol I.Dünya Savaşı öncesine kadar son derece güçsüz olan İtalyan milliyetçiliğinin bir sembolü haline gelmiştir" (Bambery , age, 89). İtalyan milliyetçiliğinin boyutları, futbolun yaratılmasında etkili olan İngiliz etkisini ortadan kaldırabilmek amacıyla İngilizce olan futbol terimlerinin yasaklanarak, İtalyanca terimlerin icat edilmesine kadar uzanmıştır.

Futbol ve milliyetçilik ilişkisinin etkisini en çok hissettirdiği Latin Amerika ülkelerinde ise, futbol çok hızlı bir biçimde yayılmış ve toplumsal yapıda varolan ilişkilerden fazlası ile etkilenmiştir. Örneğin Brezilya'da futbol, köleliğin yıkılması sonrasında sorgulanmaya başlanan beyaz üstünlüğünü 1900'lü yılların başında yeniden sağlayabilmek için bir araç olarak kullanılmıştır. Brezilya'da futbol, farklı ırklardan gelenlerin yarattığı etki ile bambaşka bir yapıya bürünecektir. Bu yapı, bugün dahi Brezilya futbolunu dünyanın diğer ülkelerinde oynanan futbol ve futbol düşüncesinden ayırmaktadır. "Futbolun Brezilya'ya gelişi ülkenin ulusal kimlik arayışında olduğu yıllarla eş zamanlıdır. Futbolun hızla yaygınlaşması ulusal simgelerden yoksun olan kentsel nüfusu bir araya getirmiş ve futbolun halk üzerindeki birleştirici etkisini gören politikacılar da bu sporu politik ideallerini gerçekleştirmede bir araç olarak kullanmışlardır...Futbol, bir yandan ulusal kimliğin vazgeçilmez bir parçası olurken diğer yandan da ülkedeki milliyetçilik duygunu güçlendirmiştir" (Bellos,age, 12-13).

Futbol, Brezilya'da olduğu gibi Arjantin'de de benzer bir yapı içinde oynanmaya başlanmış ve kısa bir süre içerisinde tüm ülkede benimsenmiştir. "Arjantin'de seçkinler, 19. yüzyıldan beri, politikayı ve kültür yaşamını kontrol ettikleri gibi sporu da kontrol etmeye çalışmışlardır; özellikle İngiliz kökenli Arjantinliler, futbolun esas olarak İngilizlere ait bir oyun olarak kalmasına çalışmışlardır. Futbol, kitlelerin ilgisini yavaş yavaş kazanmış, bu süreç Peron'un yönetimi sırasında hızlanmıştır. Arjantin'de futbolun bir spor dalı olarak daha fazla önem kazanması, toplumun yapısındaki değişimi yansıtmaktadır; göçler hem çalışanları hem de alt-orta sınıfta yer alanların sayısını arttırmıştır...Stadyumlar kitlelerin canlılığıyla dolup taşmakta, bastırılmış

hayal kırıklıklarının ve özlemlerin dile getirildiği yerler haline gelmişlerdir" (Burns, 2003, 50).

Osmanlı'da yaşanan gelişmeler Brezilya ve Arjantin örneklerinde olduğu gibi futbolun, iktidar tarafından fark edilmek suretiyle kullanılması ile sonuçlanacaktır. Meşrutiyetin ardından gelen özgürlükçü ortamla birlikte futbol üzerinde etkili olan baskı ortamı ortadan kalkacak ve futbola farklı bir bakış egemen olacaktır. "II. Abdülhamit dönemi sona erdiğinde ve anayasal düzen etkin olduğunda Türk aydınları, bu oyunun Türk milliyetçiliğinin gelişmesinde ve ulus olma yolunda yararlı olacağını düşünmüşlerdir. Böylece, futbol bir oyun olmanın ötesinde, ideolojik bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır...Futbol gibi büyük kitleler tarafından kolaylıkla kabul edilecek bir sporun, kitleleri milliyetçilik ve yurtseverlik çerçevesinde mobilize etme"(Okay,age,1-10). anlayışı özellikle İttihatçıların futbola duydukları ilgiyi ortaya koymaktadır. Türkiye'de futbol, ilk oynanmaya başlandığı günler olan Osmanlının son dönemlerinden 1930'lu yıllara kadara 'biz' kimliğinin inşasında kullanılmıştır. Osmanlının son yıllarında Türk gençleri azınlıklara karşı Türklüğü temsil etmek amacıyla futbol takımları kurmuşlar ve bu yolla kendilerini kanıtlamaya çalışmışlardır. İstanbul'da yaşayan Rumlar kurmuş oldukları takımlarına 'mavi beyaz' renkleri yani Yunanistan bayrağının renklerini seçerlerken, Galatasaray kulübünü kuran gençler önce kırmızı-beyaz renkleri seçmişler ardından gelebilecek tepkilerin önüne geçebilmek amacıyla renklerini sarı-kırmızı olarak değiştirmişlerdir. İzmir'de kurulan Karşıyaka Spor Kulübü de Türklüğü temsil eden kırmızı ve Müslümanlığı temsil eden yeşil renklerini seçecektir.

Türkiye'de futbol-siyasal iktidar ilişkisinin temelleri İttihat Terakki döneminde atılacaktır. Doğan'a göre İttihat ve Terakki; futbolun kitlesel özelliğini ilk kavrayan siyasal iktidar olarak tarihe geçecektir. İttihatçılar futbol kulüplerine tek bir yoldan değil, çeşitli kollardan hızlı bir giriş yapacaklardır. "İzmir'de ilk kurulan Türk kulübü olan Karşıyaka'nın kuruluş yeri gerçekten çok çarpıcıdır. Karşıyaka, İzmir'de İttihat ve Terakki Fırkasının binasında dünyaya geliyordu. Partinin İzmir Merkezi aynı zamanda Karşıyaka Kulübünün lokaliydi. Kısaca, Karşıyaka İttihat ve Terakki'nin bir takımı olarak doğuyordu. Nitekim, 1912 yılındaki bu doğum Yunanlıların gözünden kaçmayacak, İzmir'i işgal ettiklerinde, faaliyetini yasakladıkları ilk kulüp ve

derneklerin başında Karşıyaka gelecektir. Karşıyaka'dan sonra 1914 yılında kurulan Altay'ın kuruluş yeri de yine İttihatçı damgasını taşıyacaktı. İttihatçıların Maarif Nazırlarından Necati Bey İzmir'de kendi odasını Altay'a verecek ve Altay'da bir İttihatçı Kulübü olarak tarihteki yerini alacaktır.Yunanlılar bunu da fark edecek ve Karşıyaka ile birlikte Altay'ın da spor faaliyetlerini durduracaklardır" (Doğan, age, 36-37). İttihat Terakki İzmir'de olduğu gibi İstanbul'daki futbol kulüpleri üzerinde de etkin olacaktır. İstanbul'da önce Fenerbahçe ile ilgilenecekler ve ilk kez bir siyasal partinin üyesi ve bakanı bir spor kulübünün başına geçecektir. 1917 yılında Fenerbahçe başkanlığına gelen Nafia Nazırı Hulusi Bey'le birlikte Türkiye'de 'Futbol-Siyasal İktidar İlişkisinin' ilk örneği yaşanmış olacaktır. Bu durum aynı zamanda bugün Fenerbahçe Cumhuriyeti olarak adlandırılan sürecin daha iyi anlaşılabilmesi açısından da son derece önemlidir. Fenerbahçe spor kulübü daha o yıllardan itibaren, iktidarlar ile doğrudan bağlantı içerisinde bulunmuş ve kendi içerisinde yer alan farklı grupların varlığına rağmen daima iktidarın yanında ve içinde yer almayı başarmıştır.

İttihat Terakki Fırkasının futbol ile kurmuş olduğu ilişki de en üst nokta ise sadrazam Talat Paşa'nın 'Altınordu' takımının başkanlığına seçilmesidir. Talat Paşa'nın başkanlığı sonrasında Altınordu takımına bazı imtiyazlar tanınacak ve bu suretle de şampiyonluklar Altınordu'ya geçecektir. Bu imtiyazların en büyüğü ise, bu takım oyuncuları ile birlikte bu takımda oynamayı kabul eden başka takımların iyi futbolcularının askerlik dönemlerini İstanbul'da tamamlamalarıdır. Diğer takımların futbolcuları cephelere askerlik görevi için gönderilir ve bu takımlar güç kaybederlerken, Altınordu takımı yeni takviyelerle birlikte güçlenmektedir. Futbolun siyasal yapı ile kurmuş olduğu bağlantı işgal döneminde farklı bir biçimde sürecektir. İşgal yıllarında oynanan müsabakalar milliyetçiliğin üst düzeylere çıktığı karşılıklı hesaplaşmalar şekline bürünecektir. İzmir örneğinde olduğu gibi, işgal kuvvetleri Türk takımlarının faaliyetlerini yasaklayacak ve yeni oluşumların önünü de kapayacaktır. İzmir'de işgal dönemi boyunca Türk takımlarının futbol ligine iştirak etmeleri yasaklanmıştır.

Yeni kurulan cumhuriyetin spor politikasının amacı, sağlıklı bir nesil yetiştirmek ve cumhuriyet yurttaşını yaratmaktır. Bu doğrultuda, cumhuriyetin ilk yıllarında beden terbiyesi ve spordan beklenen , gençleri sıhhate kavuşturması ve kötü huylardan korumasıdır. Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı(TİCİ) ile yürütülen spor

hareketinin tüm yurda yayılma çabası 1920'li yıllara damgasını vuracaktır. İttifakın Kuruluş ilkeleri:1) Sporu tüm ülke çapına yaymak; bu amaçla ülkeyi idman bölgelerine ayırmak. 2) Merkezde ortak bir kurum yaratmak. 3) Ülkede spor etkinlikleri ve yarışmalar düzenlemek. 4) Başka memleketlerle temas kurmak.

Kuruluş amacı; 'Sağlıklı bir kuşak yetiştirmek, bu sağlıklı kuşakla Türk ırkını takviye etmek, her sınıf halkı ilgilendiren idmancılığı yaygınlaştırmak, ulusun bireylerini küçük yaştan itibaren örgütlenmeye ve birlikte hareket etmeye alıştırmak. Gençleri, içki, kumar ve benzeri kötü alışkanlıklardan uzak tutmak, sağlam ve becerikli kişiler yetiştirerek askeri kuruluşların görevlerini kolaylaştırmak, spor etkinlikleri yolu ile gençlere memleketlerini sevdirmek, spor yarışmalarını düzenlemek, yürütmek, sporumuzu uluslar arası alanda temsil etmek.'

Bağımsız, gönüllü bir birliktelik gibi gözükmesine karşın TİCİ'nin kurucularının dönemin üst düzey yöneticileri ya da siyasi elitle yakınlığı olan kişilerden oluştuğunun en önemli kanıtı, ilk idari heyeti içerisinde yer alan isimlerdir. Bu isimlerden bazıları; Ali Sami Yen, Ali Seyfi, Burhan Felek, Nasuhi Baydar (Daha sonra Malatya mebusu), Ziraat umum müdürü Hasip Bey, Yusuf Ziya Öniş, Sıhhat müzesi müdürü Dr. Hikmet Bey'dir.

TİCİ, futbol-atletik sporlar ve güreş federasyonlarını bünyesine alarak kurulmuştur. Ancak tüm bu girişimlere karşın, futbolun diğer spor dalları üzerindeki etkisini sürdürmesi iktidar tarafından hoş karşılanmayacaktır; "spor kulüpleri sadece futbola değil, diğer spor dallarına da önem vermeleri gerektiği doğrultusunda sık sık uyarılmışlardır. Resmi beden terbiyesi ve spor söyleminde, maçlarda çıkan olaylar yüzünden futbol seyircileri ve futbolcular sürekli olarak küçümsenmiş ve genellikle ağır şekilde cezalandırılmışlardır" (Akın, 2004, 35).

Ne hazindir ki, bu örgütün kurulmasında en büyük katkısı olan futbol aynı zamanda TİCİ'nin sonunu da hazırlamıştır. Galatasaray-Fenerbahçe arasında yaşanan gerginlikler, hasılat bölüşümü nedeni ile maçlara çıkmamaları ve Ankara'nın futboldaki temsilcisi olarak kurulan Güneş kulübüne karşı İstanbul ittifakının kurulması süreci hızlandırmış ve devlet spor faaliyetlerine el koymuştur. 1936 yılında kulüplerin kurmuş oldukları ittifak yerini resmi bir kuruluşa (Türk Spor Kurumu) bırakırken, Türkiye'de spor devletin malı olmuştur. İncelenen çeşitli ülke modellerinden Alman modelinde

karar kılınmış ve bunun sonucunda da spor, partiye bağlanmıştır (Alman modelinin seçilmesinde 1933 yılında Türkiye'ye davet edilen ve kendisinden kapsamlı bir rapor hazırlaması istenilen, Alman sporunun 1930'lu yıllardaki en önemli ismi Carl Diem'in büyük etkisi olmuştur.) 29 Ekim 1936 Cumhuriyet bayramı törenleri öncesinde bütün sporcular Cumhuriyet Halk Partisi'ne üye yapılmışlardır.

Kurumun parolası; yeni cumhuriyetin sınıfsız, imtiyazsız kaynaşmış bir kitleyiz anlayışı ile örtüşmektedir: Hepimiz birimiz, birimiz hepimiz için. Türk spor kurumunun nasıl bir anlayış içinde spora bakmakta olduğunu, sporun toplum açısından anlam ve önemi için dönemin Ülkü dergisinden yapılacak bir alıntı bir hayli anlamlı olacaktır. "... Spor yalnız ferdin değil, cemiyetin ve ulusun hayatıdır, istikbalidir. Açıkça söyleyelim, biz sporu memleketin müdafaası için en lüzumlu bir vasıta sayıyoruz ve onu kendimizde bulunan milli kabiliyetin daha ziyade inkişafına hizmet eder, diye seveceğiz ve yapacağız. Kuvvetli olmaya ihtiyacımız var ve kuvvetli olmağa çalışacağız... Memleket rekor kıracak atletlerden, gol atacak futbolculardan ziyade sağlam insanlara muhtaçtır... Biz memleketin müdafaasını ellerine vereceğimiz gençlerin fiilen askerliğe hazırlanmış olmalarını bekliyoruz...Gençler biliniz ki bir gol atmaktan ziyade soğuk almamak, çıtkırıldım olmamak memleket için ve kendiniz için daha hayırlıdır."(Uludağ,1936, 431-439).

Parti-Spor bütünleşmesinde spor bölge başkanlıklarına o bölgelerin CHP başkanları getirilmiştir. En uç örnek ise 1936 Berlin Olimpiyatlarına katılacak olan Türk sporcuların taşıdıkları ulusal takım amblemlerinde altı okun da yer alması olacaktır. 1930'lu yıllarda spor, yeni Türkiye cumhuriyetinin istediği gençlerin yetiştirilmesinde önemli bir işlevi yerine getirecektir. Bu yıllarda Kemalizm'in spora bakışında devletçi niteliğin ağır bastığı görülecektir. Halk kitlelerini tek partinin çatısı altında toplama girişimlerinde bulunulmaktadır. "Spor üzerindeki sıkı devlet kontrolü yalnızca devlet gücünü siyaset dışı alanlarda da arttırmakla kalmayacak, aynı zamanda sporun çekiciliği ve heyecanı üzerinden kitlelerin partiye olan bağlılıklarını yaygınlaştıracak ve pekiştirecektir. Atatürk'ün o zaman Türkiye'nin en popüler takımı olan Fenerbahçe'yi Zonguldak, Adana, Samsun, Trabzon ve Elazığ gibi Anadolu şehirlerine turnuvalar düzenlemek amacıyla göndermesini buna örnek olarak gösterebiliriz. Atatürk'ün amacı sporun veya bir spor kulübünün popülerliği ile Türkiye'nin yeni rejimi arasında güçlü

bir bağ kurmaktı."(Şimşek,2002,176). 1936 yılında Ankara 19 Mayıs Stadyumunun açılışında konuşma yapan Başbakan İsmet İnönü, spora ve sporculara verilen önemi şu sözleri ile dile getiriyordu: "Türkiye'yi idare edenler stadyumu en kıymetli bir mektep gibi her yerde kurmaya çalışacaklardır. Türkiye'nin istikbalini idare edecek olan genç nesiller açık havada, açık meydanlarda yetişecektir" (Atabeyoğlu,1991, 141).

Galatasaray kulübünden kopan bir grup tarafından kurulan Güneş kulübü ve beraberinde yaşanan bir dizi gelişme, 1930'lu yıllardaki futbol-iktidar ilişkisini göstermesi açısından önemlidir. Güneş kulübünün başkanlığına Atatürk'ün yakın arkadaşı, yaveri Cevat Abbas Gürer getirilmiştir. Böylesi bir yapılanma Güneş kulübünün, Ankara'nın siyasi gücünü de arkasına alan takım olduğu şeklinde yorumlanmış ve Galatasaray kulübü bu durum karşısında koruyucu başkanlığına dönemin Milli Savunma Bakanı Kazım Özalp Paşa'yı getirmiştir. Galatasaray ve Güneş kulüpleri arasında yaşanan gerilim 4 Temmuz 1937 günü İstanbul Taksim Stadında oynanan ve 1-1 beraberlikle sonuçlanan maç sonrasında çıkan olaylarla birlikte ülke gündemini meşgul eden bir yapıya bürünmüştür. Parti ve hükümet duruma el koymuş ve Başbakan İsmet İnönü 27 Temmuz 1937 tarihinde yayınlanan tebliğinde, olayları sert biçimde kınarken buna bilfiil karışanların derhal cezalandırıldığını belirtiyordu: "...Hazineden yapılan fedakarlıklar, Cumhuriyet Halk Partisi'nin sporculara gösterdiği kolaylık ve yardımlar, sporun asıl maksadını temin etmek içindir. Spor terbiyesi, partimiz ve hükümetimizce esaslı bir terbiyedir ki, bunun doğru istikametten şaşırtılmasına asla müsaade etmeyeceğiz...Bu tavsiyelere ve tedbirlere rağmen sayılan bu fenalıkların devamı görülürse spor kulüplerinin lağvedilerek yeni şerait altında kurulacaktır... Spor ahlakı mazbut olmayan ve spor edebiyatını nifakta ve gençleri zehirlemekte zanneden unsurları spor sütunlarına kabul etmemeleri için bu beyanatım gazete sahiplerine tavsiye olarak yazılmıştır" (Atabeyoğlu, 1985, 2192-2193).

Güneş kulübü 1938 yılında üçlü averaj sistemine göre hesaplanan lig şampiyonluğunu, Beşiktaş ve Fenerbahçe kulüplerinin gerisinde yer almasına rağmen, averaj hesaplama sistemi değiştirilerek kazanıyordu. Aynı Güneş kulübü, Atatürk'ün ölümü sonrasında güç kaybetmeye başlıyor ve 1939 yılında ani bir kararla kapatılıyordu. İnönü'nün beyannamesinin ardından dönemin İç işleri Bakanı ve Parti'nin Genel Sekreteri olan Şükrü Kaya'nın imzasıyla valilere gönderilen genelge

ile, "valiler spor işlerinin daha verimli, daha etkili, düzenli ve disiplinli bir şekilde yürütülmesi için Bölge spor heyetlerinin başkanı olarak atanmışlardır. Bu karar spor basınında devletin kulüplere ya ciddi birer spor kulübü olmaları ya da yok olmaları yönünde bir mesajı olarak algılanacaktır" (Akın, age, 205-206). Bu genelgenin ardından özellikle küçük şehirlerde gençler arasında yaşanabilecek rekabeti önlemek için spor kulüplerinin birleşmeleri teşvik edilmiş ve Türk Spor Kurumuna katılmaya zorlanmışlardır. İzmir'de Vali Fazlı Güleç tarafından gerçekleştirilen kulüplerin birleştirilmesi örneği, bu genelgenin nasıl işlediğini göstermesi açısından son derece önemlidir. "İstanbul takımları ile Milli Küme'de layıkıyla mücadele edebilmek, güçlerin bölünmesini engellemek ve İzmir'de sporun gelişmesine katkıda bulunmak için 'kulüpçülük belasını defetmek' amacıyla Altay-Buca-Altınordu takımları siyah-sarı renkli Üçokspor, Göztepe-İzmirspor-Egespor takımları kırmızı-beyaz renkli Doğanspor ve Karşıyaka-Bornova takımları da siyah-kırmızı renkli Yamanlarspor adı altında birleştirilmişti. Devlet Demiryolları mensuplarının takımı hüviyetindeki Demirspor, gerekli disiplinin gösterdiği için olduğu gibi bırakılmıştır. Kulüplerden Yamanları'ın merkezi Karşıyaka CHP binası, diğer iki kulübünki de CHP İzmir Merkez binası olacaktı" (Akın, age, 202).

Türk Spor Kurumu'nun istenilen başarıyı gösterememesi ve özellikle futbol sahalarında yaşanan uygunsuz olaylar sonrasında, savaş rüzgarlarının hissedilmeye başlandığı bir dönemde Beden Terbiyesi Kanunu kabul edilecektir. Bu kanun ile beden terbiyesi ve spor, milli terbiyenin bir parçası olarak görülmekte ve bunu sağlayabilmek içinde bu alandaki bütün sorumluluk devlet eline verilmektedir. 3530 sayılı Beden Terbiyesi Kanunu 29 Haziran 1938 tarihinde kabul edilecektir. Bu kanunun daha sonra çok tartışılacak olan ünlü dördüncü maddesinde "Gençler için kulüplere girmek ve boş zamanlarda beden terbiyesine devam etmek mecburidir. Hangi yaştaki vatandaşlara ne kadar müddetle ve hangi mevsimde spor mükellefiyeti altında bulunacakları ve ne gibi daireler ve müesseselerde beden hareketlerinin tatbiki lazım geleceği bakanlar kurulunca tayin olunur" denilmektedir. Yeni Beden Terbiyesi kanunu ile Türkiye'de beden terbiyesi ve sporun yanı sıra gençliğin teşkilatlandırılması işi de devlet hizmetleri arasına alınmıştır.

1938 Beden Terbiyesi Kanununun çıkartılmasında, "gençliğin en etkili yöntemlerle en kısa sürede savaşa hazırlanması işinin doğrudan devlet mekanizmasının içinde, hiyerarşik ve sıkı disiplinli bir teşkilat yapılanmasıyla yürütülebileceği fikri etkili olmuştur, direktör olarak atanan Tümgeneral Cemil Tahir Taner'in orduyla ilişkilerinin devam etmesine karar verilmiştir... Beden Terbiyesi Kanunu millet-i müselleha fikriyle büyük ölçüde örtüşen bir uygulamadır. Çünkü kanun ve nizamname yurt müdafaasına hazırlanmayı asker olmak veya askerliğe hazırlanmaktan ayrı tutar ve esasen yurt müdafaasının yalnız askerlerin vazifesi olmadığını varsayar"(Akın, age, 158-159). İlk genel müdür Cemil Tahir Taner aynı zamanda bu görevi en uzun süre ile yürüten müdürlerden de birisi olacaktır (1938-1945) Taner'in getirilmesi ile spordaki militarizasyonun had safhaya vardığı görülecektir. "'Beden Terbiyesi Mükellefleri' adı verilen her yaştan ve her meslekten gruplar bütün yurtta kuruldu. Semtlerde oluşturulan 'mükellef bölükleri' stadyumlarda ve spor alanlarında toplanarak askeri talim esasına dayanan eğitime tabi tutuldular. Kısa bir süre sonra bu mükelleflere asker üniformalarını andıran elbiseler diktirildi, kendilerine tahtadan yapılma tüfekler de verildi. Yalnız semtlerde değil, müesseselerde de bu birlikler teşkil olundu. Resmi gazetede yayınlanan talimatnameye göre kıyafetler şöyle belirlendi :

Spor Kıyafeti: Atlet, gömlek, siyah lastikli iç pantolondan ibarettir. Beyaz olan atlet gömleğin sol tarafında kırmızı bir gençlik markası bulunacaktır. Bu alamet şapkadaki kokardın aynı olacaktır.

Dış Kıyafet: Tayyarecilerin başlığını andıran haki renkli şapka. Şapkanın önünde oval şekilde beyaz bir madenden yapılmış kabartma kokart bulunacaktır. Etrafında ise 'yurdu korumaya daima hazırız' ibaresi yazılı ve ortasında ay yıldızdan püskürtülmüş altı-ok olacaktır."(Atabeyoğlu, 1985, 2194).

Beden Terbiyesi Kanununun tatbik şeklini içeren nizamname 3 Nisan 1940 günlü ve 2/13238 sayılı İcra Vekilleri Heyeti kararıyla kabul edilmiştir. Bu nizamnameye göre mevcut spor kulüpleri isimlerini gençlik kulüpleri olarak değiştireceklerdir. 1941 yılı Mayıs ayında Beden Terbiyesi Genel Direktörünün bütçe görüşmeleri sırasında verdiği rakamlara göre; 195 kulüpten 193'ü Beden Terbiyesi Kanunu'na intibak etmiştir. Kulüpler, "Kanunun 12 ve 45 yaş arasındaki her vatandaşa zorunlu tuttuğu beden terbiyesi idmanlarının uygulanacağı yerler olarak tarif

edilmiştir...Kulüpler bu mükellefleri manga, takım, bölük gibi gruplara ayırıp idman yaptıracaklardı. Her gençlik kulübü ve grubu 'Türk gençliğinin müşterek bir mefkureye bağlılığını, yurt müdafaasına kabiliyetini, sıhhat ve kuvvetini arttırmasını kolaylıkla temin edecek bir gençlik cüz'ü tamı, müsabakalar gençliğin bu amaçla verdiği neticeyi gösteren, teşvik edeci birer vasıta, cemiyet hayatı ile yurt sevgisini yükseltmeye çalışmayı vazife bilen birer terbiye müessesesi' olarak tanımlanmıştı."(Akın,age,162-163). Spor kulüplerinin bu dönemdeki işlevleri toplumun fiziki aktivitesini ve terbiyesini yükseltmek ve milliyetçi duyguların gelişmesine yardımcı olmaktır. Yapılan tüm bu düzenlemelere rağmen futbol, diğer tüm spor dallarının önünde yer almaya devam etmiştir.

İlk kez Celal Bayar hükümetinin(1937-39) programında 'Spor, milli kültürümüzün bir cüzi ve milli kültür ordusunun teşkilinde önemli bir vasıta olarak kabul edilmektedir.' Bunun gerçekleşebilmesi için, Türk vatandaşlarının fikir ve düşünce itibariyle kuvvetli, vücut itibariyle kuvvetli ve sıhhatli, seciyeli gürbüz insan olarak yetiştirilmesi istenmektedir. Sporun bir merkeze bağlanması bu hükümet döneminde kabul edilecek ve kitle sporuna geçiş Bayar'ın şu sözleri ile başlamış olacaktır: 'Milli kültür kadrosu içinde muteaasını zaruri gördüğümüz sporu, profesyonel şampiyon yetiştirmek için istemiyoruz, binlerce sporcu yetiştirmek için istiyoruz.' Başbakan Celal Bayar'ın ve dönemin hükümetlerinin tüm çabalarına karşın binlerce sporcu yetiştirme projesi bir türlü hayata geçirilememiştir ve önceleri gizli olarak yürütülen profesyonellik anlayışı, 1951 yılında resmen kabul edilmiştir. 1951 sonrası Türkiye sporunda, profesyonel sporcu/futbolcu dönemidir ve dengeler yarışmacı sporlar(futbol) lehine değişmeye başlamıştır.

Tek parti iktidarı döneminde üç büyük kulübün yönetiminde iktidarlarla doğrudan bağlantılı kişiler yer almıştır. Fenerbahçe'nin başkanlığını on altı yıl boyunca sürdüren ve Fenerbahçe'de en uzun süre başkanlık yapan kişi unvanın da sahibi olan , başbakan Şükrü Saraçoğlu(1934-1950) (kendisinin maliye bakanlığı döneminde, bugün adı Şükrü Saraçoğlu Stadyumu olan stadın Fenerbahçe kulübüne 1 lira karşılığında verilmesi gerçekleşmiştir), Beşiktaş kulübünde; önce iç işleri bakanı, daha sonra da başbakan olan Recep Peker(1937-1938), Galatasaray kulübünde ise; 1928-1929 yıllarında başkanlık yapan eski bir gazeteci ve bakan Necmettin Sadak görev almıştır.

Ayrıca Galatasaray'ın 1920 sonrası başkanlığını yürüten bazı isimlerin aynı zamanda dönemin Spor örgütlenmesi olarak hizmet veren Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı başkanı ya da yöneticileri olduğu da unutulmamalıdır (Yusuf Ziya Öniş;1922-1925 yılları arasında kulüp başkanlığı, Ali Sami Yen ise 1925 yılında kulüp başkanlığı görevi yapmıştır).

B. 1951-1980 DÖNEMİ

1950'li yıllar Türkiye'de yaşanan hükümet ve ekonomik zihniyet değişiminin futbola da yansıyacağı yıllar olacaktır. Profesyonelliğin kabulü ile birlikte transferler hız kazanacak ve Türk futbolu Milli Lige doğru bir gelişme içine girecektir. Milli Küme olarak adlandırılan Türkiye 1.liginin kurulduğu 1959 yılı aynı zamanda Spor-Toto kanunun da kabul edileceği yıl olacaktır. Bu dönemin en büyük özelliği ise futbol-siyasal iktidar ilişkisinin kendisini göstermeye devam ediyor olmasıdır. Cumhuriyet Halk Partisi sonrası iktidara gelen Demokrat Partinin kurmayları da futbolla yakın bir bağlantı içindedirler. "Demokrat parti, bir yandan koltuk çıktığı yeni burjuvalar diğer yandan bürokratlar aracılığıyla, futbol-devlet iç içeliğini kısmen sağlamıştı. Federasyon başkanlığına, futbola ve Demokrat partiye yakın isimler getiriliyordu" (Kozanoğlu, 1990, 145). Başbakan Adnan Menderes'in emirleri ile İstanbul ligine Feriköy ve Karagümrük takımları dahil ediliyordu (tıpkı yıllar sonra Kenan Evren'in emri ile Ankaragücü takımının birinci lige çıkartılmasında olduğu gibi) 14 Mayıs 1950 seçimlerinde 3 Fenerbahçe yöneticisi(Osman Kavrakoğlu-Zeki Rıza Sporel ve Firuzan Tekil) Demokrat Parti'den milletvekili seçildiler. Fenerbahçe'nin 1950-1960 döneminde başkanlığını yürüten isimlerden sadece Ali Muhiddin Hacıbekir(1950-1951) dışındaki bütün başkanları aynı zamanda DP milletvekilleri idiler. Osman Kavrakoğlu (1951-1953), Bedii Yazıcı (1953-1955) , Zeki Rıza Sporel (1955-1957), 1957-1959 yılları arasında Fenerbahçe başkanlığını yürüten Agah Erozan aynı zamanda TBMM başkan vekilliği görevini de yürütmekteydi. 1959-1960 yıllarında ise Başbakan Menderes'in isteği ile Fenerbahçe başkanlığına talip olan, DP'li bir bakan Medeni Berk başkanlık yapmıştır. Vatan cephesine katılanların her gün gazete ve radyolarda duyurulduğu bir dönemde sadece Fenerbahçe(Agah Erozan)'nin değil, Galatasaray (Sadık Giz),

Beşiktaş (Nuri Togay), Vefa(Selahattin Karayavuz) kulüplerinin başkanları da Demokrat Parti milletvekilleridir.

Futbolun kitleleri peşinden sürükleme gücü, her dönem iktidarların ilgisini çekmiştir. Bu ilgiden sivil yönetimler kadar askerler de nasiplerini alacaklardır. 27 Mayıs 1960 sonrasında yönetimi eline geçiren Türk Silahlı Kuvvetleri, 1960 ihtilali sonrasında oynanacak olan ilk milli maça son derece önem göstermiş ve bu maçın kendi yönetimlerinin prestiji açısından ne denli önemli olduğunu, milli takım oyuncularına bizzat Genelkurmay başkanı Cemal Gürsel anlatmıştır. "... Yarın bir milli maça çıkacaksınız. Size şimdi anlattım, memleketin durumunu biliyorsunuz; yeni bir Türkiye kurmak için yola çıktık. Bunun içinde bizim daha rahat bir ortamda çalışmamız lazım. Şimdi bir milli maç var önümüzde. Bu maç bizim dönemimizin ilk milli maçı, yani bizim prestijimiz demektir bu. Bizim rahat çalışabilmemiz, bizim prestijimizin gölgelenmemesi için sizin yarın bu maçı kazanmanız lazım. Sizleri buraya bunun için çağırdım. Yarın, maçı mutlaka kazanmanız, ona göre oynamanız, maçta bu şuurla hareket etmeniz lazım" (Doğan, age, 136). Doksan dakika bitiminde Türk milli takımı İskoçya milli takımını 4-2 mağlup etmek suretiyle 'ihtilalin prestijini kurtarmayı' başardıkları için de, Cemal Gürsel Paşa'dan biner liralık prim kazanmışlardı.

27 Mayıs hareketini ve Cemal Gürsel Paşayı halka benimsetmek amacıyla üç büyüklerin katılacağı bir futbol turnuvası düzenlenmesi de yine bu dönemde gerçekleşecektir. Futbol sadece askerlerin değil, birkaç yıl sonra 40. yılını kutlayacak olan CHP'nin de kitlelere adını bir kez daha duyurması için düzenlenecek olan Atatürk kupasında(1963) siviller tarafından sığınılacak güvenli bir liman olacaktı. Askerlerin futbola olan ilgisi bir dönem liglerde mücadele eden Havagücü-Karagücü-Denizgücü takımlarının yanı sıra, özellikle Fenerbahçe kulübünün 1920'lerin sonunda aldığı bir kararla doğrudan etkilenmiştir. Fenerbahçe kulübü etkisini daha sonraki yıllarda gösterecek bu kararla, bir anda bütün askeri öğrencileri kendi tarafına çekmeyi başaracaktır. O dönemde kongrede alınan karar şu ifadeleri içermektedir: "Deniz subayları ile hava subayları Fenerbahçe maçlarına bedava girebilirler" (Doğan, age, 109) Fenerbahçe kulübü bu kararla birlikte kulübünün sempatizanı olacak geleceğin üst düzey komutanlarını da, kendi tarafına çekmiş oluyordu.

1960'lı yıllar dünyada gelişen özgürlük ve demokrasi rüzgarlarının Türkiye'de de kendisini hissettirdiği bir dönemi kapsayacaktı. 1961 anayasası sonrasında gelişen özgürlükçü ortam sportif faaliyetler alanında da hissedilecektir. Kurthan Fişek'e göre; 1960-70 döneminin en önemli iki iç olayı: 1963-64 mevsiminde ikinci, 1967-68 mevsiminde de üçüncü profesyonel Türkiye futbol liglerinin kurulmasıydı. Bu gelişmeler hızla sivilleşen, seçimle oluşturulan bir siyasal yapının 'il düzeyinde' özellikle yoğunlaşan 'seçilme' kaygılarının uzantısıydı. "1960'lı yılların ortalarına gelirken, yerel basından 'ulusal basın'a geçilmesinin de etkisiyle, sporun ve özellikle futbolun çevresinde geniş bir kamuoyu oluşmuştu. İstanbul'da, Ankara'da, İzmir'de, bu üç kentin takımları arasında oynanan Birinci Türkiye ligi maçları, birkaç gün geriden değil, anında izlenebiliyordu. Dahası, bir yandan doyuma yaklaşan İstanbul ve İzmir sermayesinin önce komşu illere, sonra Türkiye'ye yayılması, bazı yerel il pazarlarında yerel sermayeyle rekabete, sürtüşmeye yol açıyor. 1963'de başlatılan Planlı Kalkınma döneminin teşvik önlemleriyle yerel sermayenin yer yer İstanbul'a, İzmir'e kafa tutabilmesinin zemini yaratılıyordu. Kısacası 'kentler arası rekabet' için çok uygun bir ortam vardı" (Fişek, 1985, 149). Bu rekabetin futbol sahalarında kendini gösterebilmesi için il ve ilçeler bazında çok sayıda kulüp kurulacaktı. Bu kulüplerden bazıları; Bursa spor (1963)-Eskişehir spor(1965)-Adana spor(1965)-Samsun spor(1965)-Denizli spor(1966)-Trabzon spor(1967). Bu kulüplerin ortaya çıkışı, aynı kentte mücadele veren kulüplerin bir araya gelip, güçlerini birleştirmeleri sonucudur. Örneğin Trabzon spor kulübü 2 Ağustos 1967'de Trabzon İdman Ocağı-Trabzon İdman Gücü-Karadeniz Gücü ve Martı spor takımlarının bir araya gelmesi ile kurulmuştur. Kuruluşunun hemen ardından gelen yıllarda Türkiye'de üç büyüklere kök söktürecek ve Es-Es efsanesini yaratacak olan Eskişehir spor kulübü, 19 Haziran 1965'de Akademi Gençlik-Eskişehir İdman Yurdu ve Yıldıztepe kulüplerinin katılımları ile kurulacaktır.Türkiye ikinci ve üçüncü liglerinin kurulması ile birlikte Türkiye'de sporun futbolla olan özdeşleşme süreci hızlanacak ve futbol büyümeye başlayan Anadolu sermayesinin de etkisi ile birlikte bütün Anadolu'ya hızla yayılacaktır.

Siyasetin sporu denetim altında tutma arzusu Osmanlı'nın son dönemlerinde başlamış ve her dönem etkisini göstermiştir. İkinci ve Üçüncü futbol liglerinin kurulması ile birlikte Türkiye liglerinde mücadele eden takımların sayısının artmasına

paralel olarak, milletvekillerinin de kendi seçim bölgelerine yönelik talepleri de çoğalacaktır. Seçim bölgesinin takımı için 'özel' uygulamalar talep etmekten, küme düşmenin kaldırılmasına hatta kulüplerin vergi borçlarının kaldırılmasını yasa teklifi olarak sunmaya kadar geniş bir yelpaze içinde, istekler sıralanmaktadır. Üzerinden kırk yıl geçmesine rağmen 2005 yılı içinde de aynı isteklerin sürdüğünü ve kulüplere vergi muafiyetinden, vergi borçlarının silinmesine kadar pek çok konuda ayrıcalıklar sağlanıyor olması bile; futbol ile siyaset arasındaki karşılıklı çıkar ilişkilerinin ne denli etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Milletvekillerinin seçim bölgeleri için talep ettiği ayrıcalıkların başında gelen, küme düşme uygulamasının 'bir sezon için kaldırılması' uygulaması ilk kez 1962-1963 sezonunda dönemin Başbakanı İsmet İnönü'nün talimatı ile gerçekleşmiş ve milli lig 22 takımla iki gruba bölünerek oynanmıştır. Bu yanlış uygulama daha sonraki benzerleri için örnek teşkil edecektir ve Türk futbolunun kapanmayan yaralarından birisi olan küme düşme kaldırılsın anlayışı, politik iktidarların destekleri ile sürekli gündemde tutulacaktır.

Seçim bölgelerine hoş görünmek isteyen milletvekillerinin, takımlarını desteklemek amacıyla 'şeref tribünlerinde' yerlerini almalarının ardından gelişen kavga sahneleri tıpkı küme düşmenin kaldırılması teklifi gibi, Türk futboluna büyük zararlar vermiştir, hala da vermeye devam etmektedir. Milletvekili, bakan, belediye başkanı, eski bürokratların kulüp yönetimleri ile kurmuş oldukları bağlantının başlangıcı 60'lı yıllar olacaktır. Dönemin iktidarı olan Adalet partisinin Anadolu burjuvazisiyle olan yakın ilişkisi ile Anadolu futbolunun güçlenmesi arasındaki bağ, 1960'lı yıllardaki futbol-siyaset ilişkisi konusunda önemli ipuçlarını içerir. Üç büyük kulübün başında yer alan isimler, bu dönemde de siyasal iktidara yakın olan kişilerden seçilmiştir. Fenerbahçe kulübü üzerinde etkisi bu dönemde başlayacak olan Faruk Ilgaz, aynı zamanda Adalet Partisi İstanbul il başkanıdır ve 1966-1974, 1977-1980 , 1983-1984 yılları arasında başkanlık görevini yürütmüştür. Adalet Partisinden milletvekili seçilen ve bakanlık görevi de yapan Talat Asal 1968-1969 yıllarında Beşiktaş kulübünün de başkanlığını yapmıştır. Dönemin AP iktidarına yakın bir isim olan Suphi Batur da 1965-1969 yıllarında Galatasaray kulübünün başkanıdır. Bu dönemde kulüp başkanları ve yönetim kurulu üyelerinin yapısının son derece ilginç ittifakları bir araya getirmektedir. "60'ların sonunda belediye başkanları, valiler ve devlet memurları tarafından yönetilen

buna karşın eşraf tarafından finanse edilen bir sürü kulüp bulunmaktadır. 1969'un Diyarbakır sporu bu konudaki uç örnektir. Başkan: Belediye başkanı Nejat Cemiloğlu, Yönetim Kurulu Üyeleri: PTT müdürü Erdoğan Vursavaş-Karayolları müdürü Haydar Akın-Şayak fabrikası müdürü Cevat Soybakış- DSİ bölge müdürü Fehim Adak." (Kozanoğlu,1990,154).

1970'ler Türkiye'nin önce 12 Mart harekatı ile sarsıldığı daha sonra çok sayıda gencini yitirdiği terör, yokluk ve siyasal çalkantılarla dolu yıllar olarak tarihe geçecektir. Kısır siyasal çekişmeler sporu ve tabii futbolu da derinden yaralayacaktır. Her gelen koalisyon bir önceki dönemin adamlarını tasfiye sürecine girişecek ve tutarlı bir spor politikasının oluşturulması tıpkı diğer alanlarda olduğu gibi mümkün olamayacaktır. Futbol, bu dönemde de çok popüler bir spor dalıdır ancak ülkenin gündemine hiçbir zaman tek başına hakim olacak kadar etkili değildir çünkü bu dönemde kitlelerin kendilerini dile getirebilme, seslerini iktidara iletebilme kanalları daha farklı bir biçimde kendisini gösterebilmektedir. 1974 dünya petrol krizinin yansımaları ile Kıbrıs barış harekatının getirdiği ambargo, Türkiye'yi ekonomik anlamda her geçen gün daha büyük sıkıntılar içine sokarken öte yandan yine bu dönemde yaşanan terör olayları ülke gündeminin ana maddelerini oluşturacaktır.

Ülke ekonomisinde yaşanan sıkıntılar futbol saha ve malzeme koşullarının da son derece kısıtlı olmasına neden olacaktır. Ekonomik sıkıntı içinde bunalan kulüpler, içlerinde bulundukları olumsuz ekonomik koşulları bir nebze olsun aşabilmek amacıyla formalarına reklam almaya başlayacaklardır. Bu uygulama ile daha sonraki yıllarda kulüplere büyük kazanç kapısı açacak olan forma reklamları futbol/spor sahalarında boy göstermekte ve kulüpler ile taraftarlarının arasına bir 'başkası' girmeye başlamış olmaktadır.

1970'lerin tüm olumsuz koşullarına karşın birinci futbol liglerinde ilk kez bir Anadolu takımı Trabzon spor şampiyonluğa ulaşacak ve üst üste elde ettiği başarılarla İstanbul temsilcilerine tek başına kafa tutacaktır. Trabzon sporun şampiyonluğu kısa süre içinde tüm Anadolu'da etkisini gösterecek ve İstanbul takımlarına yönelik antipati Trabzon sporun taraftar sayısının artmasına neden olacaktır.

C. 1980-1990 DÖNEMİ

1980 yılı Türkiye'deki bir çok alanda olduğu gibi futbol için de bir milattır. Bu tarihten sonra futbola önce askeri yönetim tarafından daha sonra ise bu büyülü oyunun önemini çabuk kavrayan Özal hükümetleri tarafından yakın ilgi gösterilmiş ve futbolun geniş kitleler üzerindeki etkisinden yararlanılmaya çalışılmıştır. Futbol; geniş kitleleri eğlendirerek, meşgul ederek var olan toplumsal sorunlar üzerinde düşünmelerini engellemek sureti ile ülke içinde yaratılmaya çalışılan 'huzur ve güven' ortamının önemli bir bileşeni olmuştur. 1980 sonrası yaşanan depolitizasyon sürecinde futbol, özellikle geniş kitleler için yeni kimlik edinme alanlarından birisi haline ge(tiri)lecektir. Askeri yönetim gençleri terör belasından uzaklaştırmak için futbolun çekiciliğinden yararlanmış, depolitizasyon sürecinin sağlanması için futbol ve futbol sahaları kullanılmıştır. Toplumu düzen ve intizam içinde tutma düşüncesi futbol sahalarına da sirayet etmiş ve stadyumları dolduran taraftarların nasıl davranmaları gerektiğinden, saha içindeki futbolcuların sakal-bıyıklarına kadar pek çok alanda etkili olmuştur. Dünyada eşine az rastlanacak bir kararla Ankaragücü'nün Evren'in talimatı ile birinci lige alınması da yine bu dönemde gerçekleşmiştir. 12 Eylülün Türk spor medyasına etkisi, haberlerin askeri bir dil, militarist bir söylem kullanılarak verilmesi biçiminde bugünde hala devam etmektedir.

12 Eylül 1980 darbesinin ardından tüm toplumu düzen ve iltizam içerisine yerleştirme, gençleri terör belasından uzaklaştırma politikaları için futboldan yararlanılacaktır. Bunun için bu yörelerde futbol sahalarının yapımının hızlandırılması ve yöre takımlarının desteklenmesi sağlanacaktır. 1983 hükümet programında hükümetin spor faaliyetlerine yönelik planları içinde yer alan 'Spor tesislerinin sayısını arttırılması' düşüncesinde başarılı olunmuş ve gerek yeşil saha gerekse de halı saha miktarları hızla artarak 1986 yılında 1556'ya ulaşmıştır (**Hürriyet, 6 Kasım 1986**). Askeri yönetimin Türk futboluna armağanı 1.ligde kulübü olmayan Ankara'nın bir takımı olan Ankaragücünün bir oldu bitti ile yapılan düzenleme sonucunda 1.lige alınması olacaktır. 12 Eylülün futbol sahalarına ilk yansıması olan bu uygulama sonrasında dönemin futbol federasyonunun da bir hayli önemli! Kararlar almıştır: Bunlar içinde hiç unutulmayacak olanı ise; 'Yabancı futbolcu transferini serbest bırakan ancak Türk asıllı yabancılar gelebilir' kararıdır.

1980'li yıllar devletin kitle sporlarını geliştirmeye yönelik politikalarının rafa kaldırıldığı bunun yerine geniş kitleleri etkileme gücü yüksek olan futbolun ön plana çıkartıldığı yıllar olacaktır. "1980'lerde devletin spor politikalarını biçimlendiren yaklaşım popülist ve faydacıdır. Bu bağlamda spor daha çok geniş kitleleri etkileme gücüne sahip popüler bir olgu olarak kavramsallaştırılır. Böylece kitle sporlarını geliştirme projesi yerini popüler görsel ya da izleyici sporlarını geliştirme projesine bırakır. Bu yeni yaklaşım, Özal hükümetinin spor politikalarının ve futbol ile ilişkisinin temelini oluşturur"(Yarar,1999,47). Türk futbolunun bu yıllarda iktidar tarafından kullanılması ve o güne kadar hiçbir iktidarın uygulamaya cesaret dahi edemediği politikalar 1983 seçimleri sonrasında oluşturulan Özal hükümetleri ile hayata geçirilecektin. Özal'ın dört eğilimi birleştiren partisi ve onun icraatları Türk futbol tarihinde 1980'ler ve sonrasına damgasını vuracaktır. Futbolun kitleler için ne denli önemli bir alan olduğunun bilincinde olan Turgut Özal, uzun yıllar boyunca formalite olarak görülen ve Başbakan ile Cumhurbaşkanlarının kendileri adına düzenlenen kupaları vermeye dahi gitmedikleri, formaliteye dönüşen bir uygulamayı, kendisinin her an halkın içinde olduğunu göstermek amacı ile kullanmayı bilmiş ve daha da ileriye giderek yurt dışında dahi Türk takımlarını desteklemeye gitmek sureti ile futbol-siyasal iktidar ilişkisinin boyutlarının genişlemesini sağlamıştır (Onun ardından gelen Çiller-Yılmaz-Bahçeli-Gül-Erdoğan gibi başbakan ve başbakan yardımcıları ile Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer ve hatta genel kurmay başkanı Özkök paşa da tuttukları takımların maçlarında ve önemli diğer karşılaşmalarda tribünlerde yerlerini alacaklardır.)

12 Eylül yönetiminin futbolun yaygınlaştırılmasını amaçlayan uygulamalarını kaldığı yerden sürdürmeyi görev edinen ANAP, her alandaki 'iş bitirici' anlayışını burada da sürdürmüş ve o yıllarda 'politik lig' olarak adlandırılan 3.ligin kurulmasına karar vermiş ve kararını gerekli alt yapıyı oluşturmadan uygulamaya koymuştur. İstisnasız her kentin, büyük ilçelerin takımlarının bu ligde mücadele etmesinin sağlanması ile "herkes futbol sevdasına dalacak, kafalar başka hiçbir şey için yorulmayacaktır"(Kozanoğlu,age,169). Bu dönemde özellikle Güneydoğu illerindeki gençlerin 'yıkıcı-bölücü' faaliyetlerden uzaklaştırılması için bu yörelerdeki emniyet müdürleri; yöre takımlarının kurulmasının sağlanması için iktidardan destek

isteyecekler ve bu destek sadece bu dönemde değil daha sonraki yıllarda da katlanarak verilmeye devam edecektir. Futbola adeta toplumumuzu bir arada tutan tutkal işlevi yüklenmiş ve devlet gençleri 'futbol' kanalıyla kazanmaya çalışmıştır. Bunun sağlanabilmesi için de olağanüstü hal valileri, emniyet müdürleri devreye sokulmuş, terörün açtığı yaralar futbol ile sarılabilmesi için devletin her türlü olanağı seferber edilmiştir. 1980'ler siyasi erkin futbola en çok müdahil olduğu fakat aynı zamanda en fazla alt yapı hamlesinin de gerçekleştirildiği yıllar olacaktır.

Politika-futbol ilişkisi Özal hükümetleri döneminde en üst seviyelere çıkmıştır. Turgut Özal kendisinden önceki başbakan ve cumhurbaşkanlarının aksine halkın gözüne girebilmek için her türlü etkinliği kullanmaktan kaçınmamış bu uğurda maç seyretmek için Almanya'ya bile gitmiştir. Özal hükümetlerinin futbolu kendi siyasal amaçları doğrultusunda kullanmaya çalışmalarının ilk örneği o yıllarda 'politik lig' olarak adlandırılan üçüncü ligin kuruluşudur. 1987 yılında yasakların kaldırılması için yapılacak oylamada kendilerini desteklemeleri amacı ile maç sonuçları çerçevesinde ligden düşen bazı takımların tekrar lige alınmaları sağlanmış, bu durum 1.lige kadar ulaşınca ligler üç hafta kadar durdurulmuş ve Kocaelispor ile Bursaspor tekrar 1.lige alınmışlardır. 1980'li yıllar devletin her kademesindeki politikacıların futbol kulüplerine yoğun ilgi gösterdiği ve bizzat kendi seçim yörelerinin takımlarının her türlü sorunları ile ilgilendikleri yıllar olacaktır. Bu uygulama taşra ve küçük yerleşim birimlerinde etkisini daha çok hissettirmekle birlikte büyük kentlerde de sıklıkla görülmektedir. Futbol kulüpleri kendi yaşadıkları sorunları aşmanın yolu olarak bu siyaset adamlarına ihtiyaç duymakta, siyasetçiler ise futbol kulüpleri üzerinden hem tanınırlıklarını arttırmakta hem de bu desteklerini oylara tahvil etmektedirler. Bugün hala pek çok şehrimizde takımları başarısız olan vatandaşların ilk suçladıkları kesimlerden birisi o yörenin milletvekilleri-bakanları olmaktadır. Bu konuda belki de yıllardan beri en dertli il olan İzmir'de, vatandaşlar yıllardır seçmiş oldukları milletvekillerinin kendi kentlerinin takımları ile yeterince ilgilenmediklerini, onların haklarını gerektiğince koruyamadıklarını ileri sürmektedirler. İzmirli kulüp başkanları kendi saha ve seyircileri önünde oynadıkları müsabakalarda şeref tribününde konuk takımın belediye başkanı ve yardımcıları, vali ve yardımcısı, emniyet müdürü, cumhuriyet savcısı gibi pek çok mülkü amirin yer aldığını , buna karşın İzmir kentinin mülkü amirlerinin yanlarında yer

almadıklarından şikayetçiler. (Diyarbakırspor-Altay maçında İzmir kulübüne yaşatılan travma etkisini uzun süre devam ettirmiştir.)

Avrupa topluluğuna kabul edilmeyen Türkiye, Galatasaray'ın elde ettiği başarılı sonuçlar ile 'Avrupalı' olmuştur. Galatasaray'ın Neutchatel Xamax'ı İstanbul'da 5-0 yenip elemesi ve daha sonra UEFA tarafından yenik ilan edilmesi ile yaşanan süreçte tam bir milli seferberlik ilan edilmiş, dönemin hükümeti bu olayla bizzat ilgilenmiş ve UEFA komisyonunda yer alan üyeler ve ülkeleri ile bire bir temasa geçilmiştir. Galatasaray'ın dönemin şampiyon kulüpler kupasında elde ettiği başarıların ardından her yıl Avrupa kupalarında elde edilmeye başlayan başarılı sonuçlar beraberinde batıya karşı duyulan hayranlık ve öykünmenin yerini revanş almaya bırakmayı getirecektir. 'Avrupa Avrupa Duy Sesimizi' sloganları futbol sahalarında daha fazla söylenir hale bu yeni dönemde Türkiye'de futbol medyanın da etkisi ile daha dışa dönük bir etkinin simgesi haline gelecektir. Elde edilen başarılı sonuçlarla Türk insanının büyük düşünmesi gerektiği fikrine yapılan vurgunun artmasının yanı sıra 'biz her şeyin üstesinden gelebilecek bir milletiz' düşüncesi medyada sık sık yer alacaktır. Bu dönemi simgeleyecek olan sözlerden birisi hiç kuşkusuz maçlara %51'le başlıyoruz olacaktır. 1996 yılında Avrupa şampiyonasına katılma ile başlayan yeni dönem Galatasaray'ın 2000 yılında UEFA kupasını ve Süper Kupayı alması ile yükselişe geçecek ve 2002 dünya üçüncülüğünün kazanılmasına kadar sürecektir.

ANAP hükümetinin 3.ligin kurulmasının ardından Türk futbol tarihindeki bir diğer önemli icraatı küme düşen bazı takımların tekrar aynı ligde mücadele etmelerinin sağlanması olacaktır. Bu uygulamanın hayata geçirilmesinde kendi yörelerinin takımları için canla başla mücadele eden milletvekilleri, bakanlar hatta meclis başkanlarının büyük etkisi olacaktır. ANAP hükümetinin uygulamaya koyduğu popülist politikalar futbol alanında da etkisini göstermekte gecikmeyecektir. Bu yıllarda klientelist ilişkiler çerçevesinde şekillenen Türk futbolu, bu dönemin yaralarını hala üzerinden atamamıştır. Kayırmacılık sisteminin egemen olduğu anlayışın Türk futboluna yerleşmesi sonucunda futbol kulüpleri kendi çıkarlarını koruyabilmek amacıyla kendi yörelerinin etkili, tanınmış simalarını, politik kişiliklerini yönetim kurullarına dahil etmişler ya da milletvekilleri, bakanlar aracılığı ile kulüplerinin çıkarlarını koruma yoluna gitmişlerdir. Himayeciliğin, adam kayırmacılığın geliştiği bu

dönemde 'güçlü olanın haklı olduğu anlayışı' zihinlerde yer tutmaya başlamış ve iş bitirici yönetici modeli bu dönemin vazgeçilmez portresi haline gelmiştir.ANAP'la başlayan siyasilerin futbola aşırı ilgileri, daha sonraki dönemlerde etkisini göstermeye devam etmiş, futbol sahaları siyasal hesaplaşmaların, oy kavgalarının yeni adresi haline dönüşmüştür.

1980'li yıllar futbolun iktidar tarafından ön plana çıkartıldığı ve futbolun siyasetin boşalttığı alana ikame edilmeye başlandığı yıllar olmuştur. Bu dönemde uygulanan neo-liberal politikaların geniş kitlelerle buluşmasında futboldan da yararlanılmış ve bu oyun üzerinden yaratılan gerçeklik kurgusu (medya-iktidar partisi-futbol otoritelerinin etkisi ile) aracılığıyla yeni ekonomik anlayışa uygun bir çerçevede örgütlenmesi sağlanmıştır. Futbolun bu aşamaya getirilmesinde Türkiye'nin Özal hükümetleri sonrasında tanıştığı tüketim toplumu anlayışı ve bu anlayışın değerlerini içeren politikaların uygulanması yatmaktadır. Futbolun metalaşması sürecinde profesyonelliğe yapılan vurgunun önemi, neo-liberal politikaların etkisi ile devletin yerini piyasalara bıraktığı bir ortamda Türkiye'deki diğer spor dallarında değil de neden futbolda özerkliğe 1988 yılında geçildiği daha iyi anlaşılabilir (Bu yıllarda 'Beyaz Gölge' dizisi ile ülkemizde geniş kitlelerin ilgisini çekmeye başlayan ve daha sonra büyük atılımlar kaydeden Basketbolun özerk federasyon haline gelerek GSGM'den ayrılması 2005 yılı Ocak ayı içinde gerçekleşebilmiştir.)

Kolay para kazanmanın ve harcamanın, kısa yoldan köşe dönmenin gerçekleştiği bu yıllarda, paranın egemenliğinde futbolun ve futbol kulüplerinin de yapısı değişmekte, bu alanda kendi gerçekliklerini yaratmak isteyen yeni bir kitle futbolun yönetimine talip olmaktadır. Sporun siyasal meşrulaştırma süreçleriyle ilişkisi anlamında ülkemizde özellikle 1980 sonrası yaşanan ekonomik ve toplumsal değişimler futbol ile birlikte gitmiş ve futbol kulüplerinin yönetiminde 80 sonrası zengin olmuş bir takım adamlar yer almaya başlamıştır. Bu kişiler futbolu sosyal bir statü simgesi olarak kullanmakta ve kulüp üzerinden güç ağları içerisine girerek dokunulmazlıklar, ayrıcalıklar elde etmek amacındadırlar. Mafyanın da futbol kulüpleri-futbol federasyonu-hakemler-antrenörler-futbolcular ile ilişkiye geçmesi ve futbolu kullanmaya başlaması da yine bu dönemin yarattığı bir sonuçtur. Hasbi ağanın, Nurettin Güven'in, Susurluk sanıklarının takım satın almalarına, futbol federasyonu

seçimlerinde Alaattin Çakıcının etkisine, yine Çakıcının Beşiktaş kulübü ile kurduğu ilişkiye kadar mafya artık futbolun tam göbeğinde kendisine yer açmıştır. Futbol alanında etkisini hissettiren bir diğer kesim ise sayıları az olmakla birlikte reel ve sembolik güçleri fazla olan sanayici-iş adamlarıdır.

1980-1990 arasında üç büyük kulübün başkanlığını yapan isimler incelendiğinde; Beşiktaş kulübünde 1984-2000 yılları arasında tam on altı yıl sürdürmek suretiyle Beşiktaş'ın en uzun süreli görevde kalan başkanı unvanına da sahip olan, eski MİT görevlisi Süleyman Seba gibi, hayli etkili eski bir bürokratın başkanlık yaptığı görülmektedir. Fenerbahçe kulübünde ise iş adamı, müteahhit kimliğine sahip zengin başkan tipinin etkisi bu dönemde de sürmektedir. Ali Şen(1981-1984), Tahsin Kaya(1986-1989) ve arkasından Metin Aşık(1989-1993) bu başkan tipinin tipik örnekleri olacaklardır. Mekteb-i Sultani geleneğini yönetim kurulları ve başkan seçiminde de sürdüren Galatasaray kulübünde ise; Prof.Dr. Ali Uras (1979-1986) ve ardından iktidar partisi milletvekili ve iç işleri bakanı olan Ali Tanrıyar(1986-1990) başkanlık yapacaklardır. 1970'li yılların ortasından itibaren Türk futboluna yeni bir soluk kazandıran ve şampiyonluğu İstanbul'dan Anadolu'ya taşıyan ilk ve tek takım olan Trabzonspor kulübünün bu dönemdeki başkanı olan Mehmet Ali Yılmaz da, iş adamı ve siyasetçi başkan tiplemesine uymaktadır.

Türkiye'de futbolun geniş kitleler nezdinde yerine getirdiği işlevin 1980 sonrasında önem kazanmasında dönemin ekonomi politikalarının ve medyanın büyük etkisi olacaktır. Turgut Özal'ın iktidarı ile hayata geçirdiği ekonomik liberalizasyondan futbolda kendi payına düşeni almıştır. Serbest piyasa ve liberalizm tek dünya düzeni haline getirilirken, onun spordaki uygulaması futbolla yapılmaktadır. Bütün dünya ile birlikte biz de bu sürüklenmenin içinde yer almaktayız. Bu itmede tüketim mantığı ağır basmakta ve kitleler isteseler de istemeseler de oraya doğru yönlendirilmektedirler. Futbolun, ülkemiz için her dönem en popüler spor dalı olması bu gidişi hızlandırmıştır. 1980 sonrası medyadaki dönüşüm futbolun popülaritesini daha da arttırmış, uluslar arası alanda diğer takımlarla rekabet etmek isteyen Türk takımları için seyirci gelirlerinin yanı sıra taraftarlara yönelik lisanslı ürünlerin pazarlanması, sponsorluk anlaşmaları, televizyon gelirleri, elektronik ortama yönelik düzenlemeleri gibi yeni gelir kapıları açılmıştır. "Türkiye'de futbolun örgütlenmesinde yaşanan evrimle, siyasi

rejimin demokratikleşmesi ve sadece IMF ya da Dünya Bankası ile değil, FİFA ve UEFA ile de somutlaşan küreselleşme ilişkileri arasında belli bir paralellik olduğu açıkça izleniyor. Ama aynı ilişkiyi Anadolu'nun ekonomik kalkınma ve gelişme, başka bir anlatımla kapitalistleşme süreci ile de kurmalıyız. Türk futbolunun yerellikten kurtulup, Birinci, İkinci ve Üçüncü ulusal liglerin faaliyete geçirilmesinin ardından, Anadolu'da kurulan yeni kulüplerin başkan ve yöneticilerinin de daha çok varlıklı yerel işadamları , mülki amirler ve belediye başkanları arasından çıkması bir rastlantı değildir. Paul Hoch'un da vurguladığı gibi; 'Sporun iktidar yapısı ve onun ideolojisi, ülkedeki iktidar yapısını büyük ölçüde yansıtır, tekrarlar"(Ünsal,age, 346-47).

D. 1990 VE SONRASI

Futbolun 1980'li yıllarda ön plana geçmesinde dünyada yaşanan ekonomik gelişmelerin ve bu gelişmeleri sağlayan ideolojik yapı ile futbol arasındaki birlikteliğin son derece önemli bir yeri bulunmaktadır. 1980'lerde tüm dünyada yaşanan liberal dalga futbolu da etkilemiş ve futbolun metalaşma sürecinin hızlanmasına neden olmuştur. Kültürel olanın ekonomik olandan ayrı tutulamadığı bu yeni dönemde kültür sanayileri (kitle iletişim araçları, turizm, boş zaman faaliyetleri, spor) ekonomi açısından vazgeçilmez faaliyetler haline dönüşmüşlerdir. Tüketim ideolojisi ve yaşam tarzının kitlelere benimsetilmesinde kitleleri etkileme gücü hayli yüksek olan futboldan yararlanılmıştır.

Sporun –kitle iletişim araçları ile birlikte yaşadığı dönüşümün daha iyi anlaşılabilmesi için son 20 yıla damgasını vuran değişimin ortaya çıkış nedenlerine ve dünyadaki etkilerine kısaca değinmek gerekmektedir. Bu yeni dönemde devletin piyasaya müdahalesini öngören ulusal kalkınma planları-politikaları ile ulusal düzeydeki rekabetin yerini serbest piyasa ekonomisi ve uluslar arası rekabet almıştır. Neo Liberalizm ve serbest Pazar kriterlerinin(rekabet, üreticilik, serbest değişim, verimlilik) geçerli olduğu bir ekonomi politikası anlayışı tüm dünyada uygulanmaya başlanmıştır. Üretim anlayışındaki bu değişim toplumsal ve kültürel alanda da kendisini gösterecektir. Kapitalizmin dönüşmesine ve dünyanın giderek tek bir Pazar haline getirilmesine yol açan bu yeni süreç Küreselleşme olarak nitelendirilmektedir. Küresel kültürü ortaya çıkaran çok çeşitli toplumsal ve kültürel gelişmelerin içerisinde

Olimpiyat Oyunları, futbolda dünya kupası ve uluslar arası tenis turnuvaları gibi dünya çapındaki spor dallarının gelişmesi de yer almaktadır.

Küreselleşme, toplumsal bir gerçeklik olarak yaşadığımız dünyanın son yıllarda geçirdiği değişim ve dönüşümü simgeleyen bir kavram haline gelmiştir. Küreselleşme süreçlerine atıfta bulunmadan siyasi, ekonomik ve toplumsal süreçlerdeki değişim ve dönüşümü anlamlandırabilmek olanaksız hale dönüşmüştür. Bu yeni dönemde devletin piyasaya müdahalesini öngören ulusal kalkınma planları ve politikalarının yerini serbest piyasa ekonomisi almış ve ulusal düzeydeki rekabet yerini uluslar arası rekabete bırakmıştır. Ulus devletlerin etkisi ve işlevleri azalırken, uluslar arası şirket ve sermayenin etkisi artmaktadır. Bu süreçte; teknolojik gelişmeler işsizliğin artmasına ve ücretlerin düşmesine neden olurken, gelir dağılımındaki dengesizlik de giderek artmıştır. Küreselleşme süreci dünyayı tek bir yer olarak kavrayan yeni bir anlayışın şekillenmesini sağlamanın yanı sıra ulus devlet ve onun yurttaşına yönelik bağların gevşemesine de neden olmaktadır. Küreselleşme sürecinde bireysel kimlikler ve farklılıklar ön plana geçirilirken, tüketim ve tüketimi sağlayacak olan düzenekler büyük önem kazanmakta ve hayatın her alanı 'metalaştırılmakta'dır.

Yeni dünya düzeninin ekonomik ve kültürel politikalarının kitlelere benimsetilmesinde kullanılan en önemli araç kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları küresel bir kültürün mitolojilerini üretmekte ve dolaşıma sokmaktadırlar. "Modern toplumlarda televizyon, serbest zaman etkinliklerini de, neredeyse bütünüyle, tekeline almış ve bu 'değerli' zaman dilimi üzerine damgasını vurmuştur...Toplum, televizyonlarda yer alan 'estetize edilmiş' eğlenme biçimleri, haber, drama, mizah, müzik, spor, vs. yolu ile, kendini rahatlatırken, farkında olmadan iktidar değerlerini yeniden üretmektedir"(Arık,age,61-62). Bireysel kimlikler medyada inşa edilmekte, medya tüketim ilişkilerini belirleyen en temel yaratıcı haline gelmektedir. Tüketim kitleler üzerinde kültürel bir bağımlılık yaratırken, toplumun her alanında tüketim mekanizmalarının yerleştirilmesine ve tüketim endüstrisi için en önemli kaynak olan boş zaman sürecinin satın alınarak pazarlanmasına başlanılmaktadır. Boş zaman süresindeki artış ile birlikte spor tüketimi ve görüntüleri de artmakta, sportif aktivitelere olan ilgi de büyümektedir. Futbol, tüketim endüstrisinin ihtiyaç duyduğu müşteri kitlesine hitap etme yeteneği en yüksek olan spor dalıdır. Bu özelliği nedeni ile oluşan

futbol endüstrisi, televizyonun yarattığı yeni imkanlarla birlikte tümüyle küreselleşmiştir. Futbol yeni ekonomi politikalarının etkisi ile show business'ın bir dalı haline getirilmiştir. Futbolun toplumsal statüsündeki bu değişmeler profesyonelleşme ve medyatik pazarlamanın etkisiyle yaratılan ticarileşme süreçleriyle birlikte futbolun daha geniş kitlelere hitap etmesini sağlamıştır.

Futbolun yeni bir misyon çerçevesinde örgütlenmesini ve bu şekilde toplumla buluşmasını sağlayacak olan güç medya olacaktır. 1980'lerin sonu 1990'lı yılların başlarında gerçekleşen özel televizyonların kurulması ile birlikte televizyonun egemenliği hızla artacaktır. Futbolun sosyal yapı ile kurmuş olduğu değerler transferinde medya çok önemli bir yer işgal etmektedir. Medya, evrensel standartlara uymayan ideolojik yaklaşımları normalleştirerek yeniden üretmekte ya da yeniden üretirken normalleştirmektedir. Bu açıdan medyanın kullanmış olduğu dil aracılığı ile varolan güç ve iktidar ilişkileri sürdürülmektedir. Türk futbol medyasının kurumsallaşması ve üç büyükleri hedef alan yayınlar yapması yine bu dönemde ortaya çıkacaktır. Futbol artık sadece sahada oynanan bir oyun olma vasfını yitirmiş, 90 dakika sonrasında yeniden kurulan gerçeklikler aracılığı ile bambaşka bir kimliğe büründürülmüştür. Futbol uzmanı denilen otoritelerin bitmek tükenmek bilmeyen yorumları bütün televizyonlarda yer almakla kalmamış, bu dönemin kendine özgü yeni anlayışı ile futbol gazeteleri yayın hayatına başlamıştır. Futbol popüler kültürün en önemli parçalarından birisi haline gelmiş ve kendi dilini yaratmayı başarmıştır. Futbol alanında yayın yapan futbol gazeteleri, futbol sayfaları, futbol programları yapmış oldukları yayınlar aracılığı ile taraftarların tuttukları takımlarla ilgili zihinlerinde varolan şemaların gelişmesinde ve yeni şemaların oluşmasında etkili olmuşlardır.

Bu süreçte medya yaptığı yayınlar aracılığı ile spor=futbol, futbol=1.lig/süper lig, süper lig takımları=üç büyükler anlayışının yerleştirilmesinin zeminini yaratmıştır. 'Başarıya tapınmanın, güçlüden yana olmanın, yenmenin yüceltildiği/kutsandığı buna karşın mağlubiyetin, ikinciliğin, mücadele etmenin yok sayıldığı bir anlayış futbol üzerine yapılan yorumlar ile topluma sunulmuştur. 'Kazanmak için her yol mubahtır' söylemine sık sık gönderme yapılırken 'oyunun kuralları herkes için eşittir' söylemi de unutulmamıştır. Bu söylemler aracılığı ile var olan toplumsal düzen ve ilişkilerin meşrulaştırıldığını, özellikle üç büyükler olarak

adlandırılan kulüplerin diğer kulüplerle arasındaki farklılığın, büyüklüğün (abartılı taraftar sayıları, bu takımları tutan bakan, başbakan, cumhurbaşkanı, genel kurmay başkanı, kuvvet komutanlarının sık sık takımlarıyla ilgili yorum ve düşüncelerinin kamuoyuna yansıtılması, kazanılan lig şampiyonlukları, Avrupa kupalarındaki başarılar vs.), yöneticilerin iş bitiriciliği(futbol sahada kazanılmaz masada kazanılır, bunu da gerçekleştirecek olanlar iş bitirici yöneticilerdir) kitlelere medya aracılığı ile benimsetilmiştir. Medya ile birlikteliği öncesinde hayatımızda sıra dışı bir yan oluşturan futbol, bugün hayatlarımızın sıradanlaşmasını hızlandırmaktadır.

Tıpkı 1980-1990 döneminde olduğu gibi, 1990 sonrası dönemde de olağanüstü hal valileri, emniyet müdürleri(bu konuda verilecek en iyi örnek Diyarbakır emniyet müdürü olarak, Diyarbakırsporu birinci lige çıkartabilmek için her türlü mücadeleyi veren ve bu isteğinin gerçekleştiğini göremeden öldürülen Gaffar Okan olacaktır) devreye sokulmuş, terörün açtığı yaralar futbol ile sarılabilmesi için devletin her türlü olanağı seferber edilmeye devam edilmiştir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin 'hassas' yapısı göz önüne alınarak, bu yörenin takımlarına 'özel' ilgi gösterilmiştir. Tansu Çillerin başbakanlığı döneminde Cizrespor yöneticileri başbakana gençlerin dağa çıkmasını engellemek için kulüplerinin küme düşmesinin engellenmesi gerektiğini bir mektupla anlatmışlar ve gereken yerine getirilmiştir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin takımlarının 1.ligde yer almamasından kaynaklanan hassasiyet ile bu yöre takımları devletin en üst mercilerince desteklenilmiş ve bu şekilde ilk önce Vansporun birinci lige çıkması gerçekleşmiştir. Vansporun birinci lige çıkarılmasında büyük emeği bulunan dönemin Van valisi Mahmut Yılbaş, ki adı daha sonra Van şehir stadyumuna verilecektir, şu açıklamayı yapacaktır: **'Bu zaferle ülke ve dünyada kuru bir kimlik peşinde koşmanın ne kadar hayal olduğunu ispat ettiniz. Terörü unutturup halkı birlik ve beraberliğe sevk ettiniz. Size ne kadar teşekkür etsek azdır. Ne kadar öğünseniz hakkınızdır. Sizler birlik ve beraberliğin sancağını Van'a diktiniz.'** Vanspor örneği sonrasında Güneydoğu Anadolu Bölgesinin bir takımının 1.ligde yer alması için adeta ulusal bir seferberlik gerçekleştirilmiş ve dönemin Diyarbakır emniyet müdürü Gaffar Okan'ın büyük desteğini alan Diyarbakırsporun, emniyet müdürünün ölümünün ardından gördüğü ilgi ve destek daha da artmıştır. Bu kulübümüzün birinci lige çıkması sürecinde özellikle Altay ile oynanan karşılaşmada yaşananlar ve ardından

Diyarbakırsporun son hafta Büyükşehir Belediye ile oynadığı ve son dakikalarında rakibin yenik oynamasına karşın orta sahayı geçmediği karşılaşma Türk futbol tarihinde kara bir leke olarak yer alacaktır. Diyarbakırspor-Altay karşılaşmasının TRT tarafından naklen yayınlanmaması ile başlayan ve Altay'lı futbolcuların ve İzmir'den giden gazetecilerin başına gelen insanlık dışı uygulamalar görmezden gelinmiş ve karşılaşma Diyarbakırsporun galibiyeti ile sonuçlanmıştır.

1990'lı yıllarda Güneydoğu Anadolu bölgesi ve çevresinde yükselen terör olaylarının milliyetçilik alanındaki etkileri futbol sahalarına da yansımış ve İstiklal marşının her müsabaka öncesi okunmasından(bu uygulama halen devam etmekte, bu uygulamanın kaldırılmasına yönelik talepler geldiğinde milliyetçiliği kendi tirajı için kullanmaya çalışan bir futbol gazetesi 'İstiklal Marşımızı Engelleyemezsiniz' biçiminde yayınlar yapmayı sürdürmektedir.) stadyumlarda üç hilalli bayrakların, bozkurt işaretlerinin görülmesinden, 'Ya Allah Bismillah Allahu Ekber' sloganlarından, PKK ve onun liderine yönelik cinsellik yüklü sloganlar da yine bu dönemde atılır olmuştur. Futbol sahalarında yaşanan bu süreç ülkemizdeki şehit güvenlik güçlerinin cenazelerinin sayısının artması ile doğrudan bağlantılı olarak ivme kazanmış hatta bu dönemde medyada kullandığı başlıklarla milliyetçiliği kışkırtacak bir ortamı ateşlemiştir. Futbolcuların ağzından galibiyetin 'şehit analarına armağan edildiği', 'şehitliklerde dua ederken' fotoğraflarının yayınlandığı bu dönemin etkisi Öcalan'ın yakalanıp yurda getirilmesi ile azalacaktır.

2003 genel seçimleri öncesinde Göztepe kulübü başkanı İskender Tuğsuz'un AKP'den Konak belediye başkan adayı olması sonrasında, Göztepe kulübünün uzun yıllardır amigoluğunu yürüten 'Başbakan İsmail' kendi kulüp başkanına yönelik tepkisini ve Ahmet Priştina'ya yönelik desteğini yaptırdığı pankartlarla **('Türkiye Laiktir Laik Kalacak-İnadına Priştina')** göstermek isteyince Göztepe karşılaşmalarında taraftarlarla-polisler arasında sıkıntılı anlar yaşanmıştır. Göztepe başkanının adaylığı diğer kulüp taraftarlarına da 'laikliğe' daha çok vurgu yapacak sloganları tribünlerde kullanma olanağı yaratmıştır. Özellikle Karşıyaka-Göztepe mücadelelerinde **'Yobaz Göztepe'** sloganı sıkça kullanılmıştır.2005 yılı nevruz kutlamaları sırasında Mersin'de yaşanan bayrak yakma krizi sonrasında tüm yurtta yayılan milliyetçi tepkiler futbol sahalarına da sirayet etmiş ve milli takımın Arnavutluk

dünya kupası eleme maçı öncesinde bayrakla objektiflere poz vermesinin ardından, maç günü tüm stadyum bayraklarla süslenmiş, gazeteler 'bu bayrak inmez' başlıkları ile tepkilerini okuyucularına duyurmuşlardır!. Lig karşılaşmalarında da benzer tepkiler devam etmiş ve Öcalan'ın yeniden yargılanması yönelik ifadelerin ardından 'Karşıyaka' tribünlerinden Öcalan'a yönelik küfürlerin maçın gözlemcisinin raporuna aktarması ile teklif edilen ceza kararı, son anda federasyon tarafından önlenmiş ancak 'Karşıyakalı' taraftarların bir sonraki maçtaki federasyona ve Öcalan'a yönelik tepkisi, içine bir takım 'bozkurt işaretleri ve üç hilalli bayrakların da dahil olduğu gruplar' tarafından sürdürülmüştür. İzmir'de yaşanan ve medya kanalı ile tüm yurda yayılan bu gelişmeler sonrasında başka stadyumlarda da benzer görüntüler yaşanmıştır.

Özellikle 1.lige yükselme mücadelelerinin yaşandığı play-off karşılaşmalarında daha sonraki dönemde kurulan 2.lig A kategorisinde takımların fiziksel güçleri kadar politik yaptırım güçleri de ön plana çıkarılmış ve başbakan yardımcılarının, meclis başkanının kendi kentlerinin takımları lehine kulis faaliyetlerde bulundukları alenen söylenir olmuştur. "Kentlerin belediye başkan ve valilerinin futbol kulüplerini desteklemeleri, çoğu zaman da kulüp başkanlığını üstlenmeleri spor-iktidar ilişkisini mikro-düzeyde gösteren önemli bir örnektir...Yeniden seçilmek ve yöreyle barışık kalmak isteyen siyasiler, çoğu zaman spor alanında aktif görev almakta ve bazen de sportmenlik dışı tekliflerle-ligde düşmenin kaldırılması vb.-futbolu politikayla buluşturmaktadırlar"(Arık,age,166). 2004-2005 sezonunda sadece futbol ile değil sporun her branşı ile yakından ilgili olan AKP iktidarının, Türkiye'deki sportif örgütlenme üzerinde oluşturmuş olduğu etki önce federasyon seçimleri sırasında hissedilmiş ardından da hükümetin en üst düzeyinde yer alan Başbakan, Başbakan Yardımcıları ve Meclis başkanının tutmuş oldukları takımların şampiyonlukları ile sonuçlanmıştır. Başbakan Tayip Erdoğan'ın doğup büyüdüğü semtin takımı olan Kasımpaşa spor ile babasının doğduğu yer Rize'nin Pazar ilçesinin takımı Pazarspor 3.ligden 2.lige çıkmışlardır. Başbakan yardımcısı Kayserili Abdullah Gül'ün takımı Kayseri Erciyes süper lige yükselirken, kentin diğer takımı olan Kayserispor da süper ligde kalmayı başarmıştır. Sivaslı Devlet Bakanı ve Başbakan yardımcısı Abdüllatif Şener'in takımı olan 'Yiğidolar'(Sivasspor) da 38 yıl sonra ilk kez süper ligde mücadele

etmeye hak kazanmıştır. Manisalı Meclis Başkanı Bülent Arınç'ın takımı olan Vestel Manisaspor da Süper lige çıkmıştır.

Siyasilerin futbol kulüplerine sağlamış oldukları kaynaklar ve bu kaynakların hukuki prosedür içerisindeki yerinin ne olduğu da çok tartışmalı bir sorun olarak çözülmeyi beklemektedir (İzmir'de tüm spor kulüplerine yardımlarını esirgemeyen Ahmet Priştina, üçüncü lige terfi mücadelesi veren Altınordu takımı için Trabzon'da oynanan final müsabakalarına İzmir'deki diğer kulüp yöneticilerini ve belediye başkanlarını da götürmek sureti ile kendi döneminde spor kulüpleri ile büyükşehir belediyesi arasında yeni bir dönemin başlamasını sağlamıştır. Onun ölümü sonrasında ihtiyaçlarının ve beklentilerinin karşılanmasına alışan İzmir kulüpleri, yeni belediye başkanından yeterince destek bulamadıklarını düzenledikleri basın toplantıları ile duyurmuşlardır. İzmir Gücü Spor Vakfı başkanı Levent Ürkmez'e göre: Merhum Priştina, 4 yılda kulüplere 4.5 trilyon katkı sağlamıştır. Yeni başkan Aziz Kocaoğlu ise 300 milyar yardımda bulunmuştur **(Milliyet Ege, 26-2-2005).** Türkiye liglerinde üç büyük kentin dışında kalan futbol kulüplerinin önemli bir kısmının Kamu İktisadi Kurum ve kuruluşları, belediyeler ve özel girişimciler tarafından yönetilmektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren futbolla yakın bir ilişki kuran devletin, bu ilgisinde dönemin olumsuz koşulları karşısında takımların desteklenme zorunluluğu etkili olmuştur. "Türkiye'de devletin merkeziyetçi ve bürokratik yapısının kurulana futbol kulüplerine de aynen yansımıştır. Bunun kanıtı resmi devlet kurumlarının PTT, Köy Hizmetleri, DSİ gibi kamu kuruluşlarının birer takım oluşturması ile açıklanabilir" (Uztuğ,2001,133). Kamu Teşekkülü takımlarından bazıları şunlardır; MKE Ankaragücü-Çaykur Rizespor-Türk Telekom Spor-Karabük Demir Çelik Spor-Batman Petrol Spor-Adana Demir Spor-Petkim Spor-Soma Linyit Spor. İkinci ve Üçüncü liglerde ekonomik sıkıntı çeken takımların hayatta kalma savaşlarında belediyelerin büyük katkısı olmaktadır. 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren belediye başkanlarının profesyonel spor kulüplerinin başkanlığını yapamayacakları yönündeki yasa tasarısının da, belediyelerin spor kulüpleri üzerindeki ağırlığını ortadan kaldırmadığı, kulüp başkanlığı yapan birtakım belediye başkanlarının 'gölge başkan' olarak faaliyetlerini sürdürdüğünün en açık göstergesi, kendilerine mikrofon uzatıldığında takımları ile ilgili proje ve isteklerini anlatmaya devam etmeleridir (Ankara Büyükşehir Belediyesinin

Ankaragücü'nü beş golle geçmesinin ardından verilen demeçlerde Ankaragücü başkanı Cemal Aydın, 'Transfer paralarının nereden geldiğini merak ettiğimiz zaman Gökçek hemen tepki veriyor. Konumu itibariyle kamu görevi yapıyor.'(**Fanatik,20-4-2005**) açıklamaları ile Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı olan Melih Gökçek'i hedef almıştır. Gökçek'in bu suçlamalara yanıtı gecikmemiştir: 'Ankaragücü'nün düşmesini kimse temenni etmez. Herkes haddini bilsin, sözünü tartarak konuşsun. Şike yapıp yenilse miydik?')(**Fanatik, 21-4-2005**). Liglerimizde yer alan büyükşehir belediye ve belediye takımları şunlardır. Süper Ligde mücadele eden Ankara Büyükşehir belediye spor, İkinci lig A kategorisinde İstanbul büyükşehir belediyesi, B kategorisinde mücadele eden; Güngören belediyesi, Gaziantep büyükşehir belediyesi, Şanlıurfa belediyesi, Üçüncü ligde mücadele eden; Mersin büyükşehir belediyesi, Batman belediyesi, Kilis belediyesi, Kızılcıhamam belediyesi, Aliağa belediyesi, Akhisar belediyespor, Denizli belediyesi.

ANAP iktidarı ile başlayan dönüşümün ardından gelen süreçte devletin ekonomik alandaki etkinliğinin azalması ile birlikte zenginleşmeye başlayan yeni iş adamları ve sanayicilerin kulüp başkanlıklarını kendilerini gösterme fırsatı olarak algılamaları ve bunu birer halkla ilişkiler aracı olarak kullanmaları da yine bu yıllarda başlayacaktır. Bu çerçevede gelişmeye başlayan Anadolu sermayesi, kendisini futbol sahalarında da temsil edebilecek takımları oluşturmaya başlayacaktır. Kocaeli, Bursa, Adana gibi kent takımlarının yanına Kayseri, Konya, Gaziantep, Denizli, Antalya gibi kentlerin takımları eklenecektir. Futbol iktidarı ile arası bir türlü barışmayan Türkiye'nin üçüncü büyük şehri olan İzmir ve bu kentin takımlarının başarısızlıkları sürecek ve Türkiye'de futbolun başladığı kentin takımları süper ligde temsil edilemeyecektir. Kocaeli, Bursa, Adana ve Antalya kentlerinin takımları da 90'lı yılların sonlarına doğru birinci lige veda edeceklerdir.

'İslami sermaye' olarak nitelenen takımlarda yine 1990 sonrası dönemin Türk futboluna armağanıdır. 2000-2001 sezonunda Türkiye 1. futbol liginde Yimpaş Yozgatspor ve Siirt Jet-Pa takımları mücadele etmişler ancak hemen 2.lige düşmüşlerdir. 3 Kasım 2002 seçimlerinde Siirt milletvekilliğine seçilen ve daha sonra usulsüzlük nedeniyle milletvekilliği düşürülen, Fadıl Akgündüz'ün sponsorluğu(Jet Pa) ile ülkenin önde gelen futbolcuları Siirt'e getirilmiş ve takımın birinci lige

çıkartılmasında etkileri olmuştur. Tanju Çolak(menajer) Sergen Yalçın-Alpay Özalan-Oktay Derelioğlu gibi isimler Siirt Jet Pa için mücadele etmişlerdir. Konya Kombassan ve Mobella spor da İslami sermayenin etkin olduğu futbol kulüpleridir. Ülke içinde siyasal gerilimlerin artığı dönemlerde Kombassan, Yimpaş Yozgat ve Diyarbakırspor gibi takımların karşılaşmalarında ideolojik kutuplaşma hissedilmiş ve bu takımların mücadele ettiği karşılaşmalarda 'Türkiye Laiktir Laik Kalacak' ya da 'PKK defol/dışarı' sloganları atılmıştır.

Türk futbolu içinde artmaya başlayan rant sonrasında devreye giren bir diğer kesim de mafya olmuştur. Mafya ve kirli siyasi ilişkiler içerisinde isimleri geçen bir takım kişilerin kulüplerle kurmuş oldukları ilişki; Ali Fevzi Bir'in Sahrayıceditspor, Oral Çelik'in Malatyaspor kulüplerine başkan olmaları ile en uç noktaya ulaşmıştır. Ayrıca M.Emin Altındağ'ın Diyarbakırspor kulübüne başkan adaylığı da önemli bir gelişmedir. Sedat Peker ve Alattin Çakıcı gibi yer altı dünyasının önde gelen isimlerinin, futbol dünyasındaki pek çok kişi ile kurmuş oldukları bağlantı ve bunun sonucunda etkilerinin federasyon seçimlerine kadar uzanması, futbol-mafya ilişkilerinin geldiği yeri göstermesi açısından önem taşımaktadır. Mafya ve futbol ilişkileri konusunda 'Kirli Kramponlar' isimli çalışmayı hazırlayan Ecevit Kılıç'a göre; mafyanın futbola ilgi duyması yalnızca imaj ve itibarla sınırlı değildir. 1980 sonrası dönemde bir çok futbol kulübü kara para aklama merkezleri haline gelmiştir. Mafyanın amacı artık bir sektör haline gelen futbol kulüplerine yönetici olmaktır. Çünkü özellikle futbolcu transferlerinde önemli miktarda kara para aklanmaktadır. "Futbolcunun fiyatı gerçek değerinden yani anlaşılan değerden çok daha yüksek gösterilmekte, aradaki fark kulübe girdi çıktı olarak gösterilip, kara para aklanmaktadır. Bu yöntem özellikle yerli futbolcu transferinde uygulanırken iki kulüp karşılıklı olarak anlaşmaya varmaktadır... Mafyanın futbola ilgisinin son yıllardaki en önemli nedeni para kazanmaktır ayrıca, futbol kulüpleri mafyanın militan kadrolarını oluşturmaları için büyük bir fırsat yaratmaktadır" (Kılıç, 2003, 67-68).

Mafyanın doğrudan etkili olduğu 1997 futbol federasyonu seçimlerinde Alaattin Çakıcı ve Sedat Peker Mustafa Kefeli'yi desteklerken; Susurluk Çetesi de Haluk Ulusoy'u destekliyordu. Kılıç'a göre; eski İçişleri ve Adalet bakanı Mehmet Ağar, delegelerin kaldığı otele emekli yarbay Korkut Eken'i göndermişti. Eken delegelere

Ulusoy'a oy vermeleri yönünde baskı yapıyordu. Seçimin üçüncü adayı olan eski Galatasaray kulübü başkanı Alp Yalman ise, seçime bir gün kala adaylıktan çekilmek zorunda kalacaktır. "Mafyanın desteğini arkasına almayan tek aday olan Yalman'ın çekilmesiyle seçim mafyanın seçimi oldu. Böylece seçimlere Çakıcı ve Peker'in adayı Mustafa Kefeli ile Susurluk çetesinin adayı Haluk Ulusoy girdi. Seçimler yapıldı ve Haluk Ulusoy başkanlığa seçildi. Kefeli, Çakıcı ve Peker'in desteğine rağmen kazanamadı. Aslında seçimi ne Ulusoy kazandı ne de kaybeden Kefeli oldu. Kazanan Mehmet Ağar kaybeden ise Çakıcı ve Peker oldu" (Kılıç, age, 78-79). Seçimi kaybeden Çakıcı'nın, Haluk Ulusoy'u tehditleri ise, kefaret olarak kesilen 100 koyun ile karşılanacak ve ardından Federasyon başkan vekili Hadi Türkmen istifa ettirilecekti. TBMM Sporda Şiddet, Şike ve Rüşvet İddialarını Araştırma Komisyonu'na bilgi veren eski Futbol Federasyonu As Başkanı Hadi Türkmen'e göre; eski Başbakan Mesut Yılmaz federasyon seçimi ve naklen yayın ihalesinde doğrudan müdahil olmuştur. Fenerbahçe ve Beşiktaş havuzdan ayrılarak ATV ve Kanal D'nin kurduğu BİMAŞ'la 9 milyon dolara anlaşmak üzereyken, Mesut Yılmaz Avrupa Gençlik Fonu'ndan 2 milyon doları Fenerbahçe ve Beşiktaş kulüplerine havuzdan ayrılmamaları için vermiştir. Türkmen; '1997 federasyon seçimlerinde mafyanın Mustafa Kefeli lehine devreye girdiğini, seçimlerin üst katında Sedat Peker, orta katında Gencay Çakıcı, alt katında Korkut Eken, güvenlikten sorumluydu, yani ikna çalışmalarını yürütüyorlardı'. Şeklinde açıklamalar da bulunmuştur. Komisyona bilgi veren eski İstanbul Organize Suçlar Şube Müdürü Adil Serdar Saçan da yaptığı açıklamada, bütün emniyet müdürlerinin kulüp taraftarı olduğunu belirtmiştir. Bu konuda İstanbul Emniyet Müdürü Celalettin Cerrah'ı örnek gösteren Saçan, 'Cerrah Beşiktaşlı, dolayısıyla Beşiktaş'ın sahasında maç olduğunda orada güvenlik daha gevşek oluyor' görüşünü savundu **(Cumhuriyet, 16.03.2005).**

Türk futbolunda mafya etkisinin en üst düzeye ulaştığı 2001-2002 sezonunda, hakem-antrenör-futbolcu-maç sonucu ayarlamaya kadar gidebilen ilişkiler, telefon kayıtları ile saptanmasına ve mahkeme kayıtları altına alınmasına karşın yine de aydınlatılamamıştır. Çünkü Türkiye'de futbol alanında yaşanan kirlenme sadece futbola özgü bir durum değildir. Kirlenmenin boyutları çok daha derinlerde ve tüm kulüplere dek uzanmaktadır. Kulüp yönetimlerinde emniyet müdürleri, askerler, MİT

mensuplarına dek pek çok kesimden kişi yer almaktadır. Türk futbol medyası olan bitenin ne olduğunu bilmesine rağmen, kendi tiraj ve rating gelirleri nedeniyle bu yaşananlar hakkında bir açıklama da bulunamamaktadır. Şike ve Rüşvet iddialarını araştırma komisyonu çok sayıda futbol adamını dinlemesine ve geniş kapsamlı bir rapor hazırlamasına rağmen sonuçta buz dağının sadece görünür yüzü olarak açıklamalarda bulunan Vestel Manisasporun futbolcusu Cafer Aydın suçlu bulunmuştur. Futboldaki rantın çoğalmasının yanı sıra futbolun medya aracılığı ile yaratmış olduğu çekim gücünün yüksekliği, futbolun en üst yönetim kurumu olan futbol federasyonu ve onun başkanlığı için yaşanan iktidar savaşlarının akıl almaz boyutlara ulaşmasına ve bu savaşın içerisine mafyatik gruplardan bizzat hükümet temsilcilerine kadar pek çok kesimin dahil olması ile sonuçlanmıştır. Bunun en son örneği geçen yıl yapılan federasyon seçimlerinde başkan Haluk Ulusoy'un son anda adaylıktan çek(tir)ilmesidir. Futbol dünyası içinde kendisine yer edinen mafya ve mafya grupları ile bazı futbolcular arasında kurulan ve temelinde 'milliyetçilik' yatan ilişki ağında, Susurluk davasından yargılananlar için turnuva bile düzenlenebiliyordu. Eski futbolcu Bülent Uygun, Gençlerbirliği futbolcusu Okan Koç, kaleci Hasan, Ankaragücü takımından Hakan Keleş turnuvaya katılırlarken, turnuvanın başlama vuruşunu Mehmet Ağar yapıyordu. Turnuvaya katılması beklenen Galatasaraylı futbolcu Arif Erdem ise cezaevinde Korkut Eken'i ziyaret ediyordu. "Eken'i Fatih Terim ve Mehmet Ağar aracılığıyla tanıdığını söyleyen Arif, Eken ile olan ilişkisini şöyle anlatıyordu: Fatih hoca zamanında Mehmet abi(Ağar) sürekli bizim maçlarımıza gelirdi. Eken de Ağar'ın yanındaydı. Orada güzel muhabbetler ettik. Arada bir sevgi alışverişi oldu. Onun oğlu gibiyim. Bizim takımdan çoğu insanı çok sever, insanların çoğu da onu çok sever" (Kılıç, age, 161-162).

1980 sonrası Türkiye'de yaşanan en önemli gelişmelerden birisi de mafyanın toplumsal hayatın her alanına girmesi ve hukuksal sistemin işlemediği ya da ağır kaldığı noktalarda devreye girerek etkisini arttırması olmuştur. Futbol gibi büyük bir rantın döndüğü alanın mafya tarafından göz ardı edilebilmesi söz konusu değildir. Futbol, mafya liderleri için iki yönlü bir çekim alanıdır. Hem futbolda büyük paralar söz konusudur hem de futbol kulüpleri üzerinden kendi meşruiyetlerini sağlamanın yolunu bulmaktadırlar, gerçek kimlikleri ile giremeyecekleri ortamlara, kulüp kartı ile girebilmekteler. Geçen yıl Alaattin Çakıcı'nın Beşiktaş kulübü tarafından sağlanan vize

ile yurt dışına kaçtığını ve ardından Çakıcı ile birtakım futbol adamları arasında yapılan telefon kayıtlarının dökümlerinde, mafyanın futbolun nerelerine kadar uzandığı ortaya konulmuştur. Mafya, federasyon seçimlerinde etkili olmakta, hakem atamalarına karışmakta, maç sonuçlarına etkide bulunabilmektedir. Kolay para kazanmanın, kısa yoldan köşe dönmenin yüceltildiği, televizyonlarda mafya dizilerinin kol gezdiği bir ortamda bir takım mafya özentilerinin, özellikle taraftarlar arasında yaygınlaşması ve kulüp yönetimlerince beslenmesi sonucunda Türkiye'de futbol sahalarında yaşanan şiddet hareketleri de yükselişe geçmiştir. Futbol sahalarında yaşanan şiddet ve kokuşmuşluk çarkı içinde kimlerin nasıl yer aldığı konusunda bilgi sahibi olan futbol medyası da bu duruma karşı yeterince sesini yükselt(e)memektedir. Türk futbol medyasında yorumculuk yapan Hıncal Uluç-Engin Verel-Abdullah Çevrim ve Ahmet Çakar'ın saldırıya uğramaları ve kurşunlanmaları da yine bu tehlikeli ilişkilerin bir sonucudur. Ayrıca kulüp başkanları ve amigolar arasında kurulan tehlikeli yakınlaşma da kendisini futbol sahalarında yaşanan şiddet boyutu ile hissettirmekte ve futbol sahaları her geçen gün daha fazla şiddet yaşanmaktadır.

1990 ve sonrası dönemde üç büyüklerin yönetim kademesinde bir önceki dönemin tekrarı yaşanmaktadır. Özellikle Fenerbahçe kulübü bunun en tipik örneğidir. Metin Aşık (1989-1993), Güven Sazak(1993-1994), Hasan Özaydın(1994), Ali Şen (1995-1998) ve Aziz Yıldırım(1998-) "kulüp yönetimlerinin, ülkenin kapitalistleşmesine paralel olarak 'para babaları'na geçtiğinin açık kanıtıdır. Artık 'parası olana düdüğü çalar' dönemine girilmiştir...Yeni başkanlar için, kulüp de bir nevi 'şirket'ti. Özellikle son başkan Aziz Yıldırım döneminde 'tesisleşme'ye hız verilirken, şirketleşme ve ardından holdingleşmeye yönelik çabaların da hız kazanması ve gerçekleşmesi de giderek daha da 'kapitalistleşen' ve 'küreselleşen' Türkiye ekonomisindeki genel trendle uyumludur" (Ünsal,age,349-350). Fenerbahçe kulübünün bu dönemki başkanları içinde siyasi yönü en güçlü olanı hiç kuşkusuz Güven Sazak'tır. Sazak'ın başkan seçilmesi sonrasında Fenerbahçe tribünlerinde ve kulüp yönetiminde ülkücü anlayış etkili olmuş ve bu durum bazı taraftarlar tarafından protesto edilmiştir. Fenerbahçe'nin açtığı yolda ilerleyen ezeli rakibi Galatasaray kulübünde de başkanlar, 1990 sonrası dönemde işadamları-sanayicilerden oluşmuştur: Alp Yalman(1990-1996, Faruk Süren(1996-2001), Mehmet Cansun(2001-2002) ve Özhan Canaydın(2002-)

Beşiktaş kulübünde ise 2000 yılına kadar eski MİT görevlisi Süleyman Seba'nın başkanlığı sürmüştür, 2000-2004 yılları arasında Serdar Bilgili ve 2004 yılından beride Yıldırım Demirören kulüp başkanlığı görevini yürütmektedir. Bilgili ve Demirören'de sanayici-işadamı tipi başkanlardır.

Futbol endüstrisi büyüdükçe, kulüplerin yönetim organizasyonları da daha fazla önem kazanıyor, bu açıdan kulüplere gelir temin edebilecek, yetenekli ve becerikli yönetimlere duyulan gereksinim de artıyor. Mart 2004'teki Fenerbahçe kongresinde seçilen yeni yönetim kurulu üyelerinin 9'u işadamı, 3'ü turizm/tekstilci, 1'i ithalat/ihracatçı, 2'si ise işletmecidir **(Hürriyet, 8 Mart 2004)** Galatasaray'ın Mart 2004'te seçilen yönetiminde 3 tekstilci/turizmci, 2 üniversite öğretim üyesi, 6 işadamı, 2 yönetici, 2 diş hekimi 1 mali müşavir ve 1 borsacı yer alıyordu. Beşiktaş yönetiminde ise 6 işadamı, 2 sanayici, 2 bürokrat, 2 gazeteci, 2 inşaat mühendisi, 1 armatör, 1 turizmci, 1 avukat, 1 danışman, 1 banka müdürü, 1 yönetici bulunuyordu **(Hürriyet, 21 Mart 2004).** Her fırsatta 20-25 milyon taraftarı olduğunu ifade eden kulüplerin kongreler üye sayılarının 10 bin 500 lerde kaldığı ve bu üyelerinde ancak üçte birinin oy kullanmaya geldiği başkanlık seçimleri, tıpkı siyasal partilerimizin kısır kongrelerine ve üye sayısına benzemekte ve siyasal partilerde yaşanan tek adam yönetimi anlayışı, futbol kulüplerinde de sürmektedir. Kulübünü seven ve kulübüne üye olmak isteyen taraftarların özellikle üç büyük kulübe üye olabilmeleri son derece zordur. Giriş ücretinin yüksekliği ve aidat miktarları, bu kulüplerin sınırlı sayıda kişi tarafından yönetilmesine yol açmaktadır. "2003-2004 sezonunda Süper Ligde top koşturan 18 takımın başkanlarının meslek dağılımına göz atıldığında, işadamı, sanayici, tüccar, inşaatçı, tekstilci/ihracatçıların ezici bir üstünlük sağladıkları görülüyordu" (Ünsal, age, 354).

Türkiye'de özellikle futbol, önemli bir iktisadi yatırım ve politik güç gösterisi alanı haline gelmiştir. Futbol maçları, futbol takımları ve oyuncuları da, artık genel olarak medyanın, özel olarak da televizyonun gözdeleridir. Seyircilerin ilgisi, yüksek rating'ler, bol reklam derken, futbol maçlarının yayını, televizyon kanallarının en rağbet ettikleri yapımlar olmakta; bu konuda rekabet inanılmaz boyutlara varmaktadır. Dahası, medya mülkiyeti ile kulüp sahipliğinin kesiştiği örnekler de mevcuttur. Rumeli Holdingin ve STAR televizyonunun sahibi olan Uzan grubunun İstanbulspor kulübünü

satın alması ile Türkiye'de futbol-sermaye ve yayıncılık ilişkisinde yeni bir süreç başlamıştır. İstanbulspor ile istediği başarıları yakalayamayan Uzan grubu, Adanasporu da satın almış ve kulübün birinci lige çıkartılması için İstanbulsporlu bazı futbolcuları Adanaspora kiralamıştır. Türkiye birinci futbol ligi naklen yayın ihalesinin yine Uzan grubuna ait TELEON tarafından alınmasıyla da eşine az rastlanacak olaylar yaşanmaya başlanmıştır. Uzan grubunun her iki takımının da birinci futbol liginde yer alması ve futbol federasyonunun da bu konuda gereken tedbirleri almayarak fikstür çekimlerinde yaptığı yanlışlıklar sonucu, bugün halen tartışması devam eden Altay kulübünün ligden düş(ürül)mesi süreci yaşanmıştır. Futbol kulüplerinin arkasında medya organlarının da bulunması, liglerde yer alan diğer takımların aleyhine bir takım yayınların yapılması, hakemlere ve federasyona yönelik bir takım yayınlarda bulunulmasını sağlamakta ve bu sayede bir anlamda haksız bir rekabetin yaratılmasına neden olmaktadır. Örneğin. Tıpkı Uzan grubunun sahibi olduğu takımlara ve onların karşılaşmalarına yönelik yayınlarda olduğu gibi, Bilgin grubu da Göztepe A.Ş. nin yönetilmesinde etkili olmuş ve kendi yayın organlarında diğer takımlara ve hakemlere yönelik bir ortamın yaratılmasına katkıda bulunmuştur. Bilgin grubunun yaşadığı maddi sorunlar nedeni ile Göztepe A.Ş'nin yönetiminden çekilmiş ve bugün Göztepe kulübü 18 trilyonluk bir borç batağı ile karşı karşıya kalmıştır. Uzan grubu da aynı şekilde önce Adanasporu daha sonra ise İstanbulsporu bırakmak zorunda kalmış, Adanaspor ikinci lig A kategorisinden düştü, İstanbulspor ise Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonuna devredilerek devletin takımı haline getirildi, bu kulüpte süper ligde düşmeme mücadelesi veriyor.

Türkiye'de futbolun etkisinin artmasında ve tüm topluma yayılmasında özel televizyonların benimsedikleri yayıncılık anlayışının büyük bir etkisi bulunmaktadır. Özel televizyonlar en çok reyting getiren alanlardan birisi olan futbolu fazlasıyla sahiplenmişler ve futbolun haftanın 7 günü, her an hayatımızın içerisine yerleştirilmesine katkıda bulunmuşlardır. Futbolun medya ile kurmuş olduğu bu birliktelikte, medyadaki bazı kanaat önderlerinin(eski hakemler, bazı gazeteciler, bazı eski futbolcular-eski yöneticiler) kullandıkları 'başarıya tapınma ve güçlüden yana olma' söyleminin etkisi kısa sürede futbol sahalarında kendisini göstermiştir. Takımlarının kazanması için her türlü yolun mubah olduğunu düşünen bir kitle stadyumlarda yerlerini almakla kalmamış, futbolcularına, antrenörlerine, hakeme,

rakip takım futbolcularına ve seyircilerine gereken cezayı kendi bildikleri yöntemlerle vermeye kalkışmışlardır. Futbol sahalarımızda yaşanan şiddet dalgasını her defasında polisiye tedbirlerle çözülebileceğini dile getirenlerin, ortaya çıkmalarına katkıda bulundukları bu gruplardan sanki uzaydan gelmiş gibi söz etmeleri de var olan şiddetini meşrulaştırılma sürecine katkıda bulunmaktan öteye gitmemektedir. Başarının her şey olduğu anlayışı kitlelere her ortamda tekrarlana tekrarlana benimsetildiğinde; bunu elde etmek için her türlü değerden ödün verebilecek bir rol –modeli yaratılmasının önü açılmış olmaktadır. Onun içindir ki futbol sahaları artık rakip takım seyircisine kapatılır hale getirilmiş, 'futbol üzerinden teşhir edilerek normalleştirilen şiddete' duyarsızlaştırma yaklaşımları ile meşruiyet kazandırılmıştır.

Türk futbol medyası kullandığı dil ve söylem aracılığı ile Türk toplumunda futbol aracılığıyla şiddet kültürünün yeniden üretilmesine, bu dil ve söylemlerin futbolla ilgili temel ideoloji aracılarının milliyetçilik ve cinsiyetçilik çerçevesinde belirlenmesine de katkıda bulunmaktadır. Türk futbol medyasında özellikle yurt dışı karşılaşmalarının sunuluş biçiminde futbol bir oyun olmanın ötesinde her şeyle ilintilendirilen bir alan haline getirilmektedir. Elde edilen başarılı sonuçlar; milliyetçi duygularımızın okşanmasından, ulusal tarihimize yapılan göndermelere, Avrupa'ya duyulan öfke ve intikamın su üstüne çıkartılmasına, hatta Avrupa birliğine futbol aracılığı ile girdiğimize kadar pek çok alanla birleştirilmektedir. Türk futbol medyasında futbolseverlere sunulan futbol ile sahada oynanan futbol arasındaki farklılığın derecesi her geçen gün artmaktadır. Bir taraftan medyanın bazı kanaat önderleri tarafından futbol ligimiz Avrupa'nın en kaliteli ligi olarak sunulmakta ve futbolcularımızın Avrupa'nın her takımında oynayabileceği ileri sürülmekte buna karşın Türk futbolu her geçen gün kan kaybetmeye devam etmektedir.

Üç büyük kulübün Türk futbol medyasındaki ağırlığı son dönemde bu kulüplerimizin yönetim kurullarında büyük medya yöneticilerinin yer alması ile sonuçlanmıştır. Uğur Dündar Fenerbahçe'de, Fatih Altaylı Galatasaray'da ve Reha Muhtar Beşiktaş'ta yönetim kurullarında yer almışlardır. "Spor kulüpleri ile medya arasındaki, bu 'sağlıklı olmayan' yakınlaşma, hem kamu hizmeti yapan spor gazetecilerinin hem medya kuruluşlarının, hem de toplumsal misyonları sadece kulüp yöneticilerine para ve güç kazandırmak olmayan spor kulüplerinin asli fonksiyonlarının

arızaya uğramasına neden olmaktadır"(Arık,age,291). Bu yakınlaşmanın neo-liberal dönemle örtüştüğünü de unutmamalıyız. Medya mensuplarının bir takımın taraftarı olduğunu beyan etmenin ötesine geçtiği bu aşama, Türkiye'de futbolun endüstriyel aşamada ekonomi ve televizyon ile kurduğu birlikteliğin uç noktasını oluşturacaktır. Medya, futbolun sosyal yapı ile kurmuş olduğu değerler transferinde çok önemli bir yer işgal etmektedir. Bu açıdan medyanın kullanmış olduğu dil ve söylem aracılığı ile var olan güç ve iktidar ilişkileri sürdürülmektedir. Medyanın üst düzey yöneticilerinin üç büyük kulübün yönetiminde yer alması, bu kulüplerin ülke içindeki taraftar potansiyellerini harekete geçirmede kullanılabildiği gibi bu kulüplerin siyasal iktidarlarla ilişkisinin sağlanmasında da bu kişilere görevler düşmektedir. Futbolun hayatımızın her alanında etkisini hissettirdiği bir ortamda bundan kendisine pay çıkarmak isteyen Türk futbol medyası için üç büyük kulüple dirsek temasının ötesine geçerek yönetimlerde yer almanın bu kuruluşlara katkısı, bu kulüplerin haberlerinin birinci elden alınması ve kamuoyuna sunulması olacaktır.

1980'ler futbolun/sporun oyunsal halinin ortadan kalkmaya buna karşılık endüstriyel boyutlarının ağırlığının artmaya başladığı dönem olacaktır. Futbolun metalaşma sürecinin hızlanması tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kendisini hissettirecek ve futbola yüklenen anlam ve değerlerde değişime uğrayacaktır. Bu değişimin yaşanmasında en büyük katkıyı ise hiç kuşkusuz medya sağlayacaktır. Futbolun televizyon ile kurmuş olduğu yeni birliktelik çerçevesinde, futbol maçları adeta bir televizyon prodüksiyonuna dönüştürülmekte, yapılan canlı yayınlar ve bağlantılar ile sahada oynanan futbol, ekran başındakilere yeniden yapılandırılmak sureti ile aktarılmaktadır. Futbolun metalaşması beraberinde futbol seyircisinin bir müşteri gibi algılanmasını ve müşteriye yönelik bir takım tüketim konseptlerinin oluşturulmasına neden olacaktır. Taraftarlara yönelik markalı ürünlerin pazarlanma süreci hızlanacak, markalı ürünlerin satışından kulüpler önemli gelirler elde edeceklerdir. Ayrıca stadyumlarda yeni tüketim araçları olarak yeniden dizayn edilmişlerdir. Stadyumlar(arenalar) futbol oynanan ve izlenen yerlerin dışında restoranlardan, sinema salonlarına, kafeteryalara, toplantı salonlarına kadar uzanan bir çeşitliliği barındıran yeni yapılarıyla çok işlevli ve verimliliği yükseltilmiş mekanlar haline dönüşmüşlerdir. Stadyumlara yerleştirilen dev ekranlar televizyon futbolu

anlayışının stadyumlarda da oluşmasına ve izleyicilerin önemli pozisyonları bu ekranlardan tekrar izleme tutkusuna yol açmıştır.

Her şeyin paraya endekslendiği kazanılan kupaların bile getirdiği paraların arkasında kaldığı bir dönemde, kulüpler tüketim toplumunun istediği gibi birer marka ve ürün haline gelmişlerdir. Önceleri boş zaman eğlencesi olan futbol artık bir endüstri koludur. Futbolun bir 'meta' haline gelmesi, futbolun bir marka ve ürün olarak alınıp satılmasına ve büyük paraların bu sektörde dolaşmasına yol açarken, futbolun toplumsal köklerinden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Futbolun bu yapısı; zengin ve başarılı kulüpleri daha yukarılara tırmandırırken, geri kalan kulüplerin borç batağına saplanmasına ve bu kulüplerle baş edebilme olanaklarının ortadan kalkmasına yol açmaktadır. Hayatın her alanında olduğu gibi, futbolda da 'oyunu kurallarına göre oynamayı daha iyi becerebilenler her zaman olduğu gibi bu kez de başaralı olmaktadırlar!' Türkiye'de futbolun her alanında diğer kulüplere nazaran daha eşit! Olan büyük kulüpler, kendi farklılıklarını naklen yayın gelirleri konusunda da sürdürmekte, gelir yaratmakta ve taraftarı tribüne çekmekte zorlanan Anadolu kulüpleri için, oynanan ligdeki konumları figürandan öteye geçememektedir. "Türkiye Futbol Federasyonunun 2003-2004 yılında kulüplere naklen yayın bedeli olarak dağıttığı para **153.121.566 milyon dolardır**. Bu paranın %50'si on dört kulüp arasında paylaştırılmakta, geriye kalan %50'si ise Beşiktaş-Fenerbahçe-Galatasaray ve Trabzonspor arasında paylaştırılmaktadır. **Üç büyüklerin her biri %13.25'lik bir pay ve 20.288.542 milyon dolar** alırken, **Trabzonspor %10.25'lik bir pay ile 15.694.909 milyon dolar** almaktadır. Buna karşın **Gençlerbirliği %4.17'lik pay ile 6.385.645 milyon dolar** alabilmektedir. Rekabet sadece 4 takım arasında geçtiği için futbol maçlarını 2.5 milyon kişi tribünde izlerken, kafa tutmaya çalıştığımız İngiltere'de bu sayı 13 milyon kişiye çıkmaktadır"(Akşar,age,55-58). Bu tablo lig şampiyonu sayısının neden 4 takımla sınırlı kaldığını ve her sezonun adeta bir 'keçi boynuzu' tadında birbirine benzediğini net bir biçimde ortaya koymaktadır.

Türkiye'de futbol her ne kadar 1988'den bu yana özerk olarak yönetilmekteyse de bugün hala stadyumların güvenliği, çimlendirilmesi, ışıklandırılması devlet tarafından yapılmakta, kira sözleşmeleri günün koşullarında komik değerler ifade etmektedir. Kulüplere, Milli Emlak-Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü(GSGM) ve

Belediyeler kanalı ile sağlanan yardım, işbirliği ya da iltimasın dökümü son derece ilginç sonuçları ortaya çıkarmaktadır. Bu tabloya göre, dört büyük kulüp, bu alanda da diğer kulüplerin önünde yer almaktadırlar. Buna karşın Anadolu kulüpleri ise işlerini daha çok belediyeler aracılığı ile halletmektedirler. Süper Lig kulüplerinin; Milli Emlak-GSGM ve Belediyeler ile ilişkileri sonucunda kiraladıkları, satın aldıkları ya da kullanım haklarını elde etmiş oldukları bazı tesis ve arazilerin örnekleri şöyledir: 'Fenerbahçe; 37 dönümlük Dereağzı Tesisleri 29 yıllığına GSGM'den kiralandı. Samandra tesisleri, Milli Emlak'ın spor tesisi yapılması için GSGM'ye tahsis etmesinden sonra 49 yıllığına 80 dönüm arazinin üst kullanım hakkı Fenerbahçe'ye verildi. Galatasaray;Ali Sami Yen Stadı, GSGM'den 49 yıllığına kiralandı. Ayrıca stadın yanındaki 2 bin metrekarelik alan da daha sonra Milli Emlak'tan, Galatasaray'a geçti. Beşiktaş; Yaklaşık 145 dönümü bulan Ümraniye Nevzat Demir Tesisleri'nin üzerinde bulunduğu arazi, Orman Bakanlığı'ndan 49 yıllığına kiralandı. Trabzonspor; Trabzon Havaalanı altında, Devlet Hava Meydanlarından önce 49 yıllığına kiralanan, daha sonra satın alınan büyük çoğunluğu deniz dolgusu 50 dönüm arsa bedelsiz olarak alındı. Bu arsada kamp tesisleri, futbol sahaları ve alt yapı tesisleri var. Akçaabat Sebatspor; Akçaabat'ta Belediye'ye ait 10 dönümlük bir dolgu alanı, 49 yıllığına bedelsiz olarak kiralandı. Çaykur Rizespor; İslampaşa Mahallesi'nde bulunan Milli Emlak'a ait 10 dönümlük arsa, bedelsiz olarak kiralandı, üzerine Mehmet Cengiz Tesisleri yapıldı. Diyarbakırspor; Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi'nin 49 yıllığına bedelsiz verdiği Diyarbakırspor Tesisleri ile birlikte Şehirler arası Otobüs Terminali'nden haftada 1-2 milyar gelir elde etmekte. Denizlispor; Denizli Belediyesi'nden kiralanan katlı otoparkın aylık kirası 480 ytl. Konyaspor; Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından Konya-Ankara karayolu üzerinde yapımı devam eden ve bünyesinde kondisyon salonları, yüzme havuzları, büyük ve küçük çim sahalar, tenis kortları, sporcuların kalması için yatakhaneler bulunacak Konyaspor Tesisleri, Konyaspor'un kullanımına sunulacak. Kompleks tamamlandıktan sonra elde edilecek gelirleri Konyaspor'a kalacak. 500 bin metrekarelik. Belediye, Milli Emlak'tan parasıyla alıp, tesisi yaptırıyor. Mülkiyet belediyenin, tahsisat Konyaspor'un...İçine stat da yapılabilir. Samsunspor; Yabancılar Pazarı'na giriş ücreti Samsunspor'a gelir kaydediliyor. Malatyaspor; İnönü Üniversitesi kafeterya ve

otoparkı Malatyaspor tarafından işletiliyor. Gaziantepspor; Gaziantepspor Celal Doğan Tesisleri'nin arsası, 1994 yılında merkez Şehit Kamil Belediyesi meclisi tarafından Gaziantep kulübüne bağışlandı. Ankaraspor; Kulüp, Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin iştiraki olan şirketlerden yaklaşık 2 trilyon liralık bir sponsorluk geliri elde ediyor. Gençlerbirliği; Atatürk Orman Çiftliği içinde bulunan 57 dönümlük arazi üzerine İlhan Cavcav Tesisleri inşa edildi. Burası için Tarım Bakanlığı'na aylık 1 milyar lira kira ödeniyor. Ankaragücü; Atatürk Orman Çiftliği'nde bulunan 63 dönüm üzerinde Cemal Aydın Spor Kompleksi bulunuyor. Tarım Bakanlığından kiralandı. İstanbulspor; Ataköy'de Olimpiyat Evi'nin otoparkı olarak düşünülen, daha sonra antrenman sahasına dönüştürülen bir tesis kısa vadeli olarak kiralanıyor.' (**Milliyet Taktik 6 Mayıs 2005)** Örneklerden de görüleceği gibi, Anadolu takımları daha çok belediyelerle iş birliği içerisinde hatta bunda uzun bir süre boyunca belediye başkanlarının aynı zamanda kulüp başkanlığı yapmalarının da büyük etkisi var. Ankaraspor kulübü, büyükşehir belediyesinin takımı olduğu için, belediyeye ait şirketlerden gelen gelirden yararlanmaktadır. Bütün bunlara karşılık bu sezon küme düşen ve devletin takımı olan İstanbulspor'un imkanları son derece kısıtlıdır. Anadolu kulüplerinin bu durumuna karşılık dört büyük kulüp çok daha büyük imkanları elde etmektedirler. Son olarak Seyrantepe arazisinde stadyum inşa etmek isteyen, ve arazinin üst kullanım hakkını da alan Galatasaray kulübü ile Galatasaray'ın, burada stadyumun dışında bir takım inşaatları da yapacağını ve haksız gelir temin edeceğini ileri süren Fenerbahçe kulübü arasında yaşanan gerilim de hükümet devreye girmiş ve Başbakan Erdoğan; 'Seyrantepe Galatasaray'ın açıklamasını yapmıştır.' (**Vatan, 28 Mayıs 2005)**

Bir taraftan batılılaşma ve yeni değerleri kullanma: misyon-vizyon-profesyonelleşme-kurumlaşma-şirketleşme-borsaya açılma buna karşın uygulamanın plansızlık içermesi, vergilerin af edilmesi için hükümetlere yapılan ziyaretler sürdürülmektedir. "IMF'nin onca dayatmalarına rağmen 2004 yılında bile devletin futbola yönelik 'kıyak'ları gözden kaçmamaktadır. 2003 yılında kulüplerin vergi borçlarında düzenlemeye giden Maliye, 2004 yılında da yeni bir kanun değişikliği ile kulüplerin ödeyemedikleri vergi borçlarını yeniden yapılandırmıştır. Spor kulüplerine, başka hiçbir 'özel şirkete' tanınmayan haklar tanınmakta, faizler son derece düşük

tutulmakta, vergi borçlarından kaynaklanan hacizler kaldırılmakta, hatta ekmekten 'KDV' alınan bu ülkede, maç biletleri satışından KDV kaldırılmaktadır"(Arık,age, 166). Bütün bu kolaylıklara rağmen Türkiye'de futbol sahalarında ve futbol kulüplerinde trilyonlarca lira vergi kaçırılmaya devam edilmektedir. Tribünlerde yıllık kaybın miktarı tam olarak tespit edilememekle birlikte yaklaşık olarak 50 trilyon liralık bir vergi kaçağı söz konusudur. Kulüplerin VIP gelirlerinin ve Kombine bilet satışlarından elde ettiği gelirlerin ne kadar olduğu net olarak tespit edilememektedir. Büyük kulüpler stadyumlarını yenilemekte, tribün kapasitelerini yükseltmekte ve elektronik turnike sistemini uygulamaya koymaktadırlar ancak anlaşılmaz!! Bir biçimde bu turnikeler çalışmamakta, stadyum içine bazı kritik karşılaşmalarda, basılan bilet sayısından daha fazla taraftar girebilmektedir. Futbol kulüplerinin son yirmi beş yıl içerisinde şirketleşmeyi savunan, borsaya açılan kulüp yapılarına rağmen yönetim anlayışlarındaki tek adam yönetimine dayanan yapıları değişmemiştir. Gelir ve gider kaynaklarının net bir şekilde ortaya konmadığı, vergi oranlarının düşük gösterilmesine rağmen yine de belli aralıklarla devletten vergi aflarının talep edildiği bir yönetim anlayışından söz ediyoruz. Türkiye'de futbol alanında UEFA kriterleri doğrultusunda hazırlık yapan kulüpler bulunmakla beraber kulüplerimizin büyük bir çoğunluğu var olan düzenin değiştirilmesinin son derece zor olduğunu, bunun için de 'gereğini kılıfına uydurma' anlayışının sürmesinde yarar olacağı kanaatindeler. Türkiye'nin bir minyatürü olduğu söylenen Fenerbahçe kulübünde, 1980 sonrası başkanlar müteahhit kökenlidir. Cömert işadamlarının başkanlığını yaptığı kulüp, her dönem en renkli ve iddialı transferlerle şampiyon olsa da olmasa da adından söz ettirmiştir.

Futbol kulüplerinin devletle olan ilişkilerinin sağlanmasında olmazsa olmazlar olarak yönetimlerinde bulundurdukları bürokratlar(emekli paşalar-bakanlar-bakan çocukları-belediye başkanları) yönetimlerdeki Türkiye'de ekonomik sorunlarla boğuşan pek çok sektör, sesini devlet kademesinde duyuramazken, futbol kulüpleri yaşadıkları sorunları en üst seviyede dile getirebilmekte, medyanın da etkisi ile her daim gündemde kalmayı başarabilmektedir. Son olarak sorunlarını başbakana aktaran kulüpler birliğine göre; Türk futbolu başbakanın desteği ile yeniden yapılanacaktır. Federasyon başkanı Levent Bıçakçı: hazırlık aşamasındaki yasanın vergi, KDV, stopaj ve damga vergisi gibi konuları içerdiğini belirtti. **(Vatan, 17-4-2005)** Başbakan

ve Maliye Bakanı ile yapılan toplantının ardından kısa bir süre sonra, hükümet futbolcu transferlerinde ve futbolcuların aldığı transfer ücretlerinde vergi oranlarında(KDV) 2007 tarihine kadar indirime gitti. Türkiye'de futbolcular, transfer ücretleri üzerinden, stopaj yoluyla ödemiş oldukları %15 oranındaki vergi aynı zamanda ücretlerden alınan Gelir Vergisinin en alt dilimine tekabül etmektedir. Bu oran daha önceki iktidarlar döneminde 2007 sonuna kadar geçerli kılınmıştı, bu tarihten sonra ise futbolcular %40 oranında gelir vergisi ödeyeceklerdi. Ancak Plan ve Bütçe Komisyonu'nun 18.5.2005 tarihli oturumunda AKP'li milletvekillerinin önergesi ile, futbolculara yönelik %15'lik imtiyazlı vergi oranı 2015 yılına kadar uzatılmıştır. Futbol ve Basketbol'da Türkiye ikinci liglerinde mücadele eden sporcuların vergi yükü ise %15'ten, %20'a indirilirken, diğer tüm branşlarda sporculara ödenen ücretlerin vergileri ise %5'e düşürülmüştür. 'Hükümet, hazırlanan bazı kararnamelerle kulüplere de vergi imtiyazı getiriyor. Örneğin kulüplerin, formalara veya statlara aldığı reklamların KDV'si yüzde 18'den 8'e indiriliyor. Yani bir şirket gazetelere, TV'lere veya radyolara verdiği reklamlar için yüzde 18 KDV öderken formaya, stada verilen reklamın KDV'si yüzde 8 olacak. 10 puanlık vergi imtiyazı, reklam verenlere yaramaktan çok kulüp gelirlerinin artmasını sağlayacak.Maç biletlerindeki KDV oranının da yüzde 18'den yüzde 8'e inmesi planlanıyor. Bu da tamamen kulüplerin yararına bir düzenleme. İndirimi bilet fiyatlarına yansıtmayan kulüplerin toplam gelirleri artacak. Kulüplerin sporcularla yaptıkları sözleşmelerdeki binde 7.5'lik Damga Vergisi yükümlülüğü de kalkıyor. Şimdiye kadar örneğin bir futbolcuyla 1 trilyonluk sözleşme yapan kulüp 7.5 milyar TL Damga Vergisi ödüyordu. Kararname ile birlikte bu yük ortadan kalkacak. Maliye Bakanı Kemal Unakıtan'ın futbolcu ve kulüplere yönelik vergi imtiyazlarını savunurken söylediği sözler de hayli ilginç: 'Biz üç kuruş vergi alacağız diye spor kulüplerini zora sokmak istemiyoruz. İkinci ve Üçüncü liglerde öyle kulüpler var ki, sporcularının paralarını ödemekte zorlanıyor. Biz Türk spor camiasına destek için bu düzenlemeyi getiriyoruz '.**(Vatan, 19-5-2005)**

III. TÜRKİYE'DE FUTBOLUN/SPORUN ÖRGÜTLENMESİ

Türkiye'de futbol İstanbul'da azınlıklara mensup takımların karşı karşıya gelmesi için oluşturulan 'lig' statüsü ile oynanmaya başlandığı 1900'lerin başından itibaren, ülkede yapılan diğer spor dallarının önüne geçmeye başlamış ve Türkiye'deki spor örgütlenmesi futbolun içinden çıkmıştır. Türk sporuna federatif yapıyı ve müsabaka organizasyonunu kazandıran spor dalı futbol olmuştur. Kadıköy futbol kulübünün kurucularından olan James Lafontaine'in girişimleri ile 17 Mayıs 1903'de kurulan 'İstanbul Futbol Birliği' Türkiye'de oluşturulan ilk lig temelli organizasyondur. Türkiye'de futbolun örgütlenmesini üç aşamada inceleyebiliriz. Bunlardan ilki İstanbul Futbol liginin 1903 yılında kurulması ile başlayacak ve 1922 yılında Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakının kurulmasına kadar sürecektir. Bu aşama içinde1910-1914 yılları arasında İstanbul futbol kulüpleri ligi organize edilecektir. Ülkenin savaşlar içinde geçirdiği yıllar, futbol açısından da sıkıntılı bir sürecin başlangıcı olacak ve 1912-1913 İstanbul futbol ligi, Balkan savaşı nedeniyle yapılamayacaktır.

1914-1915 sezonu ile başlayan ve 1922'ye kadar süren yıllar ise takımlar arası karışıklıkların ve farklı lig uygulamaları hayata geçirilecektir. Bu dönemde çoğunluğu okul takımı olan ve kendilerine İstanbul futbol Kulüpleri Liginde yer verilmeyen kulüpler Cuma Ligini kuracaklar ve bundan sonra İstanbul'da futbol, Cuma ve Pazar ligleri olarak sürdürülecektir. Türk futbol örgütlenmesindeki ikinci aşaması 1922-1951 yılları arasını kapsamaktadır. Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı (Türk sporunun ilk örgütü) 1922 yılında kurulmasının ardından bu ittifaka bağlı olarak kurulan Futbol Heyet-i Müttehidesi(Futbol Federasyonu) lig maçlarını resmi bir hüviyetle yeniden düzenlemeye tabi tutmuştur. Böylece sadece İstanbul da değil, Ankara, İzmir, Adana, Eskişehir ve Trabzon'da da futbol ligleri, bu yeni düzenleme ile oynanmaya başlanmıştır. 1937-1950 yılları arasında üç büyük ilde organize edilen Milli Küme Maçları ile ulusal lig denemesi yapılmıştır. Futbol federasyonu 1936 yılında Milli Küme'nin tesisine karar vermiş ve 1936-37 sezonu sonunda İstanbul Ligi'nde ilk dört sırayı alacak takımlarla, Ankara ve İzmir'de ilk iki sırayı alacak olan takımların katılımları ile bir lig oluşturulmasını sağlamıştır. Dönemin ekonomik zorlukları nedeniyle Milli Küme organizasyonundan vazgeçilmiş ve tekrar bölgesel liglere

dönülmüştür. 1951 yılında kabul edilen Profesyonellik sonrası Türkiye'de futbol liglerinin ve örgütlenmesinin üçüncü aşaması olan profesyonel dönem başlayacaktır(1951-). 1952-1959 yılları arasında İstanbul Profesyonel Ligi, 1954-1959 arasında Ankara Profesyonel Ligi oynanmıştır. Futbol Federasyonunun 19 Temmuz 1958 tarihinde aldığı kararla birlikte, 'Milli Lig'(Türkiye 1. futbol ligi) 1959 yılından itibaren oynanmaya başlanacaktır. 1963-64 sezonunda Türkiye 2. futbol ligi, 1967-68 sezonunda da Türkiye 3.futbol ligi kurulacaktır. Türkiye 1.futbol ligi 2001-2002 sezonu ile birlikte 'Süper Lig' olarak adlandırılmıştır.

A. CUMHURİYET ÖNCESİ DÖNEM (1903-1922)

1904-1905 sezonunda başlayan İstanbul Futbol Ligine dört takım iştirak etmiştir. Bu takımlar; İngiliz sefaret gemisi Imogene, İngiliz takımı Moda Football Club, İngiliz ve Rumlardan kurulu Kadıköy Football Club ve Rumlardan oluşan Elpis'tir. Bu lig organizasyonu için İngiltere'den 'Constantinople Football League (İstanbul Futbol Ligi) adını taşıyan bir şilt getirtilmiştir. "Üzerinde 10 küçük gümüş levha çakılı olan bu şilde, şampiyonluğu kazanan takımların adları yazılacak, on yıl içinde bu şilde en fazla adını yazdıran takım, bu değerli ve anlamlı armağanın sahibi olacaktı. Ayrıca bu lig ile ilgili olarak James Lafontaine tarafından bir de statü hazırlanmış ve bu statü, lige katılacak takımların temsilcileri tarafından onaylanmıştır" (Arıpınar,age,28). Karşılaşmalar Kadıköy Union Club'ın sahasında (bugünkü Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadyumunun olduğu yer, eski adı ile Papazın Çayırı) on beş gün önceden birlik yönetimine haber vermek suretiyle yapılacaktır. İstanbul Futbol Birliğinin Ana Sözleşmesindeki kuruluş amaçları şu ilkeleri içermektedir: " İstanbul'da kurulmuş bulunan futbol kulüplerinin düzensiz aralıklarla ve örgütsüz biçimde kendi aralarında yapmakta oldukları özel karşılaşmaların izleyenlere yeterince doyum vermemesi ve futbola karşı kitlesel ilgi oluşturmakta yetersiz kalması göz önünde tutularak, anılan futbol kulüplerini tek bir 'Lig'(League) içinde toplamak, futbol mevsiminin başlangıç ve bitim tarihleriyle lig karşılaşmalarının gün, saat ve hakemlerini saptamak, taraflara ve meraklılara futbol mevsimi başlamadan önce duyurulacak karşılaşmalar programının koşullar elverdiğince aksaksız uygulanmasını sağlamak, gerek ligin ve futbol karşılaşmalarının yönetiminde, gerekse belirebilecek

anlaşmazlıkların çözümünde esas alınmış bulunan İngiliz Futbol Birliği(Football Association) kurallarını uygulamaktır" (Akt. Fişek, 1983, 515). İlk şampiyonluğu Imogene kazanmış ve bu ligde ilk Türk futbolcusu olan Fuad Hüsnü Kayacan, Kadıköy kulübünde Boby takma adı ile futbol oynamıştır.

İstanbul Futbol Ligi'ne ilk katılan Türk takımı Galatasaray olacaktır. Galatasaray 1906-1907 sezonunda ilk kez yer aldığı beş takımlı ligi dördüncü sırada bitirmiştir. Galatasaray 1908-1909, 1909-1910 ve 1910-1911 sezonlarını şampiyon olarak kapatarak, büyük bir başarı kazanacaktır. Galatasaray'ın ardından 1909-1910 sezonunda ikinci Türk takımı olan Fenerbahçe de, bu ligde mücadele etmeye başlayacak ve 1911-1912 sezonunda şampiyon olacaktır. İstanbul futbol ligi, balkan savaşı nedeniyle 1912-1913 sezonunda oynanmamıştır. İstanbul'da kulüp sayısının artması ile birlikte liglerin düzenlenmesi konusunda anlaşmazlıklar yaşanmaya başlanmış ve bunun üzerine de, başını Galatasaray'ın çektiği beş kulüp İstanbul Futbol Birliği Liginde, Fenerbahçe'nin önderliğindeki beş kulüpte İstanbul Şampiyonluğu Liginde mücadele etmişlerdir. Her iki ligin şampiyonlarının mücadelesinde (Galatasaray-Fenerbahçe) Fenerbahçe, İstanbul şampiyonu olmuştur. Galatasaray ve Fenerbahçe'nin 'ilk Türk Kulüpleri' olarak yer aldıkları, İstanbul Futbol Birliğinin(İFB) oluşturduğu 1908 Sözleşmesi son derece önemlidir. Çünkü, "bugünkü spor teşkilatını kuran kimselerin çoğu o zamanın Mekteb-i Sultani talebeleri yani Galatasaray kulübünün kurucu, İstanbul Futbol Birliğinin yeni sözleşmesinin hazırlayıcı üyeleridir; bu nedenle, 1908 sözleşmesi'nin kuruluşlu ilk biçimsel spor yönetimi TİCİ'nin de kurum, kavram ve karşılıklı öncellerini oluşturmaktadır" (Fişek, 1983, 276-277). İFB içinde yer alan ilk Türk yönetici, Galatasaray kulübünün kurucusu ve oyuncusu olan Ali Sami Yen'dir. Ali Sami Yen ve o dönemdeki diğer yönetici tipi, dünyadaki kulüp yöneticisi modelinin benzeridir. Aktif sporculukla uğraşan kişiler aynı zamanda kulüplerin yöneticiliğini de yürütmektedirler. İFB az sayıda kulübün bir araya gelip oluşturduğu bir yapı olduğu için, hangi takımın lige alınıp alınmayacağını belirleme yetkisini de, yine bu kulüplere indirgemiştir.

1908 yılında futbol kulüplerinin tescil edilmesi başladıktan sonra İstanbul da çok sayıda kulüp kurulmuştur ve bu kulüpler İFB'nin organize ettiği ligde mücadele etmek istemektedirler ancak adeta bir karteli andıran yapısı ile İFB, bu takımların çoğunu lige

kabul etmemektedir. İFB'nin katı tutumu ve kişilere dayalı yönetim biçimi, bu oluşumun sonunu hızlandıracaktır. "Kararların üretilmesinde o an güçlü durumda bulunan kişi ve kulüplerin istek ve istençleri ağır basmaktaydı...Bu mekanizma daha sonra GS-FB rekabetinin sürekli değişen dengelerinin etkisine girmiştir...İFB'nin 1909-1910 mevsimi lig maçlarına Galatasaray'ın iki takımla katılmasını kararlaştırmasını, 'kartelci' bir keyfilikle Vefa, Beykoz, Süleymaniye, Anadolu, Türk İdman Ocağı, Hilal, Nişantaşı, Türk Gücü, Anadolu Hisarı, Progres, Telefoncular ve Ramblers kulüplerinin üyelik başvurularını reddetmesini doğal karşılamak gerekir...1910 lig maçları başlarken Fenerbahçe tertip komitesi çoğunluğun ellerinde bulunmasından faydalanarak yeni bir statü hazırlamış ve bazı kararlar almıştır. Bütün çabalara rağmen bu kararlar değişmeyince Galatasaray kulübü 1910-1911 mevsimi lig maçlarına katılmama kararı almıştır" (Fişek, 1985, 73-74).

Türkiye'de futbolun yaygınlaşması ve sevilmesinde önemli etkileri olan Galatasaray ve Fenerbahçe kulüplerinin arasında yaşanan ezeli rekabet aynı zamanda Türk futbolunda egemen olma mücadelesini de, daha başından itibaren içermektedir. Bu iki kulübün 17 Ocak 1909 tarihinde oynadıkları ilk maçın üstünden 95 yıllık bir süre geçmesine rağmen, aralarındaki mücadele her daim büyük çekişmelere sahne olmakta ve iki takımın maçları dünyanın sayılı derbilerinden birisi olarak nitelendirilmektedir (Dünyanın en fazla ses getiren ilk derbisi Arjantin'de Boca Juniors-River Plate(ülkenin zengin ve yoksullarının takımları) takımları arasında oynanan karşılaşmalardır. İkinci olarak İskoçya'da Protestan ve Katolik takımlarının mücadelesi olan Glasgow Rangers-Celtic mücadelesi gösterilmektedir. Üçüncü sırada ise Galatasaray ile Fenerbahçe takımlarının ezeli rekabeti yer almaktadır) Türk futbolunda ezeli rekabetin üçüncü ayağını oluşturan Beşiktaş kulübünün, bu iki takımla ilk karşılaşmaları 1924 yılında olmuştur. İstanbul Futbol Birliği içinde başlayan Galatasaray ve Fenerbahçe arasındaki hakimiyet mücadelesinde önce Galatasaray egemenliği eline geçirmiş ve 2 takımla ligde yer almıştır, ertesi yıl ise Fenerbahçe kulübü üst yönetim çoğunluğunu Rovers ve Progress kulüpleri ile birlikte ele geçirmek suretiyle yeni bir statü oluşturmuştur. Galatasaray kulübü, bu yeni statü nedeni ile o sezon lige katılmamış ve ardından İstanbul Futbol Birliği yerini İstanbul Futbol Kulüpleri ligine bırakmıştır. Galatasaray ve Fenerbahçe kulüpleri arasında daha o yıllarda başlayan futbol yönetimine egemen

olma ve futbolu yönetme anlayışı hiçbir zaman terk edilmemiş ve Türk futbol yönetimi her dönem, bu iki takımın mücadelesine sahne olmuştur.

İstanbul Futbol Kulüpleri Ligi(İFKL) 12 Kasım 1910 tarihinde Galatasaray, Kadıköy, Fenerbahçe, Strugglers ve Progress takımlarının katılımı ile kurulmuştur. İstanbul Futbol Kulüpleri Ligi'nin kuruluş amaçları , İFB'nin kuruluş amaçları ile benzerdir. İstanbul'da kurumuş olan futbol kulüpleri arasında birliği sağlamak, futbolun yaygınlaşmasına katkıda bulunmak, futbol mevsiminin başlangıç ve bitim tarihleriyle, müsabakaların gün, saat ve hakemlerini saptamak. 1910-1914 tarihleri arasında futbolun belli bir kurallar dizgesi içerisinde oynanmasını sağlayan İFKL, gerek ülkenin içinde bulunduğu savaşlar nedeniyle, gerekse de Galatasaray ve Fenerbahçe kulüpleri arasında yaşanan iktidar savaşımı nedeniyle etkili olamamıştır. Ayrıca İFKL'ye katılmaları kabul edilmeyen Anadolu Spor, İstanbul Jimnastik, Darülfünün Terbiye-i Bedeniye, Şehremini Mümaresat-ı Bedeniye, Sanayi Mektebi ile Fenerbahçe kulübü 1913 yılında Cuma Futbol Ligini kurdular. Bu ligin 37 maddelik nizamnamesinde yer alan kuruluş amaçları şöyledir: "Türk kulüplerinin şimdiye kadar ihmal edilen umumi müsabakalarını icra eyleme ve bu suretle bir istifade-i maddiye ve maneviye temin etmek; bu maksatla, Cuma Ligine dahil olan kulüpler altısı birlik olmak üzere adedine ve kuvvetine göre birinci, ikinci ila liglere taksim olmak; elyevm cari olan İngiliz futbol kaidelerini kabul ve tatbik etmek; müsabakaların intizamına, kulüplerin ve azasının nizamnameye tam riayetine, hakemin bitaraflığına, hulasa ligin tam intizam içinde cereyanına nezaret ve müsabakaların neticeleriyle vuku bulan itirazları tetkik, neticeyi tayın, müsabaka programını tanzim, hatıra-i tahsiniyeyi (ödülleri) tayin ve tevzi, nizamnamede tasrih edilen vazifeleri icra, kulüpler arasında ahengin tam husülünü temin etmektir" (Akt.Fişek, 1983, 520). İstanbul içinde 'Cuma' ve 'Pazar' ligleri oynanması ile baş gösteren karışıklık aslında 1913-1920 yılları arasında sürecek olan belirsizliğin başlangıcıdır. Bu yıllarda Türk futbol örgütlenmesinin yanı sıra Selim Sırrı Tarcan'ın çabaları ile Osmanlı Milli Olimpiyat Cemiyeti çatısında yeni bir spor örgütlenmesine de çalışılmış, ancak tüm bu çabalar sonuçsuz kalmıştır.

İFKL içinde yer alan Progress kulübünün, dönemin İttihat ve Terakki Fırkası tarafından adının Altınordu olarak değiştirilmesi ve yönetimine İttihatçı bir başkanın

getirilmesi sonrasında yaşanan gelişmeler, Türk futbol tarihine siyasetle futbol arasındaki ilk birliktelik olarak geçecektir. Altınordu kulübü başkanlığını kısa bir süre sonra dönemin sadrazamı Talat Paşa yapacak ve bu kulübün diğer kulüplerle olan haksız rekabeti başlayacaktır. Altınordu kulübü, devletin tüm imkanlarından faydalanarak diğer takımlardan oyuncu transfer edecek ve diğer kulüp oyuncuları cephelerde savaşırken, tam kadro ile maçlara çıkmaya devam ederek, şampiyonluklara ambargo koyacaktır.

1915-1916 sezonunda İstanbul Futbol Birliği Nizamnamesi uygulanacak ve bu nizamnameye göre; birinci küme'de Altınordu-Anadolu İdmanyurdu-Süleymaniye-Galatasaray ve Fenerbahçe takımları yer alırken, ikinci küme'de İdmanyurdu-Erenköy-Türk İdman Ocağı-Turan-Gürbüzler ve Fenerbahçe ikinci takımı yer almaktadır. Cuma Birliği'ne karşı 1919 yılında Altınörs-Beşiktaş-Beylerbeyi-Darüşşafaka-Haliç Fener-Hilal-Kumkapı-Türkgücü-Üsküdar ve Vefa kulüpleri 'Türk İdman Birliği'ni kurmuşlardır. İstanbul futbol liglerindeki karmaşa bununla da kalmamış, 1920 yılında İttihat spor kulübü ile birlikte yeniden faaliyete geçen Rum Elpis-Strugglers-Pera-Ermeni Birlik-Ermeni Dork-Musevi Esperance-Musevi Maccabi-İtalyan Stella ve Türk İdman Birliğinden ayrılan Beşiktaş ile Üsküdar kulüpleri, yeni bir 'Pazar Ligi' kurmuşlardır. "Pazar Liginin tek Türk takımı olan Beşiktaş, bu ligde hiç yenilmeden şampiyonluğu kazanmakla milletin kırık gururunu okşayacak bir başarı elde etmiş ve Pazar Ligi bir Türk takımının şampiyonluğu ile sona ermiştir" (Arıpınar,age,43).

Türk futbolunda Cumhuriyet öncesi dönemde, futbolun sevilip yaygınlaşmasından, belirli bir düzen içinde örgütlenmesine kadar büyük yararı olan 1903-1922 arasındaki dönem Türk Sporunun ilk örgütlenmesi olacak olan Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakının kurulması ile sona erecektir. Türk Futbolunun sporcu-yönetici dönemi sona ermiş ve artık yöneticiler eski sporculardan teşekkül etmeye başlamıştır. Bu dönemin en büyük mirası ise Galatasaray ile Fenerbahçe kulüpleri arasındaki ezeli rekabet olacaktır. Bu rekabet, cumhuriyet sonrasında da Türk futbol ve spor örgütlenmesine damgasını vuracaktır.

B. TÜRKİYE FUTBOL FEDERASYONUNUN KURULMASI İLE PROFESYONELLİĞİN KABULÜ ARASINDAKİ DÖNEM (1922-1951)

Türkiye'de Cumhuriyet öncesinde sporun gelişmesinde öncü rol oynayan futbol, ülkenin ilk spor örgütlenmesi olacak olan Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakının(TİCİ) kurulmasında da söz sahibi olacaktır. Cuma Birliğinin kurucularının bir araya gelerek oluşturmuş oldukları yeni örgütlenmenin amacı önceleri İstanbul'daki Türk kulüplerini kapsayan yeni bir ligin kurulmasını sağlamaya yöneliktir. Bunun için eski Galatasaraylı futbolcu Yusuf Ziya Öniş'in İsviçre'den dönüşünde getirdiği 'İsviçre Spor Teşkilatı' nizamnamesinin, Galatasaray'dan Ali Sami Yen, Fenerbahçe'den Nasuhi Baydar ve Anadolu kulübünden Burhan Felek tarafından tercüme edilmesi ile hazırlanan 20 maddelik bir oluşturulan tüzük; Altınordu-Anadolu-Galatasaray-Fenerbahçe-Anadoluhisarı-Darüşşafaka-Hilal-Bakırköy-Nişantaşı-Süleymaniye-Türkgücü ve Vefa kulüplerinin katılımı ile tartışmaya açılmıştır. Bu kulüpler arasında yer almayan Beşiktaş ve Üsküdar kulüplerinin, TİCİ toplantılarına çağrılmamalarının nedeni San, Ünsi ve Var'a göre; 1920'de Türk İdman Birliğinden çıkarak etnik kökenli kulüplerin kurdukları 'Pazar Ligi'ne katılmalarıdır (Fişek 1983, 343; San-Ünsi-Var, 1963, 53-54).

İstanbul'daki futbolun düzenlenmesi için oluşturulması düşünülen örgüt modeli değiştirilerek tüm spor dallarını kapsayacak biçimde yeniden düzenlenecektir. Bu değişimde kurtuluş savaşı sonrasında tüm ülkeye model olacak bir örgütlenme biçiminin oluşturulması gerektiği düşüncesi etkili olmuştur. 22 Mayıs 1922 tarihinde tüzel bir kişilik kazanan Türkiye İdman Cemiyetleri İttifakı sonrasında spor federasyonlarının kurulma süreci başlamıştır. TİCİ'nin ilk başkanı ise Ali Sami Yen'dir. Futbol Federasyonu 13 Nisan 1923 tarihinde 'Türkiye Futbol Heyeti Müttehidesi' adı ile resmen kurulmuş ve başkanlığına Yusuf Ziya Öniş seçilmiştir. Futbol federasyonu kuruluşundan kısa bir süre sonra, Uluslararası Futbol Federasyonu'na (FİFA) üyelik başvurusunda bulunmuş ve FİFA tarafından 21 Mayıs 1923 tarihinde üyeliğe kabul edilmiştir, bu tarihten sonra Türk futbolu için uluslararası müsabakalar yapabilme olanağı doğmuştur. İlk milli maç, Cumhuriyetin kuruluşu öncesinde 26 Ekim 1923 tarihinde Romanya milli takımı ile yapılacaktır. 'Türkiye Futbol Heyeti Müttehidesi'

ismi 5 Aralık 1925'te 'Türkiye Futbol Federasyonu' olarak değiştirilecektir (**Morpa, Spor Ans.C.2, 145**; Atabeyoğlu, 1985, 2200).

Türk sporunun ilk örgütü olan TİCİ tarafından organize edilen amatör ligler 1923-24 sezonundan itibaren, İstanbul-Ankara-İzmir-Eskişehir-Adana ve Trabzon'da oynanmaya başlanmıştır. Lig örgütlenmesinin yeniden ve düzenli bir biçimde başlaması ile birlikte Türkiye'de futbola olan ilgi de katlanarak artmaya devam etmiştir. 1923-1937 yılları arasında adı geçen iller de oynanan futbol karşılaşmalarının yanı sıra Türk milli takımı ve Fenerbahçe-Galatasaray-Beşiktaş gibi kulüp takımları, özel maçlar yapmak suretiyle Türkiye'de futbola duyulan ilginin canlı kalmasına katkıda bulunmuşlardır. Gazetelerin oynanan karşılaşmalardan tek sütunla da olsa bahsetmeye başladığı, spor dergilerinin yayın hayatına başladığı yeni bir dönem başlamıştır. Spor Alemi, Türkiye İdman Mecmuası-Şa Şa-Gol-Türk Spor Dergisi-Olimpiyat-Kırmızı Beyaz-Stad-Şut, bu dergilerden bazılarıdır. Türkiye'de futbolun geniş kitleler ile buluşmasını sağlayan ise radyodan yapılacak olan maç yayınları olacaktır. 20 Temmuz 1934 tarihinde Fenerbahçe ve Avusturya'nın Wac takımları arasında oynanan karşılaşma, radyodan yayınlanan ilk futbol müsabakası olmuştur.

Türk futbolunda ayrıcalıklı bir yere sahip olan üç büyük kulübün, etkisi ve aralarındaki çıkar birlikteliği(2000'li yıllarda da benzer bir durum, gerek naklen yayın ihalesinden pay alma anlamında gerekse de üç büyük kulübün vergi borçlarına yönelik yapılacak düzenlemeler konusunda sürmektedir) 1931-32 sezonunda 8 takımlı İstanbul futbol liginde hasılat taksimi konusunda yaşanmıştır. "Galatasaray ve Fenerbahçe kulüpleri hasılat taksiminde bazı haklar ileri sürmüşler, bunun kabul edilmemesi karşısında da ligden çekilmişlerdir. Ligin üçüncü haftasında Beşiktaş da hasılatın bölünmesi konusunda Futbol Heyeti ile anlaşmazlığa düşmüş ve Siyah Beyazlı kulüp de takımını ligden çekmiştir" (Atabeyoğlu, 1991, 120).

Futbol federasyonunun 1936 yılında aldığı kararla, 1937 sezonundan itibaren 'Milli Küme' maçları, İstanbul liginden ilk dört takım, Ankara ve İzmir liglerinden de ilk iki takımın katılımı ile oynanmaya başlanmıştır. Milli Küme maçlarının 1950 yılına kadar oynanması, daha sonra oluşturulacak olan 'Milli Lig' organizasyonu için son derece önemli bir deneyim olmuştur. Bu dönemde Türk futbol tarihinde ilk kez Dünya kupasına katılma şansı yakalanmış ancak maddi olanaksızlıklar nedeniyle 1950 Dünya

Kupası'na(Brezilya) Türk milli takımı gidememiştir. Dönemin ekonomik zorlukları ve savaş sonrası yaşanan sıkıntılar nedeniyle 'Milli Küme' organizasyonundan vazgeçilmiş ve tekrar eski lig düzeninde karşılaşmalar oynanmaya devam etmiştir.

Türkiye'deki ilk spor örgütlenmesi olan TİCİ'nin kurulmasında etkili olan futbol aynı örgütün sonunu da hazırlamıştır. Futbol maçlarında yaşanan şiddet ve ihtilaflar hükümeti harekete geçirmiş, bunun sonucunda ise TİCİ yerini Türk Spor Kurumuna(TSK) bırakmıştır. Türk Spor Kurumu, dünyada savaş rüzgarlarının estiği bir dönemde Türk sporunu ve sporcusunu yönetmeye çalışmış ve ilk iş olarak da tüm spor kulüplerini gençlik kulüpleri haline getirdikten sonra tüm sporcuları Cumhuriyet Halk Partisine üye olarak kaydetmiştir. "Türk Spor Kurumu'nun 31.maddesi gereğince, her bölgede valinin izniyle yöresel gereksinimlere uygun olarak, her spor dalı için ayrı bir lig kurulu oluşturulurdu. Lig kurulunun çalışma şartları, görev, yetki ve sorumlulukları genel merkez tarafından belirlenir, lig müsabakalarına katılacak spor kulüpleri Lig Kurulu'na birer delege gönderirlerdi" (**Morpa Spor Ans. C.2, 145**). Türk Spor Kurumunun ilgili maddesi uyarınca, Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde valiler kulüplerin birleştirilmesinde etkili olmuşlardır. Bu uygulamanın en çok ses getireni ise İzmir'deki tüm kulüplerin, dönemin İzmir Valisi tarafından birleştirilmesidir. Sporun partiye bağlanması ve sportif kararların bu şekilde alınması, hem spora zarar vermiştir, hem de partiye zarar vermiştir. Bu durumu TİCİ kurucularından Burhan Felek şöyle değerlendirmektedir: "Parti politikası, hele partili kimselerin şahsi hırs ve emelleri spora karışınca, partili spor teşkilatı ancak iki sene gidebilecek, her spordaki olumsuz hadise partiye sıçrayacak, parti bu yüzden sporu bünyesinden atmak isteyecek ama, bu sefer de serbest bırakmayıp hükümete bağlayacaktı" (Akt.Fişek, 1985, 118). TSK döneminde Galatasaray kulübünden kopanlar tarafından kurulan Güneş kulübü ile Galatasaray arasında oynanan karşılaşmalar gerilim içinde geçmiş ve 4 Temmuz 1937 tarihinde oynanan maç sonrası çıkan olaylara hükümet el koymuştur. Başbakan İsmet İnönü tarafından yayınlanan sert demeçle de; kulüplere şahsi kavgalarını bir tarafa bırakmaları ve Türk sporuna yararlı olmaları için çaba göstermeleri istenmiştir. Bu tip olayların tekrarı durumunda ise, kulüplerin kapatılacağı bildirilmiştir. Kulüpler arasında yaşanan ihtilaflar ve saha içi şiddetin yanı sıra, Güneş kulübünün 1937-38 sezonunda averajla şampiyon ilan edilmesi gibi olaylar da TSK'nın sonunu

hazırlamıştır. TSK sonrasında Türk sporunu yönetmek için Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü(BTGM) 1938 yılında kurulmuştur. BTGM spor yönetimini devlet adına devralmıştır. 3530 sayılı Beden Terbiyesi Kanunu, spor barışını kalıcı hale getirebilmek amacıyla, iki kurumsal düzenleme getirmiştir. Bunlardan ilki, "ezici oy çoğunluğuna sahip 'federe' kuruluşlar olarak gerek TİCİ, gerek TSK dönemlerinde sporu doğrudan yöneten kulüplerin BTGM üst yönetiminden uzak tutularak spor hiyerarşisinin en alt basamağına yerleştirilmesi. İkincisi ise, dernek örgütlenmelerini 'sıkılaştıran', 26.6.1938 tarih ve 3512 sayılı yeni Cemiyetler Kanunu, 'serbest kuruluş' sistemini bütünüyle kaldırarak, aralarında spor kulüplerinin de bulunduğu bütün derneklerin kuruluşunu 'önceden izin'e bağlamıştır. Beden Terbiyesi Kanunu da, 13.üncü maddesiyle, İcra Vekilleri Heyeti'ne, 'genel müdürlüğün göstereceği lüzum üzerine spor kulüplerini tevhid, tefrik ve feshetme' yetkisini tanımıştır. 1938-1946 dönemi Bakanlar Kurulu kararnamelerine göre, bu yetki 207 kulübü açmak, birleştirmek ve kapatmak için kullanılmıştır" (Fişek, 1985, 129-130).

1950 yılı Türk Siyasi tarihinde tek parti döneminin sona ermesi ve yeni bir dönemin başladığını göstermesi açısından büyük önem taşır. İktidar değişikliği sonrasında tarımdan, sanayiye, büyük kentlerde yeni düzenlemelere kadar pek çok alanda yaşanan değişim, sporda da hissedilecek ve 1951 yılında futbol federasyonunun profesyonelliği kabul etmesi ile başlayacaktır. BTGM döneminin başladığı 1938 yılından beri dışlanan futbol ve futbol kulüpleri, profesyonelliğin kabulü sonrasında yeniden ön plana çıkacaklar ve Türkiye'de futbol, sporun lokomotifi olmaya yeniden başlayacaktır.

C. PROFESYONELLİK SONRASI DÖNEM(1951-)

Türk futbolunda İttihat Terakki tarafından yönetilen Altınordu kulübü ile başlayan ve sonrasında Güneş kulübü ile devam eden profesyonellik, yasalarda yasak olduğu için gizli biçimde uzun yıllar boyunca sürdürülmüştür. Futbol federasyonunun 1951 temmuzunda aldığı kararla birlikte artık futbolda profesyonellik dönemi resmen başlayacaktır. Kulüpler amatör kuruluşlar oldukları için dönemin federasyon başkanı Ulvi Yenal'ın geliştirdiği pratik bir çözüm ile profesyonellik kabul edilmiş oluyordu. Buna göre; "kulüplerimiz amatördürler, ancak bazı futbolcularını mukaveleye bağlayabilirler. Ancak profesyonel takım kuran kulüpler amatör liglere de takım

çıkarmak zorundadırlar" (Arıpınar,age,85) profesyonelliğin kabulü sonrasında İstanbul, Ankara ve İzmir'de amatör olarak ve mahalli biçimde örgütlenen ligler, profesyonel hale dönüşecektir. Bu kararın alınmasında ve uygulanmasında dünya futbolunda uygulanan profesyonelliğin de etkisi olacaktır. Profesyonelliğin kabulü sonrasında Lefter, Şükrü, Bülent gibi ünlü futbolcular yurt dışında futbol oynamaya giderlerken, yurt dışından da Türkiye'ye futbolcu, antrenör gelmeye başlayacaktır.

Değişen siyasi iktidar ve siyasi dengeler sonrasında Türk futbolunun yörüngesi de değişecektir. Türkiye'nin NATO'ya girmesi sonrasında dış politika alanında başlayan gelişmeler sonucunda, futbolda da Türkiye artık Avrupa grubunda mücadele edecek ve 10 Şubat 1962'de Avrupa Futbol Birliği olan UEFA'ya üye olacaktır. Türk takımlarının, Avrupa kupalarında mücadele etmeye başlamaları ile birlikte Türkiye'deki futbol tarihinde yeni bir dönem başlayacak ve futbol kulüpleri de tıpkı dış politika alanında olduğu gibi Avrupa içinde başarı elde etmeye ve orada adını duyurmaya çalışacaktır.

Profesyonelliğin kabulü sonrasında 1952 yılında İstanbul'da Profesyonel lig mücadelesi sekiz takımın katılımı ile başlayacaktır. İstanbul profesyonel ligini; Ankara, İzmir, Adana profesyonel ligleri takip edecektir. Ancak asıl gelişme 1959 yılında Türkiye 'Milli Lig' inin kurulması ile sağlanacaktır. İstanbul'dan 8, Ankara ve İzmir'den 4'er takımla başlayan "tek kümeli 'Milli Lig', hem Türkiye'nin ekonomik bütünleşmesinin büyük ölçüde tamamlandığının, hem futbolculuğun çağdaş süreçlere girerek meslekleştiğinin somut ifadesidir...1963'de başlatılan planlı kalkınma döneminin teşvik önlemleriyle yerel sermayenin yer yer İstanbul'a ve İzmir'e kafa tutabilmesinin zemini yaratılıyordu. Yani, 'kentler arası rekabet' için çok uygun bir ortam oluşmuştu" (Fişek, 1985, 146-149). 1963-64 sezonunda Türkiye 2.futbol ligi ve 1967-68 sezonunda da Türkiye 3.futbol ligi kurulacaktır. İkinci ve üçüncü futbol liglerinin oluşturulması ile birlikte Türkiye'de futbol ve futbola duyulan ilgi daha da artacaktır. Kendi kentinin takımlarını izlemek isteyen ve onların başarısı ile gururlanan halk için futbol artık vazgeçilmez bir eğlence kaynağı haline gelmiştir.

1960'lı yıllar dönemin ekonomik koşullarının da etkisi ile İstanbul-İzmir gibi kentlerin dışında kalan pek çok kentin gelişmeye ve bunun sonucunda da dönüşmeye başladığı sürecin başlangıcı olacaktır. Gelişmeye başlayan bu kentlerin, kendilerini

ifade edebilmelerinin bir yolu da yeni futbol takımları kurmaları ya da kent içinde varolan takımları birleştirerek tek bir kent takımı oluşturmalarından geçmektedir. Bugün faaliyette olan kulüplerin büyük bir çoğunluğu 1960 sonrasında kurulmuşlardır. Anadolu sermayesi; özellikle İstanbul ve İzmir sermayesine karşı kendi sesini duyurabilecek bu takımların kurulmalarını desteklemiştir (1968-1969 sezonunda Eskişehirsporun lig ikinciliği ile başlayan ve 1975-1976 sezonunda Trabzonsporun lig şampiyonluğu ile sonuçlanan Anadolu takımlarının mücadelesi, 1983-1984 sezonunda Trabzonsporun kazandığı son şampiyonluktan bu yana geçen 21 yıl içinde, başarılardan uzaklaşmıştır. Futbolun ekonomisinde meydana gelen değişimler ve naklen yayın gelirinin adaletsiz biçimde dağıtılması nedeniyle sıkıntılı günler yaşayan Anadolu takımlarının, İstanbul'un üç büyük kulübüne karşı başarılı sonuçlar elde etmesi, her geçen gün daha da zorlaşmaktadır)

Türkiye'de sporun örgütlenmesinden sorumlu bulunan Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü(BTGM) 29 Haziran 1936 tarihinde 3530 sayılı yasa ile Başbakanlığa bağlı olarak kurulmuştur. BTGM sırasıyla;

1) 29 Mayıs 1942 tarihinde 4235 sayılı yasa ile Milli Eğitim Bakanlığına bağlandı.
2) 6 Mayıs 1960 tarihinde 7274 sayılı yasa ile önce yeniden Başbakanlığa daha sonra ise devlet bakanlığına bağlandı.
3) 11 Şubat 1970 tarihinde 1/21-1156 sayılı kararname ile yeni kurulan Gençlik ve Spor bakanlığının bağlı birimlerinden birisi haline geldi.
4) 13 Aralık 1983 tarihinde 179 sayılı KHK yürürlüğe konularak Milli Eğitim ve Gençlik Spor Bakanlığı kuruldu. Müdürlük de bakanlığa bağlandı.
5) 21 Mayıs 1986 tarihinde 3289 sayılı yasa ile Beden Terbiyesi ve Spor Genel Müdürlüğü adını alan kuruluş 1989 yılında devlet bakanlığına bağlanırken 'Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü' adını aldı.

Türkiye'de spor ve sporun örgütlenmesi konusunda yaşanan kargaşa; futbolun ağırlığını arttırdığı 1960'lı yılların ikinci yarısından itibaren, dönemin iktidar yapıları nedeni ile artacak ve 70'li yılların siyasal çalkantılı, koalisyonlar döneminde en üst noktaya ulaşacaktır. 1961 sonrası kalkınma planları dönemi kendisini sporda da gösterecektir. Hükümet programlarında 1980'li yıllara kadar genellikle dilek ve temenni biçiminde de

olsa spor ve spor tesislerinden söz edilmektedir. 1980 sonrasında ise Bülent Ulusu hükümetinde spor ve spor tesisleri önemli olarak nitelendirilmektedir. Çünkü gençliğin 1980 öncesinde düşmüş olduğu bunalımdan kurtulmada spora özel bir anlam atfedilmektedir. Özal hükümetleri döneminde ise sportif hizmetin gerektirdiği mali kaynağın sağlanabilmesine yönelik çeşitli fonların devreye sokulmuş ve özellikle futbola özel bir önem verilmiştir, bu doğrultuda Türkiye futbol federasyonunun özerkleştirilmesi için gerekli yasal düzenlemeler de gerçekleştirilmiştir. Devletin spora ayırdığı bütçeler içinde 1939-1960 ve 1987 tarihlerinin özel bir anlamı bulunmaktadır. Beden Terbiyesi kanunu sonrası hazırlanan bütçede spora ayrılan pay ilk kez binde 2 yi geçmiştir. 1960 yılındaki artışta Spor-toto gelirleri, 1987 yılında da Spor-loto gelirlerinin etkisi bulunmaktadır. Ayrıca bu dönemde spora devlet hazinesi dışında oluşturulan çeşitli fonlardan(Türk sporunu teşvik fonu, Akaryakıt tüketim fonu vb.gibi) da kaynak aktarılmaktadır.

Futbol federasyonunun özerkleştirildiği 1988 yılına kadar geçen süre içinde, futbol diğer spor dalları gibi BTGM bünyesinde faaliyet göstermekteydi. Dünyada değişen futbol yapılanmasının Türkiye'ye de uyarlanabilmesi için gerekli olan düzenleme, futbol federasyonunun özerk bir hale getirilmesinden geçecektir. Neoliberal politikaların uygulandığı, profesyonellik fikrinin büyük önem kazandığı bir dönemde, futbolda da profesyonelliğe vurgu yapılması tesadüf değildir. Neoliberal anlayışın en önemli göstergelerinden olan tüketim olgusunun yaygınlaştırılabilmesi için 'metalaşma'nın yaygınlaştırılması gerekmektedir. Metalaşmanın yaygınlaştırılması içinse profesyonelleşme son derece önemlidir. Profesyonelliğin yoğun olarak geçerlilik kazandığı yeni futbol anlayışı tüketim ideolojisinin devreye girmesi için sınırsız fırsat imkanı yaratacaktır. Kulüplerin profesyonel bir biçimde yönetilmesi, adeta bir şirketi andırması da yine bu dönemin eseri olacaktır. Futbolcuların serbest dolaşım hakkının sağlanması, formaların ve kulüp ürünlerinin ön plana çıkartılarak, taraftarlığa yeni bir rol biçilmesinde de bu etki bulunmaktadır. Profesyonel futbolun para etmesini sağlayacak olan ise naklen yayınlardır (Türkiye'de ilk özel televizyon olan Magic Box(Star) televizyonunun kuruluşunda egemen olan ve bu televizyonun geniş kitleler ile buluşmasını sağlayan futbol olacaktır. Televizyonun sahiplerinden birinin

Başbakanın oğlu olması da yaşanan sürecin hangi aşamalara kadar ulaşabildiğini göstermesi açısından bir hayli anlamlıdır).

Futboldaki profesyonelliği ve yeni yapılanma biçimini gerçekleştirebilmek için dönemin iktidar partisinin verdiği yasa teklifi şu gerekçeler ile TBMM'ne sunulmuştur: "Spor ülkeleri ve insanları birbirine yaklaştıran, barış ve kardeşlik bağlarını güçlendiren, çağımızın en önemli sosyal olaylarından birisidir. Spor dalları arasında en büyük ilgiyi toplayan ve bütün dünyada en çok heyecan uyandıran spor dalı ise futboldur. Günümüzde futbol, ülkelerin tanıtımında da çok önemli rol oynamaktadır. Haberleşme araçları, özellikle televizyon, futbolu evlere kadar getirmekte ve önemli futbol müsabakaları ile birlikte karşılaşmanın yapıldığı ülkelerde sevilerek izlenmektedir. Milli ve milletlerarası münasebetlerde böyle önemli bir yer tutan futbolun gelişmesinde ve yayılmasında, profesyonel futbolun rolü büyüktür. Ülkemizde de her geçen gün gelişen profesyonel futbolun, Batıda olduğu gibi profesyonelce yönetilmesi zaruret haline gelmiştir. Profesyonel futbolun, amatör futbol şartlarına göre düzenlenmiş teşkilat ve kaidelerle yönetilmesi çeşitli aksamalara yol açmaktadır. Bu nedenle, profesyonel futbolun, profesyonelce yönetilmesi ve böylece futbolumuzun daha ileriye götürülebilmesi maksadıyla özel hukuk hükümlerine tabi ve tüzel kişiliğe haiz Türkiye Futbol Federasyonunun kuruluş ve görevleri hakkındaki bu kanunun hazırlanması gerekmiştir" (Akt. Sümer, 1990, 170-171). 3461 sayılı TFF yasası, 7 Haziran 1988 gün ve 19835 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

3461 sayılı TFF yasasının 2.maddesi federasyonun görevlerini şu şekilde sıralamıştır:

1) Profesyonel futbol faaliyetlerini yürütmek, profesyonel futbolun gelişmesini ve yurt sathına yayılmasını sağlamak, bu konularda her türlü düzenlemeyi yapmak, kararlar almak ve uygulamak.

2) Milli ve milletlerarası kaidelerin ve her türlü talimatın uygulanmasını sağlamak ve Türkiye'yi, futbol ile ilgili konularda, yurt dışında temsil etmek.

3)Yurt içi ve yurt dışı profesyonel futbol faaliyetleri ile milli müsabakalar için plan, program ve benzeri her türlü düzenlemeyi yapmak ve başarılı sonuç sağlanması için gerekli tedbirleri almak.

Bu üç madde Türkiye'de futbolun daha profesyonel bir hale getirilebilmesi için gerekli düzenlemeleri içermekte iken aynı zamanda ülke içinde yer alan amatör futbolu tamamen dışlamakta ve kaderine terk etmektedir. Böylesi sakat bir yapılanma modeli daha baştan ülke futbolunun gelişmesi ve ilerlemesinin önünü tıkamakla kalmamakta, 1980'li yılların toplumsal değerlerinin futbol sahalarına da sirayet etmesine imkan tanımaktadır. Artık futbol ve futbola biçilen model değişmiştir, bu yeni modelde futbol toplumsal yaşamın tam ortasında olmazsa olmazlarından birisi haline getirilmiştir. Futbolun değerleri, varolan sosyal ve ekonomik yapının değerleri ile örtüşür hale gelmeye başlamıştır. Futbol artık profesyonelliğin içinde yer alan ve medya ile birlikte daha da büyüyecek, etkisini arttıracak bir oyun/gösteri haline dönüştürülmüştür.

Futbolun özerkleşmesi ve profesyonelliği ön plana çıkartan federasyon yapısı karşısında, Gençlik Spor Genel Müdürlüğü 1989 yılında Amatör futbol kurulunu teşkil etmiş ve amatörlere imkan sağlamaya çalışmıştır. Futbolun iki başlı bir yapılanma içerisinde bulunması ise, Türk futbolunun ilerlemesi ve yapılması gereken düzenlemeler konusunda sıkıntılar doğmasına neden olmuştur. Bu sıkıntıların ortadan kaldırılabilmesi içinse, 17.6.1992 tarih ve 3813 sayılı kanunla, profesyonel ve amatör futbol faaliyetleri özerk Türkiye futbol federasyonu bünyesinde bir araya getirilmiştir. 3.7.1992 gün ve 21273 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan kanunun 2.maddesinde federasyonun görevleri 3461 sayılı TFF yasasının 2.maddesindekilerin aynısıdır, aradaki tek fark ise yeni kanunda profesyonel futbol ibaresi kaldırılmıştır. 3813 sayılı kanun 10.6.2004-5175/1 ile değiştirilmiştir. Futbolda birinci ligin ağırlığı 5.maddedeki genel kurulun hangi üyelerden oluştuğunun incelendiğinde net bir biçimde ortaya çıkmaktadır (5175/2) a) Türkiye profesyonel futbol en üst ligindeki kulüplerin başkanları ile yönetim kurullarınca belirlenecek dörder temsilci.

b)Türkiye profesyonel ikinci ligi(A) kategorisindeki kulüplerin başkanları ile ilk on sırada yer alan kulüplerden birer temsilci.

c)Türkiye profesyonel ikinci ligi(A) kategorisi dışında kalan diğer gruplardaki ilk altı sırada yer alan kulüplerin başkanları.

d)Türkiye profesyonel üçüncü liginde her gruptan ilk üç sırada olan kulüplerin başkanları.

e)TFF başkanlığını asaleten altı aydan fazla yapmış olanlar.

f)Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi başkanı ile yönetim kurulunca belirlenecek üç temsilci.

g)FİFA ve UEFA'nın icra kurullarında fiilen görev yapanlar ile komisyonlarında en az beş yıl görev yapan T.C. vatandaşları ve büyükler kategorisinde olimpiyat, dünya, kıta futbol federasyonları şampiyonaları finalleri ile Avrupa şampiyonalarının en az yarı finallerinde maç yönetmiş faal olmayan hakemler.

h)Bünyesinde futbol dalı bulunan kulüplerin başkanları.

ı)(A)Milli Takım teknik direktörlüğünü en az altı ay yapmış olan T.C. vatandaşları.

i)En az yetmiş beş defa (A) Milli olmuş ve Genel Kurul tarihinden en az altı ay önce faal sporculuğu bırakmış olanlar.

j)Profesyonel Futbolcular Derneği başkanı ile yönetim kurulunca belirlenecek bir temsilci.

k)Türkiye Amatör Spor Kulüpleri Konfederasyonu genel başkanı ile yönetim kurul tarafından belirlenecek dört temsilci.

l)Türkiye Futbol Adamları Derneği başkanı ile yönetim kurulunca belirlenecek bir temsilci.

m)Türkiye Futbol Antrenörleri Derneği başkanı ile yönetim kurulunca belirlenecek bir temsilci.

n)Türkiye Faal Futbol Hakemleri ve Gözlemcileri Derneği genel başkanı ile yönetim kurulunca belirlenecek iki temsilci.

o)Türkiye profesyonel futbol en üst liginde şampiyon olan kulüplerden her biri için ilave iki temsilci.

Genel kurulun kimlerden oluşacağını gösteren bu madde incelendiğinde, Türkiye'de futbolun süper ligde yer alan kulüpler lehine bir yapılanma içinde olduğunu, hatta süper lig içindeki büyük kulüpler lehine örgütlendiği net biçimde ortaya çıkmaktadır.Genel kurul üye sayısı 212, süper ligi temsilen katılacak üye sayısı ise 96'dır. Bu rakamlar TFF genel kurulundaki ağırlığın nerede olduğunu göstermektedir. Türkiye birinci ya da bugünkü adı ile süper liginde sadece dört takım şampiyon olduğu için bu takımların artı sekiz oy fazlalığı bulunmaktadır. Ayrıca, Türkiye'de A milli takım düzeyinde yetmiş beş defa ve üzeri milli olan futbolcuların sadece bu dört takımdan çıkması da , bu takımlara artı oy hakkı kazandırmış olmaktadır. Bu yapılanma içinde amatör futbol

örgütlenmesine sadece 5(beş) oy hakkı tanınmaktadır. Gelişmekte olan bayan futbolu ve çocuk futbolunun temsilcileri ise tamamen devre dışıdırlar. Bu örgütlenme modeli, amatörleri, bayan futbolcuları ve çocuk futbolunu göz ardı etmekte, erkek egemen ve anti demokratik bir yapılanmayı içermektedir.

Futbol federasyonunun gelirleri-giderleri ve vergi muafiyetini gösteren 22-23-24. üncü maddeler(10.6.2004-5175/11-12). profesyonelleşen futbol ve futbol örgütlenmesinin, yeni futbol ekonomisi ile nasıl ve ne şekilde bir araya geldiğini ortaya koymaktadır. Futboldaki gelirlerin artması, futbol federasyonu seçimlerinin önemini bir kat daha arttıracaktır. Futbol federasyonu başkanlığı da en az üç büyük kulübün başkanlığı kadar prestijli ve tanınırlık açısından önemli bir mevki haline gelmiştir. Federasyonun en büyük gelir kalemini sponsorluk anlaşmaları oluşturmaktadır. Özellikle milli takımın kazandığı başarılar sonrasında milli takım ana ve yan sponsorluğu için verilen para miktarı artmıştır. Nike, Efes Pilsen, Petrol Ofisi, Turkcell, Mercedes Benz, Sarar gibi markalar, milli takımın sponsoru olmuşlardır. Federasyonun bir diğer önemli gelir kaynağı da naklen yayın ihalesidir. 2004-2005 sezonunda yayıncı kuruluştan gelen paranın "94, 5 milyon doları takımlara, 17.01 milyon doları hazineye ve 11.34 milyon doları da federasyona aktarılmıştır... (Federasyonun) aldığı para 2000-2001 sezonunda 5 milyon dolar, 2001-2002'sezonunda 8 milyon dolar, 2002-2003 sezonunda 10 milyon dolar ve 2003-2004'de 15 milyon dolardır" (Akşar,age, 60).

Naklen yayın ihalesinden gelen paranın dağıtımı konusunda yaşanan sıkıntılar; gerek naklen yayın pastasından aslan payını alan dört kulüp için, gerekse de geri kalan %50'yi aralarında paylaşmak zorunda kalan 14 Anadolu kulübü için her geçen yıl artmıştır. 1999 yılında yapılan naklen yayın ihalesini Uzan grubuna bağlı Teleon firması kazandıktan sonra, dönemin futbol federasyonu yine aynı grubun sahibi olduğu Telsim'in Türkiye 1.futbol ligine sponsor olması için, isim hakkını 4.5 trilyon lira karşılığında, Telsim'e vermiştir. 'Türkiye birinci futbol ligine adımızı da verdik gönlümüzü de verdik' diyerek 'Telsim Türkiye Birinci Ligi' ilanlarının gazetelerde yayınlanmasının ardından, dönemin spordan sorumlu devlet bakanı Fikret Ünlü'nün itirazları üzerine alınan, ulusal bir faaliyetin adının başına bir ticari kuruluşun isminin gelemeyeceği kararı sonrasında Uzan grubunun gazetesi **Star**'da **(23. 10. 1999)** verilen

tam sayfa ilanda; '...Türkiye'de futbolun kalbinin attığı gözbebeğimiz futbol ligine 4.5 trilyon liraya sponsor olduk çünkü biliyorduk ki futbol federasyonu ile imzalanan bu anlaşma ile Türk futbol takımlarının uluslar arası karşılaşmalarda elde ettiği başarıların sürmesi, ikinci, üçüncü ve amatör takımların daha çağdaş koşullarda geleceğin Türk futbolcusunu yetiştirmesi anlamına geliyordu. Biz bu başarıların devamına ve geleceğe sponsor olmuştuk...'denilerek sponsorluktan çekildiklerini kamuoyuna duyurmuşlardı.

Futbol federasyonu, birinci futbol liginin isim hakkını satmayı başaramamıştı ancak 2001-2002 sezonundan itibaren birinci futbol ligi, 'Süper Lig' adını alacaktı. Süper Lig ve beraberinde diğer lig kategorilerinin yeniden düzenlenmesi ile birlikte naklen yayın konusu ve naklen yayın gelirlerinin adaletsiz bir biçimde dağıtıldığı tartışması yeniden alevlenmiştir. 14 Anadolu kulübü, 4 büyük kulübün yeni bir dağıtım sisteminin benimsetilmesine karşı çıkması üzerine ligi boykot edebileceklerini belirtmek suretiyle federasyonu güç duruma düşürmüştür. **(Vatan, 15.6.2005)** Futbol federasyonu sorunu çözmek için yeniden ligin isim hakkının satılması fikrini ve Türkiye Kupasının yeni bir statü içinde oynatılarak daha fazla naklen yayın geliri elde edilmesinin yollarını aramaktadır.

Futbol, 1980 sonrası Türkiye'de yaşanan siyasal, ekonomik ve kültürel dönüşümün tam ortasında yer aldığı için, futbol ve toplumsal yaşam arasında kurulan bağ son derece güçlü bir temele oturmaya başlamıştır. Futbolun hayatın her alanına sirayet eden ve ilgiyi üzerinde toplayabilen yanı iktidarların dikkatini çekmekte gecikmemiş ve futbol ile iktidar arasında kurulan bağ güçlenerek sürmüştür. Önceleri depolitizasyon için kullanılan futbol, daha sonra özellikle kendi kentinde iktidarlarını pekiştirmek isteyen yerel yöneticiler tarafından sahiplenilmiş ve belediye destekli takım sayısında büyük bir artış olmuştur. Futbol, gelişen dünya ekonomisi içinde son derece önemli bir göstergedir. Futbol takımları, küresel rekabetin yeşil sahalardaki temsilcileridir, artık taraftarlar takımlarına sadece futbol sahalarında değil hayatın her alanında kullanmış oldukları ürünlerle sahip çıkmaktadırlar. Bu ise, metalaşan futbol ve futbol endüstrisinin gelişmesini teşvik ederken, varolan ekonomik ilişkilerin sürdürülmesine de katkı sağlamaktadır.

IV. MEDYA

"Spor; filmler, haberler, kitaplar gibi, televizyon eğlencesinin pek çok global dilinden sadece biridir" (Peter Chermin-Fox Medya Kuruluşları Başkanı)

Toplumsal yaşam içerisinde yer alan bireyler, dil aracılığı ile anlaşarak sözlü ve yazılı kültürün oluşmasına katkıda bulunurlar. Dil, dünyaya bakışımızda ve yaşananları yorumlamada kullandığımız bir araç olarak aynı zamanda ideolojinin aktarılmasını ve işlemesine de olanak sağlamaktadır. Kelimeler, dile getirdikleri şeyleri temsil etmekte olan işaretlerdir ve kullanımları sırasında bir varlık/değer kazanırlar. Bireyler, dil ve dilin içerdiği ideolojiyi paylaşarak, toplumsal yaşam içindeki varlıklarını sürdürebilirler. Bireylerin, kitle ile kurması gereken zihinsel bağı, yapılandırılmış bir gerçeklik sistemi içinde sağlayan ise kitle iletişim araçlarıdır. Bireyler, medyadaki imgelerden yararlanmak suretiyle içinde yaşadıkları toplumsal gerçekliği ve yaşananları yorumlayabildikleri için medyanın yönlendirmelerinden de etkilenmektedirler. Medya, kullandığı dil ve söylemle bireyleri 'ortak duyu'ya yönlendirecek zihinsel anlam haritalarının oluşmasını sağladığı için, iktidarların vazgeçemediği 'rıza' üretim araçlarıdır. "İletişim gündelik yaşamımızda bize nesneleri, insanları tanımlar, işbölümü içinde değişik toplumsal roller yüklenmiş insanlara bu rolleri yerine getirirken, bu rol dağılımından oluşan toplumun o tarih dönemindeki hayat tarzını öğretir, olumlatır, yeniden-üretimi için gereken değerlendirme biçimlerini aşılar. Toplumsal sistemin sürmesini, kendini yeniden üretmesini sağlar" (Oskay, 1992, 8). İletişim=Toplum'dur. İletişimsiz toplum olamaz ve iletişim toplumu deyimi, insanın kendi eksikliklerini, özlemlerin gidermek için ortaya çıkmış olan bir terimdir. "Kitle iletişimi modern toplumlarda ideolojinin işlemesi açısından başat bir araç haline gelmişse, bunun nedeni onun sembolik formların üretimi ve aktarımı açısından önemli bir araç haline gelmiş olması ve görülmemiş ölçüde sirkülasyona ve kitle –dolaylı mesajları almak için kapasitelerinden başka çok az ortaklık paylaşabilecek, milyonlarca insana ulaşmaya muktedir sembolik formlar üretmesindendir" (Thompson,1992, 27).

Yapılandırılmış bir gerçeklik olarak bizlere sunulan haberler, toplumsal söylem alanına nüfuz eden tüm bilgilerin yansıdığı bir yüzey işlevini görmektedir. Bu açıdan,

diğer tüm toplumsal söylem üretimleri de haberler mekanizmasına dahil olmaktadır. Birinci derece gerçeği okuyucular/izleyiciler olarak bizler hiçbir zaman göremiyoruz. Medya tarafından olay yaratılmakta ve kamuoyu olarak haberdar kılınmamız sağlanmaktadır. Son yıllarda sadece Türkiye'de yayınlanan haber bültenlerinde değil dünyanın pek çok ülkesinde haber bültenlerinin magazinleşmesi ile birlikte izleyicilerin/taraftarların tüketicileştirilme süreci hızlanmıştır. Stuart Hall'un modeline göre; medya, olanı biteni basitçe bize anlatmaktan öte, bir hammadde olan olayı, bir ürün olan habere dönüştüren, bu dönüştürmeyi yaparken de neyin haber değeri taşıdığına karar veren zımni mekanizmalardır; ideolojik ve mesleki kodlarla davranan kurumsal bir ajandır. Medya, çatışmalı ve karmaşık gerçeklik parçalarını bir araya getirerek ve eğer gerektiriyorsa bunları uzlaştırarak bir toplumsal totaliteye dair anlamın üretilmesine yardım ettiği için önemlidir. "Medya, kendi kültürel ve ideolojik konumunu koruyabilmek için birkaç yoldan işlev görür: Medya toplumsal bilgiyi sağlar ve seçmeci olarak inşa eder; toplumsal hayatın çoğulluğunu sınıflandırır ve üzerinde düşünümde bulunur; ve karmaşık onaylanmış bir düzen inşa eder" (Hardt, 1994, 38).

Haber medyası yalnızca toplumsal olayları kamuoyuna yansıtan araçlar olmanın ötesinde var olan toplumsal güç ve iktidar ilişkilerinin kurulduğu, dolaşıma sokulduğu ve yeniden üretildiği araçlardır. Bir kurum olarak medyanın siyasal rol ve gücü de bu yapısından kaynaklanır. Medyanın 'ortak duyu'nun oluşturulmasına yönelik yapmış olduğu yayınlar ile sınıflar arası geçişkenlik, ideolojik ögelerin ortaklığı ile yerine getirilmiş olur. İdeolojiler toplumsal yaşam içinde algılanan, etkilerine maruz kalınan kültürel nesneler oldukları için yaşanan alanlardır ve toplumsal yaşamın olduğu her alanda etkilidirler. "Anlamlandırmalar, çekişmeli ve çatışmalı konulara gerçek ve olumlu birer güç olarak katılır ve sonuçları etkiler. Olayların anlamlandırılması, uğruna mücadeleye girilen şeyin bir parçasıdır çünkü anlamlandırma kolektif toplumsal anlamların yarattıkları araçtır (ve o nedenle, belli sonuçların alınabilmesine yönelik rızanın etkili bir şekilde seferber edilebildiği bir araçtır) ideoloji bu perspektife göre, eski bir ifadeyi kullanmak gerekirse, yalnızca gerçek bir 'maddi güç' (gerçek, çünkü ideoloji, etkileri bakımından 'gerçek'tir) haline gelmekle kalmıyor, ayrıca belli mücadelelerin icrasında bir mücadele alanı(birbirleriyle rekabet halindeki tanımlar arasında) ve bir ödül, kazanılacak bir ödül haline geliyor.Bu ideolojinin bundan böyle

bağımlı bir değişken olarak önceden verili bir gerçekliğin yalnızca zihindeki bir yansıması olarak görülemeyeceği anlamına gelir" (Hall,age, 74-76). Her sözde gerçek kadar gerçek dışı bir unsur bulunmaktadır ve medyanın yapılandırılmış gerçekliği sonucu oluşan haberlerin, kamuoyuna ilettiği mesajın içeriği de işte bu 'gerçekten daha çok gerçek dışı' unsurlardır.

Futbol ve yayınlanan futbol haberlerini bu anlamlandırma süreci açıdan yeniden incelersek, söylemin önemli ölçüde dolaşıma girdiği ve toplumsal hayatın en uç noktalarına kadar ulaşan bir iktidar mekanizmasının nasıl işlemekte olduğunu görebiliriz. Kültürel yaşamı etkileyen popüler etkinliklerin yaratmış olduğu dil ve söylem, sadece o alanla sınırlı ve o alana özgü olarak kalamaz. Toplumsal pratik içerisinde yaratılan bu alana özgü dil ve söylem, medyanın etkisi ile dolaşıma girer ve daha geniş kitlelerin kendisinden haberdar olduğu, yaşantısına aktardığı ve ister benimsesin isterse benimsemesin kullanır hale geldiği kelimelere dönüşürler. Toplumsal yaşamın diğer alanlarında olduğu gibi spor(politika, bilim, sanat, vb) da bir toplumsal mücadele aracıdır. Toplumsal yaşam içindeki çelişki, çatışma ve uzlaşmaların yaşandığı bir alan olmasına karşın spor/futbol alanına ait haberlerin kamuoyuna duyurulmasında sanki başka bir dünyadan haberler veriliyormuş gibi bir ortam yaratılmaktadır. Böylesi bir aktarım tarzı ise sporun politikadan ayrı/nötr bir alan olduğu düşüncesinin bir 'ortak duyu' olarak kabul edilmesine yol açar.

Medyanın görmek istemediğimiz olaylar şeklinde şiddet olaylarını yansıtması ve Avrupa ülkelerine karşı yapılan maçlarda takındığı ön yargı içeren yayınlar, toplumsal ve kültürel bir alan olarak sporun/futbolun inşa edilmiş bir alan olduğunu ve sporun özellikle de futbolun iktidarlarla olan ilişkisinin ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Gazetelerin spor/futbol sayfaları bu iktidar ilişkilerinin nasıl işlediğine ve ideolojik aktarıma ilişkin çok sayıda örnek içerir. Medyanın neo-liberal ekonomi politikaları için ne denli hayati bir alan olduğunu ve bu işlevini yerine getirebilmek için çeşitli popüler kültür ürünleri ile (müzik gibi, futbol gibi) nasıl bir ilişki içinde bulunduğunu ortaya koyabilmek için öncelikle medya-tüketim toplumu ilişkisi üzerinde duracağız.

A. MEDYA-TÜKETİM TOPLUMU-SPOR İLİŞKİSİ

Yirminci yüzyılın ikinci yarısı sportif faaliyetlerdeki gelişimin doruğa çıktığı dönem olmuştur, sporun endüstrileşmesi de bu dönemin ürünüdür. Spor yarışlarının kitle iletişim araçları tarafından yayınlanması, spor giyim markaları tüketimini arttıracak reklam sürecini hızlandırmak suretiyle dönemin standartlaşmış üretim anlayışı olan fordist üretim biçimine bağlanış ile sonuçlanmıştır. Sporun-kitle iletişim araçları ile birlikte yaşadığı dönüşümün daha iyi anlaşılabilmesi için son 20 yıla damgasını vuran değişimin ortaya çıkış nedenlerine ve dünyadaki etkilerine kısaca değinmek gerekmektedir. Bu yeni dönemde devletin piyasaya müdahalesini öngören ulusal kalkınma politikaları ile ulusal düzeydeki rekabetin yerini serbest piyasa ekonomisi ve uluslar arası rekabet almıştır. Neo liberalizm ve serbest piyasa kriterinin(rekabet, üreticilik, serbest değişim, verimlilik) geçerli olduğu bir ekonomi politikası anlayışı tüm dünyada uygulanmaya başlanmıştır. Devletin üretim sürecindeki etkinliğinin azalması, fordist anlayışın(tek tip ve standart) yerini, çeşitli ürünler üretebilen esnek uzmanlaşmaya dayanan postfordist üretim anlayışına bırakması ile sonuçlanmıştır. Üretim anlayışındaki bu değişim toplumsal ve kültürel alanda da kendisini gösterecektir.

Kapitalizmin dönüşmesine ve dünyanın giderek tek bir Pazar haline getirilmesine yol açan bu yeni süreç küreselleşme olarak nitelendirilmektedir. Dünyanın küresel bir köy haline gelmesi ile birlikte en ücra köşelerde yaşanan olaylar bile artık çok yakınımızdaymış hissini uyandırmaktadır. Yeni dünya düzeninin ekonomik ve kültürel politikalarının kitlelere benimsetilmesinde kullanılan en önemli araç ise kitle iletişim araçları/medyadır. Kitle iletişim araçları küresel bir kültürün mitolojilerini üretmekte ve dolaşıma sokmaktadırlar. Kitle iletişim araçları genel sisteme uygun düşecek yeni mitler üretilmesinde ya da varolanların yeni bir imajla kitlelere yeniden sunulmasında aracı olmaktadırlar. 1980'li yıllar hayatın bütün öğelerini bir 'meta' haline getirmek suretiyle yeni bir tüketim olgusunu ortaya çıkarmıştır. Bu Bruce Brown'un 'manipüle edilmiş bürokratik tüketim toplumu' olarak adlandırmış olduğu durumdur. Kitlelere tüketerek farklılaşma bilinci aşılanmakta ve ürünlerin seçimi bir yaşam tarzı haline getirilmektedir. Bireysel kimlikler medyada inşa edilmekte, medya tüketim ilişkilerini belirleyen en temel yaratıcı haline gelmektedir. "Çağdaş medya

'birey'i inşa etmekte, güçlü bir kimliği oluşturmaksızın bireylerin kendilerini tüketim kültürü ile çevreledikleri bir sosyal dünya yaratmaktadır... Birey, tüketim kültürüyle yabancılaşmanın ötesinde bir parçalanma sürecine girmektedir" (Konyar, 2000, 29-30).

Tüketim kitleler üzerinde kültürel bir bağımlılık yaratırken, toplumun her alanında tüketim mekanizmalarının yerleştirilmesine ve tüketim endüstrisi için en önemli kaynak olan boş zaman sürecinin satın alınarak pazarlanılmasına başlanılmaktadır. Boş zaman süresindeki artış ile birlikte spor tüketimi ve görüntüleri de artmakta, sportif aktivitelere olan ilgi de büyümektedir. Boş zaman etkinlikleri ve spor tüketiminde belirgin bir büyüme görülmektedir. Tüketim; mal ve hizmetlerin bireylerin ihtiyaçlarını tatminin ötesinde bir gösterge sistemine dönüşmüştür. Tüketim bir ideoloji olmanın yanı sıra özellikle medya kanalıyla dolaşıma sokulan bir dil, bir iletişim biçimidir de. Tüketimin yaygınlaştırılmasında ve yeni alışkanlıkların yaratılmasında/ oluşturulmasında bir takım kanaat önderlerinin rolü olmaktadır. Sporun ticari bir ürün haline gelerek metalaşmasında; teknolojik gelişmelerin yarattığı, daha hızlı ve üstelik daha ucuz olan iletişim teknolojilerinin devreye girmesinin büyük payı vardır. Bu sayede özellikle digital yayıncılıkla beraber medyanın etkinliği ve gücü artmıştır. Tüm dünyayı tek bir ekonomik bütün haline getiren küreselleşme olgusu, toplumsal yaşam içindeki tüm alanlardan yararlanmış ve bu süreçten sporda fazlasıyla etkilenmiştir. Bu etkilenmede medya ve reklamcılık sektörünün büyük payı olmuştur. Spor-boş zaman ilişkisi, televizyonun sağladığı imaj bilincinden hareketle, sporun kitlelere pazarlanmasına ve esnek bir üretim biçimi içerisinde yeniden üretilmesine yol açmıştır. Yirminci yüzyılın sonundaki bu süreç post fordist üretim anlayışının sportif organizasyonlar üzerinde de etkili olduğunu göstermektedir. Bunun en iyi örneklerinden birisi kitlesel izleyici potansiyeli en yüksek olan futbol karşılaşmalarının abonelik esasına göre işleyen ve 'izlediğin kadar öde'(pay-per-view) anlayışı içerisinde uydu televizyonlarının yörüngesi altına girmeleridir.

1) TÜKETİM KÜLTÜRÜ, 'BOŞ ZAMAN' VE 'TELEVİZYON FUTBOLU'

Toplumsal yaşam içinde sporun rolünün artması, medyanın sporla daha çok ilgilenmesine yol açmıştır. Spor olayının yalnızca 'şimdiki zaman' süreci içerisinde

cereyan ediyor olması, izleyenlerine yapılandırılmış bir gerçeklik sunan televizyonun, bunu seçici gerçeklik konstrüksiyonları aracılığıyla gerçekleştirmek suretiyle milyonlarca, spor seyircisinin zihinlerindeki sportif anlam haritalarının oluşturulmasında ve şekillendirilmesinde etkili olmasına neden olmaktadır. Spor-Televizyon birlikteliğinin nasıl oluştuğunun ve sürdürüldüğünü anlayabilmek için; spor-boş zaman-tüketim ve televizyon arasındaki ilişkiyi incelememiz gerekmektedir.

Kapitalizmin gelişmesi ile birlikte değişen sosyal yapı içerisinde spor, kendisine yepyeni bir yer bulmuştur: Önceleri iş'ten uzaklaşma için kullanılan spor, boş zaman süresinin artması ve sistem için ekonomik bir yer işgal etmeye başlamasıyla birlikte iş'e dönüşmeye başlamıştır. Sporun geçirdiği bu dönüşüm konusunda Lasch ve Huizinga'nın görüşlerinden yararlanacağız. Lasch'a göre "boş zaman diye tarif edilen yaşama diliminin kendisi zaten sanayi toplumunun organizasyonuyla birlikte ortaya çıkmış ve ona paralel bir gelişim göstererek, tepeden tırnağa ticarileşmiştir. Bugün dinlenmek ve tatil yapmak bile aslında 'tüketmek'le eş anlamlı hale gelmiş iken, Pazar ekonomisini ve sanayiyi organize eden güçler, boş zamanı da aynı mantıkla organize ederlerken oyunu(sporu) salt bir boş zaman alanı içinde yeniden var etmek iddiası bir yanılgıdır. Huizinga'ya göre ise; rasyonelleşen araçsal bir akla göre düzenlenen modern dünyada, ölümüne ciddiye alınan oyun, oyun olma özelliğini yitirmiş bir olgudur. Modern spor karşılaşmaları oyunu 'iş'e dönüştürmüş, seyircinin hazzına tabi kılmış ve bizzat seyirciyi de kör bir edilgenlik konumuna geriletmiştir" (Kurt, Atayman ve Kurultay,age, 120-126).

Bu yeni dönemde 'mış gibi olabilmenin' koşulu tüketmekten, daha fazla tüketmekten geçmektedir. İşte bunun için de artan boş zaman süreçleri 'tüketim toplumu' haline gelen kapitalizmin vazgeçemeyeceği zaman dilimi olmaktadır. Çünkü ekonominin daha fazla tüketime ihtiyacı vardır, bunun için de "yaratılan her toplumsal serbest zaman, ekonominin özellikle hizmet ve eğlence sektörüne yeni bir kazanç alanı açar, ideolojik açıdan ise, boş zaman süreçleri kitleleri her türlü toplumsal sorun karşısında kayıtsızlaştırmanın, apolitikleştirmenin bir yolu olarak görülür" (Argın, 1992, 36). Kapitalizm tüketim ve boş zaman arasındaki ilişkide televizyon aracılığı ile kitlelere 'carpe diem' (günü yakalayın) mesajını aktarır. Şimdiki zamanın yaşanması ön plana geçirildiğinde yani geçmiş ve gelecek yerini bugün yaşanmakta olan şimdiki

zaman aldığında spor ve televizyon arasındaki birliktelikte güçlenmektedir. Spor olayının şimdiki zamanda yaşanmasında "spor ve oyun sahasının sınırlarının belirlenmesi, saha içi sınırlamalar, spor yapma süresinin sınırlanması, bir tecrit etme , zaman ve mekan sınırları belirli yeni bir 'dünya' yaratma anlamıdır... Öyleyse spor ve oyun özleri gereği hep 'şimdi'de olan bir şeydirler"(Kurt, Atayman ve Kurultay, age, 73).

Sporun sürekli olarak şimdi'de gerçekleşiyor olması ve onu takip edenlere, her müsabaka için bir 'yeni'(yeni bir oyun- yeni bir heyecan hatta yeni bir hayat) sunuyor olması, bu alana yönelik müdahalelerin ve aşırı ilginin nedenlerinden sadece birisidir. Yeni dönemin en büyük özelliği, hayatın her alanını kâr amaçlı bir biçimde yeniden düzenlemesi ve medya dolayımıyla onu metalaştırmasıdır. Bu süreçte özellikle görsellik son derece önemlidir. Televizyon, gündelik yaşama ait değer ve rol kalıplarının oluşturulmasında, geniş kitlelere aktarılmasında ve korunmasında etkili olmaktadır. Statükoyu koruyan, geleneksel değerleri öne çıkartan, eşitsizlikleri meşrulaştıran yapısı ile televizyon, hegemonyanın üretim araçlarından birisidir. 'Yapılandırılmış bir gerçeklik alanı' olan spor, medyanın haber oluşturma süreçleri içerisinden geçerken, yeniden düzenlenmekte ve 'neyi izleyip-izlemeyeceğimiz', hangi programların ya da hangi spor dallarının öne çıkartılacağına yine bu şekilde karar verilmektedir. Medya, spor olaylarını seçer ve bu seçiş işleminin kendisi nötr değildir. Medyanın belli ön kabullerine ve belirli kriterlere göre bağlı olarak oluşan bir durumdur. Medya, olayları sadece seçmekle kalmaz aynı zamanda bize anlam çerçeveleri de sunar, bizim tercihlerimizi de şekillendirir-geliştirerek, spor ile ilgili bir takım ideolojik değerlerin güçlenmesini de sağlar. Clarke'a göre; medyadaki spor sunumu sınırları belirlenmiş bölümler şeklinde karşımıza çıkar. Bu bölümlerin adları bazen spor dünyası olur bazen de başka bir şeyler olur. "Bu bölümler gazetelerin arka sayfalarında yer alır. Bu durum fiziksel ve görsel olarak sporu medyanın geriye kalan kısmından koparır. Onu farklı ve ayrı bir yerde izole eder/tutar. Bu durum sporun özel bir alan olduğu inancını yeniden üretir. Bu sınırlandırma medyada sıklıkla karşımıza çıkar. O, medya dünyasının düzenli ve öngörülebilir bir yapısını oluşturur. Bizi sporun medyadaki yeri ve içeriği konusunda beklentiye yöneltir. Mesela Cumartesi saat 12'de neler olacağını öğreniriz. Bu rutinleştirme spor dünyasının sürekliliği ve öngörülebilirliği konusunda bize bir

duyarlılık kazandırır. Sporun medya vasıtası ile yapılan bu sunumu aktif bir yeniden sunum sürecini de içerir. Gördüğümüz şey olayın kendisi değildir. Bu dönüştürülmüş olay başka bir şeydir. Bu dönüştürme keyfi değildir, izleyicinin dikkatine konsantre olan bir ayıklama kriteri ile gerçekleştirilir" (Clarke&Clarke, age, 70-71).

Spor müsabakalarının bu şekilde düzenlenmesi, yoğunlaştırılmış ilişkiler toplamına ve sporda sonucun kısa bir süre içerisinde alınmasına yol açacaktır. Bunun en önemli sonucu ise sporun spor yapanlar kadar bir diğer önemli boyutu olan izleyiciler açısından yaşanabilecek heyecan ve gerilim duygusudur. Spor ve sportif etkinlikler artık 'katılımdan çok izleme' üzerine kuruludur ve katılım boyutu yerini izleme/seyretme boyutuna bıraktıkça, spor üzerinden toplumsal yaşama yapılan değer transferleri ve ideolojik aktarım hem daha hızlı gerçekleşmekte, hem de kitlenin benimseme düzeyi daha kolay gerçekleştirilmiş olmaktadır. Televizyon ve bir televizyon prodüksiyonuna dönüştürülen spor/futbol, bu izlemeye/seyretmeye dayalı davranış kalıplarının bireylerin zihinlerine yerleştirilmesini sağlamaktadır. Bunu yapmak için de, 'yaşanan an'ın 'canlı' yayınla aktarılmasını kullanır, bu şekilde bireyler yaşanan olaya katılırlar ya da katılmaya zorlanırlar. "Modern toplumlarda televizyon, serbest zaman etkinliklerini de, neredeyse bütünüyle, tekeline almış ve bu 'değerli' zaman dilimi üzerine damgasını vurmuştur. Toplum, televizyonlarda yer alan 'estetize edilmiş' eğlenme biçimleri, haber, drama, mizah, müzik, spor vs. yolu ile kendini rahatlatırken, farkında olmadan iktidar değerlerini yeniden üretmektedir. Kapitalist toplumlarda hegemonyayı sağlayan esas gücün kitle iletişim araçları olduğu ve bu araçların 'ideolojik' işledikleri gözden kaçırılmamalıdır. Bir bütünsellik içinde televizyon, günümüz toplumlarında iktidar yapılanmasının en önemli aracı görünümündedir ve toplumsal iktidar seçkinlerinin sahip olduğu muazzam gücü temsil eder"(Arık, age, 61-63).

Televizyon'da yayınlanan programlar aracılığı ile boş zaman diye tanımladığımız ve iş hayatının dışında kalan zamanlarımız, planlanmakta ve düzenlenmektedir. Televizyonun geniş kitlelere ulaşabilmek için kullandığı alanların başında gelmekte olan futbol ile oluşturmuş olduğu birliktelik sayesinde, bugün 'televizyon futbolu' denilen yeni bir program ve oyun türü ortaya çıkmıştır. "Televizyon futbolu, seyircinin dikkatini her türlü teferruattan arındırılmış futbol maçına odaklaştırıyor, yönlendiriyor. Hedefi ise televizyonun ayrılmaz ilkeleri olan

eğlence, gerilim ve dramatikliğin mükemmel bir uyarlaması, böylelikle medyatik işlem futbol sporunun algılanışını değiştiriyor"(Klose,age,374). Televizyon vasıtası ile oturma odalarımız birer minik stadyuma dönüşürken, futbol stadyumlardan ziyade ekran başında oturan topluluğa hitap eder bir hale bürünmüştür.

2) FUTBOL/SPOR-MEDYA BİRLİKTELİĞİ

Televizyon ile futbol ya da spor arasında birlikteliğin kurulmasında ve geliştirilmesinde 'profesyonellik' anlayışının büyük etkisi olmuştur. Profesyonel spor özünde kapitalist toplumsal yapının bütün özelliklerini taşımaktadır. "Profesyonellik, kitleleri Pazar ideolojisine ve alışkanlıklarına hazırlamak ve biçimlendirmek ve bu biçimde tutup tüketime sevk etmek için geliştirilmiş paketleme, sunma, kısaca satıcılıkta tecrübe kazanmadır. Profesyonelleşme egemen global medya amaç ve pratikleri kültürüne entegrasyon sürecidir" (Erdoğan, 1995, 228-229). Profesyonelleşme sürecinde oyuncular, takımlar, oyunun oynandığı alanlar, takımların yönetim biçimleri ve yöneticileri de değişmiştir. Paranın ön plana çıktığı bu yeni süreçte, hayatın her alanında yaşanan metalaşma, spora ait bütün değer ve yargıların yeniden yapılanmasına neden olmuştur. Kulüpler artık birer anonim şirket gibi yönetilen, borsada işlem gören işletmeler haline dönüşmüşlerdir. Dünyanın büyük şirketlerinde olduğu gibi, büyük kulüplerinde de 'CEO'ları bulunmaktadır. Bu kulüpler adına geleceği planlayan, yatırımları yönlendiren, transferleri gerçekleştirenler hep bu kişiler olmaktadır. Henüz Türkiye'deki kulüplerde bu uygulama başlamamış olsa da, yakın bir gelecekte benzer uygulamaların öncelikle ülke futboluna yön veren üç büyük kulüpte başlaması da kaçınılmazdır.

Profesyonelleşme süreci, sportif etkinliklerin bir oyun olma özelliğinden çıkartıp, ekonomik düzeyde işleyen bir alana dönüştürmüştür. Bunun sonucunda ise, kapitalist düzenin değerleri spor alanında egemen olmuş ve sporu biçimlendirmeye başlamıştır. Kazanma kültürü ve başarı elde etme arzusu her türlü sportif değerin önüne geçmiştir. Artık, şerefli mağlubiyetlerin ya da ikinciliklerin bir önemi yoktur. Ne pahasına olursa olsun kazananın ve kazanmanın öne çıkartıldığı değer kalıpları spor ortamından, toplumsal yaşamın içerisine yollanmaktadır. Fair-play, dostluk, rakibine saygı, centilmenlik, oyuna ve oyunun değerlerine sahip çıkma davranışları yerini kazanmak

için her türlü ortamın zorlandığı, rakibin küçük düşürüldüğü, şiddet ve baskının spor alanlarında uygulanır kılındığı bir ortama bırakmıştır.

Profesyonelliğin ve metalaşmanın en büyük etkisi taraftarlar ve oyuncular üzerinde gerçekleşmiştir."Girişimci yapıların oluşması ve kapitalist eylemlerin meydana getirilmesi sporu dönüştürmeye başladı; bu yapılarla birlikte oyuncu ve spor takımları arasındaki ilişkiler değişti. Sporun profesyonelleşmesi ile beraber ise, öncelikle takım sahiplikleri el değiştirdi. Futbolcuların transfer olanakları ve maaşları da artış göstererek, spor, endüstriye tamamen eklemlendi ve böylelikle önemli bir ekonomik değer yaratılmış oldu"(Whitson,1998,28). Oyuncular, alınıp satılan ve üzerlerinde taşıdıkları formalar aracılığı ile aynı zamanda birer reklam panosudurlar. Formanın rengi ve kutsallığı, paranın dolaşıma girmesinin ardından yerine getirdiği işlevi değiştirmiştir. Artık forma rengi, daha fazla satılabilmesi için sürekli olarak değiştirilmekte ve formanın üzerindeki reklamlar, kulüplerin önüne geçmektedir. Bunun en güzel örneği 100. yıl için yaptırılan Galatasaray formalarında ana sponsor olan Avea'nın, formanın önüne geçen logosudur. Bir başka önemli örnek de Katalan halkının bayrağının sembolü konumunda olan Barcelona formasına reklam alınmasıdır. Barcelona kulübünün bu alanda önemli bir örnek teşkil ediyor olmasının nedeni; yıllarca her türlü siyasal ve toplumsal baskıya direnen kulübün, ekonomik gücün baskılarına daha fazla dayanamaması ve sonucunda da formasına reklam almasıdır. Bu örnek egemen iktidarların, ekonomik, siyasi, medyatik etkinlikleri kullanarak muhalefetin gücünü, etkinliğini ve dilini nasıl bozabildiğini ortaya koymaktadır.

Televizyon artık her şeye hükmetmektedir ve sadece futbol/basketbol ya da ön planda yer alan spor dallarında değil profesyonel boks müsabakalarında dahi bu reklam süreci, boksörlerin vücutlarına reklam yansıtılmaktadır. Yakın bir gelecekte sadece kulüp takımlarının formalarına değil, ulusal takımların formalarına da reklam almaları süreci başlayacaktır. Bu süreç sponsor olan firmaların amblemlerinin formalarda yer alması ile aslında fiilen de başlamıştır. Oyuncuların adeta bir reklam panosu haline geldiği bu süreçte özellikle yıldız sporcular, kitlenin yönlendirilmesi için büyük bir misyon yüklenmiştir. Sistemin devamlılığı ve kitlelerin etkilenmesi için yıldız sporcular devreye sokulurlar. Medya sportif idollerin yaratılmasında ve sportif alanın dışında da kitlelerin tüketim anlayışlarına hitap edecek biçimde ekranlara getirilmesini

sağlamaktadır. Medya bu idollerin yaşamlarını kutsamakta ve onların yaşantıları üzerinden neo liberal anlayışın gereklerinden birisi olan 'rekabet ve sürekli çalışmaya göndermede bulunmaktadır. Kitle kültürü ürünlerinin pazarlanmasında spor yıldızları reklam yıldızı olarak karşımıza çıkartılırlar. Amaç o ürünü alacak olan kitlenin, satın alacağı ürünle ilgi duyduğu yıldız aracılığı ile bir yakınlık kurmasıdır. PİRELLİ reklamında RONALDO'nun, CİPSO reklamında HAKAN ŞÜKÜR'ün kullanılmasındaki etmen aynıdır. Sporseverleri ve gençleri hedefleyen ünlü şirketler, anlaştıkları sporcularla ürünleri için hem marka imajlarını hem de satışlarını artırmayı arzulamaktadırlar. CİPSO patates cipsinde oynayan HAKAN ŞÜKÜR sayesinde Kar Gıdanın satışları katlanmıştır, şirket ayda 10 milyon paket cips satmaktadır. (**Sabah 22.6.2000**)

Uluslararası firmalar kendi ürünlerinin pazarlanmasında bu yıldız oyuncuları kullanırlar. Ürünlerinin tanıtımı için çekilen reklamlarda bu oyunculara yer verirler ve bu sayede ürünlerini daha geniş kitleler ile buluşturmuş olurlar. Kulüpler, transfer ettikleri ünlü futbolculara ödedikleri yüksek transfer bedellerini, bu futbolcuların kullanıldığı araçlar ile pazarlamakta ve forma satışı, maç anlaşmaları, internet üzerinden yapılan satışlar aracılığı ile ödemiş oldukları meblağın üzerinde bir geliri kasalarına aktarmış olurlar. Burada uygulanan strateji televizyon aracılığı ile bireysel yıldızların ön plana çıkartılması ve desteklenmesidir. Gösteri toplumunun spordaki uzantısı futbol maçlarıdır, bu karşılaşmaların yaratmış olduğu imgeler, insanlar arasındaki toplumsal ilişkinin kurulmasında etkili olarak gösteri toplumunun sürdürülmesine katkıda bulunmaktadır. Bunun için de"Medya sporları modern kültür içindeki egemen mitlerin oluşmasını sağlamaktadır"(Real, 1989, 464).

Profesyonelleşmenin taraftarlar üzerindeki etkisi büyük olmuştur. Taraftarlar artık sadece kulüpleri ile gönül bağı bulunan ve kulüplerinin müsabakalarını takip eden kişiler değillerdir. Taraftarlar, aynı zamanda kulübüne ait markalı ürünleri satan alan, maçları seyredebilmek için yüksek bilet ücretlerini karşılayan ve takımının renklerini taşıyan resmi ürünleri hayatının her alanında kullanmaya başlayan müşterilerdir. Bu müşterileri stadyumlara çekebilecek yıldız oyunculara ihtiyaç vardır. Bu süreç içerisinde taraftarların, oyunla ve kendi yaşamları ile kurmuş oldukları bağlantı tamamen izleme/seyretme edimine indirgenmiştir. Bu indirgenme ise futbol sahalarında şiddet

eylemlerinin daha fazla ortaya çıkması ile sonuçlanmıştır. Gelişen teknolojik olanakları kullanmaya başlayan taraftarlar, internet üzerinde birbirleri ile yazışmaya ve iletişimde bulunmaya başlamışlardır. Taraftarlar arasında gelişen örgütlenmeler, yeni toplumsal hareketler ile uyum içerisinde gelişmekte ve yaşanan olumsuzluklara bir arada karşı çıkabilmenin olanaklarını yaratmaktadır.

Futbol-Televizyon birlikteliği, stadyumları evlerimize taşımış ve yepyeni bir seyirci kitlesi oluşturmuşlardır. Seyirciler artık canlı yayın öğesinin bir parçasıdırlar. Maç izlerken günlük yaşamın sıkıntılarından kurtulan izleyici "çoğu kez öykünmeye dayalı bir etkinlik izlediğini unutuyor, futbolsever tuttuğu takımla, takımın renkleriyle öylesine özdeşleşiyor ki maçı 'gerçek'miş gibi algılamaya başlıyor. Maçın tonu yükseldiğinde izleyiciler de kendilerinden geçiyorlar, duygularını denetleyemiyorlar. Futbol artık öykünmeye dayalı bir etkinlik olmaktan çıkmış, gerçek bir savaşa dönüşmüştür...Umberto Eco'ya göre, televizyonun önündeki futbol tutkunu oynamıyor ama konuşuyor, bu düşüncelerden çok, duyguların yoğun olduğu bir söylem biçimi; futbol tutkunları aynı duyguları paylaşıyorlar" (Büker, 1992, 73-74). Futbol tutkunlarını yaşadıkları bu duygusallık boyutuyla, kitle kültürü endüstrisi tarafından reklamlar aracılığı ile tüketime yönlendirilmektedirler. Futbol maçlarının dünya üzerinde çok geniş bir izleyici kitlesine hitap ediyor olması, dünya çapındaki organizasyonların arttırılmasını ve futbol tutkunlarına yönelik yayınların özellikle prime time saatlerine yerleştirilmesine yol açmıştır. Futbol tutkunları bu yayınlar vasıtasıyla hafta sonunda oynanacak karşılaşmalar için bekleyiş içerisine sokulurlar. Oynanacak olan karşılaşmanın atmosferi kitlenin daha çok heyecana getirilmesi için kullanılmakta ve gösterinin devam edebilmesi için her türlü yol denenebilmektedir. 1 Mayıs 1995-8 Eylül 2003 tarihlerinde en çok izlenen yirmi televizyon programının yarısı futbol karşılaşmalarıdır. Hatta ilk beş sırada futbol karşılaşmaları yer almaktadır. **(Sabah, 15.9.2003)**

Futbolun/sporun metalaşması ve televizyona özgü bir etkinlik türü haline dönüştürülmesinin ardından stadyumlar büyük bir yapısal dönüşüm geçirmişlerdir. Futbolun milyonları peşinden sürükleyen dev bir sanayi haline gelmesi, kulüp yöneticilerini-medya patronlarını daha fazla seyirciyi ekrana çekebilmek, onlara daha mükemmel koşullarda hizmet vermek ve hepsinden önemlisi onların tüketimlerini

arttırmak için çeşitli projeler üretmelerine yol açmıştır. Bunun futbol sahalarındaki yansımalarının başında stadyumların yeni dönemin anlayışına uygun olarak inşa edilmeleri gelmektedir. Stadyumlar fordist dönemdeki standart işlevlerini terk ederek, yeni dönemde fonksiyonel bir niteliğe bürünmüşlerdir. İçerisinde restaurantlardan kafeteryalara, sinema ve oyun salonlarına kadar değişik aktivitelerin yerine getirilebileceği mekanlar olarak stadyumlar kabuk değiştirmişlerdir. Stadyumun içinde koltuklandırılma ve loca sistemi ile konfor arttırılmıştır. Geliştirilen süper tribün koltukları projesine göre, futbolsever evindeki koltuğundan daha rahat bir biçimde maçını izleyecek ve koluna bağlanabilecek mini ekran ile önemli pozisyonların tekrarını görebilecek ve saha içindeki konuşmaları da dinleyebilecektir.

Önceleri sadece sportif etkinlikler için kullanılan bu mekanlar, yeni dönemin esnek üretim koşullarında olduğu gibi farklı amaçlar için de kullanılabilecek şekilde yeniden dizayn edilmişler ve adeta birer televizyon stüdyosuna döndürülmüşlerdir.

Toplumsal yaşam içerisinde sporun yerinin ve spora ayrılan kaynakların artması ile birlikte spor tüketimi yükselişe geçmiştir. Kentsel mekan içinde bireylerin spor yapabilecekleri yeni mekanlar oluşmaya başlamıştır. Orta ve üst sınıf mensupları için fitness merkezleri, tenis kulüpleri, golf kulüpleri gibi bireysel tüketime olanak veren sportif mekanlar açılmıştır. Stadyumlar, tıpkı Ritzer'in büyük alış veriş merkezlerini tanımlamakta kullandığı 'tüketim katedralleri'ne dönüşmüşlerdir. Yeni stadyumlar sadece sportif etkinliklerin düzenlendiği mekanlar olmanın ötesine geçerek birer yaşam alanı olarak faaliyet veren merkezler halini almışlardır.

Futbol endüstrisi imaj pazarlaması suretiyle yoluna devam etmektedir: Şampiyonlar ligi-Avrupa Şampiyonası-Dünya Kupası gibi organizasyonlar futbol endüstrisinin büyümesine katkıda bulunmaktadırlar.1998 Dünya kupasında uluslar arası şirketler(Adidas-Canon-Coca Cola-Mc Donalds-Opel-Gillette-Snickers gibi) tüketiciye daha kolay ulaşabilmek için 40 milyon dolar ödeyerek sponsor olmuşlardır. Bunda amaçları markalarını tüm dünyaya tanıtmak ve daha fazla satış şansını yakalayabilmektir. Trilyonların dönmekte olduğu futbol artık basit bir 'oyun' olmaktan çık(arıl)mış dünya ekonomisi içinde önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir. "Hiçbir program türü futbol yayınlarının kısa sürede topladığı izleyici ve parayı yapamaz.

Futbol kapitalist düzende tüketim endüstrisinin reklamını yaparak geniş kitlelere ulaştığı bir alandır"(Erdoğan, 1995, 196).

Futbol-Medya birlikteliği karşımıza şöyle bir tablo çıkartıyor:

ÜRÜN + PAZARLAMA + PAZAR = KÂR

(Futbol) (TV yayınları) (İzleyiciler) (Uluslararası Medya)

ÜRÜN: (Futbol) 2002 Dünya Kupası

HİTAP ETTİĞİ PAZAR: (İzleyiciler) 2002 Dünya kupası karşılaşmalarını ekranları başında 41 milyar kişinin izlediği tahmin edildi, Stadyumlarda ise 3.5 milyon kişi izledi.

PAZARLAMA YÖNTEMİ: (TV yayınları) Toplam 64 maç için FİFA'ya 1.3 milyar İsviçre Frangı yayın ücreti ödenmişti.

Bu üçünün birleşiminden ortaya çıkan büyük kârların sahibi ise uluslar arası medya tekelleri olmuştur.

Oyunlara katılan oyuncu, yönetici ve medya mensubu sayısı 13.000 civarındadır. Coca Cola 2002 dünya kupasının; Adidas, Budweiser, Fuji Xerox, Gillette, JVC, Master Card, Philips, Avea, Coca Cola, Fuji Film, Hyundai, Korea Telecom, McDonalds, Yahoo ve Toshiba gibi kendi alanlarının en üst seviyesinde yer alan sponsorları olmuştur. FİFA'nın bu sponsorlardan elde ettiği gelir 300 milyon dolardır. FİFA'nın yeni stratejisi sonrasında futbol artık pazarlanabilir ve büyük kar getiren bir ürüne dönüştürülmüştür. Dünyadaki sponsorluk faaliyetlerinin yüzde 80'ler civarındaki kısmının spora ayrılmış olması, FİFA'nın, bu yeni stratejisinde etkisi olmuştur. Futbol gibi dünyanın en küresel organizasyonunun patronluğunu yapan FİFA, çok uluslu şirketlere büyük paralar ödemeleri karşılığında 'tanınırlıklarını ve pazarlarını genişletebilmelerinin' olanağını sunmaktadır. "2002 dünya kupası resmi sponsorlarının her biri, minimum 15 ila maksimum 35 milyon dolar arasında değişen bedelleri daha baştan FİFA'ya ödemişlerdir...Turkcell, 2002 dünya kupası öncesinde futbol milli takımına sponsor olarak, finallerden önce %0.6 olan tanınabilirlik oranını, finallerin ardından %31'e çıkarmayı başarmıştır" (Arık, age, 203-204). 1998 dünya kupasındaki lisanslı ürün satışları 1.2 milyar dolar civarında gerçekleşirken, bu rakam

2002 dünya kupasında 1.5 milyar dolara ulaşmıştır. Ev sahibi ülkelerden Güney Kore stadyumların inşası için 1.5 milyar dolar, Japonya ise 2.9 milyar dolar harcamışlardır. Dünya üçüncüsü olan Türkiye milli takımı, FİFA'dan 12.2 milyon İsviçre Frangı (yaklaşık 13 trilyon lira) prim almıştır. TRT dünya kupası karşılaşmalarını 10 milyon dolar karşılığı satın almış ve milli takımın başarılı sonuçlar alması sonucunda hem tarihinin en çok seyredilen programlarını gerçekleştirmiş hem de 15 milyon dolarlık bir reklam geliri ile kara geçmiştir. Büyük futbol organizasyonları öncesinde televizyon satışlarında patlamalar yaşanır. EURO 2000'nin resmi sponsoru olan PHİLİPS geniş ekran televizyonu için ürettiği sloganda; 'futbol ya sahada ya geniş ekranda izlenir' diyerek televizyon futbolu anlayışını reklamlarda da kullanmaya başlamıştır.

Futbol, giderek televizyon-sponsorluk ve reklamın oluşturduğu bir üçgen içerisinde oynanmaya başlayan bir oyun halini almıştır. Futbolun bu üç farklı kesime göre belirlenmesi ise, onun özellikle televizyona olan bağımlılığını arttırmıştır. Bunun sonucunda ise daha çok gelir yaratacak organizasyonların düzenlenebilmesi için, sporcular daha fazla efor sarf etmekte, daha çok sayıda maç oynamaktadırlar. Medyanın, futbol oyunu üzerindeki belirleyiciliğinin artması sonrasında futbol, halka ait bir oyun olma özelliğini yitirmiş ve üst sınıfların çıkarları ve eğlencesi için kullanılan bir oyun halini almıştır. "Fox medya kuruluşları başkanı Peter Chernin'in belirttiği gibi; 'spor; filmler, haberler, kitaplar gibi, tv eğlencesinin pek çok global dilinden sadece biridir'... Maçların naklen yayını ve ardından da spor programlarında tekrar gösterilerek en küçük ayrıntılarına kadar masaya yatırılması, medyanın oyun üzerindeki tahakkümünün maçın ardından da devam etmesine olanak sağlamaktadır" (Arık, age, 303-309). Televizyonla olan birlikteliği sonrasında futbolun hayatımız üzerinde kurmuş olduğu etki düzeyi yükselişe geçmiştir. Futboldaki metalaşma sürecinin hızlanması sonrasında oluşan 'yeni futbol' kalıpları ile birlikte futbol, tüketim kalıplarımızı biçimlendiren bir alan haline dönüşmüştür. Bu süreçte seyirci profili-gelir kaynakları ve futbola yüklenilen anlam/değer kalıpları değişmiştir. "Küreselleşmenin avantajlarını paraya çevirme bakımından, yeni futbol ekonomisinin en önemli aracı bugün televizyonlardır... Sosyal anlamda, futbolun bir tüketim kalıbı oluşturmasında, temel araç televizyon olmuştur. Ekonomik anlamda ise televizyon, yeni futbol ekonomisinin kendisini yeniden üretiminde en önemli üretim faktörüdür" (Akşar,age, 7-

22). Futbolun televizyon ile kurduğu birliktelik, ekonomik alanda yeni tüketim kalıplarının futbol üzerinden hayata transferi biçiminde gerçekleşirken; toplumsal alanda ise yeni değer yargılarının, rol ve statü modellerinin transferine olanak sağlamıştır. Ayrıca bu birliktelik toplumsal yaşam içerisinde kimliklerin üretilmesine ve yaratılan bu kimliklerin birbirleri ile yeni ilişki kalıplarını geliştirmeleri üzerinde de etkisi olmuştur.

3) FUTBOL-MEDYA VE TOPLUMSAL KİMLİKLER

Futbol, içinde yaşadığımız yüzyılın en kitlesel iletişim biçimi olma özelliğine sahiptir. Giderek kitlesel bir eğlence biçimine dönüşen futbol medyanın da etkisi ile toplumun tümü için bireysel ve kollektif bir kimlik edinme alanı haline gelmiştir. "Toplumsal kimlik kitlesel olarak dolayımlanan ritüeller ve imgeler aracılığıyla oluşur. Modernliğin iki genel özelliği, dolaylı ilişkilerin yaygınlaşması ve imgesel cemaatlerin üretimi göz önüne alındığında, insanların kendilerini birbirine bağlı hissetmeleri yani böyle bir bağın var olduğunu tahayyül edebilmeleri büyük ölçüde kitle iletişim araçlarının kurduğu ve dolaşıma soktuğu kollektif imgeler, ritüeller ve simgeler tarafından sağlanır. Günümüzde spor, kitle iletişim araçlarının imal ettiği bu tür ritüellerin en önde gelenleri arasındadır"(Mutlu,age,371). Kitle iletişim araçları ile sporun birlikteliği başka hiçbir kurumun gerçekleştiremeyeceği bir bütünleşme ve imgesel birlik duygusu yaratır. Bu birlik duygusu özellikle uluslar arası karşılaşmalar sırasında bir millete ait olma hissini kitlelerde uyandırır.

Futbol, toplumsal bir olgu olduğu için sözlü ve yazılı açıklamalar ile birlikte, futbol üzerine yapılan yorumlardan da ayrı düşünülemez. Olan bitenleri kamuoyuna aktarmakla görevli olan medyanın en büyük güçlerinden birisi de toplumun düşünce kalıplarının şekillendirilmesidir. Ekonomik, kültürel ve politik bir fenomen olarak spor/futbol, medya için son derece önemli bir tüketim alanı oluşturur. "Bir aktivite ya da bir ilgi alanı/objesi olarak spor toplumsal olarak inşa edilmiştir. Anlamı tanımlanır ve ona anlam verilir/yüklenir. Sporla ilgili olan değerleri bize taşıyan bu anlamlardır ve bu anlamlar bize kimlikler ve özdeşleşmeler sağlarlar/sunarlar. Futbola popülaritesini kazandıran şey ona atfedilen anlamdır. Sporun bu sosyal konumlandırması ve değerlendirmesi anlaşılmadıkça sporun medya tarafından ele alınışını doğru bir biçimde

kavrayamayız. Medyanın spor portresi ve sunumu yaptığı ortam, sporun daha önce mevcut olan sosyal inşasına dayanır" (Clarke&Clarke, age, 62-63).

Spor somut/reel yaşamdan kopuk 'ayrıcalıklı bir alan' değil aksine sistematik ve kaçınılmaz bir biçimde toplumla bağlantılı bir alandır. Hargreaves'e göre;Spor toplumsal ilişkilerin bütünselliğinden türeyen sosyal olarak dolayımlanmış bir fenomendir. O, kültürün öteki veçheleriyle iç içe geçer/kaynaşır ve farklı ideolojik formlara bürünebilir. Spor medyası ve spor literatürü spora ilişkin olarak, spor bir eğlencedir, nötr bir alandır, apolitik bir alandır, herkese açıktır düşüncelerini hayata geçirmek suretiyle sıradan insanların sağduyusunda yer almakta olan unsurları teorize etmek suretiyle spor hakkındaki 'sağduyusal tasavvurları bilimsel olarak yeniden üretmiş olur. Böylece, "sıradan insanların yabancılaşmış bilinciyle sözü edilen literatürün ürettiği 'bilinç' birbiri ile örtüşür. Bu literatürün ürettiği tasavvurlar çeşitli mekanizmalar vasıtasıyla dolaşıma girer ve toplumun sosyal bilincine dahil olurlar. Spora ilişkin tercih edilen sağduyusal görüş idealize edilmiş bir görüştür. Spor genelde temel insan değerlerini tatmin eden gayri ciddi ve zevk veren bir aktivite olarak görülür. Gerçekliğin kendisi de bu bakışı onaylar. Sağduyu bize sporun herkese açık ve herkese ait olduğunu telkin eder ve spor bu şekilde nötr olarak konumlandırılır" (Hargreaves, J, age, 16).

Sporun/futbolun sadece spor ya da futbol olmadığını aynı zamanda toplumsal yaşam içinde kök salan ve yaratılan kültür ve kültürel değerlerin de bir parçası olduğu gerçeği, beraberinde sporu/futbolu aktarmakla görevli olan medyanın da sadece sporu/futbolu değil, onlarla ilişkili kültürü ve kültürel değerlerle de ilişkili olduğunu ortaya koyacaktır. Bu yüzden Blain&Boyle yazılarında, kültürde sporun davranışların, düşüncelerin ve inançların bilgi kaynağı haline geldiğinden bahsederler. Bu inancın bütününde, ortak ve ulusal bir kimlik olma hissi(biz duygusu) ile ulusların varlığının farkına varılması yatar."Ulusal kimliklerin oluşmasında futbol medyasının rolü yadsınamaz. Ulusal kültür medya tarafından geliştirilir, şekillenir hatta tekrar tekrar aşılanır. David Rowe'a göre her ulusun semiyotik etkili bir ulusal kültür inşa etmesi gerekmektedir. Hiçbir kültürel güç uluslar arası spor-medya kompleksi kadar ulusal imajlı bir birlik yaratamaz. Kimlik, günlük yaşamdaki kültürel aktivitelerde yeniden oluşmaktadır, spor gibi. Burada dil en öncelikli rolü oynamaktadır. İnsan dil yoluyla

kendi dünyasını yaratır ve yeniden keşfeder. Sosyal kimlikler gösterilir, yasalaştırılır ve müzakere edilir. Avrupa futbolu üzerine söylevler anlatmak için kullanılan dil, yaratılan hikayeler, ayrılamayan birçok sosyal kimlik Avrupa kültürünü oluşturmaktadır. Bu kültürü iyice anlamak için medyanın sunum yollarını ve medya dilini derinine incelemek gerekmektedir" (Crolley&Hand, 2002, 8-15). Medya, kullandığı dil ve söylemler aracılığı ile ideolojinin ve bir takım değer, rol ve statü kalıplarının toplumsal yaşama aktarılmasında aracı olmaktadır. Ayrıca, medyanın özellikle uluslar arası karşılaşmalarda takındığı tavır, kimliklerin şekillenmesinde etkilidir. Medya, yapmış olduğu yayınlarda hakim olan egemen değer yargıları ile erkek egemen ideolojinin yaşamasını sağlar. Özellikle erkeklerin 'kendilerine' ait bir alan olarak gördükleri ve bu alan içerisinde kendilerini özdeşleştirdikleri, kimlik edindikleri spor/futbol dünyası medyanın en sık kullandığı alandır. Tüketim kalıplarının değiştiği ve her sınıf ile her kesime yönelik ürünlerin dolaşıma girdiği bir dünyada, erkek tüketicilerin son derece önemli bir yeri bulunmaktadır çünkü erkekler aynı zamanda bu tüketim pazarını sürekli olarak canlı tutacak olan spor/futbolun müdavimleridirler.

Spor/futbol kendi tüketici kitlesini yaratmakla kalmaz aynı zamanda onların birbirleri ile iletişim içerisinde bulunabilecekleri bir topluluk biçiminin üretilmesine de olanak sağlar. Bunu yapmış olduğu yayınlarda kullandığı dil ve söylem ile gerçekleştirir. Futbol alanında zihinsel anlam haritalarımızın oluşturulmasında gazetelerdeki futbol sayfaları, televizyonlardaki futbol programları aracı bir rol oynamaktadırlar. Bu yayın organları yaptıkları yayınlarla taraftarı olunan takımla ilgili zihinlerde var olan şemaların gelişmesinde ve yeni şemaların oluşmasında rol oynarlarken, medyanın ikili karşıtlıklar üzerine kurulu dili içinde 'bizim takım' ve 'rakip takım' imgesini kurgularlar ve farklılıkları keskinleştirmek suretiyle gerilimin artmasını sağlarlar. Kollektif kimliğin kurulabilmesi için öteki olarak nitelendirebileceğimiz kimliklere ihtiyaç duyarız. "Spor özellikle profesyonel spor 'yenilecek, alt edilecek' diğer(ler)ini gerektirdiği için, bu tür simge ve inanç kümelerinin üretilmesi yani türdeş olmayan bir 'biz'in içindeki gerçek farklılıkların silinerek bir 'kurmaca ulus birliği'nin kurulması için çok elverişli bir ilişkisel mekan sunar"(Mutlu, age, 374). 'Hayali bir topluluk' olan milletlerin ya da ulusların temsilcisi

olan sporcular, bu topluluğun simgesi haline gelebilmektedirler. Hobsbawm'ın deyişiyle milyonların oluşturduğu hayali bir topluluk, on bir isimli bir ekipte daha gerçek görünebilmektedir. Futbol alanında elde edilen başarıların açık ve kesin olması, milli maçların önemini arttırmaktadır. Özellikle uluslararası karşılaşmalar milli kimliklerin yeniden kurulmasına katkıda bulunmakta ve milletin 'biz' olarak oluşturulmasını sağlamaktadırlar. Türkiye açısından bu durumu incelediğimiz de; uluslar arası karşılaşmalarda ülke içindeki rekabet bir tarafa bırakılmakta, karşılaşması olan her Türk takımı 'bizim' takımımız olarak desteklenmektedir. Bu takımlar simge haline gelirken, takımların renklerini taşıyan bayraklar da birer ikon haline gelirler. "Kutsal ikonlar aslında hayali bir topluluğa tek başına elle tutulan bir gerçeklik sunan sembolleri, ritüelleri ya da ortak kollektif pratikleri temsil ederler. Kutsal ikonların öneminin bir diğer kanıtı, basit renkli kumaş parçalarının yani bayrakların evrensel düzeyde modern milletlerin sembolleri olarak kullanılması ve bunların son derece değer verilen ritüel tekrarlar ya da tapınma eylemlerini çağrıştırmasıdır" (Hobsbawm,age, 93).

Kullanılan bayrak, flama, kaşkol ve benzerleri 'biz' ve bizden olmayan diğerlerini birbirinden ayırmaya yarayan birer göstergedirler. Bunun içinde Türk takımlarının yurt dışı karşılaşmalarında ezeli rakiplerin formaları, bayrakları bir araya gelip kullanılabilir. Türk futbol medyası yurt dışı karşılaşmalarını kitlelere aktarırken milliyetçiliği, şiddeti ve cinsiyetçiliği ön plana çıkarır: 'Türkiye Santradadır-65 milyon kalp milli takım için atmaktadır-Türksün bugün ezer geçersin-Gösterin şu Avrupa'ya Türkün gücünü-Yedin mi Türkün lokumunu hırbo İngiliz' başlıklarında olduğu gibi. Medya futbolun coşkusunun kitlelere aktarımında aracı olurken aynı zamanda kullandığı dil vasıtası ile üstü örtük bir biçimde ideolojik öğeleri de kitlelere aktarmaktadır. Erdoğan ve Bora, kitle iletişim araçlarının kullandığı dil ve ideolojik öğeler konusunda şu saptamayı yapmaktadırlar: "Türkiye'de medyatik futbol söylemi milli kimliğin yeniden kuruluşunda ihmal edilmez bir paya sahiptir. Oyun hakkında basitçe haber veriyormuş, sadece sahada olup biteni aktarıyormuş gibi yapan medya, aslında bunu yapılanmış bir ideolojik –söylemsel kompleksin içine yerleştirerek sunar. Bunun en güzel örneklerinden biri uluslar arası maçların milliyetçi bir bağlamda yeniden kurulmasıdır. Medyatik futbol söylemi uluslar arası maçları Türk milleti açısından 'ölüm kalım' meselesi (beka davası) havasında sunarken, lig maçlarında da

kullandığı askeri söyleme özgü lügatçeye daha sık başvurarak milletlerarası 'savaş' efektini pekiştirir"(Bora ve Erdoğan,age,228-230). Türk futbol medyasında özellikle üç büyük takımın maçları öncesi ve sonrasında yapılan yayınlarda kullanılan abartılı dil, oynanacak olan 'oyun'u, 'oyun'luktan çıkarmak suretiyle fanatizmin yükselmesini teşvik ederken, uluslar arası karşılaşmalar sırasında savaş çığırtkanlığı yapılmaktadır.

Sportif ortam, ulusal kimliklerin inşasında uygun bir ortam sunduğu için, dünyanın her yerinde medyanın milliyetçi manipülasyonlarına açık bir alan görünümündedir. Ulusal duvarların yıkıldığı, küresel ölçekte hareketlerin etkisinin arttığı bir ortamda, spor özellikle de futbol alanında olup bitenlerin aktarılmasında şovenist, aşırı milliyetçi, ulusal birlik ve beraberliği öne çıkartan yayınlara yapılan vurgu daha fazla gerçekleşmektedir. Spor sayfaları, Yılın her dönemine yayılan farklı sportif etkinliklerde elde edilen başarıların televizyonlar aracılığı ile bir takım ritüeller, sembol ve görüntüler kullanılarak ülkeye aktarılması sırasında 'biz' olgusunun yaratılması, yeniden güçlendirilmesi sağlanmaktadır. Televizyonda madalya kazanan bir güreşçimizin-haltercimizin birincilik kürsüsüne çıkışı ve beraberinde seremonide istiklal marşımızın çalınması ile Türk bayrağının diğer bayraklarının üstünde yer alarak göndere çekilmesi dakikalarca gösterilir. Spor/futbol medyası, bu karşılaşmaları aktarırken kullandığı dil ve söylemlerde sıkça metaforlar kullanmakta ve bu metaforlar aracılığı ile üstü kapalı bir biçimde; evrenselcilik, aşkınsallık, kahramanlık, rekabetçilik, bireysel güdülenim ve takım ruhu gibi sporla ilintili ideolojik ifade ve değerlerin dolaşıma sokulmasına aracı olmaktadır. "Bir kültürel biçim olarak spora/futbola iliştirilen mitler ve metaforlar spor medyasında sürekli yeniden inşa üretilir. Sağduyuya dayalı ve örtük olarak ideolojik ifadeleri inşa eden değerlerin sürekli tekrarlanması spor/futbol medyasında sıradanlaşmıştır. Spor/futbol medyasında daha geniş ideolojik tanımlar sürekli ve sadece edilgen olarak da tekrarlanmaz. Aksine söz konusu ideolojik imajların oluşumuna katkıda bulunur, onların doğalmış gibi temsil edilmeleri sağlanır. İktidar ve tahakküm ilişkilerinin sürekli olarak üretilmesinde ve hegemonik iktidar yapısının yeniden inşasında spor uzamı ve spor medyasının oldukça etkili olduğu belirtilebilir" (Gökalp, age, 135-136).

B. MEDYADAKİ FUTBOL SÖYLEMİNİN OLUMSUZ ETKİLERİ

Futboldan hızla endüstrileşen yeni futbol anlayışına geçildikçe, futbolun sadece özü değil, hayatlarımız içerisindeki yeri de değişmeye başlamıştır. Taraftarlar, oyunun özünden kopartılarak tüketim boyutuna indirgenmişler ve birer müşteriye dönüşmeye başlamışlardır. Taraftarların izleyicilikten oyuna katılmaya doğru geçebildikleri alanlar dahi paraya tahvil edilmişlerdir: Halı sahalar, orijinal takım formaları, fever nova gibi pahalı futbol topları ya da yüksek rakamlara satılan spor malzemelerinde olduğu gibi. Taraftarların müşteri haline getirildiği bu süreçte her türlü ürün satışa sunulmaktadır. Kulüplerin resmi ürün satış mağazalarında; battaniye, çocuk giyim ürünleri, çanta, kravat, çorap, terlik, çocuk ayakkabısı, iç çamaşırı, pijama, bilgisayarda futbol oyunları, balon, halı, kilim, küllük, seramik tabak, masa lambası, diş fırçası, genç yatak odası, sakız, taraftar albümü, cep telefonu, kulüp tarihini içeren kitap-vcd ve dvd'ler ve benzeri pek çok ürün satılmaktadır. Taraftarlar sadece takımlarının ürünlerini satın alan müşteriler olarak tanımlanmamakta aynı zamanda takımlarına hissedar olan ortaklar konumuna da getirilmektedirler. Takımların borsaya kote olması sonrasında, futbol bir 'yatırım aracı' haline dönüşmüştür.

Serbest piyasa ekonomisinin oluşturmuş olduğu tüketim modelinde tüketici merkezli bir yapı söz konusudur ve bunun içinde her alanda tüketiciye yönelik yenilikler yaşanmaktadır. Futbol, tüketicilere/ müşterilere yönelik bu uygulamaların yaşandığı alanların başında gelmektedir. Yeni dönemde müşteri odaklı bir yaklaşım içerisine giren kulüpler için müşteri/taraftar memnuniyeti ön planda yer almaktadır ve bunun için de stadyumlarda sunulan hizmet ve hizmetin kalitesi de yeniden düzenlenmiştir. Fenerbahçe kulübünün Avrupa'daki benzerleri gibi yeniden inşa ettiği Şükrü Saraçoğlu Stadyumunda VİP Alt Maraton tribünün 2002-2003 sezonu fiyatları, 700 milyon-950 milyon-1.400 milyar-1.750 milyar-2.250 milyar-2.650 milyar ve 4 milyar arasında değişmektedir. 22.5.2005 tarihinde Fenerbahçe-Galatasaray kulüpleri arasında oynanan maç biletleri şu fiyatlarla satılmıştır: Maraton alt tribün 300ytl, Maraton üst tribün 100ytl, Numaralı Vip 150ytl, Numaralı özel 125ytl, Migros tarafındaki tribün 37.50ytl'ye satılmıştır.

Futbol, artık mahalle aralarında oynanan ve buralardan yetişen çocukların oynadığı bir alan olmaktan çıktığından beri, yetenekli çocukların daha küçük yaşlardan

itibaren transfer edilmeleri ile adeta yeni bir sömürge dönemi/köle ticareti dönemi yaşanmaya başlanmıştır. Avrupa'nın zengin kulüpleri Afrika, Güney Amerika'da gelecek vaat eden çocukları çok küçük yaşlardan itibaren ailelerinden kopartarak getirmekte ve bu çocuklardan büyük paralar kazanmaktadırlar. Dünya futboluna yön veren kulüplerin, uluslar arası Pazar açılımı sağlamak amacıyla uyguladıkları bir diğer yöntem de, özellikle nüfusu kalabalık olan ülkelere yönelik turnuvalara katılmak, o ülkenin takımları ile maçlar düzenlemek ve ayrıca yetenekli futbolcularını transfer etmek suretiyle ilgiyi ve tabii ki parayı çekebilmektir. Avrupa'nın önde gelen kulüplerinden Barcelona-Real Madrid-Manchester United ve Porto gibi takımlar maç yapmak üzere Çin'e gitmeye başlamışlardır. Ayrıca resmi internet sitelerinde Çinceye yer vermek suretiyle 1.3 milyarlık bir pazara hitap etmeye başlamışlardır. Futbol-televizyon birlikteliği, bu yeni oluşumların hayata geçirilmesinde etkili olmakla kalmamakta aynı zamanda bu sayede bir takım ideolojik aktarımlarında gerçekleştirilmesine olanak sağlamış olmaktadır. Televizyon neo-liberal söylemin üreticisi ve dolaşıma sokucusu konumundadır. Arık'a göre; Futbol, televizyon şirketlerinin, seyirci toplamaları ve bu seyirciyi de reklam endüstrisine 'pazarlayarak', paraya 'tahvil etmeleri' ni sağlayan, 'eşsiz' bir 'araç' görünümündedir. " Futbol, televizyon şirketlerine 'karın maksimizasyonu' ve 'sınırları olmayan televizyon projesi' bağlamında eşsiz bir potansiyel sunmaktadır. Özellikle de sisteme dahil olmamış, Pazar değeri olan 3.Dünya ülkeleri, spor yolu ile 'ayartılıp', bu sirkülasyona dahil edilebilir. Spor karşılaşmaları sadece ulusal Pazar değil, doğru yatırım stratejileriyle uluslar arası pazara da servis edilebilir....Premier lig karşılaşmaları 48 farklı ülkeye ihraç edilmektedir" (Arık, age, 279-280). Futbolun endüstrileştiği bu yeni dönemde, televizyon-reklam-yeni stadyumlar aracılığıyla yeni bir taraftar kitlesi oluşturulmuştur. Küreselleşme sürecinin etkilerinin net bir biçimde görülebildiği alanların önde gelenlerinden birisi olarak futbol ve onun yarattığı müşteri odaklı taraftar tiplemesi, küreselleşmenin istediği insan tiplemesinin futbol sahalarındaki yansımasından başka bir şey değildir.

Popüler kültür içinde önemli bir yer işgal eden futbolun yaratmış olduğu kültürel metanın televizyona göre paketlenerek ticari yenilikler çerçevesinde kitlelere sunulmasının önemli ideolojik sonuçları da bulunmaktadır. Sportif olayın medya

tarafından kitlelere aktarımı sırasında başka bir dünyadan haber veriliyormuşçasına bir yaklaşım söz konusudur. Spor ve politika arasında hiçbir ilişki yoktur anlayışının altının çizilmesi aslında kitle iletişim araçlarının vasıtasıyla sporun ne denli önemli bir ideolojik işlevi yerine getirdiğinin göstergesidir. "Televizyondan yayınlanan spor, depolitize edici bir eğlence mantığı uyarınca iktidarın asimetrilerini silme eğilimindedir. Bu üretim süreci içerisinde gösterinin tüketilmesinin yarattığı etkiye (ve duyguya) başka her şeyi dışlayacak şekilde ağırlık verilir"(Rowe,age,247). Spor, ekranlarda tıpkı zihinlerde olduğu gibi, toplumsalın dışında olan, nötr bir alan şeklinde yansıtılmakta ve spor haberlerinin gerek gazetelerde gerekse de televizyonlardaki sunum sırası da bu anlayışı perçinlemiş olmaktadır. Spor sayfaları, gazetelerin en arkasında yer alan sayfalardır, spor haberleri de televizyonlarda haberlerin arkasından sunulan programlardır.

Arık'a göre, televizyon futbolu kendi rasyonalitesi bağlamında yeniden yapılandırmakta ve oyunun daha iyi bir tv ürünü haline dönüşebilmesi adına oyunun tüm aktörlerini kendi gerçekliğine uyumlandırmaktadır. Televizyon aracılığı ile algıladığımız şey, özünde bir spor karşılaşması değil, bir 'gösteri'dir. "Bütün medya metinlerinde olduğu gibi burada da, üreticilerin ideolojileri, televizyonun ekonomi-politiği, kullanılan araç ve gereçler, medyadaki farklı birimler tarafından şekillendirilmekte ve ekrana yansıyacak görüntünün niteliği belirlenmektedir. Bu bağlamda, televizyonun futbolu 'dönüştürme' işlevi asla 'ekonomi politik'ten bağımsız, rastlantısal ve tümüyle teknik bir süreçten ibaret değildir... Sporu tv'den seyrederken çoğu zaman 'adımıza düzenlenmiş' bu eğlenceli ve dramatik düzeneğin farkına varamayız; oysa tüm 'organizasyon' seyircileri daha çok ekran karşısında tutabilmek ve bu sayede reklam verenlere seyircileri pazarlayabilmek adına kurgulanmıştır" (Arık, age, 319-336).

Sporun özellikle de futbolun kamuoyuna aktarılmasını sağlayan programlar yılın 365 gününü kaplamaktadırlar. Bunun içinde çok sayıda yorumcu ve yazardan yararlanılır. Türkiye'de naklen yayın ihalesini TRT ortaklığı ile sürdüren Digitürk; Turkcell Türkiye Süper Ligi, 2.Lig A kategorisi karşılaşmalarını ve Türkiye Kupası karşılaşmalarını yayınlama hakkına sahiptir. Bunun yanı sıra diğer televizyon kuruluşları da İngiltere-Almanya-İtalya-İspanya ve Brezilya liglerinden maçları ile

Şampiyonlar Ligi müsabakaları ile UEFA kupası karşılaşmaları da naklen yayınlanmaktadır. A milli takımın dünya kupası ya da Avrupa şampiyonası eleme karşılaşmaları ile oynadığı çeşitli turnuvalar ve hazırlık karşılaşmaları, Ümit milli takım, A2 milli takımı, Genç milli takım, Üniversite milli takımının karşılaşmaları da çeşitli televizyon kanalları tarafından yayınlanmaktadır.

Cuma günü başlayan ve Cumartesi ile birlikte Pazar gününe kadar süren mücadelelerin değerlendirildiği programlar genellikle Pazar geceleri yayına konmaktadır. Ancak Pazar geceleri kadar pazartesi hatta maçın medya açısından önem derecesine göre Cuma-Cumartesi geceleri de maç görüntüleri yayınlanabilmektedir. Futbol, Türkiye'de yılın her günü ilgiyi üzerinde toplayabilen ve Türk halkı için adeta olmazsa olmaza dönüşen bir olgudur. "Futbol, dünyanın her yerinde bir olgudur... Televizyondaki futbol Türkiye zihniyet dünyasının aynasıdır. Bunca ilgi toplaması da ondandır" (Kahraman,2003,20).

Bazı televizyon kanalları ve program isimlerini şöyle sıralanmaktadır: Pazar geceleri: Stadyum-Telelig(TRT)-Maraton(Lig TV şifresiz)-Telegol(Star TV)- Futbol Mania(CNN Türk)-Yüzde Yüz Futbol(NTV)-Vegool(TV8)- Futbol V.İ.P(Kanal Türk)-Cafe 3.Devre (Kanal D) Pazartesi geceleri Futbol Vizyon(TRT)-Kafe Söyle Senden Başka Kimim Var Benim(KanalD)-90 Dakika(NTV)-Futbol@CNN Türk(CNN Türk)-Futbol Zamanı(STV)-Futbolun Zirvesi (FBTV) Çarşamba geceleri ise Futbol Meydanı(TV8). Bu programların saatler süren yayınlarının yanı sıra Türkiye'nin her ilinde yayın yapan yerel televizyonlarda da futbol programları Pazar-pazartesi hatta Salı geceleri yayınlar yapmaktadır. Bu programlarda da eğer varsa Süper Lig temsilcisinin karşılaşmaları, yoksa 2.Lig A kategorisi, 2.Lig B kategorisi, 3.Lig şehir ve bölge takımlarının karşılaşmaları hakkında bilgiler verilmektedir.

Ulusal kanallarda yayınlanan bu tip programların formatında genelde bir sunucu ile birlikte iki ya da üç yorumcu bulunmaktadır. Bu yorumculardan bir tanesi Fenerbahçeli, bir diğeri ise Galatasaraylıdır. Diğer yorumcu ise eski bir hakem ya da Beşiktaş yahut Trabzon sporlu dur. Program içerisinde sırasıyla Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve ardından Trabzonsporun karşılaşmaları ekrana getirilir ve ardından yorumlar yapılır. Maç öncesi, maçın ilk yarısı, maçın ikinci yarısı, maç sonrası röportajlarla birlikte oynanan karşılaşmanın çok ötesinde bir gerçeklik sunumu

yapılmaktadır. Bu dört takımın maçları, Türkiye'de şifreli yayıncılık başladığından bu yana ayrı bir program olarak Pazar gecelerinin prime-time diye adlandırılan saatleri içerisinde yayıncı kuruluş tarafından yayınlanır. Şifreli yayıncılık dönemi öncesinde maçların tamamı TRT'nin 'Spor Stüdyosu' programında puan sıralaması esasına göre yayınlanırdı ancak şifreli kanal sonrasında Show TV'de 'Maraton', Star TV'de 'Telegol' ve yeni anlaşma çerçevesinde TRT'de 'Stadyum' programında yapılan yayın ve değerlendirmeler tamamen bu dört kulübe yöneliktir. Hatta zaman zaman Trabzonspor'da bu değerlendirmenin dışında tutulabilmektedir. Ligin geri kalan takımları içinse, daha kısa süreler içeren 'Lig Pazarı'-'Pazar Ekstra' ve 'Telelig' programları hazırlanmaktadır. Türkiye'nin ulusal kanalı TRT bile, hazırlayıp sunduğu program formatı ile genel kamu çıkarı yerine dört takıma endeksli bir yayın anlayışı içerisinde bulunmaktadır. Futbolun, televizyonlar üzerindeki etkisi sadece Türkiye'ye özgü bir durum değildir. Arık'a göre, 80'li yıllarla birlikte oluşan bu sürece damgasını vuran, televizyonculuğu 'karın maksimizasyonu' açısından bir araç olarak gören çok uluslu endüstriyel oluşumlar için, futbolun hedeflerine ulaşmada işlevsel bir meta haline gelmiş olmasıdır. Futbolun beşiği olarak adlandırılan İngiltere'de futbol-medya ilişkileri açısından yaşananlar, Türkiye'deki yayın anlayışını kavrayabilmek açısından yol gösterici olabilir. Çünkü futbol ile holdinglerin arasında yaşanan ilişkiler sonrasında futbolun popülaritesi ile birlikte zenginleşmesi de gerçekleşmiştir. "İngiltere'de Leicester Üniversitesi, Spor Sosyolojisi bölümü tarafından yaptırılan İngiltere'deki futbol televizyonculuğu isimli çalışmaya göre: bu ülkede sadece hafta sonları futbol programlarına ayrılan toplam süre 4 bin 275 dakikadır; eş deyişle Cumartesi ve Pazar günleri televizyonlarda yaklaşık 71 saat futbol yayını yapılmaktadır" (Arık, age, 282)

1990'lı yıllarla birlikte bu üç kulüp lehine ve tabii ki diğer kulüplerin aleyhine gelişmeye başlayan yayın politikaları (beraberinde bu kulüplere yönelik yapılan haberlerin oranlarından, naklen yayın pastasından bu kulüplerin daha fazla pay almasına, federasyon ve hakemler üzerindeki etkilerine kadar) Türk futbolu üzerinde bu üç büyük egemenliğinin artmasına ve oynanan oyunun her sene başında %33.3'lük tahmini şampiyonlarla başlaması ile sonuçlanmıştır. Başlangıcı ve sonu belli olan bir mücadelede her yıl aynı senaryoların gündeme sokulması söz konusu olmaktadır. Transfer sezonunda bu kulüplerin anlaşma sağlamadığı ve Türkiye'ye getirmediği

futbolcu kalmamakta, ligler başladığında bu üç kulüpten biri ya da ikisi hakemlerden şikayetçi olmakta(kutsal ittifak tartışmaları zaman zaman tekrar yaşanmaktadır) ya da her üçü de federasyonla çatışma içerisine girmekteler. Geriye kalan takımların müsabakalarında meydana gelen hakem hataları, federasyonun anlaşılmaz kararları bu üç büyük kulübün dışında olduğu için kamuoyunun bilgisi ve ilgisi dahilinde gerçekleşmemekte buna karşın bu kulüplerin antrenmanlarında meydana gelen olaylardan, hafta içi performans durumlarına kadar her türlü olay haber adı altında yayınlanabilmektedir. Bu ezeli rakipler kendi çıkarlarını ilgilendiren konularda ise kısa bir süre içerisinde bir araya gelerek vergi muafiyeti, naklen yayın gelirlerinden daha fazla pay alma vb. gibi hususlarda anlaşma sağlayabilmektedirler.

Türkiye'de spor-televizyon birlikteliği yerine futbol-televizyon birlikteliği bulunmaktadır. Bu birlikteliği oluşturan aktörler ise üç büyük olarak adlandırılan kulüplerimizdir. Gazetelerin futbol sayfaları, televizyonların spor/ futbol haberleri, Pazar gecelerimizin ayrılmazı olan futbol tartışma programları ve bu programlardaki konuk futbol yazarları(çoğunluğu takım yazarı), bunların hepsi Türk futbol medyasının üç büyükler endeksli bir yapıda olduğunu(aslında Fenerbahçe ve Galatasaray takımları arasında yaşanan rekabet medya alanında da kendisini göstermekte, bunun için de bu iki kulüp Beşiktaş'a oranla Türk futbol medyasında daha fazla söz sahibi olmaktadır) göstermektedir. Türkiye'de oynanan futbolun kalitesi ve düzeyi ile bunun ekranlarda ve gazetelerde yansıması birbirinden farklıdır. Türkiye Futbol Medyası içerisinde ayrı bir yere sahip olan ve hazırlamış olduğu 'Fan-etik' sayfası ile Türk sporu/futbolu için aydınlatıcı, bilgilendirici ve eleştirel bir perspektif sunan Cem Can'a göre; toplumsal kokuşmuşluğu yaratan değerlerin önce futbolda onaylanmasında, görünüşün anlamların önüne geçişin de medyadaki bazı kanaat önderlerinin rolü de önemli bir yer tutmaktadır. " 'tarih yalnızca birincileri hatırlar'-'ikincilik başarısızlıktır'-'başarı her şeydir' ve benzeri sportif açıdan çarpık sayısız düşünceyi ısrarla ve defalarca topluma sunarak makyavelizmin mantıklı olduğunu ve en önemlisi, hiçbir kötülüğün değişmeyeceğini, boyun eğmekten başka yapacak bir şey olmadığını, durumun çaresizliğini empoze ettiler. Hatta dopingin serbest bırakılması bile masum bir felsefi tartışma teklifi gibi sunuldu. Başarının her şey olduğu bir düstur haline gelince, 'her şey için her değeri' feda edenlerin rol-model haline gelmesinin önü açıldı" (Can,2004-a,7).

Futbolun, toplumsal yaşam içerisinde her geçen gün daha fazla yer almaya başlamasında hiç kuşkusuz medyanın yapmış olduğu yayınların büyük etkisi bulunmaktadır. Medya, Türkiye'deki futbol iktidarının kurumsallaşmasında son derece etkili bir ajan konumundadır. Futbolun, oynanan sürenin dışında kalan saatler ve günler hatta haftalar-aylar boyunca kamuoyunu meşgul etmesi beraberinde Bora'nın yerinde saptamasında olduğu gibi; başka konularda sohbet etmeye ayrılabilecek vakit ve enerji rezervlerini ciddi biçimde tehdit etmek suretiyle, dünyanın başka olayları hakkındaki duyarlılığımızı köreltmek gibi, daha vahim bir tehdidi de beraberinde getirmektedir. "Kullanılan dil, büyük çoğunlukla, birkaç şablon idare eden, kısır bir dil. Ya da bir külhanbeyi dili. Üstelik onun 'edebi' açıdan zayıf, bayağı bir versiyonu, Bu dil, kör bir fanatizmi yansıtıyor. Yine çoğunlukla bir futbol kulübüne angajmana bağlı bir fanatizm; onunla birleşerek, skora ve başarıya odaklanmış, futbolun başka güzelliklerine ve değerlerine körleşmiş bir fanatizm... Bu dil ve bu bakış açısı, belki bu futbol sohbetleriyle yaratılmıyor ama bunlar vasıtasıyla yeniden üretiliyor, çoğaltılıyor, meşrulaştırılıyor. Bilhassa ergen nüfus, bu dil ve bu bakış açısıyla 'sosyalleşiyor' ve belki de ömür boyu ergen olarak kalması sağlanıyor! Bir başka faktör , bu söylenenlerden çıkan doğal bir sonuç: Futbolla ilgilenmeyenlerin kaçacak yeri kalmıyor!" (Bora, 2004, 12).

1980 sonrası Türkiye'de yaşanan en önemli gelişmelerden birisi de mafyanın toplumsal hayatın her alanına girmesi ve hukuksal sistemin işlemediği ya da ağır kaldığı noktalarda devreye girerek etkisini arttırması olmuştur. Futbol gibi büyük bir rantın döndüğü alanın mafya tarafından göz ardı edilebilmesi söz konusu değildir. Futbol, mafya liderleri için iki yönlü bir çekim alanıdır. Hem futbolda büyük paralar söz konusudur hem de futbol kulüpleri üzerinden kendi meşruiyetlerini sağlamanın yolunu bulmaktadırlar, gerçek kimlikleri ile giremeyecekleri ortamlara, kulüp kartı ile girebilmekteler. Geçen yıl Alaattin Çakıcı'nın Beşiktaş kulübü tarafından sağlanan vize ile yurt dışına kaçtığını ve ardından Çakıcı ile birtakım futbol adamları arasında yapılan telefon kayıtlarının dökümlerinde, mafyanın futbolun nerelerine kadar uzandığı ortaya konulmuştur. Mafya, federasyon seçimlerinde etkili olmakta, hakem atamalarına karışmakta, maç sonuçlarına etkide bulunabilmektedir. Kolay para kazanmanın, kısa yoldan köşe dönmenin yüceltildiği, televizyonlarda mafya dizilerinin kol gezdiği bir

ortamda bir takım mafya özentilerinin, özellikle taraftarlar arasında yaygınlaşması ve kulüp yönetimlerince beslenmesi sonucunda Türkiye'de futbol sahalarında yaşanan şiddet hareketleri de yükselişe geçmiştir."Türkiye'de futbol aleminde, bazılarımıza 'kirlilik' olarak gözüken şey, bazı insan gruplarının yaşama tarzıdır. Futbol üzerinden nüfuz edinen işadamlarının taraftarı gererek, adeta iç sorunları hasır altı etmek için dış düşmanlar yaratan bir devlet gibi davranmaları, futbolumuzla ilgili herhangi bir sorunun basiretle ele alınabileceği ortamı yok ediyor. Bu politikanın yaygın şekilde uygulanmasını futbol basını sağlıyor. Çünkü her türlü gerilim onun da çıkarına. Futbol basını ilaveten, futbol kulüpleri arasındaki 'sınıf ayrımı'nın kalıcılığı, değişmezliği, işlerin buna göre yürütülmesi gerektiği gibi, yine tamamen kendi işine gelen kabullerle iş görüyor ve bunu topluma şırınga ediyor" (Kıvanç, 2004, 12). Futbol sahalarında yaşanan şiddet ve kokuşmuşluk çarkı içinde kimlerin nasıl yer aldığı konusunda bilgi sahibi olan futbol medyası da bu duruma karşı yeterince sesini yükselt(e)memektedir.

Serbest piyasa ekonomisi açısından son derece işlevsel bir alan olarak tanımlanan futbol ve onu topluma aktarmakla görevli olan medya birlikteliğinde yaşananların araştırılması ile toplumsal yaşam içerisinde yer alan bir takım rol modellerinin, değer yargılarının ve ideolojilerin nasıl bir biçimde dolaşıma sokulduğunun ve 'ortak duyu'nun oluşumunu nasıl sağlayabildiğini ortaya koyabilmek için büyük bir önemi ihtiva etmektedir. Medyanın kullanmış olduğu dil ve söylem kalıpları aracılığı ile hakim ideolojinin sürdürülmesinde ve ekonomik-toplumsal ve zaman zaman bir takım siyasal değer yargılarının aktarımında etkisi bulunmaktadır. Spor/futbol kültürel yaşamın içinde yer alan bir alan olduğu için, bu alanı aktarmakla görevli olan medya da son derece önemli bir görevi yerine getirmektedir. "Spor, gerçek bir sosyal fenomen olarak sonuna kadar ideolojik bir alandır. Sporun ideolojisi daha da yaygın olarak futbolun kullandığı değerler, bazen sosyal yapıdan transfer edilir bazen de sosyal yapıda pekiştirici etkiler yapar: Federasyon ve kulüp yönetimlerinden, polis uygulamalarına, takım içi ilişkilerden tribün dinamiklerine kadar bu karşılıklı etkileşimi görmek güç değildir. Bu anlamda futboldaki mücadelelerin ve içeriği mutlaka bu sorumluluk duygusu içinde ele alınmalıdır" (Can,2004,7). Medya, futbolu ve futbol alanına ait aktörlerle ilgili olarak yapmış olduğu yayınlar ile sadece futbolu ve bu aktörleri değil, toplumsal yaşamı ve bu alanla ilgili düzenlemeleri de etkilemektedir.

İşte bunun içindir ki, medyanın spor/futbol ideolojisinin dekode edilmesi, aslında toplumsal yaşam içerisine sinmiş olan bir takım ideolojilerin, değer yargılarının ve rol kalıplarının da ortaya çıkartılması anlamına gelecektir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
METODOLOJİ-TEKNİK-ARGÜMANLAR VE ANALİZLER

I. METODOLOJİ

Genel olarak toplumda eğer bir düşünce sistemi, bir teori, bir açıklama tarzı, bir kavramlaştırma ya da tanımlama toplumdaki iktidar ilişkilerinin üstünü örtüyor ya da bu iktidar ilişkilerinin yeniden üretimine farklı seviyelerde katkıda bulunuyorsa o, bir tür meşrulaştırıcı ideolojidir. İktidarlar sadece kendilerini kurumsal olarak var etmezler ve yeniden üretmezler aynı zamanda kendilerini meşrulaştıracak bir bilgi sistemine de ihtiyaç duyarlar ve bu bilgi sistemini üretirler. Spor, toplumsal yaşam içerisinde kök salan ve kültürün üretilmesinde, dolaşıma sokulmasında katkıları bulunan bir alan olarak, egemen ideolojilerin üretiminde ve toplumsal rızanın sağlanmasında kullanılan bir simgeler sistemidir. Spor, üzerinde egemenlik mücadelelerinin verildiği, toplumsal meşrulaştırma süreçlerinin gerçekleştirildiği bir inşa sürecidir. Bu inşa süreci içerisinde sadece egemen değerlerin üretimi gerçekleşmez aynı zamanda var olan sisteme muhalif seslerin yankılanmasına da uygun bir ortam oluşur. Bilgi ve iktidar arasında yaşanan karşılıklı ilişki sistemi, spor ve sportif etkinlikler sırasında egemen değer ve ideolojilerle, bu değer ve ideoloji karşıtları arasında da yaşanmaktadır. "Spor yoluyla egemen ideolojilerin yeniden üretimi ihtilaftan yoksun ve çelişkisiz değildir. İdeoloji dikişsiz tek bir tabaka değildir, bu imaj ve temaların içinde gerilimler vardır. Onlar, farklı ve bazen de karşıt yönlere savrulurlar" (Clarke&Clarke, age, 68).

Egemen ideoloji kendisini meşrulaştırmak için her türlü yolu ve aracı kullanır. Ancak, meşrulaştırma her zaman ifade ederek yani dil üzerinden yapılmak zorunda değildir. Bir şey hakkında konuşmayarak ya da suskun kalarak da bir başka şeyi meşrulaştırabilir ya da bir şeyi onaylamaya katkıda bulunabilir. Sessiz kalma, dışarıda tutma, dikkate almama bir şeyi meşrulaştırmanın farklı yolları(mekanizmaları) olabilir.

Spor ve etkileri üzerine yapılan çalışmalarda öne çıkan yapısalcı Marksizm, hegemonya anlayışı, eleştirel teori ve son dönemde kullanılan spor ve küreselleşme okulunun, spor olgusuna nasıl yaklaştıkları ve ne gibi eksiklikleri bulunduğunu belirttikten sonra çalışmamızda kullanacağımız yaklaşımı/yaklaşımları açıklamaya

çalışacağız. Marksist yaklaşım içerisinde spor uzun yıllar boyunca tıpkı din kurumunda olduğu gibi 'afyon' şeklinde nitelendirilmiş ve toplumun kişiyi biçimlendirme aracı olarak görülmüştür. Spor, toplumsal yaşamın bir mikro kozmosudur ve toplumu biçimlendirmede politik bir işlev yüklenmiştir. Bu yaklaşıma göre spora, ideolojiye uygun bireyler yetiştirme ve toplumu o, ideolojiye yönlendirme misyonu yüklenilmiştir. Özellikle Althusser'in çalışmaları sonrasında sporun devletin ideolojik aygıtlarından birisi olarak nitelendirildiği yapısalcı marxizm, modern spor ile kapitalist üretim ilişkileri arasında bir bağlantı bulunduğunu ileri sürmekte ve sporun bu haliyle toplumdaki ekonomik yapıyı yansıtan bir üst yapı kurumu olduğu nitelemesinde bulunmaktadır. Bu bakış açısına göre sporun kapitalist toplumda iki temel misyonu bulunmaktadır: işçi sınıfına sömürüyü unutturmak ve toplumdaki egemen olan değer yargılarını ve ideolojiyi kabullenmelerini sağlamak. Spor, emek gücünün işyerinde verimli ve belirli bir iş disiplini içinde çalışabilmesi için kullanılmaktadır. "Spor bütünüyle devletlerarası rekabet, kapitalist üretim ve sınıf ilişkileri çerçevesine oturur. Medyanın büyük ölçüde şişirdiği bir ideoloji olarak iktidardaki burjuva ideolojisinin önemli bir parçasıdır. Spordaki hiyerarşik yapı, kapitalizmin sosyal yapısını ve onun rekabetçi eleme, terfi, hiyerarşi ve sosyal ilerleme sistemini yansıtır. Sporun itici güçleri olan performans, rekabet ve rekor, kapitalist üretim tarzının itici güçlerinin aynasıdır" (Bambery,age,90).

Spor, kapitalizmin yarattığı yoğun temponun içerisinde sıkışan insanlara bir kaçış olanağı yaratırken, onların farkında olmadan yanlış bilincin esiri olmalarını da sağlamaktadır. Ayrıca spor, kapitalist sistemin devamı için son derece etkili ve önemli bir alan olarak işlev görmektedir. Yapısalcı marxizm'e göre, spor modern toplumun tüm özelliklerini bünyesinde taşıdığı için, kapitalist sistemle sıkı bir bağlantı içerisindedir. Bu bağlantı ile sportif alan, teknik bir standardizasyon ve bürokratikleşme içerisinde bulunmaktadır. Aşırı bürokratikleşme ve standardizasyon sürecinin spor sahalarına yansıması ise, bireyin her alanda gerçekleşen kontrolünün yaygınlaşmasına yaptığı katkı şeklinde gerçekleşecektir. Bu anlamda popüler sporlar, sınıf egemenliğine ve sömürüye dayalı bir sistemin bütünleyici parçasıdırlar. Hargreaves'e göre, modern rasyonelleştirilmiş endüstriyel üretimin temel özelliklerinin hepsi çeşitli sporlarda tekrarlanmaktadır; Yüksek derecede uzmanlaşma ve standardizasyon, bürokratik ve

hiyerarşik yönetim anlayışı, uzun vadeli planlama düşüncesi, bilim ve teknolojiye artan düzeyde bağlılık, maksimum verimlilik güdüsü, performansın nicelikleştirilmesi ve bunun sağlanabilmesi için zaman zaman yasadışı birtakım yollara başvurulması(doping-şike vb.) bütün bunların sonunda ise hem üreticiden hem de tüketiciden yabancılaşma.

Sporun ideolojik rolünü ve kapitalist kurumsal yapısını tamamlayan siyasetle yakın ilişkisi olmuştur. "Yapısalcı Marxistler bu noktada özellikle ulus-devletin ajandasına dikkat çekiyorlar. Uluslar arası spor karşılaşmaları ve beden eğitimi dersleri ulusal kimliğin oluşumuna sembolik düzeyde katkıda bulunurken, aynı zamanda toplumda ve uluslar arası zeminde militarizm duygularının canlı kalmasını sağlıyor. Her iki katkıyı da mümkün kılan ise sporun sahip olduğu olağanüstü mobilizasyon gücü. Ulus-devletlerin spordan bekledikleri diğer bir pratik yarar ise gençleri zararlı fikirlerden uzak tutması(dır)" (Emrence, 2005, 95-96). Yapısalcı Marxist spor yaklaşımına yönelik eleştiriler, Gramsci'nin ortaya attığı hegemonya teorisinden yararlanan araştırmacılardan gelmiştir. Bu yeni yaklaşıma göre, yapısalcı marxistler sporu kapitalist üretim anlayışının bir uzantısı şeklinde yaklaştıkları ve spora-ekonomi temelli bir çözümleme yöntemi ile baktıkları için; yaklaşımlarında da aşırı indirgemeci ve determinist olmuşlardır. Hargreaves'a göre, bu yaklaşımda spor daha çok bir sınıfla ilişkilendirilmektedir (egemen sınıfla) Sporun egemen olmayan sınıfla ilişkisi dikkate alınmamaktadır ve sporun sınıflar arası bir çatışma alanı olabileceği gerçeği göz ardı edilmektedir. Oysa spor, içinde barındırdığı özelliklerin çeşitliliği nedeniyle farklı kesimlerin, kendisinde bir şeyler bulduğu ve yararlandığı bir alandır. Egemen ideoloji için iktidarının sürdürülmesi amacı ile kullanılmaya çalışılırken, diğer kesimleri içinde ayakta kalabilme, mücadeleyi sürdürebilme zeminini de oluşturabilmektedir.

Bu açıdan Yapısalcı Marxistlerin yaklaşımı, spor olgusunu ve bu olgu üzerinde gerçekleşen sınıf mücadelelerini açıklamaktan oldukça uzaktır. Çünkü toplumsal yaşam içerisinde sınıflar ikiye bölünmemişler ve geniş kitlelerde de kapitalist ideolojinin birer esirlerine dönüşmemişlerdir. Bu yüzden hegemonya fikrini öne çıkartanlara göre, "spor yönetici sınıflarla yönetilen gruplar arası pazarlık, uyum ve aynı zamanda çatışmayı içeren bir karşılaşma alanıydı. Dolayısıyla, spora burjuvazinin altsınıfları manipüle ettiği gündelik hayata ait bir araçtan çok, muhalefete açık bir kamusal temsil zemini olarak bakmak daha anlamlıydı...Hegemonyacılar bir taraftan sporu bir söylem olarak

egemen ideoloji tekelinden çıkarıyorlar, öte yandan ise yönetilen sınıfların modern sporun gelişiminde söz hakkı olduğu fikrini öne sürüyorlardı" (Emrence, age, 94). Hegemonyacı düşünürlerin spor ve sosyal sınıflar arasındaki ilişki konusundaki düşüncesini Bourdieu net biçimde ortaya koymuştur.Bourdieu'ya göre, 'spor hem yönetici sınıfların farklı fraksiyonları hem de sosyal sınıflar arasında bir mücadele alanı' dır.

Spor-Toplum ilişkisinde sıkça başvurulan İşlevselci yaklaşıma göre ise, spor, belli kurallara göre yapılan bir uğraşı olması nedeniyle insanlara kurallara uyma alışkanlığı kazandırmakta ve toplumun ortak değerlerinin yerleşmesi ve gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Sportif faaliyetlerdeki temas sosyal ilişkilerin gelişmesine ve yalnızlık hissinin azalmasını sağlamak sureti ile toplumsal dayanışmayı güçlendirmektedir. "Sportif olay toplumda manevi bakımdan yalnızlığı da önlemektedir. Spor olayının her çeşidi ferdi toplumla, en azından diğer fert ve gruplarla buluşturmaktadır... Toplum içinde mevcut bir takım sosyal bunalımların hafifletilmesinde sportif olayın önemli bir payı vardır...Artan iş bölümü ile sosyal bütünleşme arasındaki uyumun sağlanmasında spor aktif bir ajandır...Toplumda çözülmeyi önleyici yönde dengesizlikleri doğuran gerginlikleri azaltarak sosyal hareketlerin anarşi veya terör niteliği kazanmaksızın hafifletilebilmesinde spor önemli bir önlemdir" (Erkal-Güven ve Ayan,age,182-197).

Toplumsal yaşam içerisinde üretilen her türlü kültür ürünü üzerinde yapmış oldukları saptamalar ile önemli katkılar sağlayan Frankfurt Okulu temsilcilerine göre; spor, var olan ideolojinin sürmesine katkıda bulunan mekanizmalardan birisidir. Adorno ve Horkheimer'a göre spor, "sanayi toplumu için tipik bir uyum sağlatma(ayak uydurtma) işlevini yüklenmiştir. Habermas ise sporun çoktan çalışma rasyonalizasyonunun bir sektörüne dönüştüğünü söylemektedir. Çalışma dünyasının 'ikileştirilmesi' anlamına gelen modern antreman yöntemlerini bu tezin desteği olarak gösterebiliriz. Çünkü Habermas'a göre, 'her antrenman döngüsü (programı) tıpkı bir üretim süreci gibi başlamaktadır'. Başka aynı doğrultuda düşünen birçok kişi içinde örneğin çalışmanın mekanikleştirilmesi 'sporu da biçim ve yapı değişikliğine uğratmış ve onu mekanik koşullara boyun eğdirmiştir" (Kurt-Atayman ve Kurultay, age, 85). Bu

yaklaşıma göre, sporun metalaştırılması, spor-insan etkileşiminde, insanın yapmış olduğu sportif etkinliklere yabancılaşması sonucunu doğurmuştur.

Eleştirel Kuramın çalışmamız açısından önemli taşıyan yanı ise, ilk olarak kültürün üretimi ve yeniden üretim süreci içerisinde sporun nasıl bir yeri olduğunu ve bu yer ile güç ilişkilerinin kültürün üretim sürecinde nasıl işlediği üzerinde durmasıdır. İkinci olarak ise, bu bakış açısına göre; spor toplumu yansıtmaktan daha fazla bir şeydir. Spor, toplumsal bir alandır ve bu alan içerisinde kültür-toplum üretilmekte ve yeniden üretilmek suretiyle dolaşıma sokulmaktadır. Spor bu haliyle toplumu yansıtmaktan çok daha fazla bir şeydir.

Sporun endüstrileşme süreci içerisinde yeniden ve daha farklı bir biçimde incelenmesi gerekliliğini ortaya koyan spor-küreselleşme okulu yaklaşımına göre ise spor, küresel bir etkinlik ve yerine getirdiği ekonomik işlevler açısından irdelenmelidir. Sporun tüketim kalıplarının yerleştirilmesi sürecinde yaratmış olduğu etki ile birlikte spor-eğlence endüstrisi arasında, medyanın da yardımı ile ayrılmaz bir ortaklık meydana gelmiştir. Özellikle erkek dünyasına yönelik tüketim malzemelerinin pazarlanabilmesi için spordan yararlanılmıştır. Sporun, bu yeni süreçte üzerinde durulması gereken bir diğer önemli yönü ise, sporcuların küresel dolaşıma tabi kılınması ve sporcu göçlerinin bir tür 'sömürü düzeni' yaratmasıdır. Bu konuda bazı araştırmacılara göre; "Avrupa futbol takımlarının küresel dünyada ana stratejilerinden birisi, tüm dünya coğrafyasının insan kaynaklarını uluslar arası simsarlar ve gelişmekte olan ülkelerde sahip oldukları kulüp ortaklıkları sayesinde sömürmeye dayanıyor. Bu yaklaşımın uzun vadeli bir sonucu gelişmekte olan ülkelerde insan sermayesinin kaçışı olurken, diğer yandan merkez ülkelerde uluslar arası atletlere bağımlı bir spor büyüme modeli ortaya çıkıyor" (Emrence, age, 100). Hatta P.Darby, küresel sporcu göçünü 'yeni emperyalist' sömürü biçimi olarak nitelemektedir.

Sporu ve spordaki ilişkileri incelemeye çalışacak olan her yaklaşım, yukarıda sıralamış olduğumuz kuramsal paradigmalara başvurmak zorunda kalacaktır. Bu yaklaşımlar içinde; spordaki sınıfsal ilişkileri ve eşitsizlikleri, sporun egemen ideoloji ve değerleri nasıl meşrulaştırmakta olduğunu ileri sürmekte olan Marxist spor yaklaşımının önemli bir yeri bulunmaktadır. Çünkü bu yaklaşım, spor sosyolojisi alanında eleştirel bir perspektifin oluşmasında ön planda yer almıştır. Bununla birlikte

sınıfsal alandaki eşitsizliklere yapmış olduğu vurgunun dışında kalan ırk ve cinsiyet temelli eşitsizlikleri göz ardı etmiştir. Özellikle sporun, egemen erkek dünyanın değer ve düşünce kalıplarının üretilmesinde oynamış olduğu rol ve sorumluluk marxist yaklaşım tarafından dikkate alınmamıştır. Marxist yaklaşıma getirilebilecek bir diğer eleştiri de, sporu sadece egemen sınıf çıkarlarına indirgeyen bir anlayış içerisinde hareket ediyor olması ve sporun kendi bünyesinde barındırmakta olduğu muhalif yanı ve bu yanın yansıdığı geniş alanı göz ardı etmesidir. Hargreaves'in yerinde tanımlamasını kullanacak olursak, bu yaklaşımda, "sporun sınıflar arası bir çatışma alanı olabileceği göz ardı edilmektedir. Burada eksik olan şeylerden birisi de farklı tip ve düzeylerde spordan hareket ederek sistematik bir sorgulamanın yapılmamış olmasıdır. Spor, homojen bir şey/bütünlük/varlık değildir. Sporun farklı düzey ve tipleri arasında (profesyonel ve amatör , yerel ve ulusal vb) önemli farklılıklar bulunmaktadır" (Hargreaves, age, 43).

Spor/Futbol ideolojik paylaşımı ve ideolojinin yaşamasını sağlamaktadır. Bu yapısı nedeniyle spor/futbol, sıkça iktidarın değerlerini meşrulaştıran bir ajan olarak ele alınmış ve özellikle futbol, halkın uyutulmasını sağlayan 'afyon' olarak nitelendirilmiştir. Futbola getirilen bu eleştiriyi Guilanotti, futbolun sadece meşrulaştırıcı bir yönü bulunmadığını ortaya koyan şu üç madde ile cevaplandırmaktadır:

"A) birçok amprik kanıt, futbolun tarih boyunca kitleleri hakim sisteme karşı harekete geçirebilme özelliğini ortaya serer. B) roma tarihine dayanarak futbolun bir 'ekmek ve sirk' türü ihtiyacı gidermek suretiyle tüketici bir toplumun aptallaştırılmasına yaradığı iddiası, aynı zamanda 20. yüzyılın ilk yarısında spora ve kitlelere duyulan entelektüel bir küçümsemenin de ifadesidir. C) amatörden profesyonel bir oyuncu ordusunu, izleyicileri, sayısız kulübü, futbol pazarlarını, farklı iktidarları, ve toplumsal sistemleri barındıran bir yapının içinde cereyan eden çıkar savaşlarının kime ne şekilde hizmet ettiğini ve bunun toplumsal sonuçlarını tek bir şekilde açıklamak imkansızdır." (Guilanotti, 1999, 16).

Futbolun halkın afyonu olup olmadığına yönelik çok farklı örnekler verilebilir. Ancak, ülkemizi ilgilendiren boyutu ile olaya yaklaştığımızda, futbolun 1980 sonrası ülke gündemi içerisinde nasıl bir yerde duruyor olduğundan başlayarak, geçen çeyrek

asır içerisinde olup bitenlerin sadece futbol ile ilgili olmadığı aynı zamanda ülkenin farklı sorunları ile de yakından ilişkili olduğu ortaya çıkacaktır.

Özellikle 1990'lı yıllarda özel televizyonların devreye girmesi sonrasında, futbolun hayatımız içerisindeki ağırlığı ve etkisi yükselişe geçmiştir. Bu konuda Tanıl Bora ile yapılan bir röportajda dile getirilenler durumu daha net biçimde anlayabilmemize yardımcı olabilir. "Futbol dünyası, futbol 'muhabbeti' bir ideolojik mücadele alanı aynı zamanda! Buradaki argümanlar, konuşma biçimleri, imgeler, farklı duruş noktalarından farklı biçimlerde anlamlandırılabilir ve anlamlandırılıyor... Hegemonya mücadelesinin bir zemini...Dolayısıyla, uyuşturucu etkisine dikkat çekmenin, 'uyanık olmanın' gereği açık. Lakin, iktidarlar/egemenler manipüle ediyor diye bu alandan, bu dünyadan sarfinazar etmek, en doğru yol olmayabilir" (Özcan, 2002, 51). Bu zemin üzerinde farklı toplumsal meseleler ve kimlikler yankılanmakta, içinden geçilen yılların etkisi ile farklı biçimlerde futbol sahaları kullanılabilmektedir. Terörün tırmanışa geçtiği 1993 yılında stadyumlarda başlayan İstiklal marşının söylenmesi uygulaması, bugün halen devam etmektedir ve bu uygulamayı eleştirenler ve kaldırılması isteyenlere **'Başka İşiniz Yok Mu Sizin?'(Fotomaç-10.8.2004).** şeklinde seslenilebilmektedir. Futbolun afyon olup olmadığı konusunda bir diğer önemli ve ilginç saptama da Emre Zeytinoğlu tarafından yapılmıştır. Ona göre, futbol denilen şey, onunla birlikte anılabilecek ve onunla ilişkilendirilebilecek her şeyin bir bütünüdür. 'Futbol kitlelerin afyonudur' saptamasını farklı bir biçimde yeniden değerlendirilmesi gerektiği üzerine vurguda bulunur. " Futbolun ve televizyonun (yirminci yüzyılın ortalarından itibaren) bir futbol endüstrisi yaratmasıyla birlikte, bu 'afyon'un futbol sahalarını aşarak, yeni bir kültür yarattığına ve o kültürün tüketimini (bu tüketimin 'meta'larını, 'dil'ini, 'görüntü'lerini vs.) tüm yaşam pratiğine onaylattığına da tanık olmuyor muyuz?... Futbolun eleştirilecek bir yönü varsa, o da; egemen siyasi görüşlerin her arzusunu 'hafif meşrep' bir konukseverlikle yerine getirdiği ve her taktik uygulamayı anında kavrayıp sadık bir nefer gibi savaştığıdır" (Zeytinoğlu, 2005, 81-82).

Ayrıca bu yaklaşım kendisini teorik tartışmalar içerisinde ve Batı toplumlarına özgü yayınlarla sınırlamıştır. Oysa, dünya sporu için son derece belirleyici olabilecek bir takım ülkeler ve onların yaratmış olduğu ekoller üzerinde durabilmek daha kapsamlı

bir spor teorisinin oluşturulmasında yararlı olabilirdi. Son dönemde önemi daha da fazlalaşan bir diğer yaklaşım da, özellikle küreselleşme sürecinin yaratmış olduğu yeni olanaklar ve yeni eşitsizliklerle birlikte, sporu hem küresel bir sektör hem de bu sektöre yönelik işgücünü dünyanın her yerinden bulup çıkartan bir alan olarak ele alan spor-küreselleşme okulu yaklaşımıdır. Bu yüzden de yapılacak eleştirel bir spor projesi, "Marksist temalar kadar küreselleşme okulunun tartışmalarından da yararlanmalıdır. Örneğin, yeni küresel spor düzeninde ulus-devlet ve onu temsil eden spor kurumlarının küresel dünya ile uyum, çatışma ve ortaklıklarının incelenmesi, büyük küreselleşme tartışmasında ulus-devletlerin konumunu ampirik olarak da anlamamızda yardımcı olacaktır. Keza, küresel sporu, muhalefet ve küreselleşme karşıtı hareket ışığında da düşünmeliyiz" (Emrence, age, 103).

Belirli anlamların örgütlendiği-üretildiği ve dolaşıma sokulduğu maddi bir pratik olarak ideolojik aktarım araçlarının, nasıl bir biçimde işlediğini ve bu işleyiş sırasında hangi kanallardan yararlandığını mikro çözümleme düzeyinde ortaya koyabiliriz. Bunun içinse, eleştirel teorinin spor ile kültür ve toplum ilişkisi arasında kurmuş olduğu bağlantı ve bu bağlantı sonrasında inşa edilen sporun; toplumu yansıtmanın ötesinde, toplumu yeniden oluşturduğu düşüncesi çalışmamız için yol gösterici olacaktır. Ayrıca 'kültür endüstrisi' kavramı ile birlikte metalaşma sürecinin yaratmış olduğu etkilerin futbol ve futbol üzerinden toplumsal yaşam içerisinde nasıl bir ortamın doğmasına neden olduğunu da yine bu yaklaşım ile irdeleyebiliriz. Eleştirel teorinin yanı sıra neo-marxist yaklaşımların 'bürokratikleşme-aşırı standardizasyon ve sınıf eşitsizlikleri' içinde sporun nasıl bir yeri bulunduğuna ilişkin yaklaşımları ile küreselleşme okulunun ortaya attığı çok uluslu şirketlerin sporun içerisindeki yerinin ve küresel sporcu göçlerinin yarattığı yeni ilişki kalıplarının özellikle azgelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler aleyhine nasıl gelişmekte olduğu üzerinde yoğunlaşan yaklaşımları birlikte eleştirel bir spor perspektifinin ve toplumsal yaşama bu açıdan bakabilecek kuramsal çerçevenin oluşmasını sağlayabilir. Günümüzde sporu medyadan bağımsız, kendi başına buyruk bir alan olarak düşünemeyiz. Medya, sporu biçimlendirmekle kalmadı, aynı zamanda spor vasıtası ile çok daha geniş bir alanı kapsamakta olan, tüm toplumsal yaşamı da biçimlendirmiş oldu. Spor, bu biçimlendirmede medya, için kullanılan bir araç konumundadır. Medya, kapitalist

üretim ilişkilerinin, toplumsal yaşam içerisine sokulmasında ve geniş kitleleri etkileyebilecek olan rıza üretim mekanizmalarını yaratan son derece başarılı bir kurumdur. Medya, özellikle spor gibi geniş kitleleri etkileyebilen bir alanla kurmuş olduğu beraberlik vasıtası ile egemen değer ve ideolojilerin, bir takım rol modellerinin aktarımını gerçekleştirmiştir. İşte bu rol modellerinin, egemen değer ve ideolojilerin spor alanından toplumsal yaşama nasıl aktarıldığını, ideolojinin nasıl işlediğini ortaya koyabilmenin yolu, medyanın nasıl bir yerde durduğunu ortaya çıkarabilecek çalışmalardan geçecektir.

Neo-Liberal politikaların spor alanında en sık uygulandığı alan olarak futbolun, ideoloji ile kurmuş olduğu ilişkiyi takip edebileceğimiz ve bu ilişkinin nasıl bir seyir izlediğini, hangi araçları kullandığını ortaya koyabileceğimiz zemin, medya ve medyanın sunduğu metinler olacaktır. Çünkü medya, sadece var olan olayı kamuoyuna aktarmakla kalmaz aynı zamanda hangi spor faaliyetlerinin öne çıkartılacağına da karar vermek suretiyle yaşantımıza da doğrudan müdahil olacak bir takım etkinlikleri belirleyebilme gücüne de erişir. Futbol hayatımızın sıradanlığını aşmada, geniş kitlelere hitap eden bir gösteriye, adeta bir karnavala dönüşmüştür. Bunun için de; futbol-ideoloji ilişkisinde, futbolun toplumsal ve kültürel yönleri üzerinde de durmak ve bu yönlere vurgu yapmak gerekmektedir. Futbolu tartışırken aynı zamanda futbol ile bağlantısı bulunan ekonomi, siyaset, medya, küreselleşme, şiddet, milliyetçilik, tüketim ideolojisi ve onu kitlelere pazarlama yolu olan reklamları da göz önünde bulundurmalı ve futbol ile bağlantıları bulunan bu alanları da incelemeliyiz. Bu yüzden aşağıdaki sorular ve saptamalar bu incelemenin ip uçlarını oluşturmaktadırlar:

-Kapitalist üretim ilişkileri açısından futbol nerede duruyor? Futbolun var olan üretim ilişkileri ile olan ilişkisi nedir?

-Futbol-Şiddet bağlantısı?

-Kulüp başkanlığı yapan belediye başkanları(ideoloji-futbol bağıntısının kurulmasında ne gibi rol ve sorumluluklar üstlenmektedirler?)

-Yeni döneme özgü uyarlamalar (Şirketleşme/borsaya açılma/logolu ürünlerin pazarlanması/tv kanalı açma vb.gibi, futbol ve futbol kulüpleri bağlantıları ile daha hızlı bir biçimde gerçekleşebilmektedir.)

-Futbolcular yeni dönemde ticari bir meta haline geldiler. Sistem tüketimi bu idoller üzerinden sağlamaktadır (en bilindik örnek David Beckham'dır)

-Küreselleşme olgusu (futbolda serbest dolaşım/futbol organizasyonlarının küreselleşmesi (medyanın etkisi ile)

-Futbol artık bir spor dalı olmanın çok ötesinde bir iktidar nesnesi haline bürünmüştür (ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal bir iktidar modeli ile karşımıza çıkmaktadır)

-Televizyon-reklam-yeni stadyumlar-yeni bir taraftar kitlesi oluşturuyor. Bu müşteri odaklı bir anlayışın futbol sahalarına yansıması mı?

- Her bir kulüp aynı zamanda 'bir sivil toplum örgütüdür, bu açıdan kulüpler temsil ettikleri kitle ile kurmuş oldukları güçlü bağı, hayatın her alanına taşıyabilirler.

İdeolojinin gerçekleştiği yer olan dilin, kullanıldığı medya metinleri ve bu metinlerin toplumsal iktidarın kurulmasında ve benimsetilmesinde nasıl bir rol oynadığını ortaya koymanın yolu, bu metinlerin söylemlerini incelemekten geçecektir. Böylesi bir inceleme ise egemen ideolojinin, kitle iletişim araçları yolu ile nasıl yaygınlaştırılmakta ve meşrulaştırılmakta olduğunu da ortaya koyacaktır. Araştırmamızın amacı; kitle iletişim araçları yolu ile üretilen, dolaşıma sokulan ve meşrulaştırılan egemen ideolojik anlayışlar ile futbol arasında ne gibi bir bağlantının bulunduğunu örnekleri ile ortaya çıkartabilmektir. Medya metinleri ister haber başlıkları, ister reklamlar isterse kullanılan dil ve söylem biçimi olsun; hepsi varolan ideolojik gelenekler üzerine inşa edilmiş olup, buradan kitlelere toplumda var olan kodları, ideolojileri ve değerler sistemini aktarmak görevini sürdürürler. Toplumsal yaşam içinde yer alan her alanda cinsiyet ayrımı ve erkek egemen değerlere yönelik vurguda bulunulur iken, özellikle spor/futbol ve reklam alanında yaşananlar da bu vurgudan etkilenmektedirler. Sporun cinsiyet ayrımı üzerine inşa edilen bir yapı olması ve bu yapının istediği rol modellerini geniş kitleler ile buluşturmasında medya aracı olmaktadır. Medya metinlerinden birisi olan reklamlarda da aynı anlayış sürdürülmekte, kadın genellikle cinsel bir obje olarak ve ev hanımı rolleri çerçevesinde reklamlarda yer almaktadır.

Futbolun geniş kitleleri etkileyebilme gücü tüketim ideolojisi ile birleştirildiğinde, içinde yaşadığımız serbest piyasa ekonomisi için vazgeçilmez bir sektörün yaratılması sağlanmış olmaktadır. Pazarlamayı marka yaratmak olarak

düşünecek olursak, markalama yolu ile ürün ya da hizmetinizin kullanıcıya daha basit ve etkili bir biçimde satılmasını sağlayabilirsiniz. İşte endüstriyel futbol olarak adlandırılan dönemde kulüplerin yeni işlevi de tam budur. Kapitalizmin varlığını devam ettirebilmesinde en hayati unsur verimlilik ve karlılığın arttırılabilmesidir. Esnek üretim modeli sonrasında geliştirilen Toplam Kalite Yönetimi Anlayışı futbol ve futbol kulüpleri içinde kullanılmakta ve futbol kulüplerinin şirketleştirilmesi ve tıpkı birer ekonomik şirket gibi yönetilmesi sonrasında gelişen durum ve koşullara ayak uydurabilecek yeni ve çağdaş değerlere 'vizyona' sahip olabilmesi fikri, yine bu döneme özgüdür. Futbol kulüpleri artık sadece birer sportif örgüt gibi hareket edemezler, onlar aynı zamanda birer ekonomik örgüt haline de dönüşmek zorundadırlar. Bu zorunda olmaları ise futbolu ve futbolun özünü yaralamaktadır. Çünkü futbol artık bir meta haline dönüşmüştür ve bu haliyle futbol, yaşantımızı yönlendiren tüketim kalıplarımızı şekillendirmek suretiyle oyun özelliğini yitirmek suretiyle iş'e dönüşmektedir. Futbolcuların kulüpleri ile kurmuş oldukları yeni etkileşim tamamen paraya endeksli ve kısa süreli yeni bir anlayış üzerinde yükselmektedir. Takımların kimliklerine etkisi bulunan sembol futbolcuların nesli artık tükenmiştir. Futbol, bugün gelmiş olduğu nokta itibari ile taraftarın kulüpleri ile kurmuş olduğu birlikteliğin uç noktasına gelmiştir. Bundan sonraki aşamada futbolun, taraftarlar ile kurmuş olduğu birliktelik eskisi kadar güçlü ve candan olmayacaktır. Artık bu birlikteliği belirleyecek olan duygu, hayatın diğer alanlarında olduğu gibi tüketim ve bu tüketimi sağlayacak para olacaktır. Futbolun endüstrileştiği bu yeni dönemi 'Futbol A.Ş' kitabında ele alan Authier'e göre; kulüplerin mülkiyetinin çok uluslu şirketlere, iletişim şirketlerine, pazarlama gruplarına geçtiği bir sporda uygarlık değişimidir söz konusu olan. Yeni yaklaşım, sportif sonuçların yapı taşlarından sadece birini oluşturduğu bir küresel ekonomik stratejiyi gerektirir. Artık işin merkezinde görüntülerin ve yan ürünlerin satılması yer almaktadır. "Küreselleşme akıntısına katılan, bütün sınırları (fiziksel, zihinsel ve ahlaki) yıkan futbol, evrenselliğini yitirip akılcılaştırılmış ve sıradanlaştırılmış basit bir eğlence endüstrisine dönüşme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bu endüstrinin tek amacı azami mali verimliliktir. Bugün yeşil sahaların çimleri kaldırılırsa, altından yeşil banknotlar çıkar, başka bir şey değil. Meşin yuvarlak, küreselleşmenin lüks ve baştan çıkarıcı aynası olarak, halklara çağdaş liberal

Mesihçiliğin yeni değerlerini kabul ettirmede etkili bir araç olabilir. Küreselleşmiş futbol bir emperyalizm biçimidir ve imparatorluklar er veya geç çökmeye mahkumdur" (Authier,age, 88-98).

Endüstriyel Futbol ile bugün, dört farklı kesim ilgilenmektedir: Kulüpler, futbol arzını piyasaya sunmakla görevlidirler. Buna karşın bu metalaşan arzı pazarlayan federasyon ve digital yayıncı kuruluşlar söz konusudur. Tabii son olarak bu ürünü satın alacak/izleyecek tüketiciler/seyirciler/taraftarlar ya da müşteriler söz konusu olacaktır. Stadyumların birer ticaret kompleksine dönüştürüldüğü ve kulüplerin yan ürünlerinin satışının yapıldığı bu süreçte, özellikle yeni iletişim olanakları üzerine büyük yatırımlarda bulunulmaktadır. Kulüpler, internet ortamını ürün satışları için kullanmaktadırlar. "Bir sonraki aşama ise web üzerinden ilk naklen maç yayınları olacaktır. Meşin yuvarlağın yeni efendileri, işletim hakları ve CD-ROM, DVD, paralı erişim, reklam, sponsorluk, e-ticaret gibi ek gelir kaynakları açısından, interneti geleceği parlak bir alan olarak görüyorlar. Küresel piyasaya küresel arz" (Authier, age, 35). Futbolun, televizyon ile birlikteliği sonrasında ortaya çıkan yeni futbol anlayışı, kendi seyircisini/tüketicisini de yaratmıştır. Tıpkı uluslar arası firmalar gibi çalışan Avrupa'nın önde gelen kulüpleri(Manchester United-Real Madrid-Barcelona-Chealsea-Juventus-Milan-İnter-Bayern Münich ve diğerleri) küresel pazara hitap edebilecek yeni pazarlama stratejileri geliştirmişlerdir. Bu takımlardaki transferlerde, özellikle uzak doğu ülkelerine yönelik tv yayın haklarının ve yan ürünlerin satışını gerçekleştirebilecek uygulamalar benimsenmektedir. Artık futbol, uluslar arası bir üründür ve bu ürünün medyatikleştirilmesini sağlayacak ilahlara gereksinim duyulmaktadır. Bu alanda yaratılan büyük pastadan pay kapmak isteyen büyük medya organizasyonları ise, "dijital yayıncılığa milyonlarca dolarlar yatırmakla yetinmemekte, aynı zamanda doğrudan kulüpleri ya da altın yumurtlayan tavukları satın almak ya da hissedarları olma yoluna gitmektedirler... Futbolun kitlesel gücü, aynı zamanda siyasi yönlendirmeye olanak sağlamaktadır. Bu gücü elinde tutmak isteyen medya kuruluşlarının, futbola bu denli iştahla yaklaşmalarının ardında yatan temel etmen de, bu karşılaşmaların yayın hakkını elinde bulunduran tv şirketlerinin, aynı zamanda ideolojik olarak da, kitleler nezdinde en etkin olabilme şansını eline geçirmeleridir" (Arık, age, 288-292).

Endüstriyel futbolun dünyadaki en önemli temsilcisi ise hiç kuşkusuz İngiliz futbol ekibi Manchester United'dir. Manchester United, 2002 yılında Umbro yerine Nike firması ile 13 yıllığına 500 milyon$'lık merscandising ve sponsorluk sözleşmesi imzalamıştır. Türkiye'deki üç büyük kulüpte, Avrupa'daki rakiplerinin izinden gitmektedirler. Bu kulüplerimiz, kendi ürünlerinin satıldığı mağazalarında telefondan-klimaya-kol saatinden televizyona kadar pek çok farklı ürün yelpazesinde hizmet verebilmektedirler. Futbolun artık futbol olmadığı bir dönemi yaşıyoruz, bu dönemde futbol bir 'business' olarak ülke içindeki paranın ve gücün tam orta yerinde yer alıyor. Futbolu konuşmak artık aynı zamanda bu iktidar ilişkilerini ve paranın egemen olduğu değerleri de konuşmak anlamına geliyor. Futbolun, özellikle tüketim toplumunun oluşturulması sürecinde etkili olduğunu ortaya koyabileceğimiz en güzel örnekleri; ulusal ligler içinde takımı şampiyon olan taraftarlar için 'kendi renklerini' taşıyan ürünlere yönelmesi ve şampiyonluk kutlamalarının aynı zamanda bir eğlence ve tüketime yönelmesi şeklinde yaşanırken, özellikle şampiyonlar ligi finali ya da dünya kupası organizasyonu döneminde futbola yatırım yapan şirketlerin Pazar paylarının yükselmesi, ürün satışlarının artması biçiminde gerçekleşmektedir. Analiz bölümümüzde ayrıntılı bir biçimde görüleceği gibi, 2002 dünya kupası döneminde gazetelerde en fazla reklamı yapılan ürünlerin başında 'bira' gelmektedir. Bira-gazlı içecekler-büyük ekran televizyonlar ve milli takım sponsorlarının reklamları bu dönemde en fazla yayınlanan reklamlar olmuştur. Milli takımın ana sponsorları: Pepsi-Efes Pilsen-İş Bankası ve Adidas, Yan sponsorları: Shell-Sarar ve Mercedes Benz iken, İletişim Sponsoru da Turkcell'dir. Milli takımın dünya üçüncüsü olması, bu markaların reklamlarının ve kitleler üzerindeki tanınırlıklarının artmasını sağlamıştır. Bunun yanı sıra dünya kupası tam bir tüketim döneminin yaşanmasını sağlamıştır, özellikle televizyon üretimi %60'ın üzerinde artarken, bira tüketiminde %15'lik bir artış meydana gelmiştir. **(Radikal gazetesi 15.07.2002)**

Futbolun televizyon ile olan birlikteliğinin artması ile birlikte ortaya çıkan şifreli yayıncılık, yeni bir maç izleme tarzının oluşmasına yol açmıştır. Artık maçlar birahanelerde-kahvehanelerde, büyük restaurantlarda kurulan dev ekranlar vasıtası ile izlenmekte ve geliri daha düşük olan taraftarların takımları ile birliktelik kurmaları başka bir platforma taşınmış olmaktadır. Toplu seyir mekanları ile beraber, futbolun

prodüksiyonu(yeniden inşa edilmiş biçimi) farklı kameralar yardımıyla, 'hayatlarımızın' yeniden inşasına yönelik çok sayıda göstergenin bu 'toplu seyir' mekanlarında kalabalıklar içerisinde hızla dolaşıma sokulmasını sağlar. Futbolun yaratmış olduğu ekonomik devrimin önümüzdeki yıllar içindeki en büyük gelir kaynağı digital ortam ve bilgisayar bağlantı ağları üzerinden gerçekleşecektir.

Türkiye'de anayasada spor gençlik için bir eğitim ve kültür aracı olarak görülmekte ve bu doğrultuda özellikle futbol kulüpleri ön plana çıkartılmakta iken, Türkiye'deki futbol kulüplerinin hukuksal ve ekonomik tanımlamaları birbiri ile çelişmektedir. Profesyonel futbol endüstrisi yaratmış olduğu katma değer ile Avrupa Birliği içindeki en önemli ticari sektörlerden bir tanesi halini almıştır ve Türkiye'deki profesyonel futbol da aynı çizgi üzerinde yoluna devam etmektedir. Futbolun eğitsel boyutu yerini paraya ve ratinge bırakmıştır. Elde edilen başarılı sonuçlar sonrasında, futbolun ülke içindeki izlenme oranı ve seyirci kitlesi de artmaktadır. Bunun en iyi örneği hiç futbol takip etmeyen insanların dahi az önce sözünü ettiğimiz toplu seyir mekanlarında 2000 yılı UEFA kupası finalinde Galatasaray-Arsenal karşılaşmasını izlemeleridir.

Sistemin devamlılığı için en önemli şey, varolan tüketici arzularının sürekli kışkırtılması ve zihinlerde yaratılan tüketim canavarının sürekli canlandırılmasıdır. Bu istek ve arzuların tatmini için tüketim nesnesinin kendisini yenilemesi bir zorunluluk halini almıştır. Aksi takdirde varlığını sürdürebilmesi son derece güç olacaktır. Bir tüketim nesnesine dönüşeli beri, futbolu bekleyen en büyük tehlike; pazarın zorlamaları karşısında kendisini yenilemek zorunda olmasıdır. Bu durum futbolun er ya da geç kendi köklerinden kopması ile sonuçlanacaktır.

Futbolun metalaştırılması sürecinde dünya ölçeğinde homojen bir kitle yaratılmaktadır. Bu kitle içerisinde yer alan sınıfsal-cinsel ve ulusal özellikler normalleştirilmekte ve böylece tüketimde eşit bir kitle yaratılmaktadır ancak bu kitle eylemde eşit değildir ve bu yaratılan yanılsama ile tüketimle birlikte egemen ideoloji sürdürülmektedir. Futbol-İdeoloji ilişkisinde futbol üzerinden bir gerçeklik kurgusu, resmi oluşturulmaya çalışılmaktadır, bu aynı zamanda mevcut olanı da manipüle eden bir süreçtir. Futbol popüler bir ürün olarak statükonun korunmasına da yardımcı olmaktadır. Çalışmadaki amacımız küreselleşme sürecinde futbolun ideoloji ile olan

ilişkisinde değerler transferinde nasıl bir rol oynadığı, tüketim toplumu ideolojisinin kitleler ile buluşturulmasındaki rolünün ne olduğu üzerinde durmaktır. Bunun için futbolun medya metinleri ile olan ilişkisini haber başlıklarını, kullanılan dil ve söylemin analiz edilmesi ile birlikte yine bir medya metni olan reklam ile futbol arasında yaşanan birlikteliğe örnek teşkil edecek 2002 dünya kupası dönemindeki reklamlarda kullanılan imgelerin göstergebilimsel bir çözümlemesi (Saussure ve Barthes'ın yaklaşımlarından hareket edilerek) gerçekleştirilecektir. Futbola/Spora yaklaşımımızda eleştirel teorinin, Marksist spor geleneğinin ve küresel spor okulunun düşüncelerinden yararlanılacaktır. Çalışmamızda ideoloji, söylemsel (bir açıdan göstergesel) bir biçimde ele alınacaktır. Böylesi bir yaklaşım ideolojinin anlamlarla(anlamları bize ulaştıran dil-söylem-sembol ve göstergelerle) ilişki içinde bulunduğu üzerine yoğunlaşmaktadır. Toplumsal gerçekliğe ilişkin olarak üretilen futbol söylemlerinin ve futbol ile bağlantılı reklam metinlerinin medyadaki temsili ve bu temsilin varolan düzene göndermeler yaparak onları yeniden üretmesini sağlayan değer ve ideolojilerin analizi çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır.

II. TEKNİK

Bu çalışmanın tekniği olarak; söylem analizi ve göstergebilimsel çözümleme (Gösteren-gösterilen, düzanlam-yananlam, mit) kullanılacaktır. Çalışmamızda futbol-ideoloji ilişkisinin yansıdığı medya metinlerinin (gazete haber başlıklarının) dili, söylemi analize tabi tutulacaktır. Ayrıca bir medya metni olan reklamların, futbolun tüketim toplumu ile kurmuş olduğu bağlantının nasıl oluştuğunu gösterebilmek amacı ile de göstergebilimsel çözümleme tekniğinden yararlanılacaktır.

Reklam metinlerinin analizinde kullanılacak model şöyledir:

-Gösterenler:

-Gönderge Sistemleri:

-Mitler:

-Analiz:

Modelin ilk bölümünü oluşturan gösterenler; göstergebilimdeki gösterge kavramının bir parçası olup anlamın oluşmasını sağlayan maddi unsurlardır. Saussure'a göre gösterge; bir yönü ya da bir özelliği ile herhangi bir şeyin yerini tutan bir şeydir.

Kendisi o şey olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişimi sağlayan bir aracıdır. Göstergebilim çalışmalarında dil, kavramları belirten bir göstergeler dizgesi olarak kabul edilmektedir. "Çağdaş dilbilim çalışmaları ile sözel olmayan dil de, göstergeler sistemi olarak incelenmiştir. Reklam metinlerinde anlamın oluşmasını sağlayan gösterenler; görsel metin, yazılı metin, başlık ve sloganlardır" (Dağtaş, age, 96). Gösterenlere bağımlı olan gönderge sistemleri, modelin ikinci bölümünü oluşturmaktadır. Chapman'a göre, reklam metinlerinde gönderge sistemleri, reklamı yapılan ürünün ya da kullanıcısının dünyasını göstermektedir. Çalışmamızda gönderge sistemleri olarak gösterilen bu dünyayı, ideoloji açısından ele alacağız. R.Barthes'ın göstergebilimsel çalışmalara getirmiş olduğu ve böylece ideolojinin nasıl işlediğini ortaya koyduğu 'mit' kavramı, modelimizin üçüncü aşamasını oluşturacaktır. Barthes'a göre, çağdaş mitler, kapitalist sistemin temel değerlerini meşrulaştırırlar. Barthes, düz anlam/yan anlam ayrımı içerisinde, yan anlamın mit ve ideoloji ile ilişkisi üzerinde yoğunlaşır. Modelin son bölümü ise analiz bölümüdür. Bu bölümde reklam metni bir bütün olarak yeniden değerlendirilmeye tabi tutulacaktır.

Çalışmamızda örneklem olarak, 1-30 Haziran 2002 tarihleri arasındaki Hürriyet ve Fanatik Gazetelerinde futbol ile ilgili yayınlanan reklam metinleri seçilmiştir. Hürriyet ve Fanatik gazetelerinin örneklem birimi olarak seçilme nedeni ise, her iki gazetenin de kendi alanlarında ülkenin en çok tiraja sahip olan gazeteleri olmalarından kaynaklanmıştır. Türk milli takımının maçları öncesi-maç günü ve maç ertesi gazetelere yansıyan reklamlar analiz metni olarak seçilmişlerdir.

Araştırmamızda kullanılacak bir diğer analiz tekniği olan söylem analizi, toplumsal gerçekliğin karmaşık doğasını ortaya koyabileceğimiz bir çözümleme tekniğidir. Söylem analizi tekniği ile metnin içinde bulunan ve kendisini gizleyen ideolojik yapıları, güç/iktidar ilişkilerini, cinsiyete-ırka ve toplumsal yaşama ilişkin farklılıkları ortaya koyabiliriz. Sözen'e göre, insanların ne söylediklerinden çok nasıl söyledikleri önem taşır. Konuşanlar kimlerdir ve onlar nasıl konuşmaktadırlar? Bu türden sorular, söylem analizinin cevap aradığı temel sorulardır. "Söylem analizi, dili bir eylem, iletişim formu, sosyal pratik olarak görme ve yorumlama özelliği taşır...Analizin amacı bir pratik olarak dili inceleme ve farklı anlamlarla üretilen bilgi

ve bilgi/güç moduna ilişkin yapıları, onların değişim ve dönüşümlerini açığa çıkarmaktır" (Sözen,age,82).

Dil, insanoğlunun ürettiği sözlü ve yazılı kültürün bir parçası olarak birey-toplum birlikteliğinin oluşmasına katkıda bulunur. Dil dolayımı ile yaşamı anlamlandırır ve toplumsal yaşamın gereklerini öğreniriz. Çocukluktan itibaren içinde yaşadığımız toplumun ideolojisini, toplumsallaşma süreci içerisinde, kullanılan dil ve söylem aracılığıyla öğreniriz. Bu yüzden de, kullanılan dil ve söylemler, dünya görüşünü yeniden üretmekte, meşrulaştırmakta, doğallaştırmakta ve korunmasını sağlamaktadırlar. "Dil, iletişimin öteki öğeleri ile birleşerek, nesnelere sinmekte ve bu yolla da yaşamı ideolojik hale sokmaktadır. Bu çerçeve içinde ideolojik olan ideolojinin yaşam içinde serpiştirilmiş yaşam biçimi haline dönüşmüş görünümüdür" (Özkök,age, 352). Söylem analizi ile nesnelere sinerek yaşamı ideolojik hale getiren tüm öğelerin ortaya konulması sağlanabilir. Özellikle iletişimin gerçekleştiği medya'da kullanılan dil ve söylemlerin bir analize tabi tutulması ile medyanın enformasyon aktarımında belli bir dünya görüşünden, ideolojiden nasıl faydalandığı ve toplumsal yaşama hangi değer ve ideolojilerin transferini sağladığı saptanabilir. Söylem analizi ile bu aktarımın nasıl gerçekleştiğini yakalama şansına sahip oluruz. Erol'a göre, bir olayı veya bir tarihsel olguyu tanımlamada seçilen sözcükler ve kavramlar aynı zamanda bazı tarihsel/toplumsal süreçleri nasıl kavramlaştırdığımız, nasıl kurguladığımızı anlatan anahtarları oluştururlar. Sözcükler, belirli bakış açısına göre yapılmış, kategorizasyonları temsil ederler. "Medya söylemleri, basit bir biçimde belirli temaları, belirli ideolojileri kurgulayarak eklemlemez; medya söylemleri aynı zamanda belirli temalara karşıtlıklar ve paralelliklerden oluşan belirli çerçevelere yerleştirerek bu temaların bazı kategoriler içinde yer almasını engelleyebilir" (Erol, 1995, 210).

Bu çerçevede İnal'ın da belirttiği gibi, haberi söylem olarak ele almak ve çözümlemek, haberi hazırlandığı süreçlerden ve toplumsal yapı içinde oluşan güç/iktidar ilişkilerinden koparmadan incelemek demektir. "Söylem çözümlemesi, metinlerin oluştuğu bağlama yönelik bir inceleme biçimidir. Bu yöntembilimsel yaklaşım içinde ne pozitivist yöntembilimin soyut 'nesnellik' anlayışına dayanan bilimsellik iddiasının, ne de yapısalcı dilbilimin metinlerin yapısındaki ortak özellikleri bulmaya yönelik yapısal çözümlemesinin yeri vardır. Söylem çözümlemesi, bağlamı

içinde metinlerdeki yapılaşmayı inceler" (İnal,age,134). Söylem analizi toplumsal yaşam içindeki güç/iktidar ilişkilerinin kurulma süreçleri üzerinde yoğunlaşmakta, farklı toplumsal kesimler arasındaki mücadelede hegemonya kurma sürecindeki ideolojik mücadeleler üzerine vurguda bulunur. Bu açıdan söylem analizinin amacı, görsel ve işitsel metinlerde temsil edilmekte olan, güç/iktidar ve hegemonyanın kurulma süreçlerinin nasıl ve hangi ideolojik aracıları kullanarak gerçekleşmekte olduğunu ortaya çıkartmaktır. Toplumsal yaşam içerisinde yer alan düzenlerin ve ilişki biçimlerinin meşrulaştırılması ve doğallaştırılmasında çeşitli söylemsel stratejiler kullanılmaktadır. Bu stratejiler: meşrulaştırma-gizleme/gizemleştirme-birleştirme-parçasallaşma ve şeyselleştirmedir. Bu stratejiler sayesinde bireylerin zihinleri egemen ideolojinin çıkarları doğrultusunda şekillendirilir.

Söylem analizi tekniği, farklı bilim dalları arasında farklı şekillerde kullanılabilmekte olduğu için disiplinler arası çalışmalar için de oldukça uygun bir tekniktir. Mills'e göre üç tip söylem analizi/analizcisi vardır. Bunlar, "dilbilimindeki söylem analizcileri, sosyal psikologlar ve eleştirel dilbilimcilerdir. Dilbiliminde söylem analizcileri cümle seviyesinin altındaki ögelerle meşgul olurken, içsel bileşenler olarak özne, fiil, nesneler vs. benzer yapıları ihtiva ettiği varsayımı üzerinde dururlar...Sosyal psikologlar konuşma ve özellikle müzakere yapılarına ilişkin analitik metotlar geliştirmişlerdir... Eleştirel dilbilimcilerin analizleri, yorum ve anlamın daha kompleks modellerine yöneliktir. Analizleri, tematik analiz ya da içerik analizi ile daha az meşgul olup, konuşma ve metinlerde katılımcılar tarafından kullanılan farklı söylemlerin mümkün anlamlarına ilişkin sorularla ilgilenir" (Sözen,age,100-101). Bu farklı kullanımlarına rağmen Sözen'e göre, söylem analizini diğer nitelik analizlerinden ayıran en önemli fark, onun bir meta-analiz (analizin-analizi) olması ve analizin refleksivite kavramıyla birlikte çalışmasıdır. Söylem analizinin refleksivite kavramı ile birlikte çalışması, çalışmamız açısından son derece önemlidir. Çünkü medyanın söylem pratikleri temel olarak şiddet kültürünü belirli ideolojiler aracılığı ile üretmektedir ve bu ideolojiler ile medya pratikleri arasında bir dönüşürlük (reflexivity) göze çarpmaktadır.

Başını Fairclough ve Wodak gibi düşünürlerin çektiği eleştirel söylem analizinde, metinler maddi üretimin ve toplumsal yaşamın yeniden üretiminin bir anı olarak ele alınmaktadır. Bu çözümlemede metinler ile söylemsel pratikler ve sosyo

kültürel pratikler arasındaki ilişkiler üzerinde durulmaktadır. Eleştirel söylem analizinin özellikleri şunlardır:

"-Eleştirel söylem analizi(ESA) sosyal problemlere yönelir. ESA, sosyal süreç ve problemlerin linguistik ve semiyotik görünüşlerinin analizidir. Analizin odaklandığı yer, kullanımdaki dil değil, sosyo-kültürel süreçler ve sosyal yapıların linguistik karakteridir.

-Güç ilişkileri söylemseldir: ESA, çağdaş toplumlarda, toplumsal güç ilişkilerinin önemli ölçüde linguistik ve söyleme dayalı doğasını ön plana çıkarmayı amaçlar.

-Söylem toplum ve kültürü tesis eder: Söylem, toplum ve kültürü belirlerken, aynı zamanda toplum ve kültürle belirlenir.

-Söylemsel olarak tesis edilen hayatı üç büyük belirleyiciye ayırmak faydalı olabilir: Dünyanın temsilleri olarak 'temsiller', insanlar arasındaki 'ilişkiler' ve insanların sosyal ve kişisel kimlikleri olarak 'kimlikler'.

-Söylem ideolojik olarak çalışır: İdeolojiler, eşitsiz güç ilişkilerini, hakimiyet ve istismar ilişkilerini üreten toplumu tesis ve temsil etmenin tikel yollarıdır.

ESA, bütün söylemlerin ideolojik olduğunu iddia etmez. İdeoloji, sosyal gerçekliğin temsili değil, bir süreçtir.

-Söylem tarihseldir: Söylem kültüre, ideolojiye ve hayat tarzlarına içkin olmak durumundadır. Söylem yalnızca şimdiye ve geleceğe atıfta bulunmaz, tarihe de atıfta bulunur, zira dil tarihseldir.

-Metin ve toplum arasındaki bağ, makro olanla mikro olan arasındaki bağdır. –Söylem analizi yorumlayıcı ve açıklayıcıdır: ESA, metinleri dökonstrüksiyona tabi tutar. Farklı okumaların farklı etkilerinin gösterilmesi amaçlanır; güç ilişkileri ve ideolojilerle bağlantılar kurulur" (Sözen, age, 145-147).

Çalışmamızın bu kısmındaki araştırma birimimizin ilk kısmı 24 Kasım-4 Aralık 1998 ile 26 Kasım-11 Aralık 2003 tarihleri arasında yayınlanan bütün ulusal günlük gazetelerden oluşmaktadır. Araştırma birimimizin ikinci kısmı ise 2002-2003/2003-2004 ve 2004/2005 sezonlarında Türkiye Süper Ligi içinde Beşiktaş-Fenerbahçe-Galatasaray ve Trabzonspor arasında oynanan karşılaşmalar; kulüp takımlarımızın Avrupa kupalarında oynadıkları kupa maçları ile Milli takımın Avrupa Şampiyonası grup eleme karşılaşmaları-dünya kupası eleme grubu karşılaşmalarının oynandığı gün

ve ertesi gün yayınlanan bütün ulusal gazeteleri kapsamaktadır. Analiz birimimizin ilk kısmı için, bu iki dönemin seçilmesinin nedeni, 1998 yılı içerisinde Abdullah Öcalan'ın İtalya'ya gitmesinin ardından yaşanan olaylar ve bu dönemde oynanması gereken Galatasaray-Juventus şampiyonlar ligi mücadelesinin UEFA tarafından ertelenmesi sürecinin Türk medyasındaki yansımaları ile 2003 yılında İstanbul'da meydana gelen bombalama olayları sonrasında Galatasaray ve Beşiktaş kulüplerinin şampiyonlar ligi müsabakalarının İstanbul'da oynatılmayacağına ilişkin UEFA tarafından alınan karar ve ardından yaşananların karşılaştırılması ve böylece Türkiye'de futbol ve ideoloji ilişkisinin nasıl ortaya çıkmakta olduğunun gösterilebilmesidir. Araştırma birimimizin ikinci kısmında yer alan son üç yıla ilişkin gazete metinlerinin seçilmiş olmasının amacı ise daha önce yapmış olduğumuz çalışma(Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi) arasındaki verilerin karşılaştırılmasıdır.

Bu dönemlerin analizinin gerçekleştirilebilmesi için;

A) Kim/Kimler konuşuyor, söyleme katılanlar kimlerdir?(Gazetelerin genel başlıkları-köşe yazarları-yönetici-antrenör-futbolcu ve taraftar demeçleri)

B) Ne diyorlar? Seslerin söyledikleri analize tabi tutulacak ve bunlara Betimsel analiz kısmında yer verilecektir.

C) Söylemlerin anlamları nedir? Bu kısımda eleştirel analiz uygulanacaktır.

D)Analiz kriteri: Bir söylem olarak ideolojinin gazete metinlerinde nasıl kurgulandığı araştırmamızın analiz birimini oluşturacaktır. Çalışmada kullanacağımız analiz kriterimiz Habermas'ın 'ideal söz durumu' yaklaşımıdır. İdeal söz durumu, kamusal alanda ortaya çıkan iletişimin ne denli simetrik/asimetrik koşullar altında yapıldığını çözümlemeye yarayan bir kriter olarak kullanılabilir.

III. ARGÜMANLAR

1) Türkiye'de futbol yeni tüketim kalıplarının yerleştirilmesinde kullanılan alanlardan bir tanesidir. Özellikle medyanın desteklediği yeni futbol anlayışı ile birlikte futbol kulüpleri ticari birer yapı haline dönüştürülmüş, stadyumların yerini arenalar, taraftarların yerini ise müşteriler almıştır. Futbol maçlarının şifreli kanallardan yayınlanması yine bu dönemin bir sonucudur.

2) Türkiye'de futbol, politik bir meşrulaştırma aracı olarak kullanılmıştır/ kullanılmaktadır.
3) Türkiye'de futbol ekonomik bir meşrulaştırma aracı olarak kullanılmıştır/ kullanılmaktadır.
4) Türkiye'de futbol, medyatik bir meşrulaştırma aracı olarak kullanılmıştır/ kullanılmaktadır (Türk futbol medyası kullandığı dil ve söylem aracılığı ile Türk toplumundaki şiddet kültürünün yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır.
5) Türkiye'de futbol toplumsal yaşama aktarılan değerlerin taşınmasında kullanılmıştır/ kullanılmaktadır.
6) Türkiye'de futbol, erkek egemen zihniyet kalıplarının üretilmesinde ve dolaşıma sokulmasında etkili olan alanlardan bir tanesidir.
7) Türkiye'de futbolun örgütlenmesi ve dolaşıma sokulmasında etkili olan, futbol federasyonunun yönetim ve örgütlenme modeli erkek egemen ideolojiyi sürdürecek biçimde oluşturulmuştur.

IV. REKLAMLARIN ANALİZİ

3-30 Haziran 2002 Tarihleri Arasında Hürriyet ve Fanatik Gazetelerinde Milli takımın maçlarının oynandığı gün ve ertesi gün yayınlanan Milli Takım ile ilişkili reklam Metinlerinin Analizi;

1) Carlsberg, Hürriyet(3 Haziran 2002):36/ Hürriyet(4 Haziran 2002:32)/ Hürriyet(18 Haziran 2002):30/Hürriyet(19 Haziran 2002):36

Gösterenler: Görsel metin(futbol sahasını ve çizgilerini simgeler tarzda yeşil zemin ve beyaz harflerle yazılmış slogan ve başlık, sayfanın sağında ve solunda duran iki adet bira şişesi ve bir şişenin önünde yer alan futbol topu), Başlık(Futbol Tutkusunun Sponsoru-Milli Takımımıza Brezilya Maçında Başarılar Diler!)

(Bira Keyfinin Sponsoru-Milli Takımımıza Teşekkür eder!)

(Futbol Sevgisinin Sponsoru- Milli Takımımıza Çeyrek Final Yolunda Başarılar Diler!)

(Bira Tutkusunun Sponsoru-Çeyrek Finalde Milli Takımımıza Başarılar Diler!)

Slogan(Carsberg: Part Of The Game).

Gönderge Sistemleri: Futbol seyrinin tamamlayıcısı olduğu düşünülen Bira ve erkek kimliği (Kentlerin oyunu futbol ve onun oluşmasındaki etkenlerden birisi olan Pub'lar ve maç seyrinin ayrılmazı olduğu ileri sürülen bira kullanımı)

Mitler: Erkek egemen dünyanın öğelerinden birisi olan alkol kullanımı ile futbolun ortaya çıkışından itibaren özellikle İngiltere'deki pub kültürü ile olan bağlantısı sonucu oluşan; bira-erkeklik ve futbol bağlantısı.

Analiz: Bu reklam metninde futbol tutkusunun sponsoru olduğu belirtilen Carlsberg birası, futbol sahası ve çizgilerinin rengini kullanarak futbolu çağrıştırmaktadır. Ayrıca reklamda yer alan iki bira şişesini sanki birbirlerine pas verecekmiş gibi gösterilmekte ve bir şişenin önünde yer alan futbol topu da yeşil beyaz renklerden oluşmakta ve Carlsberg logosu taşımaktadır. Futbol gibi bir kitlesel alan ile özellikle bira üreten firmaların kurdukları birliktelik çok eskilere dayanmaktadır. Futbolun İngiltere'de örgütlenme mekanlarından birisi olan Pub'larda geçirilen uzun saatler ve bira tüketimi, bugün özellikle İngiltere'deki taraftarların maç izleme davranışları üzerindeki etkisini sürdürmektedir. Maç öncesi alkol kullanımı, maçlarda alkol satışı gibi uygulamalar yalnız bu ülkede değil dünyanın bir çok yerinde de bulunmaktadır. Toplu seyir mekanlarında maç izleme tarzının oluşması sonrasında Türkiye'de de bira üreten firmaların, futbola yönelik sponsorluk girişimleri başlamış ve bu pazardan daha fazla pay elde etmek isteyen firmalar futbol ve futbol izleyicisi erkeklere yönelik özel kampanyalar düzenlemişlerdir. Dünya kupası döneminde bira satışlarının artmasında, bu kampanyaların büyük etkisi bulunmaktadır. Efes Pilsen Milli Takım resmi ana sponsorlarından bir tanesidir. Ayrıca bir meta haline dönüşen futbolu daha geniş kitlelere pazarlamak isteyen FİFA da, bu Pazar içinde tüketimi arttıracak seyir uygulamalarından kaçınmamaktadır. Örn. 1994 yılında ABD'de düzenlenen dünya kupası karşılaşmaları, Avrupa'daki tüketiciler için öğle saatlerinde oynatılmış ve bu tüketiciler akşam karşılaşmaları izleyebilmişlerdir.

2) İdeal Kart-Dışbank, Hürriyet(3 Haziran 2002):5/ Fanatik(26 Haziran 2002):7

Gösterenler: Görsel metin(Kırmızı bir zemin üzerinde yer alan dünya kupası ve beyaz renkle yazılmış yazı)

Başlık(En Büyük İdeal!) (Türkiye'nin İdeali!)

Slogan:(Milli takımımızın 'dünya kupası ideali'ni gerçekleştirmesi dileğiyle!)

(Futbol dünyasının en büyük idealinin peşindeki millilerimizin, ideallerini gerçekleştirmelerine çok az kaldı. Dünyanın en büyük dört takımı arasına giren Türk Milli Futbol Takımımıza, bize bu gururu yaşattıkları için teşekkür ederiz. Kaldı 180 dakika... Haydi, idealimizdeki kupayı alın da gelin!)

Gönderge Sistemleri: En iyi, en başarılı olma ideali.

Mit: Dünya kupasını kazanmak bir turnuva içerisinde ilk sırada yer almak anlamına gelirken, dünya kupasını kazanmanın ya da bunu isteme idealinin kullanılması en üst beklenti olarak gösterilmekte ve bunu yapabileceğiniz bir bankanın olduğu fikri ideal kart sloganı ile hissettirilmektedir.

Analiz: Reklam Metninde: millilerimiz futbol dünyasının en büyük idealinin peşinde, rakiplerine meydan okurken, hepimiz tek bir yürek onları destekleyeceğiz. Milli takımımızın 'dünya kupası ideali'ni gerçekleştirmesi dileğiyle! Sözlerini kullanarak Dışbank'ın İdeal kartına yönelik bir gönderme söz konusudur. Kırmızı beyaz renkler ve dünya kupasının kullanımı, Türk milli takımı ve onun dünya kupasındaki idealini simgelemektedir. Milli takımın ideali ile Dışbank'ın ideal kartı arasında bir çağrışım yaratılmış olmaktadır.

3) Sanyo Klima, Hürriyet(3 Haziran 2002):2/Hürriyet(19 Haziran 2002):5

Gösterenler: Görsel metin(kırmızı beyaz zemin tam ortadan ikiye bölünmüş, kırmız tarafında beyaz yazı ile başlık-slogan yazılmıştır ve ayrıca Türk bayrağının ay ve hilal görüntüsü de bulunmaktadır. Beyaz tarafta ise kırmızı renk ile başlık ve slogan devam etmektedir.

Başlık(Dünyanın en iyi takımı Türk Milli takımına, Japonya'nın en iyi kliması Sanyo başarılar diler)

(Japonca ve Türkçe Tebrikler Türkiye- Dünyanın en iyi takımı Türk Milli takımına, Japonya'nın en iyi kliması Sanyo başarılarının devamını diler)

Gönderge sistemleri: Alanlarında dünyanın en iyilerine yapılan vurgu.

Mitler: Japon teknoloji miti.

Analiz: Bu reklam metninde kırmızı beyaz renklerin ve bayrağın kullanımı, milliyetçi duygulara hitap etmenin yolu olarak görülmektedir. Aynı zamanda Türk bayrağı da kullanılmıştır. Bunun yanı sıra metinde kullanılan başlık 'dünyanın en iyi takımı Türk milli takımına; Japonya'nın en iyi kliması SANYO başarılar diler' ifadesi ile firma

kendi üretiminin de tıpkı dünyanın en iyi takımı olan Türk milli takımı gibi 'en iyi' olduğuna vurgu yapmak suretiyle ürününü, farklı bir perspektiften tüketicilere sunmaktadır.

4) Lafarge Dalsan, Hürriyet(3 Haziran 2002):20

Gösterenler: Görsel metin(Beyaz zemin üzerinde yer alan Lafarge Dalsan Alçı sistemlerinin maskotunun başında kırmızı-beyaz bir şapka ve elinde Türk bayrağı ile kırmızı ile yazılmış bir başlık bulunmaktadır)

Başlık-slogan(Benim Takımım En İyisi)

Gönderge Sistemleri: Tıpkı İdeal kart reklamında olduğu gibi farklı bir sektörden en iyiye göndermede bulunulmaktadır.

Mitler: Dünya kupasındaki en iyi takımın Türk milli takımı olduğu düşüncesi ileri sürülmektedir. 'Biz büyük milletiz' düşüncesinin farklı bir alanda yeniden canlandırılması.

Analiz: La Farge Dalsan Alçı ve alçı levha sistemleri, Türk milli takımı ve Türk bayrağını kullanarak, tıpkı milli takımımız gibi, alanlarının 'en iyisi' olduklarını işlemektedirler.

5)Efes Pilsen, Hürriyet(1-33) ve Fanatik gazetesi(1-2) (3 Haziran 2002)

Hürriyet:33-Fanatik:2(9 Haziran 2002)/Hürriyet:29(14 Haziran 2002)/Hürriyet:31-Fanatik:12(19 Haziran 2002)

(Efes Pilsen reklamı Fanatik Gazetesi baş sayfası üzerinde 3 Haziran 2002 tarihinden itibaren 'Bütün Kalpler Sizinle Haydi Türkiye-Kupa Heyecanı Efes'le Yaşanır-Türkiye Ayakta Heyecan Dorukta!-Milyonlarca Yüreğin Sesi Dünyaya Ayağa Kaldırdı-Bu Gurur, Bu Coşku Türkiye'nin!-Haydi Türkiye Şeref Kürsüsüne-Kahramanlar Geliyor! Bayrağını Al, Taksim'e Gel!'başlıkları ile yansıtılmıştır.)

Gösterenler: Görsel metin(Hürriyetin birinci sayfasında dünya kupası başlangıcında kullanılmaya başlayan küçük Efes Pilsen reklamı, kupa sonuna kadar başlığın hemen üstünde yer almaya devam etmiştir. Burada Efes Pilsen'in Türk milli takımının ana sponsoru olduğu ve bira logosunun önünde yer alan kırmızı-beyaz renkler taşıyan futbol topu ile birlikte dünya kupasını Hürriyet spor sayfaları ile evinize getiriyor ibaresi bulunmaktadır. Ayrıca Başlık olarak da Bütün kalpler sizinle Haydi Türkiye! İfadesi kullanılmaktadır)(Hürriyetin 33.sayfasındaki-Fanatiğin 2.sayfasındaki metinde ise

yarım sayfa tutan ilan mavi beyaz Efes Pilsen renklerini ve Türk milli takımı futbolcularıyla birlikte Kırmızı-beyaz renkleri taşıyan başlıklarla verilmiştir. Sayfanın solunda bir Efes Pilsen bulunmaktadır. Sayfanın sağ üst köşesinde ise bira kapağı ve onun üzerinde 'kapağa bak heyecanı yaşa' sözleri yer almaktadır. Efes Pilsen kapaklarındaki hediyeleri gösteren reklamda özel Efes milli takım forması ve futbol topu ile bedava Efes kazanma şansı anlatılmaktadır).

Başlık-slogan(ilk sayfadaki reklamda: Bütün Kalpler Sizinle , Haydi Türkiye. 33.sayfadaki reklamda ise : Kupa heyecanının Efes Keyfiyle yaşayın! İlk 10 bin kişiye özel Efes milli takım forması, ikinci 10 bin kişiye futbol topu ve milyonlarca bedava!)(Fanatik gazetesi başlığın üzerinde 'Bütün Kalpler Sizinle Haydi Türkiye-Kupa Heyecanı Efes'le Yaşanır-Türkiye Ayakta Heyecan Dorukta!-Milyonlarca Yüreğin Sesi Dünyaya Ayağa Kaldırdı-Bu Gurur, Bu Coşku Türkiye'nin!-Haydi Türkiye Şeref Kürsüsüne-Kahramanlar Geliyor! Bayrağını Al, Taksim'e Gel!'ibareleri kullanılmıştır)

Gösterenler: Görsel metin(yarım sayfayı kaplayan ilanda Türk milli takım futbolcularının bir maç sonrası sevinci kullanılmıştır. Sayfanın solunda Türkiye futbol federasyonu, sağında ise Efes Pilsen logoları bulunmaktadır)

Başlık(Bütün Kalpler Sizinle, Haydi Türkiye!)

(Bu Gurur, Bu Sevinç ve Bu Keyif Türkiye'nin- Türk Milli Futbol Takımına Başarılarından Dolayı Teşekkür Ederiz)

(Milyonlarca Yüreğin Sesi Dünyayı Ayağa Kaldırdı. TÜR-Kİ-YE! Milli takımımızı Coşkuyla Kutluyor, Çeyrek Finalin Gururunu Yaşıyoruz)

Gönderge sistemleri: Tıpkı Carlsberg bira reklamında olduğu gibi; Bira ile futbol ve erkek kimliği bağlantısı. Özellikle Fanatik gazetesinde kullanılan başlıklarda tüm ülke, milyonlarca yüreğin etkisi vurgulanmaktadır.

Mitler: Futbol erkek dünyasının kapılarını ardına kadar açan bir alandır. Futbol, erkeklerin kendi hemcinsleri ile bir arada oldukları ve geçmişten getirdikleri bir takım alışkanlıkları: argo bir dil kullanımı-alkol tüketimi, benzer anıların paylaşımı vb. paylaştıkları alandır. Futbol ve alkol birlikteliği erkek egemen dünyaya ilişkin ipuçlarını taşımaktadır. Soğuk içilen bira ve futbol seyrinin bütünleştirilmesinde olduğu gibi. Futbolun savaşın önüne geçtiği bir dünyada futbolcular, elde ettiği başarılarla ülke gururunu ve onurunu temsil eden kahramanlara dönüşmektedirler.

Analiz: Efes Pilsen, Türk milli takımının ana sponsoru olarak, bu logoyu şişelerinde/kutularında kullanmaktadır. Aldığınız her Efes birasının üzerinde Türkiye futbol federasyonu armasını ve Efes Pilsenin ana sponsor olduğunu görürsünüz. Ayrıca kupa süresince Hürriyet gazetesinin spor sayfalarındaki haberleri Efes Pilsenin sponsorluğunda evinize getirildiği ibaresi ile birlikte spor sayfalarını çepeçevre saran 'Haydi Türkiye ! Efes Pilsen- Efes Pilsen-Bütün Kalpler Sizinle' sloganları ve Efes Pilsen kapağı-kırmızı beyaz renkler taşıyan futbol toplu logolar bulunmaktadır.

6) Saat&Saat, Fanatik(3 Haziran 2002):12

Gösterenler: Görsel metin(tam sayfa yayınlanan reklamda yeşil zemin ve beyaz çizgiler ile birlikte futbol alanı üzerinde tıpkı futbolcuların dizilişinde olduğu gibi saat markaları dizilmiş ve onların hemen altında milli takım futbolcularının isimleri yer alıyor. Örn. Kaleci Rüştü-Adidas saat, Teknik Direktör Şenol Güneş –Adidas saat gibi. Ayrıca zeminin tam ortasında Ay yıldız silueti bulunuyor ve kırmızı harflerle başlık kullanılmış)

Başlık-slogan(Tüm Saatlerimizi Galibiyete Ayarladık)

Gönderge Sistemleri: Zamanın kullanımı ile futboldaki 90 dakikalık oyun süresi.

Mitler: Zaman miti. Kapitalist sistemin en önemli ölçüm araçlarından birisi.

Analiz: Bu reklam metninde Saat&Saat firmasının farklı saat markaları ile milli takım oyuncuları arasında kurduğu bir bağlantı söz konusu ve 'tüm saatlerimizi galibiyete ayarladık' başlığı ile milli takım gibi biz de hazırız ve galibiyeti/başarıyı bekliyoruz denilmektedir.

7)Bigstar, Fanatik(3 Haziran 2002): 6

Gösterenler: Görsel metin(podyum üzerinde yer alan mankenler(kıyafetlerinde kırmızı beyaz renkler ağırlıkta) ve ellerinde tuttukları pankarttın üst kısmında ay-yıldız yer alırken, altta Bıgstar 'milli takıma başarılar diler' ibaresi bulunmaktadır .

Başlık(Milli Takıma Başarılar Diler)

Gönderge Sistemleri: Dünya kupası döneminde kırmızı beyaz renklerin ağırlıklı olarak kullanılmasından hareket eden firma, kendi reklamı için bu renkleri podyuma taşımıştır. Tekstil alanında faaliyet gösteren Bıgstar firması, Türk bayrağı ve Türk Milli takımı imgelerini podyumlar üzerinden kendi logosu ve amblemi ile kamuoyu ile buluşturmaktadır.

Mitler: Türkiye miti(kırmızı beyaz renkler)

Analiz: Reklam metninde kırmızı beyaz renklerin ağırlıklı olarak kullanılması, milliyetçi hassasiyetlerin arttığı bir dönemde ülke içine yönelik bir uygulama biçimidir. Tekstil alanında dünyanın önde gelen ülkelerinden birisi olan Türkiye ve Türk pamuklu kumaşı, ülkeyi simgeleyen renkler ve takım ile bütünleştirilmektedir.

8) **Momentus,** Fanatik(3 Haziran 2002):7

Gösterenler: Görsel metin(kırmız beyaz zemini ikiye bölen Momentus saat ve kırmızı beyaz renklerin ve düdüğün kullanımı)

Başlık(Bu heyecan hiç bitmesin- Milli takımımıza başarılar dileriz)

Slogan(Tüm zamanların en iyi saati)

Gönderge sistemleri: Bir önceki reklamda olduğu gibi zamanın kullanımı ve futbol oyunu arasındaki bağlantı. Burada ilave olarak hakemi ve hakemin saat kullanımını çağrıştıran düdük de söz konusu ve bu düdük kırmızı-beyaz renklerden yapılmış olup Türk bayrağının logosunu taşımaktadır.

Mitler: Zaman miti (Vakit Nakittir)

Analiz: Momentus firması tüm zamanların en iyisi olduğunu Türk milli takımını ve renklerini kullanarak müşterilerine bir kez daha hatırlatıyor ve ülke içi pazara yönelik vurgulamalardan yararlanıyor.

9) Turkcell, Fanatik(4 Haziran 2002):6

Gösterenler: Görsel metin(yarım sayfayı kaplayan ilan kırmızı zemin üzerine

Beyaz harfler kullanılarak yazılmış. Turkcell maskotu ve elinde futbol topu ile Turkcell'in milli takım resmi iletişim sponsoru olduğunu belirten bir logo bulunuyor. Bu logonun altında mavi bir bant çizgi ve en köşede beyaz harfler ile yazılan Turkcell)

Başlık(180 dakikamız daha var... Tek ses, tek yürek arkanızdayız. Haydi çocuklar!)

Slogan(Kupa kapsama alanımızda)

Gönderge sistemleri: Futbol ile birlikteliği her geçen gün artan büyük bir sektör ve onun müşteri kitlesi.

Mitler: Birlik ve Beraberlik mitleri.

Analiz: Türk milli takımının resmi iletişim sponsoru olan Turkcell, 'kupanın kapsama alanımızda' olduğunu ve bir üst tura çıkabilmek için kalan 180 dakikalık zamanda, ülke olarak milli takımın arkasında yer almakta olduğumuz mesajını işlemektedir. Turkcell,

dünya kupası boyunca yaptığı kampanyalar ile hem adını daha fazla dolaşıma sokmuş hem de kullanıcı sayısını arttırmıştır(30 Haziran 2002 tarihli Hürriyet Gazetesine verilen Turkcell reklamında Milli takımı destekleyen herkese Cumartesi-Pazar günleri her aramada ikinci dakikadan sonra 10 dakika bedava! Süre verildiği belirtilmektedir)

10) İpragaz, Fanatik(4 Haziran 2002):5-(9 Haziran 2002):4/ Hürriyet(26 Haziran 2002):32

Gösterenler: Görsel metin(milli takım kalecisi Rüştü Rençber'in bir topu kurtarışının gösterildiği metinde 'Emin ellerdesiniz' mesajı verilmektedir)

Başlık(Emin Ellerdesiniz... Milli Takımımıza Dünya Kupasında Başarılar Dileriz)

Slogan(40 yıldır birlikteyiz. Bizimle emin ellerdesiniz. İpragaz: Tamam O zaman)

Gönderge Sistemleri: Güvenlik, emniyet, deneyim.

Mitler: Milli takım kalecisi Rüştü ile emin ellerde olduğu gibi, Türk halkı da 40 yıldır İpragaz ile emin ellerdedir. Reklamda kalite ve deneyim insan hayatı için son derece önemlidir düşüncesi işlenmektedir.

Analiz: Rüştü'nün kurtarışı ile İpragaz markası arasında bir benzerlik kurulmakta ve her ikisinde de emin ellerde olacağınız düşüncesi aktarılmaktadır. Ayrıca, milli takıma başarılar dilenmesi de bu süreci tamamlamıştır.

11) İstikbal, Fanatik(9 Haziran 2002):3

Gösterenler: Görsel metin(yarım sayfayı kaplayan reklamda kırmızı zemin üzerinde İstikbalin çift kişilik bir yatağı bulunmaktadır. Ayrıca düzenlenen kampanya şartları ile yazılı bir metin vardır)

Başlık(Uyuyan Taraftar İstemiyoruz! Milli takımın dünya kupasında başarılı olması her şeyden önemli. Eğer İstikbal yataklarında uyursanız sabahları dinç kalkarsınız. Maçları coşkuyla seyreder, milli takıma enerji yollarsınız.

Slogan(Rahatlığın Adresi)

Gönderge Sistemleri: Konfor, rahatlık, sağlık.

Mitler: Kaliteli ve sağlıklı bir yaşam için uyku son derece önemlidir. Uykunuzu iyi alabilmenin yolu ise yatağınızı değiştirmekten geçer. İstikbal yatakları ile sabahları dinç kalkar ve hatta dünya kupasındaki oyuncularımıza 'pozitif enerji' yollarsınız.

Analiz: Reklam metninde 'uyuyan taraftar istemiyoruz!' başlığı ile maçlarda takımını desteklemeden sadece maçı izleyen ve bunun içinde diğer taraftarlar tarafından

eleştirilen 'uyuyan taraftar istemiyoruz' sloganına bir gönderme yapılmaktadır. Yatakta düzenlenen yeni kampanyalar ile milli takımın başarısı arasındaki bağlantı ise sabahları dinç kalkmak ve enerji yollamak ile anlatılmıştır.

12) İstikbal, Fanatik:2(13 Haziran 2002)/Fanatik:3(22 Haziran 2002)

Gösterenler: Görsel metin(yarım sayfalık ilan ortadan ikiye ayrılmış bir tarafında İstikbal fabrikası önünde çalışan on bir işçinin fotoğrafı yer alırken, diğer taraf kırmızı zemin ve milli takım oyuncularının isimlerini taşıyan fabrika çalışanlarının silueti ve yaptıkları işler belirtilmekte)

Başlık(Türkiye için çalışıyorlar...Başarılar Dileriz)

Slogan(Yaşanacak Çok Şey Var)

Gönderge Sistemleri: Konfor, rahatlık ve sağlık aynı zamanda Türkiye için çalışan bir firma ve çalışanları.

Mitler: Türkiye miti.

Analiz: Türk milli takım oyuncularının isimlerini taşıyan Fabrika çalışanlarının oluşturduğu takım, tıpkı milli takım gibi Türkiye için çalışmaktadır.

13) Turkcell, Hürriyet:22-Fanatik:5(14 Haziran 2002)

Gösterenler: Görsel metin(Yarım sayfa kırmızı zemin üzerinde beyaz harflerle milli takım oyuncularının isimleri yer alıyor. Turkcell maskotu ve logosu alt köşede bulunmakta)

Başlık(Dün doğan erkek çocuklar çok şanslı, Çünkü birçoğunun ismi; Rüştü-Ömer-Zafer-Bülent-Fatih-Abdullah-Alpay-Tugay-Emre-Ergün-Hasan-Tayfur-Nihat-Ümit-Okan-Yıldıray-Mustafa-Arif-İlhan-Hakan. 70 milyon, bu isimleri hafızasına kazıdı!)

Slogan(Kupa Kapsama Alanımızda)

Gönderge Sistemleri: Futbolda elde edilen başarıyı sağlayan ekibin isimleri ile doğan erkek çocuklarına verilecek isimler. Başarı, gurur, şans.

Mitler: Kahramanlık, erkeklik onuru-gururu.

Analiz: Reklam metninde tüm milli takım futbolcularının isimleri ile doğan erkek çocuklar arasında ustaca kurulan bağlantı, bugünü ve geleceği birbirine aktarmaktadır. Bu aktarmanın sağlanmasında ise milli takımın resmi iletişim sponsoru olan Turkcellin reklamı bulunmaktadır.

14) Shell, Hürriyet(14 Haziran 2002):21/Hürriyet(18 Haziran 2002):27/ Hürriyet:32-Fanatik:4(19 Haziran 2002)/Hürriyet(23 Haziran 2002):31/ Hürriyet:33(24 Haziran 2002)

Gösterenler: Görsel metin(Yarım sayfa kırmızı zemin üzerinde milli takım ve Shell milli takım resmi sponsoru yazıları beyaz renk kullanılarak, "beraber yürüdük biz bu yollarda" Shell'in rengi olan koyu sarı ile yazılmıştır. Metnin tam ortasında yer alan Shell'i simgeleyen Deniz kabuğu da kırmızı beyaz rengindedir ve altta Türkiye Futbol federasyonu ile Shell'in logoları bulunmaktadır)

Başlık(Milli Takımımızla daha nice Zaferlere...)

Slogan(Beraber Yürüdük Biz Bu Yollarda!)

(Şimdi Sıra Dünya Kupasında)

Gönderge Sistemleri: Bu ülke ve insanları için çalışıyoruz. Birliktelik, her koşulda ve ortamda beraber olmak.

Mitler: Uzun yol ve güvenlir-güçlü bir partner:Shell miti.

Analiz: Reklamda, tribünlerde çok sık kullanılan bir şarkının sözleri kullanılmaktadır. 'Beraber yürüdük biz bu yollarda' denilerek Shell ile Milli takım arasında kurulan sponsorluk ve kader ortaklığı üzerine vurguda bulunulmakta ve ardından bu birlikteliğin daha nice zaferlerde süreceği düşüncesi vurgulanılmaktadır. Kırmızı beyaz renklerin seçimi de ülke içi piyasaya yönelik bir göndermedir.

15) Hyundai, Hürriyet(14 Haziran 2002):6/Hürriyet(19 Haziran 2002):6

Gösterenler: Görsel metin(sayfanın tamamını kaplayan reklam metninin üçte ikilik kısmı kırmızı zemin ve üzerinde beyaz rengin kullanıldığı ifadelerle doludur. Geri kalan kısımda ise milli takıma başarılar dileyen yazılı bir metin ve Hyundai marka araç çeşitleri bulunmaktadır. Ayrıca sayfanın sol üst köşesinde dünya kupası resmi sponsoru olduğunu belirten bir logo da yer almaktadır).

Başlık(Her Zaman Yanınızdayız!- 48 yıl aradan sonra Dünya kupası heyecanının bize yaşatan, aldığı galibiyetle hepimizi sevince boğan Milli Takımımıza teşekkür eder, 2.Tur'da başarılar dileriz)

(Her Zaman Yanınızdayız!- 48 yıl aradan sonra Dünya kupası heyecanının bize yaşatan, aldığı galibiyetle hepimizi sevince boğan Milli Takımımıza teşekkür eder, Çeyrek Finalde başarılar dileriz)

Slogan(Her zaman yanınızda)

Gönderge Sistemleri: Konfor, rahatlık, her arandığında yanında olma.

Mitler: Yaşam koşuşturması içinde güvenilir bir partner miti: Hyundai. 'Her zaman yanınızdadır.

Analiz: Reklam metninde kırmızı beyaz renklerin kullanımı ile iç pazara yönelik bir düşünce hakimdir ayrıca kırmızı zemin üzerinde farklı dillerde yazılmış milli takımın başarısını anlatan mesajlara yer verilmiştir. Tıpkı Carlsberg birada olduğu gibi Hyundai firması içinde Türk milli takımı 'kendi' milli takımları olup çıkmıştır ve bu mesaj 'milli takımımıza başarılar dileriz' şeklinde aktarılmaktadır.

16) Foam Arko, Fanatik(14 Haziran 2002):11

Gösterenler: Görsel metin (Arko traş köpüğünün diklemesine görüntülendiği ve milli takıma başarıların iletildiği bir metin söz konusudur)

Başlık(Darısı Çeyrek Finale!- 2.Tura Yükselen Millilerimizi Yürekten Kutluyoruz...)

Gönderge Sistemleri: temiz, bakımlı, çağdaş erkek için gerekli olan traş sabunu ve kolonyası.

Mitler: Bakımlı ve Temiz Erkek miti.

Analiz: Bu reklam metninde, erkeklere özgü bir alan ile yine erkeklerin kullandığı bir ürün arasında bağlantı kurulmaktadır.

17) Bellona, Fanatik(18 Haziran 2002):3

Gösterenler: Görsel metin(yarım sayfayı kaplayan reklamda bir salon takımı sergilenmektedir ve şeref tribünü olarak nitelenen bu ortamda bir Türkiye atkısı yer almaktadır)

Başlık(Şeref Tribünü-Bellona koltuk ve kanepeler, rahatlığı, ergonomiyi, şıklığı ve kaliteyi bir arada sunuyor. Dünya kupası maçlarında şeref tribününde siz de yerinizi alın)

Gönderge Sistemleri: Rahatlık, ergonomi, şıklık ve kalite içeren bir dünya.

Mitler: Şeref Tribünü, futbolda protokol mensuplarının oturduğu özel bölümdür. Bu bölüme herkes giremez. Bellona koltuk ve kanepeleri alarak özel birisi olursunuz ve şeref tribünündeki yerinizi alırsınız. Farklı olma, özel olma mitleri.

Analiz: Bellona reklam metninde kullanılan ifadeler ile rahatlık, şıklık, ergonomi ve kalite içeren bir dünyanın kapıları müşterileri için açılmaktadır. Bellona satın alan bu

müşteriler tıpkı futbol maçlarındaki şeref tribününde yer alan 'özel-farklı' kişiler gibi bir ayrıcalığı edinebilmektedirler. Bellona alın siz de diğerlerinden farklı olun mesajı verilmektedir. Bu mesaj verilirken bir koltuk üzerine bırakılan Türkiye atkısı da gözden kaçmamaktadır.

18) Boxer Peugeot, Hürriyet:33-Fanatik:5(19 Haziran 2002)

Gösterenler:Görsel metin(yarım sayfayı kaplayan metin kırmızı zemin ve üzerine beyaz renkler kullanılarak hazırlanmıştır. Metnin sol alt köşesinde ve sağ üst tarafında Boxer marka araba görülmektedir)

Başlık(Profesyoneller yoluna devam ediyor. Milli takımımıza çeyrek finalde de başarılar dileriz)

Slogan(Profesyonellerden Profesyonellere)

Gönderge Sistemleri: Profesyonel deneyimin önemi. Marka ve profesyonelliğe yapılan vurgu.

Mitler: Profesyonel yaşam ve bunu sağlayacak her türlü aracın öne çıkartılması. Hayatta ancak profesyoneller yoluna devam eder sloganı ile kapitalist sistemin olmazsa olmazını tanımlamaktadır.

Analiz: Reklamda kırmızı zemin ve beyaz rengin kullanılması iç piyasaya yönelik satış planlaması vurgusunu ortaya koymaktadır. Profesyonellikle- milli takım arasında kurulan bağlantı ile ise başarının ancak bu şekilde sağlanacağı düşüncesi güçlendirilmektedir.

19) Isuzu, Fanatik(19 Haziran 2002):7

Gösterenler: Görsel metin(sayfanın alt kısmında bulunan metinde Isuzu ve Türkiye markalarına vurguda bulunulmakta ve sol tarafta Türkiye, sağ tarafta ise Japonya bayrakları bulunmaktadır)

Başlık(Isuzu: Bir Japon Markası- Türkiye: Bir Futbol Markası)

Slogan(Yıllarca Yollarca Şampiyon)

Gönderge Sistemleri: Futbol ve Araç markaları.

Mitler: Japon teknolojisinin gücünü gösteren Isuzu markası ile Türk futbol markası arasındaki benzerlik.

Analiz: Bu reklam metninde her iki ülkenin bayrağı ve güçlü oldukları markaları ön plana çıkartılmıştır. Futbolda Türk milli takımının elde ettiği başarılar ile Japon markası olan Isuzu'nun başarıları ve gücü bağdaştırılmaktadır.

20) Pepsi, Hürriyet:31-Fanatik:2(22 Haziran 2002)/Hürriyet:33-Fanatik:5 (26 Haziran 2002)/Hürriyet:31-Fanatik:2(30 Haziran 2002)

Gösterenler: Görsel metin(Tam sayfa verilen ilanın altında Pepsi, üst kısmında ise Ümit Davala ile Türk bayrakları yer almaktadır. Sayfanın tam ortasında ise başlıkta mavi Pepsi renkleri olan mavi kullanılmıştır)

(Tam sayfa verilen ilanda bu kez Ümit Davala yerine Japonya maçında golü atan İlhan Mansız yer almaktadır. Sayfanın tam ortasında ise başlık mavi Pepsi renkleri ile yazılmıştır)

(Tam sayfa verilen ilanda Emre Belözoğlu ve Ümit Davala'nın gol sevinci yer almaktadır. Sayfanın tam ortasında başlık yer alırken altta Pepsi bulunmaktadır)

Başlık(Bilirsin Zırdeliyiz Biz! Onları en iyi Pepsi tanıyor. İsterlerse neler yapabileceklerini çok iyi biliyor, ilk günden beri...Çünkü Pepsi, 1996'dan beri Türk Milli Takımının yanında. Şampiyonluğa çeyrek kaldı. Yolunuz zafer olsun)(Amansız!- Asıl altın gol finalde. Türkiye, daha fazlasına hazır. Pepsi, Türk Milli Takmına sonuna kadar inanıyor. Tıpkı ilk günkü gibi. Şampiyonluğa iki adım kaldı. Yolunuz zafer olsun)

(Sultanların Dansı- Önce Sahada Yaptılar Danslarını, Dünyalar Bizim Oldu. Şimdi Eve Dönüyorlar. Yetmiş Milyon Onlara Tek Tek Sarılsın Diye. 1996'dan Beri Her Gün, Her Şartta, Türk Milli Takımı'nın Yanında Olan Pepsi, Onlarla Gurur Duyuyor. 2006'da Yolumuz Zafer Olsun)

Slogan(Daha Fazlasını İste)

Gönderge Sistemleri: Hayattan hep daha fazlasını isteyecek bireylere hitap etmektedir. Hatta bu bireyler biraz da çılgınlardır.

Mitler: Hep daha fazlasını isteyecek olanlar için Pepsi miti. Elindekilerle yetinmek yerine daha fazlasının peşinden koş, kapitalist tüketim mantığının tipik bir yansıtıcısı ile karşı karşıyayız.

Analiz: Milli takım resmi içeceği olan Pepsi 1996 yılından bu yana milli takım ile olan bağlantısını reklam metnine taşımıştır ve bu başarının tesadüf olmadığını, bu aşamaların hepsinde milli takımımızın yanında olduğunu belirtmektedir. Daha fazlasını

isteyecek bir kuşak için Pepsinin sloganı, çağın tüketim değerleri ile futbol arasındaki bağlantıyı göstermesi açısından son derece önemlidir. Reklamın altında Pepsi ve Türkiye Futbol Federasyonunun logoları bulunmaktadır.

21) Vepa Dynamic, Hürriyet Özel(22 Haziran 2002):12

Gösterenler: Görsel metin (Yarım sayfalık ilan metni kırmızı beyaz renklerle hazırlanmıştır. İlanın sol tarafında iki adet diş fırçası görülmektedir)

Başlık(Milli Takıma Dynamic Bir Gün Diliyoruz)

Slogan(Sağlıklı Dişler, Beyaz Gülüşler)

Gönderge Sistemleri: Dinamiklik, enerji.

Mitler: Türkiye miti(renklerin kullanımı)

Analiz: Reklam metni kırmızı beyaz zemin üzerinde milli takıma, diş fırçasının ismini taşıyan dynamic bir gün diliyoruz denilerek hazırlanmıştır. Diş Fırçalarının rengi de kırmızı beyazdır, böylece ülkenin en çok kullandığı renk ve marka üzerinden bir pazarlama stratejisi geliştirilmektedir.

22) DYO, Hürriyet Özel(22 Haziran 2002):10-11

Gösterenler: Görsel metin(İki tam sayfayı kaplayan ilanın ilk sayfasında kırmızı zemin üzerinde beyaz renkler kullanılmış ve altta yer alan dyo markasının üzerine ise başlık yazılmıştır. İkinci sayfa ise ikiye ayrılmıştır. Üst tarafta bir Türkiye bayrağı bulunmaktadır. Alt taraf ise beyaz zemin üzerinde siyah renklerle yazılan bir başlık ve kırmızı ile yazılan dyo markası ibaresinden oluşmaktadır)

Başlık(ilk sayfa: Biz 75 Yıldır Türkiye'yi Renklendiriyoruz, Siz 90 Dakikada Kalplerimizi Renklendirdiniz!)(İkinci sayfa: Tebrikler Milli Takım)

Gönderge Sistemleri: Türkiye'nin ve Kalplerimizin renklendirilmesi.

Mitler: Boyama/Renklendirme miti. Türk Bayrağı Miti.

Analiz: Türkiye'nin önde gelen boya kuruluşlarından birisi olan DYO firması, iki sayfalık bu ilanı ile hem kendi başarılarını/yaptıklarını hem de milli takımın başarılarını birleştirmekte, böylece de kendi markasını, ülkenin içinde bulunulan dönemdeki en önemli markası olan milli takımla aynı aşamada göstermiş olmaktadır. İkinci sayfanın yarısını kaplayan Türk bayrağı ve milli takımın tebrik edilmesi de yapılan vurguya yönelik bir adımdır.

23) Shell, Hürriyet Özel(22 Haziran 2002):9/Hürriyet(27 Haziran 2002):31-Hürriyet:17-Fanatik:3(30 Haziran 2002)

Gösterenler: Görsel metin(Sayfanın tamamını kaplayan ilanının altında bir gol sonrası sevinen milli takım futbolcuları yer almaktadır. Üst tarafta ise kırmızı beyaz Shell logosu ve altında bir metin yer alır. Sayfanın en altında ise Shell milli takım resmi sponsoru ibaresi ile Türkiye Futbol Federasyonu ve Shell logoları bulunmaktadır)

(Sayfa üzerinde diklemesine yer alan reklam metni kırmızı zemin üzerinde, üst kısımda kırmızı beyaz renklerle bezeli Shell deniz kabuğunun hemen altında beyaz renklerle yazılmış 'unutulmaz bir destan yazdınız! Ardından ise Shell renkleri ile yazılan Bize Büyük Gurur Yaşattınız sözleri ve bunun altında milli takım futbolcularının gol sevinci yer almaktadır. En altta ise Shell milli takım resmi sponsoru yazısının solunda Türkiye Futbol Federasyonu logosu, sağında ise Shell logosu bulunmaktadır)

Başlık(Beraber yürüdük biz bu yollarda! 70 Milyon Tek Yürek Kupa Yolunda...)

Metin(Tutku ve enerji; hep kazanan, şampiyon takımlar yaratır. Ve şampiyonları kimse unutmaz.

Millilerimiz...hepsi enerji dolu, hepsi tutkulu...çok çalıştılar, hepsi kazanmak için oradalar...tek bir beyin olmuşlar, hepsi kupayı istiyorlar...bizim için, Türkiye için!

Ve biz, 48 yıl sonra katıldığımız Dünya Kupasında Milli Takımımızı seyrederken, attığımız her golde, kazandığımız her maçta onlara daha çok inanıyoruz.

Bu takım zaferleri hak ediyor...bu takım böyle büyük bir ulusun desteğini hak ediyor. Bu takım teşekkürü hak ediyor.

Bize Yaşattığınız Coşku İçin Teşekkürler!)

Gönderge Sistemleri: 70 milyon insan.

Mitler: Türk ulusunun büyük bir ulus olduğu miti.

Analiz: Milli takım resmi sponsoru olan Shell, 'bizim' için mücadele eden 'milli takımımıza' olan şükranlarını ve teşekkürlerini iletirken, tüm ülkenin dünya kupası yolunda tek yürek olduğu mesajını vermektedir. Milli takımın elde ettiği başarılı sonuçlar sonrasında verilen 'unutulmaz bir destan yazdınız' ifadesi beyaz renklerle yazılırken, 'bize büyük gurur yaşattınız' ifadesi ise Shelli simgeleyen koyu sarı renklerle yazılmıştır. Bu hem milli takımın hem de onu destekleyen Shell'in yaşattığı bir gurur biçiminde gösterilmektedir.

24) Turkcell, Hürriyet Özel(22 Haziran 2002):7

Gösterenler: Görsel metin(sayfanın tamamını kaplayan metinde kırmızı zemin ve beyaz renkler kullanılmıştır. Sayfanın altında Turkcell logosu ve maskotu bulunmaktadır. Reklam metninde Milli takım futbolcularına yazılmış bir mektup yer almaktadır)

Metin(Sevgili,

Rüştü, Ömer, Arif, Emre, Bülent, Ümit, Alpay, Tayfur, İlhan, Ümit, Okan, Tugay, Ergün, Abdullah, Yıldıray, Hakan, Hasan, Emre, Hakan, Mustafa, Serhat, Zafer, Fatih, Cihan, Metin, Şenol, Ünal, Mehmet, Can, Cengiz, Abdurrahman, Mehmet, Ergin, Uğur, Ali, Cengiz, İbrahim ve Durmuş;

Bu mektubu size çok uzaklardan, Türkiye'den yazıyoruz.

Hepiniz bizim gözümüzde birer kahramansınız.

Tüm Türk halkı ve siz güçlerimizi, duygularımızı

Ve inançlarımızı birleştirerek hedefe adım adım yaklaştık.

Bu mektubu yazarken size inananların sayısı

70 milyonun çok çok üstüne çıktı.

Dünya artık 'Türkler geliyor' diyor.

Bu coşkuyu, bu umudu, bu güveni siz oluşturdunuz.

Hepiniz birer yıldızsınız ve ne mutlu ki bizim yıldızlarımızsınız.

Yıldız demişken son olarak şunu söyleyelim:

Göğsünüzdeki ay-yıldızın üzerine,

Dünya kupası kazanmış diğer takımlar gibi

'Şampiyonluk Yıldızı'nı takıp gelin.

Bunun için sadece 270 dakikamız kaldı.

Sizi çok seviyoruz.)

Gönderge Sistemleri: Kahramanlık, Türkler, İnançlar, Yıldızlar.

Mitler: İnanç birlikteliği ve Türkler geliyor miti.

Analiz: Turkcell, milli takım oyuncuları ve yöneticilerine yazdığı bu mektup ile Türk halkının yıldızları haline gelen bu insanlara duyulan güveni ve inancı aktarmakta ve 70 milyonun üzerinde bir kitlenin, onları desteklediğini ileri sürerek Türklerin tarih sahnesindeki yerini yeniden almaya başladığı düşüncesinin ipuçlarını vermektedir.

25) İş Bankası, Hürriyet Özel(22 Haziran 2002):5/Hürriyet(30 Haziran 2002):6

Gösterenler: Görsel metin(Sayfanın tamamını kaplayan ilanda 1.Devre-2.Devre ve 3.Devre olmak üzere üç parçaya ayrılmıştır. 1 ve 2.Devreler oyunun oynandığı futbol sahasını gösterirken, 3.Devre maçın galibi olan Türkiye'yi, Türk bayrağı ile göstermektedir. Altta ise yazılı bir metin ve Türk milli takımın ana sponsoru olduğunu belirten bir ibare bulunmaktadır)

(Sayfanın üçte ikisini kaplayan reklam metni kırmızı zemin üzerine beyaz renklerle yazılmış bir Türk dünyaya bedeldir sözünün başına siyah renkle ilave edilen 1 rakamı ile 11 Türk dünyaya bedeldir şekline dönüşmüştür. Metnin en altında ise İş bankası logosu yer almaktadır)

Başlık(Bir sıfır olsun bizim olsun, haydi çocuklar bugün bayram olsun)

(11 Türk Dünyaya Bedeldir-Yaşattığınız Sevinç İçin Hepinize Teşekkürler)

Slogan(Türkiye'nin Bankası)

Gönderge Sistemleri: Bayram Havası- Türkün Büyüklüğü.

Mitler: Türklük- Türkiye miti.

Analiz: Milli takım ana sponsoru olan Türkiye İş Bankasının reklam metninde oyun üç devreye ayrılmıştır. Birinci ve ikinci devrelerin sonunda kazanan Türk bayrağı ile simgelenen Türk milli takımıdır. Futbol literatüründe çok sık kullanılan 'bir sıfır olsun bizim olsun' lafı da İş bankası reklamına taşınmıştır.

30 Haziran tarihli reklam metninde ise Bir Türkün Dünyaya Bedel olduğu sözü-11 Türk ile (yani milli takım futbolcuları ile değiştirilmiştir) Onlara yaşattıkları sevinç için teşekkür edilmektedir.

26) Efes Pilsen, Hürriyet Özel (22 Haziran 2002) :2/Hürriyet(30 Haziran 2002): 33

Gösterenler: Görsel metin(sayfanın tamamını kaplayan ilanın üst kısmında Türk milli takım futbolcularının bir maç sonrası sevinci kullanılmıştır. Sayfanın alt kısmında yazılı metin yer alırken, metnin alt tarafının solunda Türkiye futbol federasyonu, sağında ise Efes Pilsen logoları bulunmaktadır)

(Sayfanın yarısını kaplayan reklam metninde milli takım oyuncularının toplu fotoğrafı yer almakta ve altında Kırmızı zemin üzerine beyaz renklerle; Kahramanlar geliyor!-Bayrağını Al, Taksim'e Gel ifadeleri yer almaktadır. Reklam metninin altında ise Efes Pilsen ve Türkiye Futbol Federasyonu logoları ile Efes Pilsen'in Türk milli futbol takımı ana sponsoru yazısına yer verilmektedir)

Başlık(Teşekkürler Milli Takım!- Tarihe Altın Bir Sayfa Yazan Ve Dünyanın En İyi 8 Takımından Biri Olmanın Gururunu, Onurunu Tüm Ulusumuza Yaşatan Milli Takımımızı Yürekten Kutluyoruz)

(Kahramanlar Geliyor! 70 milyonu Ayağa Kaldıran Milli Takımımızı Hep Birlikte Taksim'de Karşılıyoruz. Gelin Yaşadığımız Coşku ve Sevgiyi Onlarla Paylaşalım. Ulusal Gururumuzla Taksim'de Buluşalım. Bayrağını Al, Taksim'e Gel!)

Gönderge Sistemleri: Başarı, Gurur (Ulusal Onur)

Mitler: Türklük miti.

Analiz: Milli takım ana sponsoru olan Efes Pilsen, tıpkı diğer sponsorlar gibi milli takımın her başarılı sonrasında, milli takıma ve Türk ulusuna övgüler dolu ifadelerle yüklü reklamlar vermektedir. Dünyanın en iyi sekiz takımından birisi olan milli takım oyuncularına teşekkür edilmektedir.

27) Carlsberg, Hürriyet:36-Fanatik:3(23 Haziran 2002)/Hürriyet:2-Fanatik:3 (26 Haziran 2002)/Hürriyet:2-Fanatik:3(27 Haziran 2002)/Fanatik Özel:6-7

Gösterenler: Görsel metin(yarım sayfalık ilan yeşil zemin üzerinde beyaz renkler kullanılarak yazılmıştır. Türk milli takımının oynadığı her maç için boş bir bira bardağı ve altında rakiplerin isimleri yazılmıştır. Dolu iki bira bardağı ise yarı final ve finali temsil etmektedir. Finalin yanında ise Dünya kupası bulunmaktadır.)

(Yarım sayfalık ilan yeşil zemin üzerinde beyaz renkler kullanılarak yazılmıştır. Türk milli takımının oynadığı her maç için boş bir bira bardağı ve altında rakiplerin isimleri yazılmıştır. Dolu bardak Brezilya ile oynanacak yarı final maçını temsil etmektedir)

(Yarım sayfalık ilan yeşil zemin üzerinde beyaz renkler kullanılarak yazılmıştır. Türk milli takımının oynadığı her maç için boş bir bira bardağı ve altında rakiplerin isimleri yazılmıştır. Dolu bardak Finali ve yanındaki dünya kupası da onun sahibi olacak takımı simgelemektedir)

(İki sayfayı kaplayan reklam metni yeşil zemin üzerinde yer alan oynadığımız her takımı simgeleyen boşalmış bira bardakları ile gösterilmektedir. Dolu olan bardak ise üçüncülük maçı oynayacağımız Güney Kore'yi temsil etmektedir)

Başlık(Kupa için 2 Galibiyet Daha-Yarı Finalde Milli Takımımıza Başarılar Dileriz)

(Finale…Şerefe!-Milli Takımımıza Yarı Finalde Brezilya Karşısında Başarılar Dileriz)

(Darısı 2006'ya. Bize Yaşattığınız Coşku ve Heyecan İçin Teşekkür Ederiz)

Slogan(Part Of The Game)

(Güney Kore İle Yapacağımız Üçüncülük Maçında Milli Takımımıza Başarılar Dileriz)

Gönderge Sistemleri-Mitler-Analiz ilk reklam metni çözümlemesinin aynısıdır.

28) Turkcell, Fanatik(23 Haziran 2002):2

Gösterenler: Görsel metin(Sayfanın üçte ikisini kaplayan reklam metninde kırmızı zemin üzerinde beyaz renkler kullanılmış ve milli takım resmi iletişim sponsoru olan Turkcell maskotu ve logosu sayfanın altında yer almıştır. Ayrıca Türk bayrağı da başlığın hemen altında bulunmaktadır.

Başlık(Dünya Şampiyonluğu Yıldızı için... Son 180 dakika! İnandık, İnanıyoruz, İnanacağız...)

Gönderge Sistemleri: Dünya şampiyonluğu.

Mitler: İnanma miti.

Analiz: Bu reklamda Turkcell, dünya şampiyonluğu için kalan 180 dakikanın Türkiye lehine biteceğine duyulan inanca göndermede bulunmaktadır. Kullanılan Türk bayrağı da bu inancı desteklemektedir.

29) Sarar, Hürriyet(26 Haziran 2002):3

Gösterenler: Görsel metin(Sayfanın alt kısmında bulunan reklam metninde askılara asılmış olarak duran milli takım oyuncularının isimlerini taşıyan formalar ve altında ayakkabıları yer almaktadır. Bu görüntünün ön kısmında ise Sarar markasının gösterildiği bir takım elbise askısı bulunmaktadır. Kırmızı beyaz renkler kullanılmıştır. Alt metin de ise Sarar'ın 1997 den bu yana milli takım resmi sponsoru olduğu belirtilmektedir)

Başlık(Bu takım bir rüyayı gerçekleştiriyor!)

Gönderge Sistemleri: Başarı, rüyayı gerçekleştirme.

Mitler: Başarı miti.

Analiz: Bu reklam metninde milli takımın başarısı ile Sarar markasının başarısı arasında paralellik kurulmaktadır. Milli takım bir rüyayı, imkansızı gerçekleştirmektedir. Bu rüyayı gerçekleştirmede ona 1997 yılından beri destek olduğunu belirten Sarar markası da, tıpkı milli takım gibi aynı yoldan ilerlemektedir.

30) E-Kolay Net, Hürriyet(27 Haziran 2002):30

Gösterenler: Görsel metin(Sayfanın üçte ikisini kaplayan reklam metninde koyu renk üzerinde üstte ay-yıldız yer almaktadır. Ortada ise farklı dillerde yazılmış Türkiye ibareleri ve yazılı metin bulunmaktadır. En altta ise E-kolay netin logosu yer almaktadır)

Başlık(Turquia-Turguie-Turquia- Tüm dünyaya adımızı ezberlettiniz. Yüz milyonların hayranlığını 70 milyonun kalbini kazandınız. Sonsuz Teşekkürler..)

Gönderge Sistemleri: Ülke tanıtımında futbolun rolü ve önemi.

Mitler: Türk ve Türkiye miti.

Analiz: E-kolay netin reklam metninde, Türk milli takımının elde ettiği başarılı sonuçlar ile Türk adını tüm dünyada yeniden dolaşıma soktuğu belirtilmektedir. Milliler bu başarıları ile tüm ülke insanının kalbini kazanmışlardır.

V. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

2002 dünya kupası dönemini kapsayan reklam metinlerinde, ürün ile milli takım(futbol) arasında bir bağlantı kurulmuş ve bu bağlantı ile ürünün tanıtımı yoluna gidilmiştir. Reklam metinlerinde genel olarak kırmızı-beyaz renkler kullanılmış ve 'milli takımımıza başarılar dileriz' ibaresine yer verilmiştir. İncelenen reklam metinleri içerisinde, Türkiye milli takımının resmi sponsorları olan firmaların reklamlarının daha fazla yer aldığı görülmektedir. Milli takım ana sponsorları Efes Pilsen-Shell-İş Bankası, Pepsi Cola, Sarar ve iletişim sponsoru olan Turkcell'in vermiş oldukları reklam metinlerinde, Milli takımın sponsoru olduklarını belirten logoları yer almaktadır. Resmi sponsorların reklamlarında kendi markaları ile milli takım arasında kurulan bağlantının öneminin altı çizilmektedir.

Reklam metinlerini gönderge sistemleri, analiz bölümü ve mitler açısından inceleyeceğiz. İlk olarak reklam metinlerindeki gönderge sistemlerini şöyle sıralayabiliriz: Erkek kimliği ile futbol ve bira arasındaki bağlantı-En iyi olma ideali-Zamanın önemi-Güven-Emniyet-Deneyim-Konfor-Rahatlık-Sağlık-Başarı-Gurur-Şans-Birliktelik-Kalite-Marka-Daha fazlasını isteme-Renkler-Kahramanlık-Türkiye-Bayram havası-Rüyayı gerçekleştirmek-Tanıtım. İncelenen dönemde en fazla reklamı yapılan ürün Bira olmuştur. Milli takım resmi sponsoru olan Efes Pilsen ile kendisini futbol

tutkusunun sponsoru ilan eden Carlsberg'in verdiği ilanlardaki gönderge sistemi; erkek kimliği ile futbol ve bira arasındaki bağlantı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Futbol, kentlerin oyunudur ve futbolun İngiltere'deki örgütlenme mekanlarından birisi de Pub'lardır. İşçi sınıfının maçlar öncesi ve sonrasında Pub'larda bira içerek vakit geçirmesine dayanan, futbol-bira birlikteliği günümüzde bu ürünü pazarlayan kuruluşların tanıtımları ile de sürdürülmektedir. 'Futbol seyrinin birasız olmayacağı' üzerine yoğunlaşan bu tüketim kampanyası, özellikle dünya kupası gibi maç trafiğinin en üst seviyelerde bulunduğu bir ortamda etkisini göstermektedir. Dünya kupası dönemi tüm dünyada bira üretiminin arttığı ve satışlarda patlama yaşandığı dönem olmaktadır.

Reklam metinlerindeki analiz bölümlerinde ön plana çıkarılan kavramlar ise; futbol seyri bira ile tamamlanır-İdealler insanı canlı tutar-En iyi takım-Tüm saatlerimizi galibiyete ayarladık(futbol ile zaman arasındaki birliktelik)-Kupa kapsama alanımızda-Emin ellerdesiniz-Uykunun önemi-Türkiye için çalışmak-Bugün ile geleceği birleştirmek-beraberlik-Erkek dünyası-Kalite ve Farklılık-Profesyonellik-Marka-Tüketim-Milliyetçiliğe yapılan vurgu(kırmızı-beyaz renkler ve Türk bayrağının kullanımı)-Tek yürek olmak-İnanmak-Büyük Türk Milleti-Türklük.

Reklam metinlerinde kullanılan mitler incelendiğinde, futbolun erkek egemen dünyaya yönelik etkisi üzerinde durulmaktadır. Özellikle bira tüketimi ile futbolseverlik arasında kurulan bağın güçlendirilmesine yönelik 'Futbol Tutkusunun Sponsoru-Bira Tutkusunun Sponsoru-Kupa Heyecanı Efes'le Yaşanır' başlıkları, erkeklik mitinin inşası için son derece etkili olmaktadır. Erkeklik mitinin yanı sıra kullanılan diğer mitler şunlardır: En iyi olma-Teknoloji-Zaman-Emin ellerde olma-Kalite-Kahramanlık-Gurur-Güvenilir bir partner-Farklı Olma-Profesyonellik-Daha fazlasını isteme(Tüketim)-Türkiye-Türklük-İnanma-Başarı.

İncelenen reklam metinlerinde genellikle kırmızı beyaz renklerin ağırlığı bulunmaktadır. Ayrıca sık sık Türk bayrağının kullanılmaktadır. Türk bayrağı ve bayrağın renklerinin kullanılması iç piyasaya yönelik milliyetçi bir hamledir. Dünya kupası döneminde en çok satan renklerin kırmızı-beyaz renkler olduğunu göz önüne alacak olursak, bu tarz bir eğilim içerisinde bulunmanın da son derece doğal olduğu ortaya çıkacaktır. Firmalar kendi ürünlerinin pazarlanması için, milli takım ve bayrak üzerinden tüketici kitlesine mesaj göndermektedir. Bu mesajın altında 'Türk milletinin

ne kadar büyük bir millet olduğu-Biz en iyiyiz-En büyüğüz' düşüncelerine de göndermeler bulunmaktadır: 'Kahramanlar Geliyor!70 Milyonu Ayağa Kaldıran Milli Takımımızı Hep Birlikte Taksim'de Karşılıyoruz. Gelin Yaşadığımız Coşku ve Sevgiyi Onlarla Paylaşalım. Ulusal Gururumuzla Taksim'de Buluşalım. Bayrağını Al, Taksim'e Gel'. Ya da kendi markaları ile milli takımın başarısı arasında bir birliktelik kurulmaktadır: 'Bu gurur, Bu sevinç ve Bu Keyif Türkiye'nin-Türk Milli Futbol Takımına Başarılarından Dolayı Teşekkür Ederiz' ifadesinin kullanıldığı Efes Pilsen reklamındaki 'Gurur-Sevinç ve Keyif' aynı zamanda Efes Pilsen'indir. Buna benzer bir durum Shell'in reklamında da karşımıza çıkmaktadır: Milli takımın elde ettiği başarılı sonuçlar sonrasında verilen 'Unutulmaz Bir Destan Yazdınız' ifadesi beyaz renklerle yazılırken, 'Bize Büyük Gurur Yaşattınız' ifadesi ise Shell'i simgeleyen koyu sarı renkle yazılmıştır. Bu hem milli takımın, hem de onu destekleyen Shell'in yaşattığı bir gururu göstermektedir. Milli takım ana sponsoru olan Pepsi Cola dünya üçüncülüğü sonrasında gazetelere verdiği tam sayfa ilanda Sultanların Dansı başlığını kullanmaktadır. 'Önce Sahada Yaptılar Danslarını, Dünyalar Bizim Oldu. Şimdi Eve Dönüyorlar. Yetmiş Milyon Onlara Tek Tek Sarılsın Diye. 1996'dan Beri Her Gün, Her Şartta, Türk Milli Takımının Yanında Olan Pepsi, Onlarla Gurur Duyuyor. 2006'da Yolumuz Zafer Olsun'. DYO reklam metninde ise 'Biz 75 Yıldır Türkiye'yi Renklendiriyoruz, Siz 90 Dakikada Kalplerimizi Renklendirdiniz' denilmektedir.

Reklamın amacı ürünün müşteri kitlesi ile buluşturulması ve satışının gerçekleştirecek ortamın yaratılmasıdır. Kendi markaları ile Türkiye'nin önde gelen markası olarak nitelendirilebileceğimiz Milli takım arasında kurmuş oldukları birliktelik sonrasında, ürünlerinin tanıtımını ve geniş kitleler ile buluşmasını sağlayan firmalar için dünya kupasında milli takımın elde ettiği başarılı sonuçların olumlu etkileri olmuştur. Milli takımın dünya üçüncülüğü aşamasına kadar oynadığı yedi karşılaşmanın naklen yayınlanması ve bu süreçte gerek televizyonlarda gerekse de yazılı basında verilen reklamlar aracılığı ile ürün tanıtımının yanı sıra markanın tanınırlığı üst seviyelere ulaşmıştır. Türk milli takımına sponsor olan Efes Pilsen-Pepsi Cola-İş bankası-Shell-Turkcell gibi kuruluşların tanınırlıkları ve dünya kupası sürecindeki satışları artmıştır.

Tüketimin her türlü değerin önüne geçirildiği bir dönemde, reklam son derece önemli bir enstrüman haline dönüşmektedir. Reklamı iyi kullanmak, pazarı ele

geçirmeye ve rakiplerinin önüne geçmeye olanak sağlamaktadır. Bu yüzden de firmalar, kendi ürünlerinin, rakiplerinin ürünlerinin önüne geçebilmesi için reklam kozunu oynamaktadırlar. Ancak reklam kozunu oynamakta tek başına yeterli değildir. Reklamın hitap ettiği müşteri potansiyeli ve bu potansiyelin çeşitli hassasiyetleri de büyük önem taşımaktadır. Reklamcı, içinde yaşadığı toplumun değerleri ile zıtlaşmayacak, onların daha kolay kabulünü sağlayacak reklam metinleri ve filmlerini yapmak zorundadır. Dünya kupası sürecinde Türk milli takımının ve Türkiye'nin renklerinin ön plana çıkartılması da bu bakımdan anlaşılır bir durumdur. Reklamlarda, tribünlerde sık sık kullanılan bir takım şarkıların, sloganların kullanılması, bir takım özdeyişlerin kullanılması da yine bu açıdan anlamlıdır: Shell'in 'Beraber Yürüdük Biz Bu Yollarda' sloganı ile İş Bankasının '11 Türk Dünyaya Bedeldir' başlığında, reklamın içinde yaşanan toplum ile kurmuş olduğu bağlantıyı net bir biçimde görebilmekteyiz.

Futbol, metalaşma süreci ile birlikte dünyanın en çok izlenilen ve en çok üzerinde konuşulan spor dalı haline dönüşmüştür. Futbolun televizyon ile kurmuş olduğu birliktelik, futbolu farklı bir biçimde yeniden düzenlenen bir yapıya büründürmüştür. Bu yeni yapıda futbol, bir televizyon prodüksiyonuna dönüşmüştür. Maç öncesi, maç esnası ve maç sonrası görüntüleri içinde reklam ve reklam veren sponsor firmaların büyük etkisi olmaktadır. Futbol, endüstriyel bir alan haline dönüştükçe, futbolun taraftar ile kurmuş olduğu birliktelik ve bu birlikteliğin boyutları da değişmekte/dönüşmektedir. Futbol için artık sadece maçlara gelip takımını destekleyen taraftar kitlesi muteber değildir. Yeni taraftar tipi, takımının markalı ürünlerini satın alan, maçlara yüksek ücret ödemeyi göze alabilen adeta bir müşteriye dönüştürülmüş bireyler topluluğudur. Futbolun böylesi bir yeniden yapılanma içerisine girmesi sonrasında futbol ile bağlantılı uluslar arası büyük firmalar ve özellikle medya kuruluşları futbolun tüketim ideolojisinin aktarımı konusundaki önemini kavramışlar ve futbolun sadece yayınlanması, kitlelere ulaştırılması boyutu ile değil aynı zamanda futbol kulüplerinin satın alınması ve yeni dönemin koşullarına uygun olarak yeniden yapılandırılması işiyle de ilgilenmeye başlamışlardır. Futbol, günümüzde tüketim ideolojisinin bir takım değerlerinin geniş kitleler ile buluşturulmasında önemli bir aracı konumundadır. 'Daha Fazlasını İsteyecek' taraftarların ve bireylerin yaratılması için futbol, son derece elverişli bir ortam sunmaktadır. Bunun farkında olan büyük firmalar

da futbola milyonlarca dolar ödeyerek sponsor olmaktan kaçınmamaktadırlar. Futbolun reklamlardaki kullanımı gelecekte sahayı sınırlandıran çizgiler içerisindeki çimlerin, reklamveren firmaların logolarına göre kesilmesine kadar uzanabilecektir. Ya da bir diğer önemli aşama milli takım formalarına reklam alınmasıdır. Aslında bu formaların üzerinde anlaşmalı olunan 'Adidas-Nike-Reebook' gibi spor giyim firmalarının logoları bulunmaktadır. Futbol topları, oynanan liglerin isimleri, hakemlerin, antrenörlerin malzemeleri, futbolcuların kullandığı her türlü malzemeleri zaten markalaşmış durumdadır. Ancak milli takım formasına reklam alınması en uç noktadır. Çünkü böylesi bir gelişme ulusal bayrak ile eş değer olarak görülen milli formaların ve ulusal onurunda metalaşması anlamına gelecektir.

VI. SÖYLEMLERİN ANALİZİ

Söylem analizinin odaklandığı esas nokta insanların ne söylediklerinden çok, bunu nasıl söyledikleridir. Kim/Kimler konuşmaktadır? Ya da söyleme katılanlar kim/kimlerdir? Bu kişi ya da kişiler kendilerini nasıl ifade etmektedirler/argümanları nelerdir? Ve son olarak söylenilenin anlamı nedir? Söylem analizi bu ve bunun gibi soruların cevaplarını bulmaya çalışmaktadır. Türkiye'de futbol her dönem siyasal iktidarlar ve içinden geçilen dönemlerin etkisi ile çalkantılı süreçler geçirmiştir. Ancak özellikle son dönemlerde iki önemli tarih ve bu tarihlerin hemen akabinde oynanması gereken futbol maçları ve bu maçlar için UEFA'nın almış olduğu kararlar sadece ülke içindeki bir ya da iki takımı değil tüm ülke insanını ve gündemi etkilemiştir. Bunlardan ilki Abdullah Öcalan'ın İtalya'ya gitmesinin ardından gelişen olaylar sonrasında Galatasaray-Juventus takımları arasında İstanbul'da oynanması gereken Şampiyonlar Ligi müsabakasının ertelendiği 24 Kasım-4 Aralık 1998 tarihleri arasını kapsamaktadır. İkinci olay ise 2003 yılı Ekim ve Kasım aylarında İstanbul'da meydana gelen bombalama olayları ve can kayıpları sonrasında; Galatasaray ve Beşiktaş kulüplerinin şampiyonlar ligi müsabakalarının İstanbul'da oynatılmayacağına ilişkin UEFA tarafından alınan karar sonrasında 27 Kasım-11 Aralık 2003 tarihleri arasında yaşanan gelişmeleri kapsamaktadır. Amacımız, bu iki dönem arasındaki farklılıkları ve benzerlikleri ortaya koyabilmek ve Türkiye'de futbol-ideoloji ilişkisinin medya

söylemlerinde nasıl bir biçimde oluştuğunu gösterebilmektir. Bunun için bu dönemler boyunca yayınlanan bütün günlük ulusal gazeteler analiz birimi olarak kullanılacaktır. Analiz birimimizin ikinci kısmında ise 2002 -2005 yılları arasında oynanan Avrupa kupası karşılaşmaları, milli takımın maçları ile Türkiye'de dört büyükler olarak nitelendirilen takımların(BJK-FB-GS-TS) birbirleri ile oynadıkları karşılaşmaların gazete metinlerine nasıl yansıdığı incelenecektir. Bu incelemeyi gerçekleştirmedeki amacımız, Türkiye futbol medyasının 'şiddet-milliyetçilik ve cinsiyetçilik-argo-eğretileme' kullanma sıklığı arasında son üç yıl içerisinde herhangi bir değişme olup olmadığının karşılaştırılabilmesidir.

Söylemlerin çözümlenmesi için şiddet, milliyetçilik ve cinsiyetçilik (argo/eğretileme kullanımı) kategorilerinde, analiz birimi olarak seçilen seslerin (gazete başlıkları, antrenörler, futbolcular, köşe yazarları, yöneticiler ve taraftarlar) neler söylediklerini betimleyici analizde sıralayacağız. Daha sonra bu seslerin ne söyledikleri, söylediklerini hangi sembolleri kullanarak ve söylediklerinin olası anlamları üzerine değerlendirmeler yapılması, araştırmada kurgulanan eleştirel söylem analizinin temelini oluşturmaktadır.

A. BETİMLEYİCİ ANALİZ

Bu bölümde analiz birimi olarak saptadığımız seslerin neler söylediklerini şiddet, milliyetçilik ve cinsiyetçilik (argo/eğretileme) kategorileri içerisinde sıralayacağız. Gazete metinlerinin tamamı aşağıda verilecektir.

1) UEFA'NIN ALDIĞI KARARLARININ TÜRK MEDYASINDAKİ YANSIMALARI : 24 KASIM-4 ARALIK 1998 VE 27 KASIM-11 ARALIK 2003 TARİHLERİNİ KAPSAYAN BETİMSEL ANALİZ.

1. Şiddet İçeren Söylemler

a)Gazete Başlıkları

Cimbom Katilden Kurtuldu.

Apo Artık Roma'yı Tutuyor (Hürriyet)(4.12.1998)

UEFA'dan Darbe(Türkiye)

UEFA'dan Türkiye'ye Darbe(Güneş)

Futbola UEFA Bombası(B.S)(Posta)

UEFA'dan Ağır Darbe(Akşam)

UEFA Terörü(Takvim)

Son Bombayı UEFA Patlattı(B.S)(Milliyet)

El Katil'i Sevindiren Skandal. UEFA'dan Teröre Prim (B.S)

El Katil Bombaladı, UEFA Hançerledi(Hürriyet)

UEFA Teröre Şapka Çıkardı(Cumhuriyet)

İngiltere Bastırdı ve...UEFA'dan Teröre Prim(Sabah)

Terör'den Sonra UEFA'da Vurdu(Fotomaç)(26.11.2003)

UEFA İntikam Alıyor(Posta)

İşte Güvenli İtalya: Bir Beşiktaş Taraftarı Bıçaklandı.

UEFA Bombalar Kadar Tepki Yarattı(Sabah)

Türkiye Tek Yumruk(Hürriyet)

Öfke Büyüyor(Takvim)

Büyük Taarruz(Türkiye)

Güvenli Stat da 8 Kişi Bıçaklandı(B.S)/Çifte Standart(Akşam)(27.11.2003)

UEFA Teröre Prim Verdi(Radikal)

Bu Savaş Bitmez!(Fanatik)

UEFA'dan Teröre Ödül(Gözcü)

UEFA Sporu Terörün Hedefi Yaptı(D.B.Tercüman)

UEFA(Terör) Kazandı/Spor Terörün Hedefi Oldu(Türkiye)

Terörün Golü(B.S)/Terör Kazandı(Vatan)

(El Kaidenin Yeni Hedefi Old Trafford) Gücünüz Bu Stada Yetecek mi?(B.S)(Akşam)
(28.11.2003)

Parçala Aslanım(Y.Şafak)

Cim Bom, Westfalen'de Son Kozunu Oynuyor(Zaman)

Juve'yi Vur UEFA'yı Sustur(Star)

1Gol Juventusa-UEFA'ya-Teröre(Posta)

Kaçacak Yer Yok!(Fanatik)(2.12.2003)

UEFA'ya Terör Dersi(B.S)(Yeni Şafak)

UEFA Terörüne İkiz Bomba(B.S)(H.O.Tercüman)

Teröre de UEFA'ya da Türk Tokadı/ Hakan Bombası (Fotomaç)

UEFA'yı Tokatladık(Vakit)

Aslan Juve'yi Gurbette Parçaladı(Zaman)

İşte Size Bomba 2-0(Milliyet)

Welcome To Hell(Fanatik)

Aslan Bombayı Sonunda Patlattı(B.S)(Sabah)(3.12.2003)

Günlerini Gösterin(B.S)(Türkiye)(9.12.2003)

Korkaklar Kaybeder/Parçala Boğayı(Posta)(10.12.2003)

Boğaya Tek Pençe Yetmedi(B.S)(H.O.Tercüman)(11.12.2003)

b)Antrenörler

Lippe: Türkiye'ye Gidersek Öldürülebiliriz(Fotomaç)(25.11.1998)

M.Lucescu: Teröristleri Destekllediler(Hürriyet)(27.11.2003)

Lucescu'dan Tokat Gibi Cevap: İstanbul Dünyanın En Güvenilir Şehirlerinden Biridir. UEFA bu kararı Alarak Teröre Destek Vermiştir. Biz Aynı Şartlarda Dünyanın Her Yerinde Oynardık(Akşam)(9.12.2003)

c) Köşe Yazarları

M.Tükenmez: Soğuk Savaş.

A.Çakır: Söke Söke(Yeni Yüzyıl)

S.Alpaslan:Futbol Çetesi(Radikal)(3.12.1998)

S.Engin: Döve Döve Yeneceğiz(Fanatik)(26.11.2003)

İ.Çeliker: Bu da UEFA'nın Futbol Terörü(Güneş)

Y.Altuğ: Terör Belası(Türkiye)(27.11.2003)

M.Ocaktan: Terörün Irkçı Akrabası UEFA(Yeni Şafak)

E.Şenay: Protesto Şamarı

D.Sazak: UEFA Darbesi(Milliyet)

C.Kantarcı: Terör Cephesi(Star)

A.Candabakoğlu: Terör Karşısında Batının İki Yüzü(H.O.Tercüman)

T.Korkmaz: Teröre 'UEFA Usulü' Pas(Zaman)

B.Coşkun: Maç ve Terör(Hürriyet)

Ö.L.Mete: Saldırı Şeffaflaşıyor(Sabah)(28.11.2003)

N.Tanyolaç: UEFA Kuşatması(Gözcü)

O.Dizer: Mayın Tarlası(Fanatik) (2.12.2003)

d)Yöneticiler-Siyasiler

S.Bilgili: Türkiye'ye Vurulmuş Darbe(Türkiye)

Ö.Canaydın: Bu Bir Komplodur.

A.Aksu: İngilizler Sırtımızdan Vurdu(Akşam)

T. Erdoğan: Karar Teröre Prim Vermektir(Vatan)

A.Aksu: UEFA'nın Karara İngiliz Siyasetinin Bir Oyunu(Zaman)

Bilgili: UEFA'dan Teröre Destek(Star)

T. Erdoğan: İtiraz Edeceğiz(Fanatik)(26.11.2003)

A.Gül: Şoke Olduk Karar Geri Alınmalı(Hürriyet)(27.11.2003)

T.Erdoğan: Öfkeyle Kalkmayız(Milliyet)

A.Gül: Bu Terörizmi Destekler(Fanatik)

Ulusoy Bombaladı(Türkiye)

T. Erdoğan: UEFA Teröre Alet Oldu(Vatan)

T. Erdoğan: UEFA Teröre Koz Verdi(Sabah)(28.11.2003)

2)Milliyetçilik İçeren Söylemler

a)Gazete Başlıkları

Türkiye Tek Ses: O Koltuğu Bırak Erzik.

Taraftarlar Soruyor: Erzik Ne İş Yapar!(Hürriyet)

UEFA İtalyanların Şubesi.

Güvence Vermekte Geciktik(Cumhuriyet) (24.11.1998)

Pis Kokular Var.

Delirmiş Bunlar(İtalyanların son saçmalığı Juve'yi rehin alıp Apo ile takas edecekler)(Hürriyet)

Tepkiler Çığ Gibi Büyüyor(Radikal)(25.11.1998)

İtalya UEFA'ya Baskıyı Arttırdı. Galatasaray-Juventus maçı Moskova'da oynansın.

Juve 2 Aralık'ta da İstanbul'a gelmiyor(Zidane, ben ve arkadaşlarım karar aldık gitmiyoruz. Eğer, UEFA maçı tarafsız sahaya almazsa tüm İtalya'yı sokağa dökeriz) (Fotomaç)(26.12.1998)

65 Milyon İçin Cim Bom (Juventusu Sahada Yenelim... Ama saha dışında da kaybetmeyelim)(Yeni Yüzyıl)

En Büyük Sınav.

Çıkın Açık Alınla.

Dünya Bizi İzleyecek.

Clinton Böyle Korunmadı(İtalyan kulübü 22 bin 31 personelce korunacak) (Hürriyet)

Zaferimiz Olsun.

65 Milyon Tek Yürek Tek Bilek(Aslanlar geliyor kükreyerek, yer gök inlesin Cim bom diyerek)

GS-Juventus maçı tarihe geçecek. İzlenme oranlarında da Türkiye rekoruna aday(Milliyet)

Yer Sarı, Gök Kırmızı.

Türkiye'de Bugün 65 Milyon Kalp Cim Bom İçin Atacak. Ali Sami Yen'den Yükselecek Zafer Çığlığı Dünyayı İnletecek.

Türkiye İçin Aslanım.

Çiçeklerle Karşılar Gollerle Uğurlarız! (Akşam)

Türkiye İçin Cim bom.

Türkiye Sizinle Gurur Duyuyor(Tabii ki önemli İtalyanların katil Apo'ya sahip çıkması... İade etmemesi... ve Juventusun bir İtalyan takımı olması... Unutmayalım ki, bu akşam Galatasaray'ımız bir futbol maçına çıkacak... Sikorsky helikopteri düşürmeye(!) ya da kısaca savaşa çıkmayacak. Juventusu yenersek... Şampiyonlar liginde çeyrek finale çıkarsak ... ki bunlar olacak!... O zaman Aposever İtalya dersini alacak, dünya misafirperver Türklerin haklılığını anlayacak... Haydi Aslanım, sana çok iş düşüyor... Çünkü omuzlarında 65 milyonun ağırlığı var!)

Haydi! Bi Daha.

Juventusun Kaçışı Bitti. Maç Bu Akşam 21.45'te.

Aslanımızdan Çeyrek Final Bileti Bekliyoruz.

Galatasaray'da Tora Tora Tora(Hücum hücum hücum) (Sabah)

Tahriklere Kapılmayın(Ana başlık)/70 Milyon Sınavdayız.

Cim Bom Tarihe Hazır(Türkiye)

Dünyanın Gözü İstanbul'da.

Her Şey Türkiye İçin!

Galatasaray'ımız, Bu Akşam Ali Sami Yen'de Juventusa Sahayı Dar Edecek. Tribünleri Dolduracak Taraftarlarda İtalyanlara Centilmenlik Dersi Verecek (Gözcü)

Civediamoin Campa Juve!(Sahada Görüşürüz Juve)

Haydi Cim bom!..

Türkiye'nin Kalbi Bugün Senin İçin Atıyor. Son Söz Senin Galatasaray(Güneş)

Dünyanın Gözü Bu Maçta(Cumhuriyet)

Türkün Topla İmtihanı(Ana başlık)/Juve Cennete Hoş geldin(Radikal)

Haydi Aslanım Benim(ön sayfa Galatasaray posteri ve dişleri açık bir aslan-arka sayfada Türkiye bayrağı)

Türkiyemin Maçı(İtalya'ydı. Apoydu, Juventus geliyordu, gelmiyordu derken müthiş gün geldi çattı. Artık spagetticilerin kaçışı yok. 65 milyonun kalbi bu gece, sadece Galatasaray için atacak) (Fotomaç)

Hoşgeldiniiiizzz!(Golcümüz muhteşem Hakan, kolla kendini Juventus bekliyor seni. Aslan Hakanın evrim geçirip aslanlaşmasının fotoğraflarla veriliyor)

(Evet bir haftalık kaçışları bitti. İtalyanlar krallar gibi karşılanacak ancak eli boş dönecek) (Fanatik)(2.12.1998)

Bu Kez Biz Abarttık(Juventus kafilesini korumak için 22 bin 31 polis ve asker görev aldı)(Yeni Yüzyıl)

Zafer Bizim (günlerdir yaygara yapan İtalyanlara tam bir spor ve uygarlık dersi verdik)

Wizzok(İtalyan Federasyon başkanı) Türkler Bizi Mahçup Etti(Hürriyet)

Zafer Türkiye'nin(24 televizyon kanalının yayınladığı maçta bir milyara yakın insan Türkiye'yi bir kez daha tanıdı)

Kursaklarında Kaldı.

Dünyaya Ders Verdik(Posta)

Güle Güle Juve.

Uygarlık Dersi Verdik.

Hakemi UEFA'ya Şikayet Ediyoruz(Akşam)

Kahraman Galatasaray(65 milyon adına Aslanlar iyi mücadele ettiler. İtalyan Juve önünde şehit analarını üzmediler)

'Dur Bak-Bastığın Yerleri Toprak Deyip Geçme Tanı-Burası Ali Sami Yen Stadı' tezahüratı dakikalarca alkışlandı(Sabah)

Türkiye Kazandı(Ana başlık)/Böyle Koruma Görülmedi.

Yok Öyle Juve, Burası Türkiye.

Pkk ve İtalya'ya Büyük Tepki(Radikal)

Fransız'a Büyük Tepki(Fotomaç)(3.12.1998)

UEFA gerçeği gördü: Türkiye Muhteşemdi(Fanatik)

Huzur İçinde Yatın Mehmetçikler(Galatasaraylı futbolcu dün Edirnekapı Şehitliğinde Dua edip 'Gözünüz Arkada Kalmasın, İtalyanlara Ders Verdik' dedi) (Fotomaç)(4.12.1998)

Bizi İsrail'e Benzettiler(Hürriyet)

Tepkisiz Kalmayın(UEFA'nın faks-telefon ve e-mail numaraları veriliyor)

Türkiye Seninle (UEFA'nın Skandal Kararı Türkiye'yi Ayağa Kaldırdı. Yapılan Haksızlığa En Güzel Cevabı Kartal Verecek)(Fotomaç) (26.11.2003)

Çirkin Oyunu Bozalım(B.S)(Güneş)

UEFA'ya Büyük Tepki(Evrensel)

İngiliz Oyunu(B.S)/ Gözler UEFA'ya Çevrildi.

Erdoğan Blair ile Görüşecek(Y.Şafak)

Bu Karar Değişecek(B.S)/ Türkiye Tek Yumruk (Posta) (27.11.2003)

UEFA Tartışması(B.S)/ UEFA'ya Yanıt Çok Sert Oldu (Radikal)

Türkiye, UEFA'nın Skandal Kararını Değiştirmek İçin Dört Koldan Atakta(B.S) (Zaman)

Türkiye Tek Yürek!(Gözcü)

Boyun Eğmedik(B.S)

Son Söz UEFA'da.

Ankara Ayakta!(Takvim)

Türkiye Diplomasi Atağında(Vakit)

Avrupa'ya Ultimatom.

Kalleş UEFA'ya Tepki(D.B.Tercüman)

Devlet Güvencesi Bile Hiçe Sayıldı(B.S)/ Karar Diplomatik Boyutta(Cumhuriyet)

Temizleyin Bu Pisliği.

Şimdi Top UEFA'da.

Büyükelçilere Sitem(H.O.Tercüman)

Biz Bu Kararı Değiştirteceğiz(B.S)/ Irkçı Saldırılar(Milliyet)

Haksızlığı Hep Birlikte Durduralım(B.S)/Diplomatik Savaş(Vatan)

UEFA'ya Tokat Gibi Cevap!

Topyekun Direniş(Fanatik)

Hain İtalyan!

Gerekirse Çekiliriz(Fotomaç)(27.11.2003)

Sahaya Çıkmadan Masada Kaybettik(B.S)(Güneş)

Her Yerde Türk Var.

Sürgündeyiz(Fanatik)

Başbakana Kim Yalan Söyledi(B.S)(Star)

Masada Kaybettik! Karar: Tarafsız Saha!(Takvim)

Kanımıza Dokunuyor(B.S)/ Hukuk Savaşına Devam(Posta)

Kalleş UEFA'dan Her Şey Beklenir!

Peşini Bırakmayız(D.B.Tercüman)

Dediğiniz Olsun-Almanya'da Görüşürüz(H.O.Tercüman)

UEFA'nın Dediği Oldu(Türkiye-Akşam)

Dönek İtalyanlar(Fotomaç)

Erdoğan'ın UEFA Fiyaskosu.

Beşiktaş: Türkiye İçin Oynayacağız(Cumhuriyet)

UEFA Kararı AB'ye Taşınıyor(Sabah)

UEFA Kararını AB Zirvesine Taşıyacağız(B.S)(Y.Şafak)

UEFA AB'ye Şikayet Edilecek(Akşam)

UEFA'ya Tepki Yağdı.

İngiltere'de Hedef Statlardı(Vatan)(28.11.2003)

Avrupa'da Türk Günü(B.S)(Hürriyet)

Türkiye İçin Aslanım(D.B.Tercüman)

İsrail, Türkiye'ye Tel Aviv ve İstanbul'da Milli Maç Yapmayı Önerdi. UEFA'ya Karşı El Ele(Star)

Almanya'da Türk Günü(Fotomaç)(2.12.2003)

Teröre de UEFA'ya da Türk Tokadı(Fotomaç)

Ulusun

Evlatları

Fatih'in

Aslanları(Fanatik)

Gurur Gecesi(Fotomaç)

Bize Her Yer Vatan(Türkiye)

Türk Gibi Güçlü(Takvim)

Sürgünde Zafer(Takvim B.S-Güneş)

Türkiye Sizinle Gurur Duyuyor.

Helal Olsun Size(Posta)(3.12.2003)

Anneciğim Türkler!(B.S)/ Bu Türkler Çok Oluyor.

Aslan'ı UEFA Ateşledi.

Sıra Sende Kartal (D.B.Tercüman)

Milli Onur Kazandı(B.S)

İtalyan Gazetelerin Manşetleri: Anneciğim Türkler!(H.O.Tercüman)(4.12.2003)

Türkiye İçin Kartal(D.B.Tercüman)

Sıra Sende Kartalım(B.S)/ Aşk Siyah Beyaz(Dünya Üzerindeki Türklerin Kalbi Bugün Beşiktaşımız İçin Atacak)(Takvim)

Haydi, Dök Bizi Sokağa(B.S)(Milliyet)

Haydi Kartal! Sıra Sende(B.S)/ Tarihi Gün (Haydi Kartalım... Sıra Sende... 70 Milyon Türk'ün Kalbi Senin İçin Çarpacak... Beşiktaşım Arena'ya Çıkacak ve Chelsea'ye Haddini Bildirecek)(Güneş)

.Zafere Hazırız(Beşiktaş Bu Akşamki Tarihi Maç Öncesi Arena'da En Zorlu Gece. Tek Ses, Tek Yürek)(Vatan)

Başlığı Sen At Kara Kartalım

Luci Türk Gibi(Star)

Bu Akşam Bütün Kalpler Beşiktaşlı(B.S)(Sabah)

Tek Hedef... Tek Yürek... İki Renk.

Shalke İnönü Stadı(Fanatik)

İki Gün Bayram Olsun(Türkiye Tek Yürek. Kalbimiz Bugün Beşiktaş Yarın Galatasaray'la Çarpıyor)(Fotomaç)(9.12.2003)

Yazık(B.S)/ Kına Yak Avrupalı! 0-2/

Yol Verin Aslanıma(Takvim)

Tek Ses Tek Yürek(Akşam)

Yüreğimiz Cim Bom İçin Çarpıyor(Yeni Şafak)

Kendin Ol(Rakip Real Sociedad. Haydi Aslanım, Bir Kez Daha Gürle, Titret Şu Avrupa'yı. Kendin Ol, Aslan Gibi Oyna Yeter. Unutma; 70 Milyon Seninle Hep Gurur Duydu)(Fotomaç)(10.12.2003)

Yine İngiliz Küstahlığı(Fanatik)

Kin Kustular(Türkiye'ye Gelmek İstemeyen İngilizler, Sahaya Atılan Konfetileri Malzeme Yaptı)(Hürriyet)(11.12.2003)

b)Antrenörler

B.Toschack: Cim Bomun Emrindeyiz(Fanatik)

Terim Haçlı Tezgahını lanetledi.

F.Terim: UEFA bundan böyle İtalyan takımlarına İRA'nın bulunduğu Kuzey İrlanda, ETA'nın bulunduğu İspanyol takımlarıyla maç oynatmasın... Çünkü onlar da terör olan ülkelerdir.

Toschack'ın Jesti: Beşiktaş ve Galatasaray, Haçlılara Karşı El Ele(Sabah)(25.11.1998)

F.Terim: 65 Milyonluk Ülke 65 Kişiye Seferber(Radikal)(2.12.1998)

M.Lucescu: AB Politikasına Aykırı Bir Karar(Vakit)(28.11.2003)

F.Terim: Türkiye İçin Kazandık(D.B.Tercüman)

F.Terim: Derslerini Aldılar(Akşam)

F.Terim: İnandık, Kazandık(Güneş)(3.12.2003)

M.Lucescu: Türkiye'yi Bir Kez Daha Sokaklara Dökeceğiz(Fotomaç)(9.12.2003)

F.Terim: Türkiye'den Özür Dileriz(Sabah)(11.12.2003)

c)Futbolcular

S.Kaya: O Gol Şehitlerimize Hediyemdir! Bilbao Maçında Oynarsam Aynısını Atacağım(Fotomaç)

H.Şükür: Türk'ün Türk'ten Başka Dostu Yok(Fanatik)

S.Kaya: Hem Şehit Analarının Dualarını Aldım Hem Kulübümün Kasasını Doldurdum, Hem de Sahadaki Onur Mücadelemizde Mahçup Olmadık (Hürriyet) (4.12.1998)

H.Şükür: Bu Maçı Türkiye İçin Kazanacağız(Cumhuriyet)

H.Şükür: Futbola Siyaset Bulaştı!(Star)

H.Şükür: Şeref Maçına Çıkıyoruz(Sabah)(2.12.2003)

F.Mondragon: Türk Kalbiyle Oynadım(Vatan)(3.12.2003)

H.Şükür: UEFA ve Juve'ye Ders Verdik(Radikal)(4.12.2003)

d)Köşe Yazarları

O.Belge: UEFA'nın yaptığı terbiyesizliğe bak(Radikal)

Ö.Üründül: Neuchatel Rövanşı(Milliyet)

T.Şeren: Haçlı Ordusu(Hürriyet)

T.Yücel: Ucuz Haçlı Mafyası(Fanatik)(24.11.1998)

A.Şen: Galatasaray Bu Maça Çıkmasın(Fotomaç)

E.Çölaşan: Bravo UEFA (Hürriyet)(25.11.1998)

G.Özdenak: İt İti Isırmaz (Fotomaç)(26.11.1998)

N.Tanyolaç: Açık Alınla Çıkmak.

K.Turan: Türkiye Bugün Galatasaraylı(Gözcü)

A.Yücelman: Bu Türkiye'nin Sınavı(Cumhuriyet)(2.12.1998)

A.Metin: Özür Dileyin(Akşam)

A.Yücelman:Türkiye Kazandı(Cumhuriyet)(3.12.1998)

M.Özgül: Çıktık Açık Alınla(Fotomaç)(4.12.1998)

B.Ayeri: İngiliz-İtalyan Tezgahı(Güneş)

N.Tanyolaç: Utanmaz UEFA!(Gözcü)

A.Yücelman: UEFA; AB'nin Arka Bahçesi(Cumhuriyet)

O.Özsoy: UEFA Maçı Kaybetmek Üzere.

B.Ayeri: İngiltere'den Bu Defa 'Sportif Kazık'(H.O.Tercüman)(27.11.2003)

D.Samyeli: Çekilmeliydik(Güneş)

İ.Gürbüz: Türkiye Karşıtı Lobi(Star)

H.Yalçın: Asıl Mesele!(Takvim)

N.Yalçıntaş; UEFA ve Dayanışma(D.B.Tercüman)

H.Sarıçiçek: UEFA'nın Kara Lekesi.

K.Belgin: UEFA veya Haçlı Ordusu(Türkiye)

Ö.Pehlivanoğlu: Futbol, Siyasetin Maşası Oldu.

H.Ünal: Batıyı Anlamak.

M.Ünal: Spora Yine Siyaset Karıştı(Zaman)(28.11.2003)

A.Dinçer: Ulusal Onur!(Cumhuriyet)(3.12.2003)

E.Aköz: UEFA'ya Cevap Değil.

M.Tezkan: Avrupa Kapılarını Kapatıyor Biz Yendik Diye Seviniyoruz

V.Bayram: Siyasallaşan UEFA(Sabah) (4.12.2003)

H.Ülgen: Tarih Yazma Zamanı(Fotomaç)(9.12.2003)

e)Yöneticiler-Siyasiler

C.Koray: Galatasaray'ın her zaman yanındayız(Hürriyet) (25.11.1998)

K.Özberk(fb sözcüsü) Cim Bom Milli Takım Gibi (artık Galatasaray'ın rengi sarı kırmızı değil, kırmızı beyazdır)(Fanatik)(26.11.1998)

Herkes Sarı Kırmızı(Fb başkanı Aziz Yıldırım: Rengimiz bu maçta sarı kırmızı-Bjk başkanı Süleyman Seba: Bu olay sadece Galatasaray'ın değil Türkiye'nindir)(Milliyet) (2.12.1998)

Ö. Canaydın: Sahada Cevap Veririz(Takvim)

D.Bahçeli: UEFA'nın Kararı Siyasi(H.O.Tercüman)(27.11.2003)

T. Erdoğan: UEFA Kararı Siyasi(B.S)(Radikal)

A.Aksu: UEFA Samimiyetsiz(Vakit)

H.Ulusoy: Karar Tamamen Siyasi(H.O.Tercüman)

H.Ulusoy: UEFA Kararını Gözden Geçirmek Zorunda(Vakit) (28.11.2003)

Meclis Başkanı Arınç: En Anlamlı Cevabı Galatasaray Verdi.

Başbakan Erdoğan: Galatasaray'ı Kutluyorum(D.B.Tercüman)(4.12.2003)

T. Erdoğan: Bu Bir Milli Dava(Akşam)(10.12.2003)

3)Cinsiyetçilik (Argo ve Eğretileme) İçeren Söylemler

a)Gazete Başlıkları

UEFA İtalyan Uşağı Çıktı (Radikal)

UEFA'nın Ayıbı(Ana Başlık) / İtalyan Uşağı UEFA/İhanet ve Rezalet(Milliyet)

Haçlı Tezgahı(UEFA Juve'nin Kuklası) (ve haçlılar bir kez daha çirkin yüzünü gözler önüne serdi. Bu karar tüm Türkiye'yi ayağa kaldırdı)(Sabah)

Erteleme Rezaleti(Ana Başlık)/ Yuh Olsun/ İğrenç İftiralar/ Juventus Kıvırdı (Hürriyet)

Şerefsizler (UEFA İtalyan mafyasına teslim oldu, devletin verdiği güvenceyi bile göz ardı edip maçı 2 Aralık'a erteledi)

D'Alema(İtalyan Başbakanı)----------Dallama(UEFA başkanı) (Fanatik)

Şerefsizler(İtalyan Mafyasının Örgütlediği UEFA, Galatasaray'ın yarın gece oynayacağı maçı 'alınan güvenlik önlemlerinin yetersiz olduğunu' ileri sürerek 2 Aralık tarihine erteledi) (Fotomaç) (24.11.1998)

Kızları Kadar Olamadılar(Bayan Basketbol Takımı Botaş'la karşılaşmak Üzere Türkiye'de)/ Neredesiniz Delikanlı Juventusun Erkekleri.

UEFA Çizmeyi Aştı (Fanatik)

Bunlar Eşşeoğlu Eşek! (Görüşlerini ileten taraftarlar. Bunların hepsi karaktersiz, Hepsi satılmış. Türk'ün Türk'ten Başka Dostu Yok' dediler.)

İşte Yeni Tezgahları(Fotomaç)

UEFA'ya Açık Mektup/ Tezgaha Bak Tezgaha(Milliyet) (25.11.1998)

Akşama Makarna Var(Ana başlık)- Haydi Aslanlar Zafere (Posta)

Lütfen Zaferimize Gölge Düşürmeyin(Fotomaç)

Türkiye'nin Gururu Aslan Cim Bom'un posteri(Fanatik-arka sayfa)

Aslanım Spagetti Sever(karikatürde; Galatasaraylı futbolcular sahanın etrafında ortadaki İtalya haritasının içinden spagetti yiyorlar)(Sabah)(2.12.1998)

Utandırdık!(Ana başlık)/Avantaj Galatasaray'da.

UEFA... İşte Türkiye/ Küstah İtalya İşte Türkiye Bu(Çiçek veren hostes fotoğrafı) (Güneş)

90'da Gelen Umut(Yeni Yüzyıl)

Süper Bücür Attı Türkiye Bayram Yaptı/Büyüksün Cim Bom(Fotomaç)

Suat İpten Aldı/Juve Zor Kaçtı(Hürriyet)

Muhteşem Bücür(Ana başlık) (Sabah)

Kursaklarında Kaldı(Posta)

Mucize Aslan/Hayat Durdu/Suat Hızır Gibi Yetişti(Fanatik)

Yok Öyle Juve, Burası Türkiye/Pkk ve İtalya'ya Büyük Tepki(Radikal)

Korkak Juventus dayatma ile geldi. Fransız hakemin yardımıyla elimizden kaçtı/Küfürbaz Hakem(Milliyet)(3.12.1998)

Analar Dua Etti(Hürriyet)

Fransız Kaşar Veissiere(Radikal)

Eyvah Galatasaray'a Çirkin Tezgah(UEFA'da Bilbao maçının hakemiyle de uğraşılıyor)

Heyt Aslanım Be! (dünya markası takımlara kafa tutan Galatasaray, FİFA sıralamasında 21. sıraya çıktı)(Fotomaç)

Taraftar Çıldırdı(Abartılmış güvenlik önlemleri taraftarları sindirdi)(Fanatik) (4.12.1998)

UEFA'nın Kararına Ret(B.S)(Türkiye)

UEFA'nın Küstahlığı(B.S)(Güneş)

UEFA Rezaleti(Posta)

UEFA'dan Şok Karar(B.S)(Akşam)

UEFA'dan Türkiye'ye Büyük Ayıp(B.S)/ 'Taraf'lı UEFA(Vatan)

UEFA'dan Tuhaf Karar: Beşiktaş ve Galatasaray Tarafsız Sahada Oynacak(B.S)

UEFA'dan Şok Karar: Maçlar Tarafsız Sahada(Zaman)

Şok! Galatasaray-Juve ve Beşiktaş-Chelsea Yurt Dışında(Star)

UEFA'dan Şok Karar(B.S)/Büyük Rezalet!(Sabah)

Skandal Karar(Fotomaç)

Skandal(Fanatik)

UEFA Küstahlığı(B.S) (Y.Şafak)(26.11.2003)

İki Yüzlülük(B.S)Uzayda Oynatsalar Chelsea'yi Yeneceğiz(Star)

Top UEFA'da(B.S)(Türkiye)

İngiliz Oyunu(D.B.Tercüman)

Galatasaray Rest Çekti(Akşam)

Yer de Gökte Şansları Yok(Vatan)

Roma'da Uzayda Ayda! Fark Etmez...(UEFA Chelsea Maçını Nereye Alırsa Alsın Fark Etmez)(Fanatik)

Kısasa Kısas(Fotomaç)(27.11.2003)

Fatura Ağır Vazgeçelim(B.S)/ Ve Havlu Attık(Milliyet)

El UEFA Çetesi(B.S) (Y.Şafak)

UEFA Aynı Telden(B.S)(Radikal)

Futbolda Kara Leke(Fotomaç)

UEFACİA(İtalyan ve İngilizlerin Baskısına Boyun Eğen Avrupa Futbolunun 'Kukla Patronu' İtirazımızı Geri Çevirdi)(Star)

El-UEFA(B.S)(D.B.Tercüman)

Gözler UEFA'ya Çevrildi(B.S)/UEFA Hükmen Galip(Cumhuriyet)

UEFA Ayıbını Temizlemedi(Sabah)

Maçlar Almanya'da- İki Yüzlüler(Hürriyet)(28.11.2003)

Ya Tamam Ya Devam(Cumhuriyet)

Cim Bom'un Kader Günü(Gözcü)

Ver Dersini Aslanım(Hürriyet)

Maç Ali Sami Yen'de(B.S)/ Ver Dersini UEFA'ya(Akşam)

Haydi Aslan UEFA'yı Devir(B.S) (D.B.Tercüman)

Ayıdan Post Olmuyor Aslanım(M.Gazete)

UEFA'yı da Yenin/ Haydi Cim Bom Göster Gücünü(B.S)/

Burası Sami Yen(Türkiye- Fanatik)

UEFA Utansın!/Tek İhtimalli Maç(Takvim)

Cim Bom'un Onur Maçı(B.S)/ Bu Maçı Alacağız Başka Yolu Yok(Güneş)

Almanya'da Ali Sami Yen(B.S)(Posta)

Sıra Sende Aslanım(Fotomaç)(2.12.2003)

Galatasaray UEFA'nın Dersini Verdi 2-0(Y.Şafak)

Aslan UEFA'ya Dersini Verdi(H.O.Tercüman)

Aslanım Galatasaray/Westfalen Ali Sami Yen(D.B.Tercüman)

Tarihi Korkaklar Değil Aslanlar Yazar(Fotomaç)

UEFA ve Juventus'a Çifte Gol(B.S)(Zaman)

Ay'da Bile Oynasak Juventus'u Yenerdik(B.S)

Şükürler Olsun/ West Sami Yen(Akşam)

Bir UEFA'ya Bir Juventus'a(Cumhuriyet)

Cim Bom Ders Verdi: Futbol Sahada Oynanır(B.S)

Mafya UEFA(Milliyet)

Aldın mı Cevabını(B.S)

Mondi Tuttu, Hakan Çaktı UEFA Baktı(Star)

Goller Sana UEFA(B.S)

Mondi ve Hakan JuVEFA'yı Bitirdi(Vatan)

UEFA Miyav Dedi Aslan Kükredi(B.S)(Posta)

Bir UEFA'ya Bir Juve'ye(B.S)(Güneş-Hürriyet)

Hem UEFA'ya Hem Juve'ye/Mesaja Gerek Yok, Anlayan Anlar!(Hürriyet)

1 Kaplan, 10 Aslan(Sabah)(3.12.2003)

UEFA Birleştirdi(B.S) Juventus Zaferinde Renklerin Kardeşliği(Hürriyet)

Küllerinden Doğdular(B.S)(Sabah)

Dortmund İşgal Altındaydı(Radikal)(4.12.2003)

Beşiktaş Almanya'da Chelsea'yi Yine Devirmek İstiyor(Fotomaç)

Beşiktaş'ın Tarihi Gecesi(B.S)/Kartal'a Zirve Yakışır(H.O.Tercüman)

Turla Dön Kartalım(Posta)

Kartal'a Yakışır(Milliyet)

Kartal'a Zirve Yakışır(Gözcü)

Sıra Sende Kartal(Vakit)

Kartal, Tarihi İmtihanda/ Şahit Ol Arena(Türkiye)

Sıra Gurbet Kartalında(Zaman)

Kartal'ın Tur Gecesi(B.S)/Gurbette Bayram(Akşam)

Beşiktaş Tarihin Kapısında(Cumhuriyet)

Bitir İşi Kartalım(Hürriyet)(9.12.2003)

Kartal Yolu Şaşırdı/Basklarla Dans(Türkiye)

Kara Haber Prag'dan Duyulur/Aslan Zil, Şal ve Tur Peşinde(Radikal)

Züğürt Tesellisi/Aslanlar Gibi Dön(Milliyet)

Pisi Pisine Gitti(B.S)/ Devler Ligine Alerjim Var İmza: Beşiktaş(Star)

Beşiktaş İntihar Etti(B.S)/Yüreği UEFA'ya Yetti(Sabah)

Kartal Sınıfta Kaldı/Avrupa'da Başkasın Aslanım(Hürriyet)

Böyle Ayrılık Olmaz!/ Kahır Gecesi/ Önce Coştuk Sonra Yıkıldık.

Yaz Destanı 'Avrupalı'(Fanatik)

Güç Sende Aslanım(Gözcü)

UEFA Kaderimiz!(B.S)/ Sürgünde Hüzün(Güneş)

Beşiktaş UEFA'lık(B.S)/ Beşiktaş Şok Etti Yeni Rota UEFA.

Aslan Sırat Köprüsünde(Akşam)

Kartal Uçamadı(B.S)/Aslan'a İkinci Tur Yakışır(H.O.Tercüman)

Kahrolduk(B.S)/ Kartal İntihar Etti.

Umudumuz Sende Aslan(D.B.Tercüman)

Chelsea'ye Vurulduk Prag'ın Golüyle Yıkıldık(B.S)

Kartal'ı İkinci Tura Pragmadılar/Aslan Tarih Yazmak İstiyor(Zaman)

Luce Prag'tı Geldi/Chelsea Değil Ama... Kartal'ı Prag Yıktı(Fotomaç)(10.12.2003)

11.12.2003

Dört Elle UEFA'ya 1-1(Posta)

Aslan da UEFA da(Gözcü-Güneş-Vakit)

Cim Bom'a Yazık Oldu(B.S)/ Devler Ligi Büyük Geldi(Vatan)

Cim Bom Elinden Kaçırdı(B.S)(Güneş)

Tek Teselli UEFA(B.S)/ Ah Be Aslanım!(Takvim)

Yarı Yolda Kaldık(Y.Şafak)

Aslana Yazık Oldu(H.O.Tercüman)

Buna da Şükür(B.S)/ Aslan da Pisi Pisine Elendi(D.B.Tercüman)

Aslana da Hüsran(Türkiye)

Aslan'ın Payına da UEFA Düştü(Zaman)

Cim Bom da UEFA da(B.S)/ Aslan'a da Amorti Çıktı(Milliyet)

Cim Bom da Sınıfta Kaldı(B.S)/ Terim de UEFA'cı(Sabah)

Maaile UEFA'ya (B.S)/ Aslan'a UEFA Tesellisi(Hürriyet)

UEFALDIK(Fotomaç)(11.12.2003)

b) Antrenörler

F.Terim: Çizmede Oynayalım(Hürriyet)

F.Terim: Juventus İstesin İtalya'da Oynayalım(Fotomaç)(24.11.1998)

F.Terim: Juventusu Memnun Edemediler/ Yaşamak Cesurların Hakkıdır(Fanatik)

F.Terim: Futbolun özüne gölge düştü(Radikal)

G.Milne: Futbol politikaya alet edildi(Hürriyet)(25.11.1998)

F.Terim: 65 Milyonluk Ülke 65 Kişiye Seferber(Radikal)

F.Terim 'Ah' Çekti: Keşke Bende Bu Gece Forma Giyebilseydim(Fotomaç)(2.12.1998)

F.Terim: Hakem Futbolcularıma Küfretti(Cumhuriyet)(3.12.1998)

M.Lucescu: Utanç Verici(Türkiye-Star)

Lucescu: Deli Gibiyim(Takvim) (26.11.2003)

F.Terim: Bu Filmi Görmüştük(Cumhuriyet)(2.12.2003)

c) Futbolcular

H.Şükür: Elimizden Kurtulamazlar(Milliyet)

GS futbolcular: Juventus Kaçamaz(Hürriyet)

GS. Futbolcular: Artık Juventus'un Hiç Şansı Kalmadı(Fotomaç)(24.11.1998)

GS Futbolcular: Affetmeyeceğiz(Fotomaç)(26.11.1998)

d) Köşe Yazarları

Ömer Altay: Napolitan Juventus(Radikal)

H.Deringör: Beyaz Eldivenler Kirlendi(Cumhuriyet)

T.Bayatlı: Çirkin Tezgah(Milliyet)

İ.Tongo: Rezaletin Ağa babası(Fanatik)

M.Altıntaş: UEFA'nın Tezgahı.

M.Özgül: Kara Leke!

M. Göknel: UEFA Yanlış Yaptı(Fotomaç)(24.11.1998)

S.Rodop: Kanlı Spagetti.

H.Ülgen: Juventus As Başkanı Erzik(Fotomaç)

D.Koloğlu: Onlar Utansın.

Z.Çol: Can Değil Mal(Milliyet) (25.11.1998)

O.Tanburacı: 11 Altın Adam.

T.Özalak: Juve Pabucu Yarım.

İ.Tongo:Dünyanın Sonu Değil(Fanatik)

B.Tulun: Hırsızlar!(Juve'nin lakabı)

A.Çakır: Yeter Söz Futbolun(Yeni Yüzyıl)

G.Civaoğlu: Ateşten Top.

Y.Doğan:Bu maç dünyanın sonu değil(Milliyet)

C.Ataklı: Bugün Bütün Fenerbahçeliler Galatasaraylı(Sabah)

M.Yılmaz: Futbol Sadece Bir Oyun Değildir.

M.Ali Kışlalı: Juventus-Erzik-Apo.

H.Şahin: Nihayet Bir Maç Değil(Radikal)(2.12.1998)

O.Dizer:Kolay mı Sandın?

C.Kaptan: UEFA'ya Rağmen(Posta)

C.Özarı: Viva Cim Bom.

C.Bartu: Utan Juventus.

C.Ataklı: Vay Canına Amma Kızdılar(Fenerbahçeliler dünkü yazıyı protesto ettiler) (Sabah)

A.Çakar: Tanrı Dürüstleri Sever.

F.Uçar: Komiser Gilles(Milliyet)

A.Albayrak: Yuh Olsun!

L.Tüzemen: UEFA'nın Oyunu(Fotomaç)

O.Tanburacı: UEFA Kına Yak.

D.Babacan: Korkak Tavşanlar(Fanatik)(3.12.1998)

Ö.Altay: Juventus Yatamayacak.

Z.Coşkun: Yılanların Öcü(Radikal)

O.Tanburacı: Kazın Ayağı Öyle Değil(Fanatik)(4.12.1998)

Ö.L.Mete: 'Meşin Mesaj' Ayaklar Altında(Sabah)

S.Hayran: UEFA İyi Düşünmek Zorundadır(Star)

F.Bol: Tehlikeli Oyun(Türkiye)

K.Mutlu: Delikanlılık Bu Mu!(Vakit)

E.Pazarcı: Yuh Artık(D.B.Tercüman)

C.Arcayürek: Çevir Kazı Yanmasın.

S.Şener: Spor ve Siyaset(Cumhuriyet)

S.Yükselcebeci: Bu Karar Bir Rezalettir.

S.Kabaklı: Cambaza Değil Uğursuza Bak!

V.Zeydarlı: Vehbi'nin Kerrakesi(H.O.Tercüman)

Y.Pekşen: Vajina Monologları İşe Yaramıyor(Akşam)(27.11.2003)

T.Türenç: Acaba UEFA'nın Yüzü Kızarır mı?(Hürriyet)

V.Bayram: UEFA'nın Ayıbı(Sabah)

A.Çavuşoğlu: UEFA'nın Yediği Halt(Güneş)

D.Ersavaş: UEFA Bin Ladin!(Fotomaç)

E.Pazarcı: İşin Tadını Kaçırdılar(D.B.Tercüman)

A.Çavuşoğlu: Yuh Sana UEFA(H.O.Tercüman)

A.Sirmen: Evet, Beyler Gerçekten Çok İğrençler(Cumhuriyet)(28.11.2003)

C.Şaşmaz: İli Dortmund, İlçesi Merkez(Star)

L.Tüzemen: Tarih Tekerrürdür(Sabah)(2.12.2003)

T.Uygur: UEFA'ya Yanıt(Yeni Şafak)

A.S.Alkış: Giren de UEFA'ya Çıkan da UEFA'ya!(Star)

T.Çolak: Aslandan Çifte Tokat(H.O.Tercüman)

Ş.Özden: Mesajı Aldın mı UEFA?(Fotomaç) (3.12.2003)

e)Yöneticiler-Siyasiler

Y.Seçkiner: Türkiye'yi Hiçe Sayanlara Gereken Cevap Verilecektir.

A.Dürüst: Böyle Olacaksa Hiç Oynamayalım Daha İyi(Fanatik)(24.11.1998)

F.Süren: İtalyanların Ekmeğine Yağ Sürmeyelim(Fanatik) (25.11.1998)

Ö.Canaydın: Bu Bir Komplo(Star) (26.11.2003)

H.Ulusoy: UEFA Türkiye'ye Ayıp Etti(Güneş)

H.Ulusoy: Hodri Meydan(Fanatik)

H.Ulusoy: Adam Değiller(Akşam)(28.11.2003)

Ş.Erzik: İki Yüzlüler(Sabah) (3.12.2003)

2) 2002-2005 SEZONLARINI KAPSAYAN GAZETE METİNLERİNİN BETİMSEL ANALİZİ

1.Şiddet İçeren Söylemler

a) Gazete Başlıkları

Karadeniz'de Ateşten Gece(Fanatik)9.8.2002

Fenerbahçe'nin Ölüm kalım maçı(Star)19.9.2002

Aslan Boğa Avında GS-Barcelona(Fotomaç) 24.9.2002

Aslan'ı Vurdular 0-2(Star)

Vur! Vur! İnlesin(Star)

Bu Gece Kopmam Lazım.

Aslanın Pençe günü(Fotomaç)1.10.2002

Tostunu ye! Bekle bizi Makedonya(Ay yıldızlıların mönüsünde bu gece Makedonya var. Üsküp'teki savaşı kazanırsak 6 puana ulaşacağız ve 16 Ekim'de sahamızdaki Liechtenstein sınavı için moral bulacağız. Biz diyoruz ki: Makedonya yenilgiye hazır ol..A milliler seni ham yapacak)

Savaşacağız kazanacağız(Fanatik)12.10.2002

Rus Ruleti Galatasaray:1-Lokomotif Moskova:2(Fanatik)30.10.2002

Bakalım Kim Keskin Nişancı FB-GS(Vatan)

Yüksek Gerilim(Takvim)

Derbinin Gerilimi Yüksek(Cumhuriyet)

Ateşten Gömlek(Akşam)

Bu Derbiye Yürek Dayanmaz(Gözcü)

Devlerin Kapışması(Vakit)6.11.2002

Galatasaray Kadıköy'de Dağıldı/Tribünlerde yine terör esti.

Fener Yüzbaşının rütbesini söktü(Akşam)

Kadıköy meydan muharebesi(Radikal)

Kanarya Aslan'ı parçaladı(Posta)

Cimbom Nakavt.

Fenerbahçe İhtilali(Türkiye)

Fener Ezdi Geçti(Şok)

Geldiler! Birbirlerine girdiler! Gittiler(Fanatik)7.11.2002

Atina'da yüksek gerilim(Panathinaikos-Fenerbahçe)(Fotomaç)14.11.2002

Son İmparator(Lucescu)

(...O ve Ordusu dimdik ayakta...Parola sonuna kadar devam)(Fanatik)15.11.2002

İmparatorluk Savaşı.

Kara kartal Saldıracak.

Galatasaray Çıldırtacak(Pas)

Taht İçin Düello(Vatan)

Bu Maça Yürek Dayanmaz(B.S)(Türkiye)

Buyrun Düelloya(Takvim)

Bu Derbiye Yürek Dayanmaz(Şok)

İmparatorluk Savaşı(Güneş)8.12.2002

Beşiktaş'tan Sol Kroşe!(Pas)

Lucescu, F.Terim'i Ali Sami Yen'de Vurdu(B.S)(Posta)

Kartal, Aslan'ı Parçaladı(Hürriyet)9.12.2002

Kadıköy'de Yüksek Gerilim(Fanatik)22.12.2002

Kalbi Olan İzlemesin(FB-BJK)-BJK Fut: Fener'i Söndüreceğiz(Fotomaç)

Luce'nin imha Planı(Fanatik)

Fener ilk 30'da Vuracak(Star)2.2.2003

Haydi Kartal Şafak Söktü Av Vakti(Pas)

Al Tezkereyi Beşiktaş(Fotomaç)27.3.2003

Zirveye Teskere Ali Sami Yen'de(Posta)

Nefesler Tutuldu(B.S)(Milliyet)

Ne Açlık, Ne Yoksulluk, Ne Savaş, Türkiye Bu dev maça kilitlendi…

Kalbi olan bu maçı izlemesin(Güneş)

Ali Sami Yen'de yüksek gerilim(Yeni Şafak)

Müthiş Kapışma(Vakit)8.3.2003

Şeref Tribünü Karıştı/Kavga!

BJK ile Trabzon Avni Aker'de Kapışıyor!

Çarpışma(Pas)

VİP'te Yumruk.

Karadeniz'de Pazar Fırtınası(Hürriyet)

Cim Bom Yendi Protokol Karıştı(Vatan)

Cimbom, Fener'i Devirdi Gözünü Trabzon'a Çevirdi(Zaman)

Galatasaray Vurdu Geçti(Yeni Şafak)

Karadeniz'de Büyük Kapışma(Güneş)

Can Dayanmaz(TS-BJK)(Takvim)

Karadeniz'de Ateşten Gece.

Karadeniz'de Fırtına(Fanatik)9.3.2003

Saldır Kartalım(Hürriyet)

Beşiktaş 'Devlet Garantisi' Alarak İstanbul'a Gelen Lazio İle Kapışıyor(Posta)

Bombala Beşiktaş(Tercüman)

Parçala Kartalım (Damga)

Ver Teskereyi!(Haber Türk)

Bombardıman Gecesi.

Yeryüzü Cehennemi(Pas)20.3.2003

İnönü'ye Bomba Düştü(Takvim-Tercüman)

Kartal Tek Yumruk(Gözcü)

10 dakikada Avlandık(Sabah)

Beşiktaş Maçı Bitti. ABD-Irak Maçına Bakalım (Star)

İnönü'ye Füze Düştü(Haber Türk)

Tezkereyi Lazio Aldı(Vatan) 21.3.2003

İngiltere'yi Topa Tutacağız(B.S)(Akşam)

Çeyrek Asırlık Rövanş(Vatan)

Türkiye'nin İngiltere'de Rövanş Gecesi(Cumhuriyet)

Haydi Aslanlar Ezin İngilizleri(B.S)

Ay Yıldızlı Füzeler Göreve(B.S)

Dur Tarih Vur Türkiye!

Turkish Football Forces Are Over England(Haber Türk) 2.4.2003

İki Golle Vurulduk(Tercüman)

İngiliz Sicimiyle Asıldık(Star)3.4.2003

İnönü'de 'Kurtların Dansı' BJK-FB(Radikal)20.4.2003

Kartal Pençesi(Posta)

Kartal Yıktı Geçti(Yeni Şafak)21.4.2003

100.Yılın Maçında BJK ile GS kapışıyor(Akşam)

Devlerin Savaşı(Hürriyet)

Zirvede Kıyamet Günü(Takvim)

İnönü'de OHAL(Fotomaç)25.5.2003)

Saldırın!(Fanatik)11.6.2003

Savaşa Savaşa Kazandık(Yeni Şafak)12.6.2003

Paris'i Fetih Günü(Fotomaç)26.6.2003

Avni Aker'de Yüksek Tansiyon TS-FB(Akşam)

Karadeniz'de Fırtına(Fanatik) 15.8.2003

Kanarya, Trabzonsporu Vurdu Geçti

Fener Baskını(Fotomaç)16.8.2003

Kartal Vuruldu.

Kükre Aslanım(Gözcü-H.O.Tercüman)

Derin Darbe(Fanatik)

Silahlar Çekildi(Fotomaç)17.9.2003

Aslanı Da Vurdular(D.B.Tercüman)

Cim Bom Da Vuruldu(Takvim)18.9.2003

Saat 16 da Hayat Duracak(B.S)GS-FB(Hürriyet)

Meydan Savaşı Saat 16 da (Vatan)

Büyük Kapışma(Güneş)21.9.2003

Kartal Bombaladı(Akşam)

Kartal Ezdi Geçti(Güneş-H.O.Tercüman)

Kartal Fena Parçaladı(Hürriyet)

İnönü'de Acı İntikam(Posta)29.9.2003

Cimbom ve Kartalın Avrupa Harekatı(Akşam)

Aslanım Şişleri Biledi(Cim bom devler liginde İspanyol Boğası Sociedadı Ağırlıyor)(Yarın)

Kükre Be Aslanım(Vakit)30.9.2003

Aslana Boğa Darbesi.

Kartal Zor Av Peşinde(Takvim)

Bu Kartal Parçalar (Güneş)

Nakavt(Vakit)

Kartal Puan Avında(Hürriyet)1.10.2003

Sergen Çaktı İngiliz Baktı(Posta)

Sergen Vurdu Kartal Uçtu(Vatan)

Chealsea ye Sergen Pençesi(Akşam)

Karakartal Kükredi(Star)

Beşiktaş, Chealsea'yi Deplasmanda Bozguna Uğrattı(Zaman)

Şımarık İngilizlere İlk Tokat Beşiktaş'tan(Güneş)

Kartalım Chelseayi Parçaladı(Fotomaç)2.10.2003

İnönü Meydan Savaşı(Star)1.11.2003

Kartal Sırat Köprüsünde(Gözcü)

İntikam Vakti(Star)4.11.2003

Aslan, Atina'da Pusuya Yattı(Hürriyet)

Aslan, Atina'da Kükreyecek(Gözcü) 5.11.2003

Vur, Portekiz İçin(Vakit)19.11.2003

Kadıköy'de Zirve Savaşı(Vatan)

Bu Derbi İnsanın Nefesini Keser(Posta)

Kader Derbisi(Akşam)

Kadıköy'de Kıyamet Günü(Gözcü)

Büyük Kapışma (Güneş)

Kıyamet Derbisi(Takvim)30.11.2003

Kadıköy'de Gol Düellosu(Türkiye)1.12.2003

Fırtına İki Tellide Kopacak(Fanatik)14.12.2003

Aslan Avcısı Fener(D.B.Tercüman)

Fener Darbesi(Türkiye)1.3.2004

BJK ve GS 'Boğayı Şişleyecek'(Star)3.3.2004

Kaplan Ava Hazır(Fanatik)7.3.2004

Karadeniz'de Fırtına(Fotomaç)8.3.2004

Müthiş Kapışma Bjk-Gs(Fotomaç)4.4.2004

Bu Derbi Durdurur Kalbi(Posta)

Kalp Dayanmaz(Gözcü-Takvim)

Türkiye Derbiye Kilitlendi(Yeniçağ)

İnönü'de Yüksek Gerilim(Türkiye)

İnönü'de Bıçak Sırtı(Milliyet)25.4.2004

Kartal Evinde Vuruldu(D.B.Tercüman)

Kanarya Kartalı Avladı(Sabah) 26.4.2004

Vur da Gel Trabzonum.

Kaplan Tur Avında(Fotomaç)

Saldır Trabzon(Fanatik) 28.7.2004

Büyük Taarruz(Fotomaç)8.9.2004

Tur İçin Vurun(Takvim)16.9.2004

Kartal İnönü'de Boğar(Posta)17.9.2004

Dev Kapışma(Takvim)

Yeni İnönü'de Zorlu Düello(Akşam)

Bu Maç İnsanı Kalpten Götürür(Posta)19.9.2004

Bunun Bir De Kadıköy'ü Var(Takvim)

Fener Param Parça(Birgün)

Fenerbahçe Old Trafford da Ağır Yaralı(Zaman)

Fener Vurgun Yedi(Türkiye)

İntikamları Acı Oldu(Y.Şafak)29.9.2004

Yaralı Karakartal Bodo'yu Parçalar. Karadeniz Fırtınası Bilbao'da Esecek. Gençler Komşu'yu Eleyip Gönderir(Hürriyet)

İntikam Vakti(Star)30.9.2004

Doğan'dan Vur Emri(Fotomaç)

Fırtınalı Gece (Fanatik)3.10.2004

Kazak Delik Deşik(Birgün)10.10.2004

Kırın Şu Boynuzu Türkiye-Danimarka(Star)13.10.2004

Kadıköy'de Aslan Avı(H.O.Tercüman)19.10.2004

Fransız Giyotini(Akşam)20.10.2004

Komutanlar Konuştu: Bosque;Devler Ligi Gibi

Daum;Bu Kale Düşmez (Fotomaç)30.10.2004

Kartal Fener'i İnönü'ye Gömdü(Star)

Kartal Hizaya Soktu.

İnönü'de Arbede (Posta)

Kartal Kanaryayı İnönü'de Boğdu(Sabah)31.20.2004

İhtilal Gecesi(Hayat Bu Gece Saat21.45'te Duracak. 70 Milyon Kalp Fenerbahçe İçin Atacak. Ş.Ligi D.Grubunda Sarı Lacivertliler O.Lyon Karşısında 'Ya Tamam Ya Devam' diyecek. Stefanos Farina'nın Yöneteceği Karşılaşmada C.Daum'un Kumandanlığındaki On Bir Cengaver Fransa'da Türk Devrimi İçin Savaş Verecek)/Ya Hep Ya Hiç Savaşı...(Akşam)3.11.2004

Nakavt!(Fanatik)4.11.2004

Beşiktaş Bilbaoyu'da Dağıttı(Cumhuriyet)

Kartal Boğayı Parçaladı(Posta)

Kara Kartal İspanyol Boğasını İnönü'ye Gömdü(Sabah)5.11.2004

Milliler Presle Boğacak(D.B.Tercüman)

Önce Durdur Sonra Vur(Fanatik) 17.11.2004

Korkaklar Kazanamaz(Posta)

Avni Aker'de Rus Ruleti(Birgün)

Karadeniz'de Derbi Fırtınası TS-FB(Hürriyet)

Zirvede Düello(Akşam)

Yıldız Savaşı (Fotomaç)20.11.2004

Pençele Kartalım(Posta)

Şafak Söktü Av Vakti(Fotomaç)25.11.2004

Kartal'ın Sürek Avı(Akşam)

Kartal Çifte Avda(Güneş)

Haydi Kartal Pençeni At(H.O.Tercüman)1.12.2004

Kartal Avını Kaçırdı(Hürriyet)

Kartal Büyük Av Kaçırdı(D.B.Tercüman) 2.12.2004

Fenerbahçe İngiliz'i Yere Serdi(Y.Şafak)9.12.2004

Bu Derbi İnsanı Kalpten Götürür(Posta)

Kalpler Duracak(Güneş)

Devlerin Hesap Günü(D.B.Tercüman) 12.12.2004

Kartal, Çizme'de Büyük Ava Çıktı(Star)

KOPARMAK ŞART(Fotomaç) 16.12.2004

Bugün Vur Yarın Tur(Akşam)

Lütfen Bu Boğayı Devirin(Güneş)

Uçuş Vakti(Fanatik)

Vur Vur İnlesin Zaragoza Dinlesin

Kanarya Pusuya Yattı (Star) 17.2.2005

Fener'i Boğa Çarptı(Posta)

Ava Giderken Fener Avlandı(Star)18.2.2005

Tur İçin Vur(Güneş)

Fener Böyle Vuracak(Takvim)24.2.2005

Devler Çarpışıyor(Gözcü)

Derbi Sinir Harbi(Posta)

'TOP'lu Gerilim(Takvim)

Av Zamanı(Biri Aslan Diğeri Kartal... Biri Ormanlar Kralı Diğeri Gökler Hakimi...İkisi de Avcı...İkisi de Yırtıcı...Yaralanan Yarıştan Kopacak, Kazanan Yeni Avlar Arayacak...İkisi de Aynı Avın Peşinde :3 Puan. Aslanın Pençeleri Hakan ve Necati. Kartalın Planı Tümer ve Pancu İle Vurmak) (Fotomaç)5.3.2005

Aslan Bir 'Büyük' Daha Avladı(Zaman)

Pençeyi Aslan Attı(Akşam)6.3.2005

İttifakı Dağıt Gel.

Atış Serbest(Fotomaç)30.3.3005

Snıperlar Göreve:Vur Emri

Kader Günü(Fotomaç)10.4.2005

Kafadan Kopacak(Vatan)

Ya Herru Ya Merru(Fotomaç)17.4.2005

Define Avcıları(Posta)

100 Yılın Ateşi: Saat 21.00 de Nefesler Tutulacak, Hayat Duracak(Star)11.5.2005

100 Yılın İntikamı(Fotomaç)12.5.2005

Derbi Maç Hayat Durduracak(Ortadoğu)

Türkiye Sallanacak: Türkiye Nefesini Tuttu. FB-GS derbisine Kilitlendi(Star)

3.Yıldız Savaşları(Akşam)

Kapışma(Takvim)22.5.2005

Aslanı Avladılar Tarih Yazdılar(D.B.Tercüman)

Kıdemli Yüzbaşı(Vatan-Star-Sabah-Fotomaç-H.O.Tercüman)

F16(Takvim)23.5.2005

Kurtuluş Savaşı(Türkiye)

Yıldız Savaşları-4(Vatan)4.6.2005

b) Antrenörler

S.Aybaba imha planının adını koydu: Trabzon saldırısı(Star) 9.8.2002

C.Daum:Avcı Olarak Görevimizi Yaptık(Güneş)

C.Daum:Avcı Gibiydik(Milliyet)

c) Futbolcular

Pancu:Roma'yı Yakarım(Pas)13.3.2003

d) Köşe Yazarları

C.Özarı: Silahlar Tutukluk yapınca(Fanatik) 25.9.2002

C.Özarı: Dananın Kuyruğu Bugün Kopacak(Fanatik)1.10.2002

A.S.Alkış: Çatır Çatır Yenmeliyiz(Star)12.10.2002

G.Taner: Favori Parçaladı(Fanatik)7.11.2002

Z.Alp: Rövanşta Parçalarız(Star)21.3.2003

S.Sarıalioğlu:Ölümüne Savaş(Vatan)28.3.2003

A.Aybaba:Gerçek Savaş İnönü'de Çıkar!(Star)14.3.2003

M.Tunca: İki İngiliz Dövmezsem Bana Adam Demesinler(Star)3.4.2003

D.Gökçe:Ava Giden Avlanır(Akşam)18.11.2004

e) Yöneticiler

S.Bilgili: 100. yıl Aşkına Vurun!(Star)2.2.2003

2) Milliyetçilik İçeren Söylemler

a) Gazete Başlıkları

Haydi Türkiyem. Türkiye-Slovakya.

Sıra Sende Avrupa(Fotomaç)

Tek Yumruk(Amilli takım Slovakya karşısında, 70 milyon arkasında)

(Fanatik) (7.9.2003)

Moskova'yı Fethedin(Fotomaç) 18.9.2002

Avrupa'da Türk Gecesi(Fanatik)3.10.2002

Avrupa'da Mübarek Gece(Avrupa'da Allah Yüzümüze Güldü. Miraç Kandilini Yaşadığımız Dün Gece FB-BJK ve Denizlispor 3.tura çıktı)(Star)4.10.2002

Çirkef Belçikalı(Star)24.10.2002

Dünyanın en önemli İkinci derbisi bugün(Şok)6.11.2002

Avrupalı Kartal(Fanatik)15.11.2002

Avrupa Kartal'ın Kanatları Altında(Fotomaç)29.11.2002

Avrupa'ya İşte Böyle Girilir Lyon 0-Denizlispor 1/D.Kiev 0-Beşiktaş 0 (Avrupa'da tarihi yine futbol yazdı…)(Fanatik)

Futbolda AB'ye Girdik(Star)13.12.2002

Avrupa'nın Kartalı(Akşam-Sabah B.S)28.3.2003

Ve Dünya Santrada(Fotomaç)

Dünya Derbisi(Pas)

Dünyanın En güzel derbisi(Akşam)8.3.2003

Haydi Kartal Türkiye İçin(D.B.Tercüman)20.3.2003

Hey Adalı Şimdi Roller Değişti(Hürriyet)

Havamız Yeter(Milliyet)

Haydi Türkiye(B.S)(Güneş)

Bastır Türkiye(Gözcü)

Şimdi Gel Bakalım Adalı (Damga)

Tam Zamanı Türkiyem(D.B.Tercüman)

Türk Lokumu Boğazınızda Kalsın(Star)

İngilizlere Ders Verin(Vakit)2.4.2003

Türkiye'de Görüşürüz(Akşam)

İstanbul'u Da Var(Fanatik) 3.4.2003

Bize Durmak Yakışmaz(Milliyet)

Çak Türkiyem!(Yarın)

Haydi Türkiye (Akşam)7.6.2003

En Büyük Türkiye(D.B.Tercüman)

Helal Olsun Türkiyem(Akşam)

İşte Türkiye(Tercüman)8.6.2003

Haydi Türkiye Kalpler Seninle(Sabah)

Yık Türkiyem!(Yarın)

İnönü'de Ay-yıldızlı gece(Fotomaç)11.6.2003

Bekle Portekiz Türkler Geliyor(Posta)

Bekle Bizi Portekiz(Yeni Şafak-Takvim)

Şanımıza Yakıştı(Güneş)12.6.2003

En Büyük Türkiye(H.O.Tercüman)24.6.2003

Sağlık Olsun Türkiyem(D.B.Tercüman)27.6.2003

Türkiye Sizinle Gurur Duyuyor(Hürriyet)

Ay yıldızlı Sultanlar(Milliyet) 29.6.2003

İkiniz Birden Gelin(Fanatik)

Karma Yapsalar Boş(Fotomaç)

Aslan Bunları Yutar(Milliyet)26.7.2003

Avrupa Fatihi, CSKA Sofya'yı da Ezdi Geçti(Fotomaç)

Avrupalı Gururla Sunar(Fanatik)14.8.2003

Kartalın Öcünü Sen Al Aslanım(Akşam)17.9.2003

Kükre Be Avrupalım(Fotomaç)30.9.2003

İngiliz Eziyeti(Sabah)

Beşiktaş'a İngiliz Çirkinliği(Milliyet)

Çirkin İngiliz.

Bir Zamanlar Avrupalıydı(Vatan)1.10.2003

Türkiye'nin Gururu Kartal(H.O.Tercüman)

Avrupa'nın Yeni Efendisi (B.S) (Hürriyet)

Türkiye'yi Uçurdular(Sabah)2.10.2003

Tek Yürek Tek Bilek İngiliz'e Bu Gerek.

Gururumuz Türkiye Dersini Ver İngiliz'e(H.O.Tercüman)

Türkiye'nin Kalbi Kadıköy'de Atıyor(Y.Şafak)

Çanakkale'de Başarmıştık…Şimdi Sıra Saracoğlunda Geçilmez(Vakit)

Bastır Türkiye(Gözcü)

Haydi Türkiyem(Hesap Günü Geldi. 70 Milyon zafere kenetlendi. 11 altın adam Ş.Saracoğlunda İngiltere'yi devirip tarih yazacak. Türkiye'yi sevince boğacak)

Her şey Vatan İçin(D.B.Tercüman)

70 Milyon Kadıköy'de(Türkiye)

Haydi Bastır Türkiyem(Korkma Türkiyem arkandadır bu şafaklarda yüzen alsancak… sönmeden 70 milyonluk Türkiyemin üstünde tüten en son ocak. O milli takım benim milletimin yıldızıdır, İngiliz'in üstünde de parlayacak…O benimdir, o benim milletimin Aslanlarıdır, bu zaferi de kazanacaktır mutlak)

70 Milyon Aşkına(Haydi Türkiyem, Yen İngiliz'i, Salla Dünyayı)(Fotomaç) 11.10.2003

Bravo Avrupalı(Takvim) 5.11.2003

Haydi Türkiyem(Takvim)

Türkiye Sizinle(Fotomaç)

Bastır Türkiye(Gözcü) 15.11.2003

70 Milyon Türk İçin Çok Acele 'Kan' Aranıyor(Bizim kanımızda, adı sanı belli olmayan, dünya futbolunda 56.sırada bulunan takımlara elenmek yoktu!) (Fanatik)20.11.2003

UEFA'da Türk Şovu(Sabah)

Türkiye Sizinle Gurur Duyuyor(Fotomaç) 27.2.2004

Titre Avrupa(Takvim)

Haydi Türkiye(Star)3.3.3004

Türkiye'nin Kalbi Bu Gece TS için Atacak(Fanatik)10.8.2004

Çıkalım Açık Alınla(Fotomaç)4.9.2004

Türkiye'nin Kalbi Galibiyet İçin Atacak(Milliyet)8.9.2004

11 Türk 33 Bin Yunan'ı Susturdu(Star)9.9.2004

Titre Ey Avrupa(Takvim)16.9.2004

İngilizler Korkuyor(Güneş)28.9.2004

AB'ye Girelim(Star)30.9.2004

Çıkın Açık Alınla(Akşam)

Haydi Türkiyem!

Kadıköy'de Kazakistan'ı Yen ve Dök Bizi Sokaklara(Takvim)9.10.2004

İşte Türkiye Bu 4-0(Takvim)10.10.2004

Bu Gece Bizim Gecemiz(Güneş)

Bastır Türkiye(Gözcü)13.10.2004

Türkiye Kadıköy'de(Türkiye)19.10.2004

Güç Sende Türkiyem(Gözcü)17.11.2004

Türkiye Sizinle Gurur Duyuyor(D.B.Tercüman)18.11.2004

Hem Havalı Hem Avrupalı(Akşam)

Avrupalı Gibi Oynadı(Star)

Türkiye İçin Kartal(D.B.Tercüman)1.12.2004

Türkiye İçin Fener(D.B.Tercüman)

Fenerbahçe, Türkiye İçin Oynayacak (Zaman) 8.12.2004

Türkiye Seninle(M.Gazete)17.2.2005

Türkiye İçin Fener.

Bu Akşam Hepimiz Fenerliyiz(D.B.Tercüman)

Türkiyemin Maçı(Vatan)24.2.2005

Yürüyelim Arkadaşlar(Bayrağını Kap MaçaGit) (Fotomaç)26.3.2005

Türkün Gücü(Fotomaç)31.3.2005

Yenersin Türkiyem(D.B.Tercüman)

Çıktık Açık Alınla(H.O.Tercüman)

Kalpler Milli Takım İçin Atacak(M.Gazete)

Milli Mücadele(Sabah)

Haydi Türkiye.

Kalbimiz Milli Takımla(Gözcü)4.6.2005

b) Antrenörler

F.Terim:Orası İstanbul-İstanbul Desene(Vatan-Fotomaç-Sabah-Fanatik)5.11.2003

C.Daum: TÜRKİYE İÇİN(Fanatik)24.11.2004

C.Daum:Avrupalı Değiliz(Star)18.2.2005

E.Yanal: Bayrak Gidecek (Fotomaç)26.3.2005

3) Cinsiyetçilik(Argo-Eğretileme) İçeren Söylemler

a) Gazete Başlıkları

Loranti Fener 0-0(Fotomaç) 10.8.2002

Bu Gece Kopmam Lazım(Star) 27.8.2002

Evine Dön Köylü-Olmadı Kadıköylü(Yazık... Gerçekten çok yazık... Fenerbahçe Cumhuriyetiyim diyorsun, ama teknik direktörün Fenerbahçe Cumhuriyetinden değil. Dünya çapında bir stada, dünya çapında starlara sahipsin, ama antrenörün Alman köylüsü... Böyle bir takımı, bir Alman köylüsüne teslim edeceğine, keşke bir 'Türk Köylüsü'ne teslim etseydin) (Star)28.8.2003

Var mı Yan Bakan!3-0(Fotomaç)(8.9.2002)

Nazdoravya(Şerefe) Aslanım(Star) 18.9.2002

Ayılana Sarr Bayılana Arif 2-0(Fotomaç)

Sarr Beni Arif(Fanatik)

MOS KOVA(B.S) (Star)19.9.2002

Parambarça(Fotomaç)25.9.2002

Nayır Nolamaz1-3 (Star)24.10.2002

Sandık Açıldı İktidar Futbol(Sabah)

En Önemli Seçim Kadıköy'de(Posta)

Ya Tek Başına İktidar Ya da Koalisyon(Star)

Sandık Santrada(Kadıköy'de oy değil, gol savaşı var) (Yeni Şafak)

Lig'de 'Ara Seçim' Zamanı(Radikal)

Son Sandık Kadıköy'de.

3 gün sonra bi daha T.Erdoğan(fb'li) D.Baykal(gs'lı) (Fotomaç)6.11.2002

Saraçoğlunda 6 şiddetinde deprem(B.S)/Kadıköy Kasırgası(Hürriyet)

Fenerbahçe tek başına iktidar(Radikal)

Kadıköy'ün Tayyip'i(Güneş)

Tarih Oradaysa Fener burada(Vatan)

Tarihi Zafer(B.S)(Akşam)

Fenerden Galatasaray'a tarihi fark(B.S)(Gözcü)

Tarihi Fark(B.S)/Kadıköy'de Tarih dershanesi(Sabah)

Fenerden Tarihi Fark(B.S)(Güneş)

Fener Tarih Yazdı(Türkiye)

Tarih Bunu da Yazar!6-0(Fanatik)

Fener, Tarih Yazar(Fotomaç)

Gerçekleri Tarih Yazar ve Tarih '6'Kasım(B.S.tamamı)-İşte Fener Hükümeti (Başbakan:Aziz Yıldırım-Derbi Bakanı: Werner Lorant- Gollerden sorumlu devlet bakanları: Serhat Akın(2) Tuncay Şanlı-Ariel Ortega-Ceyhun Eriş-Ümit Özat(Star)

Fenerbahçe İktidarı(Yeni Şafak)7.11.2002

Bu Cimbom dan Cacık Olmaz!(Star)14.11.2002

Şişede Durduğu gibi durmaz(Dinamo Kiev-Beşiktaş)(Fanatik)16.11.2002

Siyah Beyaz Dina Mor(B.S)3-1(Beşiktaş Ş.liginden kıl payı elenen ve UEFA kupasının en büyük favorileri arasında gösterilen Dinamo Kiev'i dümdüz etti) (Star)

Kartal İtinayla Tarih Yazar(Fotomaç)29.11.2002

Gel, gel, hadi gel Derbiye gel Gs-Bjk(Fanatik)

Sultanların Dansı(Milliyet)

Kralların Derbisi(Hürriyet)

Geldik Zurnanın Zırt Dediği Yere(M.Gazete)8.12.2002

Luce Şah, Terim Mat(Milliyet)9.12.2002

Beşiktaş Tarih Yazdı(Fotomaç)13.12.2002

Devlerin Dansı(FB-TS)(Fanatik)22.12.2002

Erkek Adam Bu Turu Geçer!(Fanatik)

Bu Maç Bizi Bozmasın!(Star)27.3.2003

Kartal Yüksek Uçtu(Posta)

Kartal Kupaya Uçuyor(HaberTürk)

Alemin Kartalı(Türkiye)

Erkek Adam Tarih Yazar!(Fanatik) 28.3.2003

Ve Aslan Terbiyecisini Yedi Bitirdi 2-0(Pas)

Cesur Yürek Cim Bom(Posta)

Ali Sami Yen'de Aslan Kükredi(B.S)(Tercüman)

Karadeniz Dalgalanıyor(Türkiye)

Savaş Out Derbi İn(Güneş)9.3.2003

Mucizenin Rumencesi(Sabah)

Pancu'dan Hayat Öpücüğü(Cumhuriyet)

Beşiktaş'ın Patriotu Pancu(Yeni Şafak)10.3.2003

Kartal Spagetti Sever Beşiktaş-Lazio(Star)

Bu Çizme Sana Tam Uyar kartalım(Pas)13.3.2003

Kartal, Hesabı İnönü'de Keser(Posta)

Hesabı İnönü'de Görürüz(Takvim)

Kartal Hesabı Rövanşa Bıraktı(Vatan)

Çizme'yi İnönü'de Giyeriz(Pas)

Yaz Tarihi Kartal(Fotomaç)14.3.2003

Beşiktaş Tarih Peşinde(Cumhuriyet)

Kara Kartallar Tarihi Virajda(Sabah)

Yaz Tarihi Kartalım(Türkiye)20.3.2003

Kartallar Ağlamaz(Fanatik)

Siyah Beyaz Bir Film Gibiydi(Fotomaç) 21.3.2003

Bugün Golü Atan Tarihe Geçecek(Hürriyet)

Bu Gece Kopmam Lazım(Akşam)

Final IRAK Değil(Tercüman)

Korkudan Titriyorlar(Şok)

Yenin Tarihe Geçin (Haber Türk)

Tarih Önündeyiz(Türkiye)

ADA MSAN Şimdi Gel(M.Gazete)

Buralar Bayram Olsun

Kara Tarihi Silin, Yeni Tarih Yazın(Zaman)

Dünya Bizimle(B.S)

İngiltere'yi Evinde Devirmeye Hazırız

Teskereyi Alacağız(Takvim)

Her Şeyin bir İlki Vardır(Fotomaç)2.4.2003

Kaderim Aynı Kederim Aynı(Posta)

Ada'ya Sözümüz Geçmiyor(Hürriyet)

Havamız Söndü(Sabah)

Ada'da Hüsran(Takvim-Vakit)

31-0 Oldu(Star B.S)

Geçmişim Hayaleti Yine Bırakmadı(Radikal)

Yine Şerefli Yenilgi(Fanatik) 3.4.2003

Bu ne demek Pascal Nouma?(Star)

Terbiyesiz Nouma(Fotomaç)

Nouma Saçmaladı(Fanatik)

Kara Kartal Feneri Devirdi(Zaman)21.4.2003

Yüzyılın Şampiyonu(Posta-Takvim-Hürriyet-Star)

100.Yılda Şampiyon(Akşam)

100.Yıl Pençesi(Vatan)

Beşiktaş 100 de 100 şampiyon(Cumhuriyet-Milliyet)

100 Yılın Kartalı(Şok-Sabah)

Asırlık Mutluluk(Türkiye)

Kartalın Şanlı 100'ü(Vakit)

Tarih Böyle Yazılır(Fanatik) 26.5.2003

Bu Gece Yenmem Lazım(Star)

Bugün AT Yarın YAT(Milliyet)11.6.2003

Kabustan Zafere(Hürriyet-Akşam)

Var Mı Bize Yan Bakan(Star)

Aslanlar.

Make DON'u İndirdik!(Yarın)12.6.2003

ABD'yi Devirdik(Hürriyet)

Gerçek Süper Güç(Sabah)

Al Sana Tezkere (Vatan-Türkiye)

Hayat Futbol Olsa(Dünyaya Hükmeden, tek tuşla tüm dengeleri değiştiren ABD'nin süper gücü, yeşil sahada Ay yıldıza sökmedi)

Süper Güç Türkiye(D.B.Tercüman)20.6.2003

Mönü de Afrika Aslanları var(Radikal)21.6.2003

Kara Büyü(Fotomaç)22.6.2003

Brezilya İle Hesap Günü(Yeni Şafak)

Şimdi Hesap Zamanı(Akşam)

Sambacıyla Hesabımız Var(Hürriyet)

Hesap Görme Zamanı(D.B.Tercüman)

Türkiye'nin Mini Hesabı(Tercüman)

Keselim Şu Hesabı(Türkiye)

Büyük Hesaplaşma(Star)

Görülecek Hesabımız Var(M.Gazete)

Unutmayın! Unutturmayın! (Hesap Günü)(Fanatik)

Brezilya İle Hesap Günü(Cumhuriyet)

Hesap Günü Geldi.

Sambayı Biz Yapalım(Fotomaç)

Hesap Günü(Takvim-Posta) 23.6.2003

Sambacı Türkiye.

Güneş Rövanşı Aldı(Akşam)

Karizmayı Çizdiler.

Sambayı Yaptık Turu Kaptık (Hürriyet)

Hesabı Kestik.

Güneş'in İntikamı(Türkiye)

Brezilya'ya Samba Dersi(Yeni Şafak)

Turu Sambayla Geçtik(Zaman)

Samba Böyle Yapılır(Fotomaç)

Sambacılar Bizi Unutmayacak(Posta)

Bu Kez Sambayı Biz Yaptık(Cumhuriyet)

Sambacılardan Dünya Kupasının Öcünü Aldık

Samba İşte Böyle Yapılır (Vatan)

Samba mı, O Da Neymiş?(Radikal)

Samba Nihayet Lamba(Star)24.6.2003

Sustur Şu Horozu(Hürriyet)

Sırada Horoz Var(Sabah-H.O.Tercüman)

Horozun Tüylerini Yolun Tek Tek(Star)

Kes Şu Horozu(Posta)

Fransa Korkuyor (Türkiye)26.6.2003

Kısmet Değilmiş(Sabah)

Canınız Sağolsun(Hürriyet)

Şanssızlık!(Türkiye) 27.6.2003

Bu Geceyi Tarih Yazacak(Fanatik)15.8.2003

Beşiktaş'ın Lazio'yla Hesap Günü Geldi Çattı(Zaman)

Hesap Lütfen(Türkiye)

Hesap Günü(Hürriyet-Güneş)

Şampiyonun Hesap Günü(Cumhuriyet)

Şimdi Hesap Zamanı(Posta)16.9.2003

Duvara Çarptık(Takvim)

Beşiktaş Lazio Duvarına Çarptı(Cumhuriyet)

Kartal İnönü'de Duvara Çarptı(Hürriyet)

Bu Çizme İki Numara Büyük Geldi(Posta)

Çizme'de Yine Tarih Yazın(Güneş)

Maziyi Hatırla Aslanım(Star)

Çizmeyi Aşamadık(Türkiye)17.9.2003

Çizme Bize Extra Large Geliyor(Akşam)

Ne Oldu Sana Ne Oldu Böyle(Vatan)

İtalyan Balı!(Fanatik)18.9.2003

Dünyanın Gözü Bu Derbide(Cumhuriyet-Vakit-Sabah)

Dünyanın Gözü Derbide (M.Gazete-Güneş)

Dikkat Dünya Bizi Gözetliyor(Milliyet)21.9.2003

Kafa Kafaya 2-2.

İyi Kötü Çirkin(Star)

Korkak Derbi(Yarın)

Dostluğu Boşat'tı(Akşam)

Derbiye Hakem Gölgesi Düştü(Cumhuriyet)

Şubata Kadar Rahatız(Fanatik) 22.9.2003

Trabzon, Ada Yolcusu Kartal'a Bendensin Dedi 5-0(Zaman)

Kartal Hamsiyi Farklı Yedi(Takvim)

5'İKTAŞ BÖYLE YAZILIR.

Hatırla O Günleri Aslan(Posta)

Hadi Gari(M.Gazete)

Acıktın Di Mi!(Aslanımız Ş.Liginde 6 maçtır kazanamıyor. Bu gece olimpiyat stadında boğa var, ziyafet var!)(Fanatik)30.9.2003

O Bir Aslandı Şimdi Uslandı(D.B.Tercüman)

Batır Ada'yı Beşiktaş(Star)

Boynu Bükükler(Türkiye)

Avrupa Fatihi Arıyor Maziyi(Posta)

Aynı Nakarat (Fotomaç)1.10.2003

Kartal Futbolun Beşiğini Salladı(Posta)

Kahramanlar(Takvim)

Did You Sergen!(Sergen'i Gördünüz mü?)(Vatan-Akşam-Sabah)

Adayı Salladık(Vakit) 2.10.2003

Beklenen Gün Geldi(Radikal-M.Gazete)

İngiliz'i BECK HAM yapacağız(Star)

Haydi Türkiye Haydi Tam Zamanı Şimdi.

Haydi Bizi Büyüle (Haydi Türkiyem! Şu İngilizlerin umutlarını bu akşam Ş.Saracoğlu Stadının çimlerine göm! Portekiz biletini al ve bir büyük tarih daha yaz)(Takvim)

Haydi Kırmızı Beyaz Yine Tarih Yaz(B.S)

Kır Şu Zinciri(Hürriyet)

Yenin Şunları Tarihe Geçin(B.S.Tamamı)(Ne Tezkere, ne seçim, ne geçim...Bugün bir tek İngiltere ile oynayacağımız tarihi maçı düşünüyoruz. Haydi 11 altın adam! Bugüne kadar gol bile atamadığımız İngilizleri Kadıköy'ün çimlerine Gömün)(Güneş)

Ağlatacağız(B.S)/Bastır Türkiye(Gözcü)

Tarihi Değiştirin(B.S)/90 Dakikada Tarih Değişir(Posta)

Portekiz Tezkeresi(B.S)/Hesap Kesim Tarihi(Bugün İngiltere'ye ilk golümüzü atacağız. Bugün İngiltere'yi ilk kez yıkacağız. Tüm Türkiye buna inandık, bugün Şükrü Saracoğlu Stadında yılların acısını çıkaracağız)(Milliyet)

Haydi Bir Tarih Daha Yazın(B.S)(Bugün 20.00'de hayat duracak. 70 milyonun, kalbi Kadıköy'de atacak. Milliler İngiltere'yi devirirse Türkiye'ye yine bayram yaşatacak)

Bir Baba Turkey!(Vatan)

Bayram Olsun(Haydi Çocuklar! Bitirin Şu İngilizlerin işini)(Türkiye)

Hesap Günü(Pış Pışlayın İngilizler'i)(B.S)(Yarın)

Haydi Çocuklar Portekiz'e.

Hesap Günü Geldi(Sabah)

Bir Baba…

Şimdi Tarihi Değiştirme Zamanı!

Tarihi Yeniden Yazın.

Akıl Oyunları(Fanatik)11.10.2003

Portekiz'de Görüşürüz(Fotomaç)

Hep Karanlık!(Fanatik)

Bir İhtimal Daha Var.

Dünya Bizi İzledi(Güneş)

Umutlar Baraja Kaldı(Y.Şafak)

Kahrolduk.

Tarihi Fırsatı Yine Kaçırdık(D.B.Tercüman)

Bütünlemeye Kaldık(Akşam)

Yuh Olsun(Star)

Off Yine Play Off(Hürriyet)

Adayı Geçemedik, Baraja Takıldık(Zaman)12.10.2003

Devler İçin İftar Vakti(BJK-GS) (Fanatik)31.10.2003

Hadi Kartal Bitir İşi(D.B.Tercüman-Vakit)

Affetmeyin(Fanatik)

'Çek'in Vadesi Doldu!(Posta)

Çek bir Zafer(Takvim)4.11.2003

Kartal'dan Altın Vuruş(Sabah)

Kartal Kafaladı (Star)

Kartal Çok Çekti Ama Değdi.

Yol Ver Komşu(Posta)

Beşiktaş İşin Ucunu 'Prag'madı(Radikal) 5.11.2003

Aslan Havlu Attı(Güneş)

PİREyi deve yaptık(Milliyet)

Şaşkınlar Ordusu (Sabah)

Komşu Darbesi.

Atina Depremi(Takvim)

Aslan Tepetaklak(Vakit)

Yabancı Değil!

Frank De Dur(Fotomaç)

Is This Frank!(Fanatik)

Yunanlı Değil Frank De Boer!(Vatan)

Yabancı Değil De Boer (Star)6.11.2003

Açın Barajı Geliyoruz(Posta)

Baraj Tanımayız(Milliyet)

Portekiz Aşkına (H.O.Tercüman)

Sabrın Sonu Portekiz(Vatan)15.11.2003

Bu Ayıp Size Yeter(Posta)

Türkiye Dondu Kaldı(Y.Şafak)

Derin Dondurucu (Vatan)

Donduk Kaldık(Hürriyet)

Letonya'da Donduk(H.O.Tercüman)

Aleme Rezil Olduk(D.B.Tercüman)

Ayıkla Pirincin Taşını(Milliyet)

Bilet Deepreez'de(Fanatik)

Ayağımız Kaydı(Fotomaç) 16.11.2003

Verin Derslerini(Hürriyet)

Ya Portekiz Ya Kriz(Milliyet)

Tek Yol Portekiz (Sabah)

Ya Portekiz Ya Hüzün(Vatan)

Portekiz'e Gideceğiz Başka Yolu Yok! (D.B.Tercüman)

Portekiz Barajın Arkasında(Cumhuriyet)

Biz Bu Barajı Aşarız(Gözcü)

Bu Ayıbı Temizleyin(Posta)

Vur Da Bayram Olsun(Güneş) 19.11.2003

Yazıklar Olsun.

Yuh Olsun Hepimize Gidemedik Portekiz'e(Posta)

İnönü'de Rezalet.

Milli Felaket(Akşam)

Elveda Portekiz(H.O.Tercüman)

Rezalet.

Yazıklar Olsun(D.B.Tercüman)

Televizyonunuzun Ayarıyla Oynamayın (Radikal)

Baraj'da Boğulduk(Vakit)

Letonya Barajında Boğulduk(Zaman)

Güneş 'Baltık'la Sıvandı!

11 Ağır Yaralı 70 milyon Ölü(Star)

Hepiniz Çekip Gidin Beyler!(Sabah)

Kabus(Takvim)

Dünya Üçüncülüğünden Üçüncü Dünyalığa.

Tarihi Leke(Hürriyet)

Amiral Battı.

Bir Devir Bitti(Milliyet)

Mazeret Yok Rezalet Var(Fotomaç)20.11.2003

Kim Şah Diyecek(Hürriyet)

Bu Gece Uzun Olacak(Milliyet)30.11.2003

Nefes Kestiler(Milliyet)

Hani Benim Recebim(Fanatik-Fotomaç)1.12.2003

Jan Janlı Fener(Fotomaç) 2.2.2004

Viking Sınavı(Fotomaç) 18.2.2004

Makarna Ziyafeti.

Antep Roma'yı Ateşe Verdi(Akşam)

UEFA'da Anadolu Ateşi(Star)27.2.2004

Dünya Derbisi(Takvim-Star)

Kadıköy'de Dünya Derbisi(Sabah)

Derbilerin Derbisi(Gözcü)

Kadıköy'de Kader Derbisi(D.B.Tercüman)

Haydi Abbas Vakit Tamam(M.Gazete)

Bir Şehr-i İstanbul Derbisi(Radikal)

Hayatın Ta Kendisi (Fotomaç)29.2.2004

Fenerbahçe Zirveye Oturdu(Cumhuriyet)

Yedi Oscarlık Fenerbahçe(Sabah)

Fenerbahçe, Galatasaray'ı Devirdi, Lider Oldu(Zaman)

Efsane Döndü (Fotomaç)1.3.2004

Çizme 'CUK' Oturdu(Vatan)

Gençler Tarih Yazdı(D.B.Tercüman-Gözcü)

İşte Türk Gençler'i(Star)

Ey Türk Gençliği(Milliyet)4.3.2004

Kurtlar Vadisi(Star)

Kader derbisi(Hürriyet)25.4.2004

Kanarya Kartalı Bitirdi.

Fener Alayı(H.O.Tercüman-Birgün)26.4.2004

Bu Akşam Coşarız Bizi Kimse Tutamaz(Fanatik)28.7.2004

Ha 'Riga' Skor!(Fanatik)29.7.2004

Rigaya Yatara Kiev'e de Attara

SıradaKİEV Gelsin(Fotomaç)5.8.2004

KİEV DE HORON(Fotomaç)11.8.2004

Gösterin GüRcünüzü(Fotomaç)4.9.2004

Sirtakiyi Biz Yapalım(Hürriyet)

Anadolu Ateşi Karşı Yakada(Sabah)

Komşu'da Pişsin Bize de Düşsün(Radikal)

Tarihi Randevu.

Yenelim Tarihe Geçelim(D.B.Tercüman)

İ İstoria Apanalamuanete(Tarih Tekerrürden İbarettir)(Fotomaç)

Alemin Kralı Kimmiş Göstermek GREK(Fanatik) 8.9.2004

Pire İlacı(Milliyet)

Dostluk Kazandı.

Dostça Bitti(Sabah-Vatan)

Biraz Daha Sabretmek GREK(Fanatik)

Bu Kafayla Almanya'ya Turist Olarak GİDERSUN (Fotomaç)9.9.2004

Piyerparem!

Spartaküs(Fotomaç)

Buraları Yıkılıyor(H.O.Tercüman)

Fener Artık 'Çek'imser değil(Radikal)16.9.2004

Ahmet Atar Kartal Kalkar(Fotomaç)

Büyük Balık Kaçtı(H.O.Tercüman)

Başkent'te Görüşürüz Çirkef PKK'lı(Star)17.9.2004

Dostluk Kazansın(Gözcü-H.O.Tercüman)

İki Cambaz Bir İpte Oynamaz(Star) 19.9.2004

Dostluk Bozulmadı(Hürriyet)

Dostluk Kazandı(Güneş)20.9.2004

Tarih Tekerrür Etsin(Akşam)

Bi Daha Fener(Takvim-Türkiye)

Haydi Fener Yine Tarih Yaz(Gözcü)

Fenerbahçe Tarihi Yeniden Yazmak İstiyor(Zaman)

Tarihi Bir Daha Yazın (D.B.Tercüman)

Yap Bi Boliç(Fotomaç)28.9.2004

Hezimet(Star)

Destan değil Hüsran(Akşam)

Şeytan 6 Götürdü(Fotomaç) 29.9.2004

Saatlerimizi Ayarlayalım(Fanatik)

Başın Öne Eğilmesin(Fotomaç)30.9.2004

Gençlerbirliğini Uzo Çarptı(Vatan)

Kartal Üzülmedi(Fotomaç)1.10.2004

Hesap Lütfen(Fotomaç)3.10.2004

Günün Oyunu: Kazak-Kazan. Türkiye-Kazakistan (Radikal)

Kılıbık Olmayın (Vatan)

Kırın Zincirleri(Hürriyet)

Başımıza 'Kazak Örülmesin Yeter(Star)

Çek bir Kazak!(Gözcü)

İki Ters Bir Düz:500(500.gol için)(Sabah)9.10.2004

500.ün Şerefine(Sabah)

500'lük Şölen(Hürriyet)

DANİM ARKASI ÇARŞAMBAYA(Fotomaç)10.10.2004

Vikingler Korkuyor(Akşam)

Yol Haritası(Milliyet)

Kopenhag Kriteri 3 Puan (Türkiye)

İstersen Dağlar Yerinden Oynar(Fanatik)13.10.2004

Vikingi Odin Korudu(Birgün)14.10.2004

Burası Kadıköy BURDAN ÇIKIŞ YOK(Akşam)

Dualar Sizinle(Takvim)

Tak MADA LYON'U(Birgün)19.10.2004

Fransız Giyotini(Akşam)

Sen De Hep Yeni LYON(Vatan)

Of! Of! Kömür Gibi Yanıyoruz(Star)

Kadıköy'de Fransız Kaldık(Hürriyet)20.10.2004

Tarihinize Yakışsın(Fotomaç)30.10.2004

Her Kuşun Eti Yenmez(Vatan)

KART ALDI GÖTÜRDÜ (Sabah)31.10.2004

Olmak Ya da Olmamak!(Milliyet)

Ya Tamam Ya Devam Maçı(Radikal)

Fener Ya destan, Ya Hüsran Maçında(Star)3.11.2004

Küme Düştük(Star)

Uzatmada İflas Ettik.

Haydi Kartal Bin Boğaya Sarıl UEFA'ya.

BİL BAOKALIM NE OLACAK (Fotomaç)4.11.2004

First Class(Birinci Sınıf)Uçuş(Milliyet)

İnönü'de Zil, Şal Ve Gül(Radikal)

HADDİNİ BİL BAO(Sabah)

İftarlık BİL BAOĞA(Fotomaç)5.11.2004

Bayram Zirveyle Taçlansın(Zaman)

Bayram Bitmesin(Y.Şafak)

Zehir Etmeyin (Türkiye)

G.O.R.A(Gönlümüz Onlarla Rotamız Almanya)17.11.2004

Sistem Gereği gidERSUN HOCAM(Sabah)

Nasıl GladyatERSUN!(Fotomaç) 18.11.2004

Haydi Fener Çek Bi Zafer S.Prag-FB(Akşam)

Çek Bir Umut(Birgün)-Prag'da 'Çek' Bir 3 Puan(Cumhuriyet)23.11.2004

Fener UEFA'yı Prag'madı(Radikal)24.11.2004

UCUZ ROMAN(Fotomaç)26.11.2004

İnönü Standırdı Yeter(BJK-Standard Liege)(Fotomaç) 1.12.2004

Kartal Standard'ı Olmayan Rakibi Liege'i Elinden Kaçırdı(Zaman)2.12.2004

Are You Ready!(Hazırmısınız!)(Fanatik)

Fenerbahçe'nin Hesap Günü(Güneş) 8.12.2004

Fenerbahçe'den 'Şanlı' Veda(Goller Tuncay Şanlı'dan)(Cumhuriyet)

Şanlı Bir Gece(Türkiye)

Şanlı Fener(Star)

Şanlı Rövanş (Hürriyet-H.O.Tercüman)

Şeytan Terbiyecisi(Fotomaç) 9.12.2004

Dünya Derbisi.

Dünyanın Gözü Bu Derbide(Star)

İşte Dünya Derbisi Erkek Adama Hikaye Gerisi(Fotomaç)12.12.2004

Yüzde 100 Aslan Tek ATEŞ le Destan(Gol Necati Ateş)(Fotomaç)

Galatasaray Fenerbahçe'yi Devirdi(Birgün)

NECATİ Ligi ATEŞledi(Star)

Zirve ATEŞlendi(Takvim)13.12.2004

Ya Tamam Ya Devam(Cumhuriyet-Hürriyet)

Kendin Pişir Kendin Ye (Türkiye)16.12.2004

Hayır!No!Nein!Non!(Sabah)

UEFA Birliğinin Kararı 'hayır'(Radikal)

La Tortura!(İşkence)(Fanatik)17.12.2004

No Pasaran(Geçiş Yok)(Sabah)

Zara Gaza Bas Fener(Posta)17.2.2005

'Real' Olan Zaragoza'ymış(Radikal)18.2.2005

Yine Tarih Yaz Fener(Posta)

Zara GAZOZ(Star)

Ya İçindesindir Çemberin (Radikal)

VAMOS(Haydi)(Fanatik)

Zaragoza'yı İspanya'da Yen, Tarihe Geç, HEREDOT SİZİ YAZSIN.

HEREDOT CEVDET YAZDI BİLE 'KARDEŞLERİM'(Fotomaç)24.2.2005

Düşlerle Gerçekler Ayrı Ayrı Yaşar(Sezen Aksu Sanki Fenerbahçe İçin Söylemiş)

DA UMURSAMADI(Fotomaç)

Avrupa Haram(Hürriyet)25.2.2005

ARN AVUTLUK(Fotomaç)27.3.2004

Show Time(Fanatik)

Star Wars Episode II(Fotomaç)17.4.2005

İşte Asrın Derbisi(Cumhuriyet)

Dünyanın İkinci Büyük Derbisi Bugün

Bir Dünya Derbisi(Akşam)22.5.2005

ZEUS Gelse Kurtaramaz(Türkiye-Yunanistan)(Fotomaç)

Lütfen 'Komşu'ya Rahatsızlık Veriniz(Radikal)4.6.2005

Komşu Vize Vermedi(Takvim)

Game Over.

Sistem Çöktü Uzman Çağırın (Sabah)

Olay Bitmiştir Görüşmeyelim(Fotomaç)5.6.2005

b) Antrenörler

M.Lucescu:Tarih yazmaya devam edeceğiz(Fanatik)15.11.2002

Ş.Güneş: Hesabı Kapattık (H.O.Tercüman) 24.6.2003

Ş.Güneş: Bugün Tarih Yazacağız(D.B.Tercüman) 11.10.2003

C.Daum:Tarih Yazabiliriz(Posta) 28.9.2004

C.Daum:Tarih Yazdık(Takvim) 9.12.2004

c) Futbolcular

Kaptan Bülent: Hem ilk maçın hem de geçmişin hesabını soracağız(Vatan)

İ.Üzülmez:Dualarınız Bizimle Olsun(Akşam)11.10.2003

d) Köşe Yazarları

M.Yılmaz:Tarihi bir galibiyet (Fanatik)

S.Yula:Tarih işte böyle yazılır (Star)7.11.2002

Yıldo: Aslan Fener'i Kafadan Koparttı (Haber Türk) 9.3.2003

M.Köker: Bu Kez Onlar Titriyor!(Yeni Şafak) 2.4.2003

A.Çakar:Terbiyesiz Pascal Nouma(Star) 21.4.2003

E.Toroğlu:Şerefsizler(Hürriyet)22.9.2003

N.Perekli: Ele Güne Rezil Olduk(Fotomaç)29.9.2003

Y.Doğan: 11 Ekim :Atam İzindeyiz(Hürriyet)

H.Cemal:Haydi Türkiye(Milliyet)

O.Dizer:Dualarınızı Esirgemeyin(Fanatik)11.10.2003

L.Tüzemen:Is Thıs De Boer!(Sabah)6.11.2003

H.Yalçın: Koşun Haber Verin Tarihe(Takvim)16.9.2004

E.Toroğlu: Kültür Farkı(Hürriyet) 4.11.2004

E.Toroğlu: Köyümüze Dönelim(Hürriyet)25.2.2005

e)Yöneticiler

H.Ulusoy:Kazanın 90 dakikada tarihe geçin(Akşam) 11.10.2003

B. ELEŞTİREL ANALİZ

Bu bölümde, söylemlerin anlamının ne olduğuna dair sosyolojik çözümlemelerimizi bir önceki bölümde sıraladığımız betimsel analize atıflarda

bulunarak gerçekleştireceğiz. Sırasıyla şiddet içeren, milliyetçilik içeren ve cinsiyetçilik içeren söylemleri analize tabi tutacağız.

1) ŞİDDET İÇEREN SÖYLEMLER

Futbol ve Şiddet kelimeleri arasında kurulan korelasyonun sürekli geliştiği bir dönem içerisinde bulunmaktayız. Futbol ve futbol maçları konuşulduğunda, konu mutlaka futbol sahalarında yaşanan şiddet hareketlerine ve şiddet görüntülerine gelmektedir. Sadece futbolun değil sporun şiddetin evrilmiş bir biçimi şeklinde tanımlanması bile şiddet ile sporun nasıl yan yana gelebildiğini ortaya koymaktadır. Futbol fanatizmi ya da futbol holiganizmi şeklinde tanımlanabilecek olayların fiziksel şiddet boyutundan çok, çalışmamız açısından ön plana geçen kısım sözel/dilsel şiddet boyutudur. Dilsel düzeyde yani işaretler, göstergeler düzeyinde ortaya çıkan ve bu şekilde iletişim kanalları aracılığı ile dolaşıma sokulan şiddet üzerinde odaklanacağız. Kullanıldığımız dil ile sadece kendimizi tanımlayıp, karşımızdakilerle anlaşacak ortak zeminler oluşturmayız aynı zamanda bu dil, vasıtası ile kendi üstünlüğümüzü, farklılıklarımızı ve onların/ötekilerin yetersizliklerini de ortaya koyabiliriz. Kullanmış olduğumuz gündelik dil aracılığı ile 'bizden' farklı olanları aşağılayacak, onları kızdıracak bir takım ifadeleri de geliştirip, dolaşıma sokarız. Futbol karşılaşmalarının oynandığı stadyumlar, bu farklılıkların en net biçimde gösterilebileceği yerlerden bir tanesidir. Stadyumda takımını desteklemek için bulunan taraftar kitlesi için en önemli şeylerin başında, rakip takım taraftarları ile girişilen tezahürat mücadelesi gelmektedir. Bu mücadele sırasında ise sık sık sözel şiddet içeren küfürleşmeler, onları aşağılayıcı şarkılar ve yazılı pankartlar kullanılır.

Türkiye'de yayınlanan gazetelerin futbol sayfalarının oluşturulması sürecinde kullanılan dil ve söylem, Türk toplumundaki şiddet kültürünün yeniden üretilmesinde aracı olmaktadır. Sporun futbol olarak algılandığı ve futbolun da üç kulüpten ibaret gibi yaşandığı ve geniş kitlelere aktarıldığı bir ülkenin, futbol sayfaları ve futbol haberleri de daha başından itibaren ayrımcı ve fanatik bir dil üzerine oturtulmuştur. Bu fanatik dilin uluslar arası karşılaşmalar için kullanımındaki 'biz' ve 'onlar' ayrımı net bir biçimde ortada iken, üç kulübün birbirleri ile oynadıkları karşılaşmaların aktarımı sırasında yaşanan karmaşa nedeniyle, ortaya daha fanatik ve her iki takım taraftarını da memnun

etmesi gereken bir dil çıkmaktadır. Bu dilin yaşam kaynağı ise, gündelik hayatın sıradanlığı içerisinde kullanılan kısıtlı sözcüklerle dolu bir yaşama yapılan göndermelerdir. Bu dil, var olan ideolojinin ayrılmaz bir parçasıdır ve bu ideolojinin üretilmesinde, dolaşıma sokulmasında da etkili olmaktadır.

1998 ve 2003 yıllarında UEFA'nın aldığı iki karar ve bu kararın sadece futbolu değil siyaseti hatta tüm ülkeyi etkilediğini, dönemin gazetelerinin kullandıkları söylemler ortaya koymaktadır. Betimsel analizimizin ilk kısmında yer alan bu dönem içerisinde özellikle 'terör-bomba-darbe-teröre prim-savaş' en sık kullanılan ifadeler olmuştur:

UEFA'dan Darbe(Türkiye)

UEFA'dan Türkiye'ye Darbe(Güneş)

UEFA'dan Ağır Darbe(Akşam)

UEFA Terörü(Takvim)

UEFA Teröre Şapka Çıkardı(Cumhuriyet)

İngiltere Bastırdı ve...UEFA'dan Teröre Prim(Sabah)

El Katil'i Sevindiren Skandal. UEFA'dan Teröre Prim (B.S)

El Katil Bombaladı, UEFA Hançerledi(Hürriyet)

Futbola UEFA Bombası(B.S)(Posta)

T. Erdoğan: Karar Teröre Prim Vermektir(Vatan)

A.Aksu: UEFA'nın Karara İngiliz Siyasetinin Bir Oyunu(Zaman)

Bilgili: UEFA'dan Teröre Destek(Star)(26.11.2003)

M.Lucescu: Teröristleri Destekledi̇ler(Hürriyet)(27.11.2003)

UEFA Teröre Prim Verdi(Radikal)

Bu Savaş Bitmez!(Fanatik)

UEFA'dan Teröre Ödül(Gözcü)

UEFA Sporu Terörün Hedefi Yaptı(D.B.Tercüman)

UEFA(Terör) Kazandı/Spor Terörün Hedefi Oldu(Türkiye)

Terörün Golü(B.S)/Terör Kazandı(Vatan)

(El Kaidenin Yeni Hedefi Old Trafford) Gücünüz Bu Stada Yetecek mi?(B.S)(Akşam)

A.Gül: Bu Terörizmi Destekler(Fanatik)

T. Erdoğan: UEFA Teröre Koz Verdi(Sabah)

M.Ocaktan: Terörün Irkçı Akrabası UEFA(Yeni Şafak)

C.Kantarcı: Terör Cephesi(Star)

A.Candabakoğlu: Terör Karşısında Batının İki Yüzü(H.O.Tercüman)

T.Korkmaz: Teröre 'UEFA Usulü' Pas(Zaman) (28.11.2003)

UEFA'ya Terör Dersi(B.S)(Yeni Şafak)

UEFA Terörüne İkiz Bomba(B.S)(H.O.Tercüman)

Teröre de UEFA'ya da Türk Tokadı.

Hakan Bombası (Fotomaç)

İşte Size Bomba 2-0(Milliyet)

Aslan Bombayı Sonunda Patlattı(B.S)(Sabah)(3.12.2003)

Betimsel Analizin ikinci kısmını oluşturan 2002-2005 sezonları içerisinde Türkiye liglerinin dört şampiyon takımının birbirleri ile oynadıkları müsabakalarda 'bu derbi hayat durdurur-yüksek gerilim-yürek dayanmaz-fırtına-derbiye kilitlenmek' gibi ifadelere bolca yer verilmektedir: Yüksek Gerilim(Takvim)

Bu Derbiye Yürek Dayanmaz(Gözcü)

Devlerin Kapışması(Vakit)6.11.2002

Bu Maça Yürek Dayanmaz(B.S)(Türkiye)8.12.2002

Kadıköy'de Yüksek Gerilim(Fanatik)22.12.2002

Kalbi Olan İzlemesin(FB-BJK)(Fotomaç) 2.2.2003

Saat 16 da Hayat Duracak(B.S)GS-FB(Hürriyet) 21.9.2003

İnönü'de Yüksek Gerilim(Türkiye) 25.4.2004

Karadeniz'de Derbi Fırtınası TS-FB(Hürriyet) 20.11.2004

Türkiye Sallanacak: Türkiye Nefesini Tuttu. FB-GS derbisine Kilitlendi(Star) 22.5.2005

Dört takımın(Beşiktaş-Fenerbahçe-Galatasaray ve Trabzonspor) birbirleri ile oynadıkları müsabakalarda 'öteki' net biçimde belli olmadığı için bu takımları simgeleyen Kartal-Kanarya-Aslan ve Kaplan kelimlerine sıkça başvurulmakta ve 'Kartal, Aslanı Avladı, Kaplan/Aslan Avcısı' gibi ifadeler kullanılmaktadır;

Kanarya Aslan'ı parçaladı(Posta)7.11.2002

Kartal, Aslan'ı Parçaladı(Hürriyet)9.12.2002

Aslan Avcısı Fener(D.B.Tercüman) 1.3.2004

Kanarya Kartalı Avladı(Sabah) 26.4.2004

Kartal Kanaryayı İnönü'de Boğdu(Sabah)31.20.2004

Av Zamanı(Biri Aslan Diğeri Kartal... Biri Ormanlar Kralı Diğeri Gökler Hakimi...İkisi de Avcı...İkisi de Yırtıcı...Yaralanan Yarıştan Kopacak, Kazanan Yeni Avlar Arayacak...İkisi de Aynı Avın Peşinde :3 Puan. Aslanın Pençeleri Hakan ve Necati. Kartalın Planı Tümer ve Pancu İle Vurmak) (Fotomaç)5.3.2005

Pençeyi Aslan Attı(Akşam)6.3.2005

Aslanı Avladılar Tarih Yazdılar(D.B.Tercüman)23.5.2005

Ayrıca bu takımların birbirleri ile oynadıkları karşılaşmalarda ve yurt dışı müsabakalarında daha çok militarize bir dil ve söylem de kullanılmaktadır. Eric Dunning'in de vurguladığı gibi; "spor medyasının spor/futbol karşılaşmalarına ilişkin haberleri sansasyonel bir şekilde ve askeri bir retorik ekseninde vermesi, önemli bir toplumsal sorun olarak futbol holiganizminin inşasına da katkı sağlamaktadır" (Akt.Gökalp,age,135). 'Ölüm Kalım Maçı-Bu Derbiye Yürek Dayanmaz-Yüksek Gerilim-Kapışma-Parçalamak-Düello-Rus Ruleti-Kıdemli Yüzbaşı-F16-Hizaya Sokmak-Keskin Nişancı-Kapışma-Nakavt-OHAL-İmha Planı' gibi kelimeler sıkça kullanılmaktadır;

Bakalım Kim Keskin Nişancı FB-GS(Vatan)6.11.2002

Cimbom Nakavt(Türkiye)7.11.2002

Son İmparator(Lucescu)

(...O ve Ordusu dimdik ayakta...Parola sonuna kadar devam)(Fanatik)15.11.2002

Taht İçin Düello(Vatan)

İmparatorluk Savaşı(Güneş)8.12.2002

Luce'nin imha Planı(Fanatik)2.2.2003

Müthiş Kapışma(Vakit)8.3.2003

Devlerin Savaşı(Hürriyet)

Zirvede Kıyamet Günü(Takvim)

İnönü'de OHAL(Fotomaç)25.5.2003)

Meydan Savaşı Saat 16 da (Vatan)

Büyük Kapışma(Güneş)21.9.2003

Kıyamet Derbisi(Takvim)30.11.2003

Fener Darbesi(Türkiye)1.3.2004

Türkiye Derbiye Kilitlendi(Yeniçağ)

İnönü'de Bıçak Sırtı(Milliyet)25.4.2004

Kartal Evinde Vuruldu(D.B.Tercüman)26.4.2004

Kartal Fener'i İnönü'ye Gömdü(Star)

Kartal Hizaya Soktu(Posta)31.20.2004

Avni Aker'de Rus Ruleti(Birgün)

Zirvede Düello(Akşam)

Yıldız Savaşı (Fotomaç)20.11.2004

Aslan Bir 'Büyük' Daha Avladı(Zaman)6.3.2005

100 Yılın İntikamı(Fotomaç)12.5.2005

3.Yıldız Savaşları(Akşam)22.5.2005

Kıdemli Yüzbaşı(Vatan-Star-Sabah-Fotomaç-H.O.Tercüman)

F16(Takvim)23.5.2005

Kurtuluş Savaşı(Türkiye)

Yıldız Savaşları-4(Vatan)4.6.2005

Betimsel Analizin ikinci kısmını oluşturan 2002-2005 sezonları arasında Türk takımlarının oynadığı Avrupa kupası müsabakaları ile milli takımın yapmış olduğu karşılaşmalarda, 'öteki' olan ülkeyi simgeleyen bir takım ifadelere başvurulmaktadır; 'İspanyol takımları için: Boğa; Rus Takımları için: Rus Ruleti-Ayı; Danimarka için: Viking-Boynuz; Kazakistan için :Kazak;Fransız Takımları için:Horoz-Aslan-Giyotin; İngiltere için: İngiliz Sicimi-Ada; İtalyan Takımları için ise: Çizme' kelimelerine başvurulur.

Aslan Boğa Avında GS-Barcelona(Fotomaç) 24.9.2002

Rus Ruleti Galatasaray:1-Lokomotif Moskova:2(Fanatik)30.10.2002

İngiliz Sicimiyle Asıldık(Star)3.4.2003

Aslanım Şişleri Biledi(Cim bom devler liginde İspanyol Boğası Sociedadı Ağırlıyor)(Yarın)30.9.2003

BJK ve GS 'Boğayı Şişleyecek'(Star)3.3.2004

Kazak Delik Deşik(Birgün)10.10.2004

Kırın Şu Boynuzu Türkiye-Danimarka(Star)13.10.2004

Kadıköy'de Aslan Avı(H.O.Tercüman)19.10.2004

Fransız Giyotini(Akşam)20.10.2004

Kartal Boğayı Parçaladı(Posta)

Kara Kartal İspanyol Boğasını İnönü'ye Gömdü(Sabah)5.11.2004

Kartal, Çizme'de Büyük Ava Çıktı(Star) 30.3.3005

Futbol karşılaşmalarını militarize bir dil kullanarak aktarmak sadece Türkiye özgü değildir. Bulvar(Tabloid) basın olarak nitelendirilen medya organlarında bu retorik sık sık yer almaktadır.

Savaşacağız kazanacağız(Fanatik)12.10.2002

Kadıköy meydan muharebesi(Radikal)

Atina'da yüksek gerilim(Panathinaikos-Fenerbahçe)(Fotomaç)14.11.2002

A.Aybaba:Gerçek Savaş İnönü'de Çıkar!(Star)14.3.2003

Zirveye Teskere Ali Sami Yen'de(Posta)

Bombala Beşiktaş(Tercüman)20.3.2003

İnönü'ye Bomba Düştü(Takvim-Tercüman)

İnönü'ye Füze Düştü(Haber Türk)

Tezkereyi Lazio Aldı(Vatan)

Z.Alp: Rövanşta Parçalarız(Star)21.3.2003

Haydi Kartal Şafak Söktü Av Vakti(Pas)

Al Tezkereyi Beşiktaş(Fotomaç)27.3.2003

S.Sarıalioğlu:Ölümüne Savaş(Vatan)28.3.2003

Ay Yıldızlı Füzeler Göreve(B.S)

Dur Tarih Vur Türkiye!

Turkish Football Forces Are Over England(Haber Türk)

İngiltere'yi Topa Tutacağız(B.S)(Akşam)2.4.2003

Savaşa Savaşa Kazandık(Yeni Şafak)12.6.2003

Paris'i Fetih Günü(Fotomaç)26.6.2003

Silahlar Çekildi(Fotomaç)17.9.2003

Cimbom ve Kartalın Avrupa Harekatı(Akşam)2.10.2003

Aslan, Atina'da Pusuya Yattı(Hürriyet)5.11.2003

Büyük Taarruz(Fotomaç)8.9.2004

İhtilal Gecesi(Hayat Bu Gece Saat21.45'te Duracak. 70 Milyon Kalp Fenerbahçe İçin Atacak. Ş.Ligi D.Grubunda Sarı Lacivertliler O.Lyon Karşısında 'Ya Tamam Ya

Devam' diyecek. Stefanos Farina'nın Yöneteceği Karşılaşmada C.Daum'un Kumandanlığındaki On Bir Cengaver Fransa'da Türk Devrimi İçin Savaş Verecek)/Ya Hep Ya Hiç Savaşı...(Akşam)3.11.2004

Şafak Söktü Av Vakti(Fotomaç)25.11.2004

Kartal'ın Sürek Avı(Akşam)

Haydi Kartal Pençeni At(H.O.Tercüman)1.12.2004

Atış Serbest(Fotomaç)30.3.3005

2002-2005 yılları arasındaki gazetelerdeki şiddet içeren söylemleri daha önceki çalışmamız ile karşılaştırdığımızda; şiddetin gazete metinlerindeki kullanımı açısından büyük bir farklılık olmadığı görülmektedir. Ancak bu dönemde Türkiye futbol federasyonunun her beş şampiyonluğa bir yıldız verme kararı sonrasında Galatasaray'ın üçüncü yıldıza ulaşması ile başlayan 'yüzbaşı' tartışmaları ve yıldız savaşları 2002 sonrasında militarize bir dile daha sık başvurulduğunu ortaya koymaktadır.

2) MİLLİYETÇİ SÖYLEMLER

Popüler futbol kültürü 'biz' ve 'onlar' ilişkisinin kurulmasında önemli bir yere sahiptir. Taraftarlığa anlam kazandıran tutulan takım kadar, onları oluşturan diğer takımların ve taraftarların varlığıdır. Kitle iletişim araçları, sporla milliyetçilik ve en azından bir millete ait olma duygusundan kaynaklanan birlik duygusunun, özellikle uluslar arası spor etkinliklerinin yaygınlaşmasından beri, başarılı bir şekilde yaşatılıp sürdürülmesinde rol oynamaktadırlar. Clarke'ın belirtmiş olduğu gibi; yerel ve bölgesel kimliklerden başka toplumsal bakımdan en fazla göze çarpan özdeşleşme bir kültürel sembol olarak spor yoluyla inşa edilir ve sürdürülür. Bu spor ve milliyetçilik arasındaki bağlantıdır. "Spor, ulusun 'biz' olarak inşa edilmesine olanak sağlayan bir formdur. Bu öyle bir formdur ki, ulus biz olarak kurulduktan sonra artık önemsiz meselelerin konuşulmasına gerek kalmaz. Milliyetçilik ve spor arasında başka türden bir bağlantı daha vardır. Burada uluslar arası yarışma/rekabet, ulusal veya ırksal bölünmelerin penceresinden yorumlanır...Burada sportif yarışma ulusal ve ırksal mitolojilerden oluşan kapsamlı bir repertuarın dolaşımda kalmasına hizmet eder. Kendi kültürümüzün etnosantrizmini güçlendirmeye hizmet eden bu mitlere örnek olarak 'başkalarının' tuhaflığı ve farklılığı gibi temalar verilebilir"(Clarke&Clarke,age,65-66). Uluslar arası

karşılaşmalarda medya 'bizim takımımızı', bizden olmayan 'onların takımına' karşı şiddetli bir biçimde destekler.

Küreselleşmenin etkisini her geçen gün arttırdığı ve beraberinde ulusal devlet örgütlenmelerinin gücünün azaldığı bir süreçte, spor karşılaşmalarında elde edilen başarıların etkisi sadece yurt dışında değil yurt içinde de büyük olmaktadır. Bu gibi karşılaşmalar sırasında, ulus devleti bir arada tutan bir takım sembollere yapılan atıfların daha sık kullanıldığı görülmektedir. Bayrak-Milli marş gibi semboller sportif organizasyonlarda daha fazla anlam kazanmaya başlamıştır. Olimpiyat oyunları, dünya kupası, şampiyonlar ligi gibi büyük organizasyonlar içerisinde yapılan müsabakalarda ülkeler arası rekabet ve husumetlerde yeniden yaşanmakta, bu karşılaşmalar sırasında elde edilen başarılara, bir anlamda geçmişin rövanşının kazanılması, ulusal onurun canlandırılması nitelemeleri ile yaklaşılabilinmektedir. Spor/futbol milli kimliğin hayat bulması ve dolaşıma sokulması için vazgeçilmez bir kaynak sağlamaktadır. Bu kaynak içerisinde 'biz' ve 'onlar'ı oluşturacak eşitlik ve farklılıklar yer almaktadır. "Bir ideolojik söylem olarak milliyetçilik, bu ilişkinin 'rakip', 'düşman', 'ezen', 'tabi' vb. olarak 'onlar'a karşı antagonistik bir tarzda eklemlenmesini temsil eder" (Erdoğan, 1993,28). Betimsel Analizimizin ilk kısmını oluşturan 1998 ve 2003 yıllarındaki UEFA kararlarına verilen tepkilerde milliyetçi boyut büyük bir ağırlık oluşturmaktadır. Türkiye karşıtı cephe olarak nitelenen bu yaklaşımda, özellikle 2003 yılında İstanbul'da meydana gelen bombalama olayları sonrasında UEFA'nın almış olduğu karar ile Galatasaray ile Beşiktaş'ın karşılaşmalarını İstanbul/Türkiye dışında oynatılması süreci büyük tepki toplamıştır. 1998 yılındaki erteleme kararı, tepkiyi daha çok İtalya ve UEFA üzerinde toplamış iken, 2003 yılındaki ülke dışında oynatılması kararına verilen tepki sadece kulüpler düzeyinde değil ülkenin en üst makamı düzeyinde gerçekleşmiştir. 1998 yılındaki başlıklarda olaydaki İtalyan etkisi gündeme getirilmiştir:

UEFA İtalyanların Şubesi.

Güvence Vermekte Geciktik(Cumhuriyet)

T.Şeren: Haçlı Ordusu(Hürriyet)

T.Yücel: Ucuz Haçlı Mafyası(Fanatik) 24.11.1998

Pis Kokular Var.

Delirmiş Bunlar(İtalyanların son saçmalığı Juve'yi rehin alıp Apo ile takas edecekler)(Hürriyet) 25.11.1998

K.Özberk(fb sözcüsü) Cim Bom Milli Takım Gibi (artık Galatasaray'ın rengi sarı kırmızı değil, kırmızı beyazdır)(Fanatik)

G.Özdenak: İt İti Isırmaz (Fotomaç)26.11.1998

Maç günü ise; tüm ülke için oynanması gerektiğine vurgu yapılmış ve 65 milyonun kalbinin cim bom için attığı vurgulanmıştır:

65 Milyon İçin Cim Bom (Juventusu Sahada Yenelim... Ama saha dışında da kaybetmeyelim)(Yeni Yüzyıl)

65 Milyon Tek Yürek Tek Bilek(Aslanlar geliyor kükreyerek, yer gök inlesin Cim bom diyerek) (Milliyet)

Türkiye Sizinle Gurur Duyuyor(Tabii ki önemli İtalyanların katil Apo'ya sahip çıkması... İade etmemesi... ve Juventusun bir İtalyan takımı olması... Unutmayalım ki, bu akşam Galatasaray'ımız bir futbol maçına çıkacak... Sikorsky helikopteri düşürmeye(!) ya da kısaca savaşa çıkmayacak. Juventusu yenersek... Şampiyonlar liginde çeyrek finale çıkarsak ... ki bunlar olacak!... O zaman Aposever İtalya dersini alacak, dünya misafirperver Türklerin haklılığını anlayacak... Haydi Aslanım, sana çok iş düşüyor... Çünkü omuzlarında 65 milyonun ağırlığı var!) (Sabah)

70 Milyon Sınavdayız(Türkiye)

Her Şey Türkiye İçin!

Türkiye'nin Kalbi Bugün Senin İçin Atıyor. Son Söz Senin Galatasaray(Güneş)

Türkiyemin Maçı(İtalya'ydı. Apoydu, Juventus geliyordu, gelmiyordu derken müthiş gün geldi çattı. Artık spagetticilerin kaçışı yok. 65 milyonun kalbi bu gece, sadece Galatasaray için atacak) (Fotomaç)

K.Turan: Türkiye Bugün Galatasaraylı(Gözcü)

A.Yücelman: Bu Türkiye'nin Sınavı(Cumhuriyet)

Herkes Sarı Kırmızı(Fb başkanı Aziz Yıldırım: Rengimiz bu maçta sarı kırmızı-Bjk başkanı Süleyman Seba: Bu olay sadece Galatasaray'ın değil Türkiye'nindir)(Milliyet) 2.12.1998

Maç ertesi ise, hem İtalyanlara hem de tüm dünyaya insanlık ve uygarlık dersi verdiğimiz üzerinde durulmaktadır. Ayrıca Şehit Anaları ve şehitler-Şehitlik görüntüleri yer almaktadır:

Zafer Bizim (günlerdir yaygara yapan İtalyanlara tam bir spor ve uygarlık dersi verdik) (Hürriyet)

Zafer Türkiye'nin(24 televizyon kanalının yayınladığı maçta bir milyara yakın insan Türkiye'yi bir kez daha tanıdı)

Dünyaya Ders Verdik(Posta)

Uygarlık Dersi Verdik (Akşam)

Türkiye Kazandı (Radikal)3.12.1998

Kahraman Galatasaray(65 milyon adına Aslanlar iyi mücadele ettiler. İtalyan Juve önünde şehit analarını üzmediler)

'Dur Bak-Bastığın Yerleri Toprak Deyip Geçme Tanı-Burası Ali Sami Yen Stadı' tezahüratı dakikalarca alkışlandı(Sabah) 3.12.1998

Huzur İçinde Yatın Mehmetçikler(Galatasaraylı futbolcu dün Edirnekapı Şehitliğinde Dua edip 'Gözünüz Arkada Kalmasın, İtalyanlara Ders Verdik' dedi) (Fotomaç)

S.Kaya: O Gol Şehitlerimize Hediyemdir! Bilbao Maçında Oynarsam Aynısını Atacağım(Fotomaç)

H.Şükür: Türk'ün Türk'ten Başka Dostu Yok(Fanatik)4.12.1998

2003 yılı Kasımındaki UEFA kararı diplomatik bir şekle bürünmüş ve sadece Beşiktaş ile Galatasaray kulüpleri, Türkiye Futbol Federasyonu değil Türkiye Cumhuriyeti hükümeti de olaya dahil olmuştur.

Türkiye Seninle (UEFA'nın Skandal Kararı Türkiye'yi Ayağa Kaldırdı. Yapılan Haksızlığa En Güzel Cevabı Kartal Verecek)(Fotomaç) 26.11.2003

Çirkin Oyunu Bozalım(B.S)(Güneş)

Erdoğan Blair ile Görüşecek(Y.Şafak)

Bu Karar Değişecek(B.S)/ Türkiye Tek Yumruk (Posta) 27.11.2003

Türkiye, UEFA'nın Skandal Kararını Değiştirmek İçin Dört Koldan Atakta(B.S) (Zaman)

Türkiye Tek Yürek!(Gözcü)

Ankara Ayakta!(Takvim)

Türkiye Diplomasi Atağında(Vakit)

Avrupa'ya Ultimatom.

Kalleş UEFA'ya Tepki(D.B.Tercüman)

Devlet Güvencesi Bile Hiçe Sayıldı(B.S)/ Karar Diplomatik Boyutta(Cumhuriyet)

Haksızlığı Hep Birlikte Durduralım(B.S)/Diplomatik Savaş(Vatan) 27.11.2003

Alınan karar değiştirilemeyince, 'Her Yerde Türk Var-Masada Kaybettik-Kanımıza Dokunuyor-Kalleş UEFA-AB'ye Kararın Taşınması' ifadeleri kullanılmıştır:

Her Yerde Türk Var.

Sürgündeyiz(Fanatik)

Masada Kaybettik!. Karar: Tarafsız Saha!(Takvim)

Kanımıza Dokunuyor(B.S)/ Hukuk Savaşına Devam(Posta)

Kalleş UEFA'dan Her Şey Beklenir!

Peşini Bırakmayız(D.B.Tercüman)

UEFA Kararı AB'ye Taşınıyor(Sabah)

UEFA Kararını AB Zirvesine Taşıyacağız(B.S)(Y.Şafak)

K.Belgin: UEFA veya Haçlı Ordusu(Türkiye)

T. Erdoğan: UEFA Kararı Siyasi(B.S)(Radikal)

A.Aksu: UEFA Samimiyetsiz(Vakit)

H.Ulusoy: Karar Tamamen Siyasi(H.O.Tercüman) 28.11.2003

Takımların ilk oynayacağı karşılaşmalarda ise, 'milli bir dava' biçiminde algılanmış ve bu şekilde başlıklar atılmıştır. Galatasaray'ın galibiyeti 'Teröre ve UEFA'ya tokat olarak nitelendirilmiştir:

Türkiye İçin Aslanım(D.B.Tercüman)

H.Şükür: Şeref Maçına Çıkıyoruz(Sabah)2.12.2003

Bize Her Yer Vatan(Türkiye)

Türk Gibi Güçlü(Takvim) 3.12.2003

H.Şükür: UEFA ve Juve'ye Ders Verdik(Radikal)4.12.2003

Aşk Siyah Beyaz(Dünya Üzerindeki Türklerin Kalbi Bugün Beşiktaşımız İçin Atacak) (Takvim)

Haydi Kartal! Sıra Sende(B.S)/ Tarihi Gün (Haydi Kartalım... Sıra Sende... 70 Milyon Türk'ün Kalbi Senin İçin Çarpacak... Beşiktaşım Arena'ya Çıkacak ve Chelsea'ye Haddini Bildirecek)(Güneş)9.12.2003

T. Erdoğan: Bu Bir Milli Dava(Akşam)10.12.2003

Betimsel Analizin ikinci kısmını oluşturan 2002-2005 yıllarını kapsayan süreçteki uluslar arası karşılaşmaların yansımasında ise 'Türklüğe-Türkiye'ye yapılan vurgu ile 'Avrupa'ya karşı başarı kazanma, rövanşı alma, AB'ye girme' vurgularına sıkça rastlanmaktadır:

Haydi Türkiyem.

Sıra Sende Avrupa(Fotomaç)

Tek Yumruk(Amilli takım Slovakya karşısında, 70 milyon arkasında) (Fanatik) 7.9.2003

Avrupa'da Türk Gecesi(Fanatik)3.10.2002

Avrupa Kartal'ın Kanatları Altında(Fotomaç)29.11.2002

Avrupa'ya İşte Böyle Girilir Lyon 0-Denizlispor 1/D.Kiev 0-Beşiktaş 0 (Avrupa'da tarihi yine futbol yazdı...)(Fanatik)

Futbolda AB'ye Girdik(Star)13.12.2002

Haydi Kartal Türkiye İçin(D.B.Tercüman)20.3.2003

Türkiye Sizinle(Fotomaç)-Bastır Türkiye(Gözcü) 15.11.2003

UEFA'da Türk Şovu(Sabah)

Türkiye Sizinle Gurur Duyuyor(Fotomaç) 27.2.2004

Titre Ey Avrupa(Takvim)16.9.2004

AB'ye Girelim(Star)30.9.2004

Güç Sende Türkiyem(Gözcü)17.11.2004

Türkün Gücü(Fotomaç)31.3.2005

Tarihten gelen husumetlerin en sık yansıtığı yerlerden birisi futbol sahalarıdır. Türk milli takımının tarihinde gol atamadığı ve geçmişinden getirdiği bir takım olayların da etkisi ile Türkiye-İngiltere milli maçları milliyetçiliğin dozajının yükseldiği karşılaşmalar olmaktadır. Özellikle Galatasaray'ın Leeds United takımı ile UEFA kupasında oynadığı karşılaşma öncesi İstanbul'da 2 İngiliz taraftarının bıçaklanması ve sonrasında yaşanan gelişmeler, 2000 yılından bu yana gerek kulüp takımları gerekse de

milli takımlar düzeyinde oynanan her müsabakanın gergin bir havada geçmesine neden olmaktadır:

Hey Adalı Şimdi Roller Değişti(Hürriyet)

Şimdi Gel Bakalım Adalı (Damga)

İngilizlere Ders Verin(Vakit)2.4.2003

Tek Yürek Tek Bilek İngiliz'e Bu Gerek.

Çanakkale'de Başarmıştık...Şimdi Sıra Saracoğlunda Geçilmez(Vakit)

Bastır Türkiye(Gözcü)

Haydi Türkiyem(Hesap Günü Geldi. 70 Milyon zafere kenetlendi. 11 altın adam Ş.Saracoğlunda İngiltere'yi devirip tarih yazacak. Türkiye'yi sevince boğacak)

70 Milyon Kadıköy'de(Türkiye)

Haydi Bastır Türkiyem(Korkma Türkiyem arkandadır bu şafaklarda yüzen alsancak... sönmeden 70 milyonluk Türkiyemin üstünde tüten en son ocak. O milli takım benim milletimin yıldızıdır, İngiliz'in üstünde de parlayacak...O benimdir, o benim milletimin Aslanlarıdır, bu zaferi de kazanacaktır mutlak)

70 Milyon Aşkına(Haydi Türkiyem, Yen İngiliz'i, Salla Dünyayı)(Fotomaç) 11.10.2003

2002-2005 yıllarındaki milliyetçi söylemleri daha önceki çalışmamız ile karşılaştırdığımızda Dünya üçüncülüğü sonrasında, Türk takımlarının ve milli takımın maçlarında daha farklı 'Adımız Yeter-Havamız Yeter' bir yaklaşım içine girildiği ve özellikle uzun yıllar boyunca gol dahi atma başarısı gösterilemeyen İngiliz milli takımına karşı, her iki karşılaşma sırasında da bu tavrın korunduğu görülmektedir. Ayrıca, İngiltere ile oynanan müsabakaların 2000 yılında yaşanan olaylar sonrasında büyük gerilimlere sahne olması da, milliyetçi yayınların dozajını arttırmıştır. İlgili dönemdeki 109 gazete başlığında 47 kez 'Türkiye-Türklük-Türkiyem-Türk' ifadeleri kullanılmıştır. Daha önceki çalışmamızda 103 gazete başlığında 43 kez bu ifadeler kullanılmıştı. Bu dönemde daha çok tarih ve hesap kesme anlayışı üzerinde yoğunlaşılmıştır: Cinsiyetçi söylemler (argo ve eğretileme) başlığı altında incelenen 330 gazete başlığından 44 tanesinde 'tarih'- 26 tanesinde ise 'hesap' ifadesi yer almaktadır.

3) CİNSİYETÇİ SÖYLEMLER

Spor, cinsiyet ayrımcılığını besleyen ideolojik ögelerle yüklü bir alandır. Bu alan içerisinde erkek egemen değerler ve bu değerleri meşrulaştıracak bir düzen söz konusu olmaktadır. Seksizm bir ideolojidir ve bu ideoloji içerisinde baskın ve sönük konumda olan yani yenen ve yenilenler bulunmaktadır. Seksizm, kültürel ve toplumsal bir olgudur ve spor toplumdaki cinsel bölünmeyi destekleyici yapısı ile bu ideolojinin yaygınlaşmasında, kitleler arasında sorgulanmaksızın kabul edilmesinde aracı bir rol oynar. "Spor yoluyla cinsiyetçi ideolojilerin yeniden üretimi bu alandan çok daha fazla yerlere uzanır. Sporun bizatihi kendisi doğal olarak erkeksi gibi görünüyor. Spor, erkekliğin aktif, agresif, rekabetçi,güçlü, meydan okuyucu, cesaretli vb. olduğunu yeniden olumlamak suretiyle erkeksilik mitlerini yeniden üreten bir formdur. Sporda erkekler, rekabet ederek çabalayarak ve başarmaya çalışarak kendi erkeksi kimliklerini onaylamaya çalışırlar. Spor arenası erkeksi referanslarla tanımlanan bir arenadır" (Clarke&Clarke,age,67).

Popüler futbol kültürü içinde kullanılan metaforlar aracılığı ile kendisi 'dişi' olarak görülen oyun üzerinden, galip gelen 'erkek', mağlup olan ise yine 'dişi-kadın' olarak ifade edilmektedir. Bu benzeştirme sürecinde şiddetle cinsellik, argo kullanımı da birlikte kullanılmaktadır. Kullanılan sokak dili üzerinde temellenen futbol medyası söyleminin, cinsiyetçi-argo ifadeler içeren kelimeleri kullanması son derece normal karşılanmalıdır. Çünkü sokağın dilinin içerisinde cinselliği çağrıştıran küfürler, argo ifadeler sıkça yer alır. Bu dil içerisinde yetişen çocukların, kendi tahayyül dünyalarını kurmalarında futbol gibi içerisinde çok sayıda göstergeyi taşıyan bir spor dalının büyük bir etkisi olmaktadır. Futbol, erkek egemen kimliğin kurulmasında, içinde taşıdığı erkeksi ögeler nedeniyle son derece önemlidir. Futbol, erkeklere kendilerine ait bir dünyanın kapılarını açmakta ve o dünya içerisinde daha özgür bir yaşam alanı yaratma fırsatını vermektedir. 1998 ve 2003 yıllarını değerlendirdiğimiz analizimizin ilk kısmında UEFA'ya ve İtalya'ya verilen milliyetçi tepkilerin zaman zaman argo ifadelerle de tamamlandığı görülmektedir:

UEFA İtalyan Uşağı Çıktı (Radikal)

İtalyan Uşağı UEFA(Milliyet)

Juventus Kıvırdı (Hürriyet)

Şerefsizler (UEFA İtalyan mafyasına teslim oldu, devletin verdiği güvenceyi bile göz ardı edip maçı 2 Aralık'a erteledi)

D'Alema(İtalyan Başbakanı)----------Dallama(UEFA başkanı) (Fanatik)

Şerefsizler(İtalyan Mafyasının Örgütlediği UEFA, Galatasaray'ın yarın gece oynayacağı maçı 'alınan güvenlik önlemlerinin yetersiz olduğunu' ileri sürerek 2 Aralık tarihine erteledi) (Fotomaç) (24.11.1998)

Kızları Kadar Olamadılar(Bayan Basketbol Takımı Botaş'la karşılaşmak Üzere Türkiye'de)/ Neredesiniz Delikanlı Juventusun Erkekleri.

Bunlar Eşşeoğlu Eşek! (Görüşlerini ileten taraftarlar. Bunların hepsi karaktersiz, Hepsi satılmış. Türk'ün Türk'ten Başka Dostu Yok' dediler.) (25.11.1998)

O.Tanburacı: UEFA Kına Yak.

D.Babacan: Korkak Tavşanlar(Fanatik)(3.12.1998)

Fransız Kaşar Veissiere(Radikal)4.12.1998

Yer de Gökte Şansları Yok(Vatan)

Roma'da Uzayda Ayda! Fark Etmez...(UEFA Chelsea Maçını Nereye Alırsa Alsın Fark Etmez)(Fanatik)

Y.Pekşen: Vajina Monologları İşe Yaramıyor(Akşam)(27.11.2003)

Kısasa Kısas(Fotomaç)(27.11.2003)

A.S.Alkış: Giren de UEFA'ya Çıkan da UEFA'ya!(Star)

Hem UEFA'ya Hem Juve'ye(Hürriyet)(3.12.2003)

2002-2005 yılları arasının değerlendirildiği ikinci analiz kısmında ise kullanılan ifadelerden bazıları şöyledir:

Var mı Yan Bakan!3-0(Fotomaç)(8.9.2002)

Nayır Nolamaz1-3 (Star)24.10.2002

Bu Cimbom dan Cacık Olmaz!(Star)14.11.2002

Şişede Durduğu gibi durmaz(Dinamo Kiev-Beşiktaş)(Fanatik)16.11.2002

Erkek Adam Bu Turu Geçer!(Fanatik) 27.3.2003

Erkek Adam Tarih Yazar!(Fanatik) 28.3.2003

İngiltere'yi Evinde Devirmeye Hazırız (Takvim) 2.4.2003

Kara Kartal Feneri Devirdi(Zaman)21.4.2003

Make DON'u İndirdik!(Yarın)12.6.2003

Var Mı Bize Yan Bakan(Star) 12.6.2003

ABD'yi Devirdik(Hürriyet)20.6.2003

Karizmayı Çizdiler(Hürriyet)24.6.2003

Yıldo: Aslan Fener'i Kafadan Koparttı(Haber Türk) 9.3.2003

A.Çakar:Terbiyesiz Pascal Nouma(Star) 21.4.2003

E.Toroğlu:Şerefsizler(Hürriyet)22.9.2003

N.Perekli: Ele Güne Rezil Olduk(Fotomaç)29.9.2003

E.Toroğlu: Kültür Farkı(Hürriyet) 4.11.2004

E.Toroğlu: Köyümüze Dönelim(Hürriyet)25.2.2005

4) EĞRETİLEME İÇEREN SÖYLEMLER

Eğretilemenin sözlük anlamı; bir sözcüğü yerleşmiş anlamına yakın ama ondan değişik anlamlı bir başka sözcük yerine kullanarak yapılan sapmacadır. Diğer bir anlamı ise, bir sözcüğü başka bir sözcük yerine eğreti biçimde kullanmadır. Eğretileme de bilinmeyenlerin 'anlamı' bilinenlerin araçları aracılığıyla ortaya konmaktadır. "Bir kültürel biçim olarak spor beraberinde, çeşitli koşullar altında başvurulabilecek bir mitler demeti taşır... Her metaforik kayma ve değerlerin zihinde her canlanışı, spordan söz etmenin yaygın dili perdesi altında 'çıkara dayalı' ya da politikleşmiş bir konumu geliştirme potansiyelini içerisinde barındırır... Spor, bir toplumsal kurum ve metaforik popüler ideoloji ambarı olarak önemi kabul edildiğinde, kültürel politikaya stratejik müdahalelerin yapılabileceği verimli bir zemindir"(Rowe,age,228-231).

Günlük dil ağzına kadar eğretilemeler ile doludur ve özellikle savaş, şiddet, cinsiyetçilik içeren eğretilemelere çok sık başvurulur. Gündelik dilin, geçmişten gelen tarihsel birikim ile birleştirdiği bir takım tanımlamalar, kötülemeler, olumlamalar eğretileme ile yeniden yapılandırılmak suretiyle dolaşıma sokulurlar. Yurt dışı karşılaşmaları için çok sık kullanılan eğretilemelerde, oynanacak olan ülkelere göre, kelimeler kullanılır. İtalyanlarla oynanıyorsa Makarna-Spagetti-Çizme; İspanyollar ile oynanıyorsa Boğa, Matador; Rus takımları için votka ve şerefe; Brezilya için Samba; İngiltere için İngiliz sicimi-Ada-Beşik; Çekoslovak takımları için Çek; Yunanistan için Grek-Zeus; Kazakistan için Kazak-Kılıbıklık; Fransız takımları için Horoz; Danimarka Takımları için Viking kullanılır:

F.Terim: Çizmede Oynayalım(Hürriyet)24.11.1998

Akşama Makarna Var(Ana başlık)- Haydi Aslanlar Zafere (Posta)

Aslanım Spagetti Sever(karikatürde; Galatasaraylı futbolcular sahanın etrafında ortadaki İtalya haritasının içinden spagetti yiyorlar)(Sabah)(2.12.1998)

Nazdoravya(Şerefe) Aslanım(Star) 18.9.2002

Sambayı Biz Yapalım(Fotomaç) 23.6.2003

Sambacı Türkiye(Akşam)

Batır Ada'yı Beşiktaş(Star) 1.10.2003

Adayı Salladık(Vakit)

Kartal Futbolun Beşiğini Salladı(Posta)2.10.2003

'Çek'in Vadesi Doldu!(Posta)

Çek bir Zafer(Takvim)4.11.2003

Biraz Daha Sabretmek GREK(Fanatik) 9.9.2004

Günün Oyunu: Kazak-Kazan. Türkiye-Kazakistan (Radikal)

Kılıbık Olmayın (Vatan)

Başımıza 'Kazak Örülmesin Yeter(Star)9.10.2004

ZEUS Gelse Kurtaramaz(Türkiye-Yunanistan)(Fotomaç)4.6.2005

Sustur Şu Horozu(Hürriyet)

Sırada Horoz Var(Sabah-H.O.Tercüman)

Horozun Tüylerini Yolun Tek Tek(Star)

Kes Şu Horozu(Posta)

Vikingler Korkuyor(Akşam) 13.10.2004

Vikingi Odin Korudu(Birgün)14.10.2004

Takımların kendi isimlerinden çok genelde onlara atfedilen Kartal-Kanarya-Aslan-Kaplan-Gençler gibi ifadelere daha sık başvurulmaktadır: Beşiktaş Kara kartaldır. Fenerbahçe Kanarya, Galatasaray Aslan-Cim Bom, Trabzonspor Kaplan-Hamsi, Gençlerbirliği Gençler'dir:

Kartallar Ağlamaz(Fanatik) 21.3.2003

Bitir İşi Kartalım(Hürriyet)9.12.2003

Kartal Hamsiyi Farklı Yedi(Takvim)30.9.2003

Kartal Sınıfta Kaldı.

Avrupa'da Başkasın Aslanım(Hürriyet)

Kartal'ı İkinci Tura Pragmadılar.

Aslan Tarih Yazmak İstiyor(Zaman)10.12.2003

Cim Bom da UEFA da(B.S)/ Aslan'a da Amorti Çıktı(Milliyet)11.12.2003

Gençler Tarih Yazdı(D.B.Tercüman-Gözcü)

İşte Türk Gençler'i(Star)

Ey Türk Gençliği(Milliyet)4.3.2004

Türk futbol medyasının en çok kullandığı kelimlerden bir tanesi 'tarih' ve 'tarih yazmak'tır. Tarihe ve tarih yazmaya bu kadar meraklı bir futbol medyasının, alınan başarısızlıklar karşısında da reçetesi hazırdır: Mazini hatırla/Geçmişi unutma.

Tarih Oradaysa Fener burada(Vatan)

Tarihi Zafer(B.S)(Akşam)

Fenerden Galatasaray'a tarihi fark(B.S)(Gözcü)

Tarihi Fark(B.S)/Kadıköy'de Tarih dershanesi(Sabah)

Fenerden Tarihi Fark(B.S)(Güneş)

Fener Tarih Yazdı(Türkiye)

Tarih Bunu da Yazar!6-0(Fanatik)

Fener, Tarih Yazar(Fotomaç)

Gerçekleri Tarih Yazar ve Tarih '6'Kasım(B.S.tamamı)

İşte Fener Hükümeti (Başbakan:Aziz Yıldırım-Derbi Bakanı: Werner Lorant- Gollerden sorumlu devlet bakanları: Serhat Akın(2) Tuncay Şanlı-Ariel Ortega-Ceyhun Eriş-Ümit Özat(Star)7.11.2002

Kartal İtinayla Tarih Yazar(Fotomaç)29.11.2002

Yaz Tarihi Kartalım(Türkiye)20.3.2003

Yenin Tarihe Geçin (Haber Türk)

Tarih Önündeyiz(Türkiye)

Kara Tarihi Silin, Yeni Tarih Yazın(Zaman)2.4.2003

M.Yılmaz:Tarihi bir galibiyet(Fanatik)

S.Yula:Tarih işte böyle yazılır(Star)7.11.2002

Geçmişim Hayaleti Yine Bırakmadı(Radikal)3.4.2003

Maziyi Hatırla Aslanım(Star)17.9.2003

Avrupa Fatihi Arıyor Maziyi(Posta)1.10.2003

Haydi Bir Tarih Daha Yazın(B.S)(Bugün 20.00'de hayat duracak. 70 milyonun, kalbi Kadıköy'de atacak. Milliler İngiltere'yi devirirse Türkiye'ye yine bayram yaşatacak)11.10.2003

Haydi Fener Yine Tarih Yaz(Gözcü)

Fenerbahçe Tarihi Yeniden Yazmak İstiyor(Zaman)

C.Daum:Tarih Yazabiliriz(Posta)

Tarihi Bir Daha Yazın (D.B.Tercüman)28.9.2004

Ş.Güneş: Bugün Tarih Yazacağız(D.B.Tercüman)

Yenin Şunları Tarihe Geçin(B.S.Tamamı)(Ne Tezkere, ne seçim, ne geçim...Bugün bir tek İngiltere ile oynayacağımız tarihi maçı düşünüyoruz. Haydi 11 altın adam! Bugüne kadar gol bile atamadığımız İngilizleri Kadıköy'ün çimlerine Gömün)(Güneş)

Kaptan Bülent: Hem ilk maçın hem de geçmişin hesabını soracağız(Vatan) 11.10.2003

C.Daum:Tarih Yazdık(Takvim) 9.12.2004

Futbol medyasının tarih kadar kullandığı bir diğer kelime de 'hesap ve hesap kesme'dir. Futbol 90 dakika oynanan ve biten bir oyun olarak algılanmadığı için, sürekli olarak tarihe yeniden ve yeniden başvurulmaktadır. Orada geçmiş hesaplar karıştırılıp, rövanş alma konusu yeniden gündeme getirilmektedir:

Brezilya İle Hesap Günü(Yeni Şafak)

Şimdi Hesap Zamanı(Akşam)

Hesap Görme Zamanı(D.B.Tercüman)

Keselim Şu Hesabı(Türkiye)

Büyük Hesaplaşma(Star)

Görülecek Hesabımız Var(M.Gazete)

Brezilya İle Hesap Günü(Cumhuriyet)

Hesap Günü Geldi.

Hesap Günü(Takvim-Posta) 23.6.2003

Hesabı Kestik(Türkiye)24.6.2003

Beşiktaş'ın Lazio'yla Hesap Günü Geldi Çattı(Zaman)

Hesap Lütfen(Türkiye)

Hesap Günü(Hürriyet-Güneş)

Şampiyonun Hesap Günü(Cumhuriyet)

Şimdi Hesap Zamanı(Posta)16.9.2003

Hesap Lütfen(Fotomaç)3.10.2004

Türk futbol medyasının üzerinde uzlaştığı ve sürekli gündemde tuttuğu bir diğer konu da derbi karşılaşmalarıdır. Özellikle de Galatasaray ile Fenerbahçe takımları arasında oynanan derbi müsabakalardır. Bu iki takımın müsabakaları dünyanın en önemli! İkinci Derbisi olarak nitelendirilir ve bu karşılaşmaların oynandığı her dönemde 'dünyanın gözü bizim üzerimizde!' şeklinde yayınlar hazırlanır:

Gel, gel, hadi gel Derbiye gel Gs-Bjk(Fanatik)8.12.2002

Dünyanın Gözü Bu Derbide(Cumhuriyet-Vakit-Sabah)

Dünyanın Gözü Derbide (M.Gazete-Güneş)

Dikkat Dünya Bizi Gözetliyor(Milliyet)21.9.2003

Dünya Derbisi(Takvim-Star)

Kadıköy'de Dünya Derbisi(Sabah)

Derbilerin Derbisi(Gözcü)

Kadıköy'de Kader Derbisi(D.B.Tercüman)

Haydi Abbas Vakit Tamam(M.Gazete)

Bir Şehr-i İstanbul Derbisi(Radikal)

Hayatın Ta Kendisi (Fotomaç)29.2.2004

Dünyanın Gözü Bu Derbide(Star)

İşte Dünya Derbisi Erkek Adama Hikaye Gerisi(Fotomaç)12.12.2004

Gazetelerde oynanan oyunun aktarımı sırasında başvurulan eğretilemelerden bir diğeri de golü atan oyuncuların adlarının ve soyadlarının kullanılması, antrenörlerin, hakemin bu maçla ilgili yaptıkları yorumlar/etkileri belirten kelimelerin seçilmesidir:

Evine Dön Köylü-Olmadı Kadıköylü(Yazık... Gerçekten çok yazık... Fenerbahçe Cumhuriyetiyim diyorsun, ama teknik direktörün Fenerbahçe Cumhuriyetinden değil. Dünya çapında bir stada, dünya çapında starlara sahipsin, ama antrenörün Alman köylüsü... Böyle bir takımı, bir Alman köylüsüne teslim edeceğine, keşke bir 'Türk Köylüsü'ne teslim etseydin) (Star)28.8.2003

Ayılana Sarr Bayılana Arif 2-0(Fotomaç)

Sarr Beni Arif(Fanatik)19.9.2002

Rigaya Yatara Kiev'e de Attara (Fotomaç)5.8.2004

Fenerbahçe'den 'Şanlı' Veda(Goller Tuncay Şanlı'dan)(Cumhuriyet)

Şanlı Bir Gece(Türkiye)

Şanlı Fener(Star)

Şanlı Rövanş (Hürriyet-H.O.Tercüman)

Şeytan Terbiyecisi(Fotomaç) 9.12.2004

Yüzde 100 Aslan Tek ATEŞ le Destan(Gol Necati Ateş)(Fotomaç)

Galatasaray Fenerbahçe'yi Devirdi(Birgün)

NECATİ Ligi ATEŞledi(Star)13.12.2004

Başvurulan bir diğer eğretileme tarzı da, başlıktaki kelimelerle oynamaktır. Bu özellikle son yıllarda Star gazetesi sonrasında ortaya çıkan bir uygulamadır. Bu şekilde birkaç anlam bir arada verilmeye çalışılmaktadır:

MOS KOVA(B.S) (Star)19.9.2002

Parambarça(Fotomaç)25.9.2002

İngiliz'i BECK HAM yapacağız(Star)11.10.2003

Beşiktaş İşin Ucunu 'Prag'madı(Radikal) 5.11.2003

Ha 'Riga' Skor!(Fanatik)29.7.2004

SıradaKİEV Gelsin(Fotomaç)5.8.2004

KİEV DE HORON(Fotomaç)11.8.2004

Gösterin GüRcünüzü(Fotomaç)4.9.2004

Fener Artık 'Çek'imser değil(Radikal)16.9.2004

DANİM ARKASI ÇARŞAMBAYA(Fotomaç)10.10.2004

Tak MADA LYON'U(Birgün)19.10.2004

Fransız Giyotini(Akşam)

Sen De Hep Yeni LYON(Vatan)

Kadıköy'de Fransız Kaldık(Hürriyet) 20.10.2004

KART ALDI GÖTÜRDÜ (Sabah)31.10.2004

Şeytan 6 Götürdü(Fotomaç) 29.9.2004

BİL BAOKALIM NE OLACAK (Fotomaç)4.11.2004

HADDİNİ BİL BAO(Sabah)

İftarlık BİL BAOĞA(Fotomaç)5.11.2004

Sistem Gereği gidERSUN HOCAM(Sabah)

Nasıl GladyatERSUN!(Fotomaç) 18.11.2004

Haydi Fener Çek Bi Zafer S.Prag-FB(Akşam)

Çek Bir Umut(Birgün)-Prag'da 'Çek' Bir 3 Puan(Cumhuriyet)23.11.2004

Fener UEFA'yı Prag'madı(Radikal)24.11.2004

İnönü Standırdı Yeter(BJK-Standard Liege)(Fotomaç) 1.12.2004

Kartal Standard'ı Olmayan Rakibi Liege'i Elinden Kaçırdı(Zaman)2.12.2004

Hayır!No!Nein!Non!(Sabah)

UEFA Birliğinin Kararı 'hayır'(Radikal)

La Tortura!(İşkence)(Fanatik)17.12.2004

No Pasaran(Geçiş Yok)(Sabah)

Zara Gaza Bas Fener(Posta)17.2.2005

'Real' Olan Zaragoza'ymış(Radikal)18.2.2005

Zara GAZOZ(Star)

VAMOS(Haydi)(Fanatik)24.2.2005

DA UMURSAMADI(Fotomaç)25.2.2005

ARN AVUTLUK(Fotomaç)27.3.2004

Bu Kafayla Almanya'ya Turist Olarak GİDERSUN (Fotomaç)9.9.2004

İçinden geçilen dönemde olan olaylarda başlıklara taşınabilmektedir. Burada hem futbol hem de yaşanan gelişmeler bir arada kullanılmak suretiyle eğretileme gerçekleştirilmektedir:

Sandık Açıldı İktidar Futbol(Sabah)

En Önemli Seçim Kadıköy'de(Posta)

Ya Tek Başına İktidar Ya da Koalisyon(Star)

Sandık Santrada(Kadıköy'de oy değil, gol savaşı var) (Yeni Şafak)

Lig'de 'Ara Seçim' Zamanı(Radikal) 21.3.2003

Yüzyılın Şampiyonu(Posta-Takvim-Hürriyet-Star)

100.Yılda Şampiyon(Akşam)

Beşiktaş 100 de 100 şampiyon(Cumhuriyet-Milliyet)

100 Yılın Kartalı(Şok-Sabah) 26.5.2003

Portekiz Tezkeresi(B.S)/Hesap Kesim Tarihi(Bugün İngiltere'ye ilk golümüzü atacağız. Bugün İngiltere'yi ilk kez yıkacağız. Tüm Türkiye buna inandık, bugün Şükrü Saracoğlu Stadında yılların acısını çıkaracağız)(Milliyet)11.10.2003

Devler İçin İftar Vakti(BJK-GS) (Fanatik)31.10.2003

Yol Haritası(Milliyet)

Kopenhag Kriteri 3 Puan (Türkiye) 13.10.2004

Futbol medyası için bir diğer kaynak Şarkı sözleri, Filmler ve reklam filmlerinde kullanılan sloganlardır. Ses getiren, dillerden düşmeyen şarkı sözlerinin futbol sahaları ile kurmuş olduğu birliktelik çok eskilere dayanmaktadır. Popüler şarkıların kulüplere özgü versiyonları, tribünlerde şarkı olarak sıkça kullanılmaktadır. Ancak şarkıların gazete başlıkları ile tanışma süreci, özel televizyonların yayın hayatına başladığı ve Türk takımlarının şampiyonlar ligi müsabakaları öncesinde, hazırlanan kliplerle iç içe geçmesi sonrasıdır. Futbolun sadece futbol olmadığı bu yeni dönemde, futbol hayatın diğer popüler alanları ile buluşmakta ve onlardan yararlanmaktadır. Tabii bu alanlarda futboldan yararlanmaktadır:

Siyah Beyaz Bir Film Gibiydi(Fotomaç)

Bu Gece Kopmam Lazım(Akşam) 2.4.2003

Çizme Bize Extra Large Geliyor(Akşam)

Ne Oldu Sana Ne Oldu Böyle(Vatan) 18.9.2003

Trabzon, Ada Yolcusu Kartal'a Bendensin Dedi 5-0(Zaman)1.10.2003

Boynu Bükükler(Türkiye)

Aynı Nakarat (Fotomaç)1.10.2003

Akıl Oyunları(Fanatik)11.10.2003

Hep Karanlık!(Fanatik)12.10.2003

Is This Frank!(Fanatik)

Yunanlı Değil Frank De Boer!(Vatan)

Yabancı Değil De Boer (Star)6.11.2003

Vur Da Bayram Olsun(Güneş) 19.11.2003

Jan Janlı Fener(Fotomaç) 2.2.2004

Bu Akşam Coşarız Bizi Kimse Tutamaz(Fanatik)28.7.2004

Buraları Yıkılıyor(H.O.Tercüman) 16.9.2004

İstersen Dağlar Yerinden Oynar(Fanatik)13.10.2004

Of! Of! Kömür Gibi Yanıyoruz(Star)20.10.2004

Başın Öne Eğilmesin(Fotomaç)30.9.2004

İnönü'de Zil, Şal Ve Gül(Radikal)5.11.2004

G.O.R.A(Gönlümüz Onlarla Rotamız Almanya)17.11.2004

Are You Ready!(Hazırmısınız!)(Fanatik)8.12.2004

UCUZ ROMAN(Fotomaç)26.11.2004

Ya İçindesindir Çemberin (Radikal)24.2.2005

Düşlerle Gerçekler Ayrı Ayrı Yaşar(Sezen Aksu Sanki Fenerbahçe İçin Söylemiş) 25.2.2005

Star Wars Episode II(Fotomaç)17.4.2005

Oynananacak olan karşılaşmanın önem seviyesine göre, 'ya tamam-ya devam/ya hüsran ya destan' maçı tabiri kullanılır.Eğer istenilen sonuç alınmazsa 'Bunun İstanbul'u da var-Rövanş da görüşürüz' denilir. Oynanacak karşılaşmalarla ilgili kullanılacak o kadar çok farklı kalıp bulunmaktadır ki, duruma göre hemen bu kalıp cümleler devreye sokulur:

Ya Tamam Ya Devam Maçı(Radikal)

Fener Ya destan, Ya Hüsran Maçında(Star)3.11.2004

Küme Düştük(Star)

Uzatmada İflas Ettik. 4.11.2004

Ya Tamam Ya Devam(Cumhuriyet-Hürriyet) 16.12.2004

Kartal Hesabı Rövanşa Bıraktı(Vatan) 14.3.2003

Hayat Futbol Olsa(Dünyaya Hükmeden, tek tuşla tüm dengeleri değiştiren ABD'nin süper gücü, yeşil sahada Ay yıldıza sökmedi)

Süper Güç Türkiye(D.B.Tercüman)20.6.2003

Şubata Kadar Rahatız(Fanatik) 22.9.2003

Did You Sergen!(Sergen'i Gördünüz mü?)(Vatan-Akşam-Sabah)2.10.2003

Haydi Bizi Büyüle (Haydi Türkiyem! Şu İngilizlerin umutlarını bu akşam Ş.Saracoğlu Stadının çimlerine göm! Portekiz biletini al ve bir büyük tarih daha yaz)(Takvim)

Bir Baba Turkey!(Vatan)

Umutlar Baraja Kaldı(Y.Şafak)

Bütünlemeye Kaldık(Akşam)

Off Yine Play Off(Hürriyet)12.10.2003

Hadi Kartal Bitir İşi(D.B.Tercüman-Vakit) 4.11.2003

Kartal'dan Altın Vuruş(Sabah)

Kartal Kafaladı (Star)

Açın Barajı Geliyoruz(Posta)

Baraj Tanımayız(Milliyet)

Sabrın Sonu Portekiz(Vatan)15.11.2003

Bu Ayıp Size Yeter(Posta)

Derin Dondurucu (Vatan)

Letonya'da Donduk(H.O.Tercüman)

Aleme Rezil Olduk(D.B.Tercüman)

Bilet Deepreez'de(Fanatik)

Ayağımız Kaydı(Fotomaç) 16.11.2003

Ya Portekiz Ya Kriz(Milliyet)

Bu Ayıbı Temizleyin(Posta) 19.11.2003

Yazıklar Olsun(D.B.Tercüman)

Letonya Barajında Boğulduk(Zaman)

Güneş 'Baltık'la Sıvandı!

11 Ağır Yaralı 70 milyon Ölü(Star)

Dünya Üçüncülüğünden Üçüncü Dünyalığa.

Tarihi Leke(Hürriyet)

Amiral Battı (Milliyet)

Mazeret Yok Rezalet Var(Fotomaç)20.11.2003

Antep Roma'yı Ateşe Verdi(Akşam)

UEFA'da Anadolu Ateşi(Star)27.2.2004

Efsane Döndü (Fotomaç)1.3.2004

İ İstoria Apanalamuanete(Tarih Tekerrürden İbarettir)(Fotomaç)8.9.2004

Dostluk Kazandı(Güneş)20.9.2004

İki Ters Bir Düz:500(500.gol için)(Sabah)9.10.2004

Dualar Sizinle(Takvim) 19.10.2004

SONUÇ

Futbol, insana ve insanlığa ait değerleri bünyesinde barındırdığı ve dünyanın en kitlesel spor dalı olduğu için, her zaman üzerinde konuşulmayı, araştırılmayı ve yorumlanmayı hak etmektedir. Futbol, diğer spor dallarından hem daha yaygın hem daha simgesel bir toplumsal ifade kanalı açarak gelişebildiği için, yüklenmiş olduğu anlamlarda bu ölçüde diğer spor dallarına nazaran toplumsal yaşama yansıması daha fazla olmuştur. Futbol, toplumsal yaşam içerisinde bir 'minyatür' model olarak işlev görmekte ve futbol üzerinden toplumsal yaşama bir takım rol ve değer transferleri gerçekleştirilmektedir. Futbol, ortak bir referans çerçevesi sağlayabildiği ve ortak duyunun inşasına katkıda bulunabildiği için her dönem iktidarlar tarafından dikkatle takip edilmiştir. Futbolun her türden yorumu kaldırabilen bir yapıya sahip olması, onun hem bölen hem de birleştiren bir spor dalı haline gelmesine yol açar/açmıştır. Bu açıdan futbol güç odaklarına geniş bir hareket serbestisi yaratmakta, kitlelerin hedefsizleştirilmesinde iktidarlarca kullanılabilmektedir. Toplumsal bir ortak payda olarak futbol, yaratmış olduğu kimlik ve aidiyet temelli yapı ile kitlelerin ilgisini ve öfkesini siyasal temelden uzaklaştırmaktadır.

Dünyanın en popüler ve en çok izleyici kitlesine sahip oyunu olan futbolun toplumda var olan güç ilişkileri ve ideolojiden uzak kalabilmesi eşyanın doğasına aykırı bir durum olacaktır. Çünkü bir spor dalı olarak futbol gerek teknik gerekse de düşünsel bağlamıyla politika ile iç içedir. Sporu ve futbolu ideolojisi olmayan bir toplumsal oluşum ve etkinlik olarak göstermeye çalışmak, var olan güç ilişkilerini yeniden üretmek anlamına gelecektir. Futbol-İdeoloji ilişkisini ortaya koyabilmenin yolu toplumsal ve kültürel yaşantımızda yaşanan değişim ve dönüşümleri de dikkate almaktan geçecektir. Futbola popülerlik kazandıran bizim bu oyuna vermiş olduğumuz anlamın bizatihi kendisidir. Bu açıdan oyuna yeniden baktığımızda, futbol üzerinden bir gerçeklik kurgusunun, resminin oluşturulmaya çalışıldığını görebiliriz. Bunun yanı sıra mevcut olanın da manipüle edilmesi ve korunması gerçeği ile de karşılaşırız.

Dünyanın son yirmi beş yıl içerisinde geçirmiş olduğu ekonomik ve siyasal dönüşümler sonrasında, tek kutuplu yeni bir yapılanma ve bu yapılanmanın etrafında şekillenen yeni bir model ortaya çıktı. Küreselleşme süreci olarak adlandırabileceğimiz bu yeni dönemde, küreselleşme süreçlerine atıfda bulunmadan siyasi, ekonomik ve toplumsal süreçlerdeki değişim ve dönüşümü anlamlandırabilmek olanaksız hale dönüşmüştür. Bu yeni dönemde devletin piyasaya müdahalesini öngören ulusal kalkınma planları ve politikalarının yerini serbest piyasa ekonomisi almış ve ulusal düzeydeki rekabet yerini uluslar arası rekabete bırakmıştır. Ulus devletlerin etkisi ve işlevleri azalırken, uluslar arası şirket ve sermayenin etkisi artmaktadır. Bu süreçte; teknolojik gelişmeler işsizliğin artmasına ve ücretlerin düşmesine neden olurken, gelir dağılımındaki dengesizlik de giderek artmıştır. Küreselleşme süreci dünyayı tek bir yer olarak kavrayan yeni bir anlayışın şekillenmesini sağlamanın yanı sıra ulus devlet ve onun yurttaşına yönelik bağların gevşemesine de neden olmaktadır. Küreselleşme sürecinde bireysel kimlikler ve farklılıklar ön plana geçirilirken, tüketim ve tüketimi sağlayacak olan düzenekler büyük önem kazanmakta ve hayatın her alanı 'metalaştırılmakta'dır.

Yeni dünya düzeninin ekonomik ve kültürel politikalarının kitlelere benimsetilmesinde kullanılan en önemli araç kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları küresel bir kültürün mitolojilerini üretmekte ve dolaşıma sokmaktadırlar. Bireysel kimlikler medyada inşa edilmekte, medya tüketim ilişkilerini belirleyen en temel yaratıcı haline gelmektedir. Tüketim kitleler üzerinde kültürel bir bağımlılık yaratırken, toplumun her alanında tüketim mekanizmalarının yerleştirilmesine ve tüketim endüstrisi için en önemli kaynak olan boş zaman sürecinin satın alınarak pazarlanmasına başlanılmaktadır. Boş zaman süresindeki artış ile birlikte spor tüketimi ve görüntüleri de artmakta, sportif aktivitelere olan ilgi de büyümektedir. Futbol, tüketim endüstrisinin ihtiyaç duyduğu müşteri kitlesine hitap etme yeteneği en yüksek olan spor dalıdır. Bu özelliği nedeni ile oluşan futbol endüstrisi, televizyonun yarattığı yeni imkanlarla birlikte tümüyle küreselleşmiştir. Futbol yeni ekonomi politikalarının etkisi ile show business'ın bir dalı haline getirilmiştir. Futbolun toplumsal statüsündeki bu değişmeler profesyonelleşme ve medyatik pazarlamanın etkisiyle yaratılan ticarileşme süreçleriyle birlikte futbolun daha geniş kitlelere hitap etmesini sağlamıştır.

Futbol, günümüzde sadece varolan statükonun korunmasına katkı sağlamamakta fakat aynı zamanda yeni dönemin ekonomik değerlerinin geniş kitlelere ulaştırılması ve benimsetilmesinde de etkili bir ajan konumunda bulunmaktadır. Günümüzde futbol bir iletişim sistemi ve dili oluşturmanın yanı sıra beraberinde futbolla birlikte hareket eden bir takım mekanizma ve kurumları da yaratmaktadır. Bu çerçevede futbol tartışılır iken neo-liberal ekonomi anlayışının ve dünya görüşünün de meşrulaştırıldığı bir zeminden söz etmemiz gerektiğini unutmamalıyız. Yeni futbol anlayışı ve düzenine getirilecek olan eleştiriler bir anlamda var olan ekonomik düzen ve politikalara getirilecek eleştiriler olarak da okunabilir, futbol üzerinden meşrulaştırılan değerlerle, sanayi-ekonomi üzerinden meşrulaştırılan değerlerin paralel olduğunu görebiliriz.

Futbol, artık sahaların dışına taşıp akla gelen her konuya el atmaya başlamıştır. Pek çok şeyin futbol üzerinden anlatıldığı bir dönemden geçiyoruz. Futbolun ekonomik gücünün ötesinde bir kamuoyu oluşturma ve bu kamuoyunu harekete geçirme gücü söz konusu. Futbol var olan güç ve iktidar ilişkilerinin sürdürülmesine katkıda bulunmakla kalmıyor aynı zamanda toplumsal kontrolü sağlamada da bir araç rolünü görüyor. İdeoloji, futbolun içinde oturduğu maddi zemini teşkil ediyor. Futbol da ideolojinin, toplumsal yaşam içerisinde ortak duyu olarak kabulünde aracı oluyor. Futbol, üzerinde her kesimin konuşabildiği, yorum yapabildiği bir iktidar alanı yaratıyor ve bu iktidar alanı, gündelik hayatımız içerisinde var olan diğer iktidarlarla ve en tepedeki iktidar mekanizması ile de örtüşüyor. Bu örtüşmeyi, futbolun evrensel ve kitlesel bir referans alanı olabilmesi sağlıyor. Aynı zamanda futbolun dili ve bu dilin ürettiği insan tipininin de, bu iktidar örtüşmesinde büyük payı bulunuyor. Yaratılan futbol iktidarı, özellikle medya dolayımı ile dolaşıma sokuluyor, bu sırada medyanın birtakım 'futbol yorumcuları ya da kanaat önderleri' futbola ve tabii ki hayata dair yargılarını, düşüncelerini, beklentilerini taraftarlarla paylaşıyorlar. Oyunun bitiminde başlayan bu paylaşma süreci bir sonraki maça ve yorumlamalara kadar, televizyon ekranlarında ve gazete sayfalarında sürdürülüyor. Eco'nun 'Spor Gevezeliği' diye tanımladığı bu süreçte, siyasal iktidarın almış olduğu kararlardan, kadın erkek ilişkilerine kadar pek çok alanda yorumlar yapılıyor ve futbol 'futbol olmaktan' çıkarılarak sahte bir gerçeklik şekline sokuluyor.

Türkiye'de futbol, ilk oynanmaya başlandığı günden itibaren etkisini göstermiş ve geniş kitlelerin ilgi ve sevgisine mahzar olmuştur. Futbolun Türkiye'deki sportif örgütlenme modelini daha başından itibaren belirleyen bir ağırlığı olmasının yaratmış olduğu etkiler, bugün halen sürmektedir. Türkiye'de spor denilince futbol, futbol denilince de akla Fenerbahçe-Galatasaray ve Beşiktaş takımları gelmektedir. Bu takımların ülke futbolu ve futbol örgütlenmesi üzerindeki etkileri, özel televizyonların yayın hayatına başladığı ve dünyada futbolun yeni bir yapılanma içerisine girdiği 1990'lı yıllar sonrasında daha da artmıştır. Türkiye'de futbolun, serbest piyasa ekonomisinin sportif alandaki uygulayıcısı olması misyonu,1980'lerin ortalarında uygulamaya sokulmuş ve özel televizyonların yayın hayatına başladığı 1980'lerin sonu 1990'lı yılların başlarında medya aracılığı ile bu misyonun toplumla buluşması gerçekleşmiştir. Çünkü futbolun sosyal yapı ile kurmuş olduğu değerler transferinde medya çok önemli bir yer işgal etmektedir. Medya, evrensel standartlara uymayan ideolojik yaklaşımları normalleştirerek yeniden üretmekte ya da yeniden üretirken normalleştirmektedir. Bu açıdan medyanın kullanmış olduğu dil aracılığı ile varolan güç ve iktidar ilişkileri sürdürülmektedir. Türk futbol medyasının kurumsallaşması ve üç büyükleri hedef alan yayınlar yapması yine bu dönemde ortaya çıkacaktır. Futbol artık sadece sahada oynanan bir oyun olma vasfını yitirmiş, 90 dakika sonrasında yeniden kurulan gerçeklikler aracılığı ile bambaşka bir kimliğe büründürülmüştür. Futbol uzmanı denilen otoritelerin bitmek tükenmek bilmeyen yorumları bütün televizyonlarda yer almakla kalmamış, bu dönemin kendine özgü yeni anlayışı ile futbol gazeteleri yayın hayatına başlamıştır. Futbol popüler kültürün en önemli parçalarından birisi haline gelmiş ve kendi dilini yaratmayı başarmıştır. Futbol alanında yayın yapan futbol gazeteleri, futbol sayfaları, futbol programları yapmış oldukları yayınlar aracılığı ile taraftarların tuttukları takımlarla ilgili zihinlerinde varolan şemaların gelişmesinde ve yeni şemaların oluşmasında etkili olmuşlardır.

Bu süreçte medya yaptığı yayınlar aracılığı ile spor=futbol, futbol=1.lig/süper lig, süper lig takımları=üç büyükler anlayışının yerleştirilmesinin zeminini yaratmıştır. 'Başarıya tapınmanın, güçlüden yana olmanın, yenmenin yüceltildiği/kutsandığı buna karşın mağlubiyetin, ikinciliğin, mücadele etmenin yok sayıldığı bir anlayış futbol üzerine yapılan yorumlar ile topluma sunulmuştur. 'Kazanmak için her yol mübahtır'

söylemine sık sık gönderme yapılırken 'oyunun kuralları herkes için eşittir' söylemi de unutulmamıştır. Bu söylemler aracılığı ile var olan toplumsal düzen ve ilişkilerin meşrulaştırıldığını, özellikle üç büyükler olarak adlandırılan kulüplerin diğer kulüplerle arasındaki farklılığın, büyüklüğün(abartılı taraftar sayıları, bu takımları tutan bakan, başbakan, cumhurbaşkanı, genel kurmay başkanı, kuvvet komutanlarının sık sık takımlarıyla ilgili yorum ve düşüncelerinin kamuoyuna yansıtılması, kazanılan lig şampiyonlukları, Avrupa kupalarındaki başarılar vs.), yöneticilerin iş bitiriciliği (futbol sahada kazanılmaz masada kazanılır, bunu da gerçekleştirecek olanlar iş bitirici yöneticilerdir) kitlelere medya aracılığı ile benimsetilmiştir. Medya ile birlikteliği öncesinde hayatımızda sıra dışı bir yan oluşturan futbol, bugün hayatlarımızın sıradanlaşmasını hızlandırmaktadır.

Futbolun Türkiye'deki ağırlığı 1980 sonrasında uygulanan ekonomik ve siyasal politikaların etkisi ile artmıştır. Önceleri gençleri terörden uzaklaştırmak için kullanılan futbol, daha sonraları tüketim ideolojisinin yaygınlaştırılmasında etkili bir ajan rolünü üstlenecektir. Futbolun özel televizyonların yayın hayatına geçişi sonrasında yeni bir role büründüğünü, hayatın popülerleşmesi ve yeni dönemin yarattığı uygulamaların pekiştirilmesinde futboldan yararlanıldığı görülmektedir. Türk futbol medyasının oluşması ve etkinliğini Avrupa'da elde edilen başarılar sonrasında yapmış olduğu hamasi yayınlarla arttırdığı bir dönemdir bu. 1980'li yıllar futbolun iktidar tarafından ön plana çıkartıldığı ve futbolun siyasetin boşalttığı alana ikame edilmeye başlandığı yıllar olmuştur. Bu dönemde uygulanan neo-liberal politikaların geniş kitlelerle buluşmasında futboldan da yararlanılmış ve bu oyun üzerinden yaratılan gerçeklik kurgusu (medya-iktidar partisi-futbol otoritelerinin etkisi ile) aracılığıyla yeni ekonomik anlayışa uygun bir çerçevede örgütlenmesi sağlanmıştır. Futbolun bu aşamaya getirilmesinde Türkiye'nin Özal hükümetleri sonrasında tanıştığı tüketim toplumu anlayışı ve bu anlayışın değerlerini içeren politikaların uygulanması yatmaktadır. Futbolun metalaşması sürecinde profesyonelliğe yapılan vurgunun önemi, neo-liberal politikaların etkisi ile devletin yerini piyasalara bıraktığı bir ortamda Türkiye'deki diğer spor dallarında değil de neden futbolda özerkliğe 1988 yılında geçildiği daha iyi anlaşılabilir.

Kolay para kazanmanın ve harcamanın, kısa yoldan köşe dönmenin gerçekleştiği bu yıllarda, paranın egemenliğinde futbolun ve futbol kulüplerinin de yapısı değişmekte, bu alanda kendi gerçekliklerini yaratmak isteyen yeni bir kitle futbolun yönetimine talip olmaktadır. Sporun siyasal meşrulaştırma süreçleriyle ilişkisi anlamında ülkemizde özellikle 1980 sonrası yaşanan ekonomik ve toplumsal değişimler futbol ile birlikte gitmiş ve futbol kulüplerinin yönetiminde 1980 sonrası zengin olmuş bir takım kişiler yer almaya başlamıştır. Bu kişiler futbolu sosyal bir statü simgesi olarak kullanmakta ve kulüp üzerinden güç ağları içerisine girerek dokunulmazlıklar, ayrıcalıklar elde etmek amacındadırlar. Mafyanın da futbol kulüpleri-futbol federasyonu-hakemler-antrenörler-futbolcular ile ilişkiye geçmesi ve futbolu kullanmaya başlaması da yine bu dönemin yarattığı bir sonuçtur. Hasbi ağa, Nurettin Güvenden Susurluk sanıklarının takım satın almalarına, futbol federasyonu seçimlerinde Alaattin Çakıcının etkisine, yine Çakıcının Beşiktaş kulübü ile kurduğu ilişkiye kadar mafya artık futbolun tam göbeğinde kendisine yer açmıştır. Futbol alanında etkisini hissettiren bir diğer kesim ise sayıları az olmakla birlikte reel ve sembolik güçleri fazla olan sanayici-iş adamlarıdır. Bu kişilerin yanı sıra son dönemde üst düzey medya mensuplarının da özellikle üç büyük kulübün yönetim kurullarında yer aldıkları görülmektedir. Türkiye'de futbol alanında son yirmi beş yıl içinde yaşanılanların toplumsal yaşantımıza himayecilik -klientelist ilişkiler-ayrımcılığı besleyen hegemonya anlayışı-ahbap /arkadaş kayırmacılığı şeklinde yansıdığını, bu değer ve uygulamaların futbol üzerinden normalleştirilerek topluma sunulmaktadır.

Farklılık yerine tek tipliğin özendirildiği ve kıymet gördüğü bir toplumsal oluşumun temelleri futbol sahalarından toplumsal yaşantıya transfer edilmiştir. Türkiye'de futbola hakim olan üç büyük kulübün ve onların medyadaki etkisi, Türk futbolseverlerin farklı renklerle kuracağı birlikteliğe olumsuz yaklaşmakta ve kendi egemenliklerini ülkenin her yanında arttıracak örgütlenme modellerini hayata geçirmektedirler. Türk futbolunun istenilen düzeye çıkarılabilmesi ve daha zevkli hale getirilebilmesi için, futbolumuzda yaşanan 'bazıları daha eşittir' anlayışının ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bunun ilk yolu da hiç kuşkusuz naklen yayın gelirlerinin daha adil bir biçimde paylaştırılmasını sağlayacak olan bir yapılanmaya gidilmesidir. Futboldaki rekabetin arttırılması, futbol endüstrisinin daha fazla canlanmasına,

tribünlerden kaçan gerçek taraftarların yeniden stadyumlara dönmesine olanak sağlayabilir. Böylesine bir gelişme ise tribünleri esir alan bir avuç kendini bilmez olarak nitelendirilen kitlenin tribünler üzerindeki etkisinin de azalmasına neden olacaktır.

Futbolun oyun olmanın ötesine geçirilerek metalaştırıldığı bir ortamda, kazanma-mutlaka başarı elde etme düşüncesi oyunun ruhunu ve özünü yok etmek sureti ile 'her ne olursa olsun başar-kazan' mantığının futbol sahalarına yerleştirdi. Kardeşlik-Dostluk gibi değerlerin bu yeni dünyada işi olamaz, artık futbol bir oyun değil, onun için de taraftarların yan yana maç seyrettiğinin nostaljisinin yapıldığı günler tarihte kaldı. Fanatik taraftar için ezeli rakibi ortadan kaldırılması gereken varlığa indirgendi. Şiddetin önü futbol sahalarından ötekinin uzaklaştırılması ile her geçen gün biraz daha fazla açılır hale getirildi. Bir taraftan kurumsallaşan, stadyumlarını yenileyen, kulüplerini birer marka haline getirmeye çalışan, taraftarlarını birer müşteri gibi görmek isteyen ve bu yönde atılımlarda bulunan büyük futbol kulüpleri , öte yandan ise bir takım adamlara bilet vermek, otobüs kaldırmalarına yardımcı olmak gibi faaliyetlerde bulunan da yine aynı kulüpler. Ortada aşılması gereken bir ikilem var: Kulüpler, kendilerini her ortamda destekleyecek ateşli taraftarlardan yoksun kalmak istemiyorlar çünkü bu taraftar kitlesi gerektiğinde kulübü için ölümü dahi göze alabilmekte, her türlü eziyete rağmen kulübünü desteklemek için kilometrelerce uzağa gidebilmekte. Öte yandan ise yeni dönemde daha çok para harcayacak müşteri/taraftar kitlesine kulüplerin ihtiyacı var. Ancak bu yeni kitle kulüplerine diğerleri kadar ateşli şekilde bağlı değil. Büyük kulüplerimizin sahalarında yaşanan olumsuz tezahürat ve şiddet hareketleri de bu yeni kitlenin tribünlerden uzaklaşmasına neden olabilir. Yöneticiler nasıl bir futbol istedikleri konusunda samimi olabilir ve rakiplerine gerçekten hoşgörülü bir biçimde davranabilirlerse, Türkiye'de futbol sahalarında yaşanan şiddet dalgasının önemli bir ayağı ortadan kalkabilir.

Bu çalışmadaki amacımız bir oyun olmanın ötesine geçerek bir takım güç ve iktidar ilişkilerinin oluşmasına ve meşrulaştırılmasına katkıda bulunmak sureti ile toplumsal bir fenomen haline gelen futbolu ve toplumsal yaşantımızdaki etkilerinin neler olduğunu ortaya çıkartabilmektir. Türkiye'de futbol-ideoloji ilişkisinin medya söylemlerinde nasıl gerçekleşmekte olduğunu ortaya koyabilmek amacıyla iki farklı analiz biçimini uyguladık. Önce UEFA'nın 1998 ve 2003 Kasım aylarında Türkiye'de

oynanması gereken karşılaşmalar için almış olduğu kararların gazete metinlerinde nasıl yer aldığı ve bu kararlar arasında ne gibi farklılıklar bulunduğunu örnekleri ile gösterdik. Ardından 2002-2005 yıllarını kapsayan üç yıllık periyottaki gazete metinlerinin söylem analizi ile daha önce yapmış olduğumuz çalışmadaki bulgularımızı karşılaştırmak suretiyle, Türkiye'deki futbol medyasının geçen süre içerisinde olumlu yönde değil maalesef aynı çizgide yayınlar yapmaya devam ettiği sonucuna ulaştık. Daha önceki çalışmamızda şu ön kabullerden hareket etmiştik: Türk futbol medyası kullandığı dil ve söylem aracılığı ile Türk toplumunda futbol aracılığıyla şiddet kültürünün yeniden üretilmesine, bu dil ve söylemlerin futbolla ilgili temel ideoloji aracılarının milliyetçilik ve cinsiyetçilik çerçevesinde belirlenmesine de katkıda bulunmaktadır. Türk futbol medyasında özellikle yurt dışı karşılaşmalarının sunuluş biçiminde futbol bir oyun olmanın ötesinde her şeyle ilintilendirilen bir alan haline getirilmektedir. Elde edilen başarılı sonuçlar; milliyetçi duygularımızın okşanmasından, ulusal tarihimize yapılan göndermelere, Avrupa'ya duyulan öfke ve intikamın su üstüne çıkartılmasına, hatta Avrupa birliğine futbol aracılığı ile girdiğimize kadar pek çok alanla birleştirilmektedir.

Eleştirel Analiz bölümümüzde ayrıntıları ile ortaya koymuş olduğumuz gibi, her iki dönem karşılaştırıldığında Türk futbol medyasının kullandığı dil ve söylemin şiddet-milliyetçi ve cinsiyetçi ideolojilerin üretilmesine yapmış olduğu katkının sürdüğü ortaya çıkmıştır. Bu üç yıllık periyotta, başlıklarda bir takım harf oynamaları yapma, eğretilemeleri daha fazla kullanma biçiminde değişikliklere de rastlanmaktadır. Ayrıca bu süreçte daha militarize bir dile başvurulduğu görülmektedir. Bütün bunların yanı sıra en önemli gelişme, bu süreç içerisinde özellikle televizyonlarda ortaya çıkan futbol programı sayısındaki anormal artış ve bu artışın yarattığı 'futbol kirliliği' ve takımlar arasındaki eşitsizliğin her geçen yıl daha da fazla artmasıdır. Bu eşitsizliğin artmasında naklen yayın gelirlerinin paylaşılmasından kaynaklanan eşitsiz durumun büyük etkisi bulunmaktadır. Türkiye'de son on yıldır naklen yayın ihalelerinin paylaşımında dört kulüp lehine bozulan makas, yaşanan ekonomik krizlerin de etkisi ile Anadolu kulüplerinin ülke futbolu içerisindeki etkinliklerinin daha da azalması ile sonuçlanmıştır. Bu durumun en büyük etkisi ise ülke futbolunun 2000 yılında Galatasaray ile kazandığı başarıların ardından 2002 dünya kupasında üçüncülük ünvanı

elde etmesinden sonra gerek kulüp takımları düzeyinde gerekse de milli takım düzeyinde alınan başarısız sonuçlarda ortaya çıkmaktadır. Dengelerin olmadığı, lig şampiyonluğunun daha başından belli olduğu bir lig modelinin yayıncı kuruluşun 'lig tv' paketi satışlarından, maçlara gidecek olan taraftar sayısına kadar pek çok alanda olumsuz etkileri olacaktır. Böylesi bir lig modeli, beraberinde sürekli büyük takımlardan birinin kollandığı, komplo teorilerini ve bunun sonucunda başkanlar düzeyinde yaşanan gerilim ve demeç savaşlarının, bir sonraki aşamada bu takımların taraftarları arasındaki şiddet ile sonuçlanması ile son bulacaktır. Türk futbol medyasında futbolseverlere sunulan futbol ile sahada oynanan futbol arasındaki farklılığın derecesi her geçen gün artmaktadır. Bir taraftan medyanın bazı kanaat önderleri tarafından futbol ligimiz Avrupa'nın en kaliteli ligi olarak sunulmakta ve futbolcularımızın Avrupa'nın her takımında oynayabileceği ileri sürülmekte buna karşın Türk futbolu her geçen gün kan kaybetmeye devam etmektedir. Futbolun, üzerinde bu kadar çok konuşulan bir alan haline getirilmesinin, toplumsal yaşamın diğer alanlarındaki sorunlarının gündeme getirilmesini engelleyici bir yanı da mevcuttur. Futbola ve futbol maçlarında olup bitenlere odaklandırılma sonrasında, siyasetin tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de önemini ve etkisini yitirmesinin ardından ortaya çıkan boşluk hissinin dahi anlaşılamadığı bir dönemden geçmekteyiz. Futbol, yarattığı tüm olumlu özellikler kadar, üzerine yüklenen bu olumsuz özellikler nedeniyle gerçek futbolseverler ile arasındaki bağın azaldığı bir sürece doğru sürüklenmektedir.

Futbolun toplumsal yaşam ve ekonomi ile kurmuş olduğu bağlantı üzerine odaklandığımız reklam analizi kısmında ise, 2002 dünya kupası döneminde Haziran ayı içerisinde Hürriyet ve Fanatik gazetelerinde yayınlanan milli takımla bağlantılı reklamların analizi gerçekleştirilmiştir. Futbol, tüketim ekonomisinin kitlelere benimsetilmesinde kullanılan bir ajandır. Futbol, yarattığı yıldız oyuncularla tıpkı müzik yıldızlarında olduğu gibi kitlenin ardından gittiği, şöhreti taklit ettiği ve böylece var olan düzenin meşrulaştırıldığı bir dizi uygulamaları hayata geçirmektedir. Futbol sosyal bir fenomen olarak ideolojik bir alandır ve bu alan içerisinde toplumsal yaşama ait birtakım değerlerin transferi gerçekleşir. Bunun gerçekleştirilmesinde ise yıldız sporcuların büyük etkisi olmaktadır. Yıldız oyuncular oynadıkları reklam filmleri ile futbolseverlere ürünlerin tanıtımını yapmakta ve bu ürünlerin satışında etkide

bulunmaktadırlar. Futbolun içinde yaşanılan toplum üzerindeki etkisini fark eden sermaye sahipleri, kendi markalarının tanıtımı için, bu alana müdahil olmuşlar ve bu alandan hareket etmek suretiyle tüm toplumsal yapıya mesajlarını rahatça iletebilmişlerdir. Çalışmamızda analize tabi tutulan reklamlarda da tüketim ideolojisinin, erkek egemen değer yargılarını besleyen ideolojik anlayışların, milliyetçi değerlere yapılan vurgunun nasıl bir biçimde işlendiği ortaya konulmuştur.

Türkiye'de futbol yeni tüketim kalıplarının yerleştirilmesinde kullanılan alanlardan bir tanesi haline gelmiştir. Bu tüketim kalıplarının nasıl kullanıldığını reklamların analiz edildiği bölümde göstermeye çalıştık. Bu etkisinin yanı sıra Türkiye'de futbol, politik-ekonomik-medyatik meşrulaştırma aracı olarak kullanılmıştır. Futbolun toplumsal yaşama aktarılan değerlerin taşınmasında ve erkek egemen zihniyet kalıplarının üretilmesinde ve dolaşıma sokulmasında da etkisi bulunmaktadır. Çalışmamızın analiz bölümlerinde, ortaya atılan bu argümanları destekleyecek çok sayıda örnekle karşılaşılmıştır. Türkiye'de futbola yönelik alınan her türlü karar bir anlamda içinde yaşanılan toplumsal yaşamın ortaya çıkarttığı sorunlar ve bu sorunların taşındığı mekanların yeniden düzenlenmesi ile de ilintilidir. Olaya farklı bir perspektiften yaklaştığımızda, futbolun var olan ideolojinin ve sınıfsal değerlerin korunması için sık sık müdahalelerle karşılaştığı bir alan olduğunu görebiliriz. Futbol sahalarında yaşanan şiddet olaylarını, ve bu olaylara karışanları sadece futbol ve futbol sahaları ile sınırlandırma yoluna giden ve buna yönelik çözüm önerileri geliştiren zihniyetin asıl amacı; pazarlanabilir bir ürüne dönüşen futbolu daha güvenli bir ortama kavuşturmak ve bu malı tüketecek müşterileri yeni stadyumlara çekebilmektir. Ancak, ortada şöyle bir sorun bulunmaktadır; bu ülkede insanlara yıllardır futbol sahaları her şeyin çözüm mekanı ve kendilerini ifade edebilme kanalı olarak sunuldu. Eğlenme alışkanlığı ve geleneği olmayan, 1970'li yıllardan beri ülke ekonomisi sürekli kötüye doğru giden, buna karşın ülke nüfusu ve işsiz sayısı artan bir ülke gerçeği ile karşı karşıyayız. Futbolu orta ve üst sınıfların daha fazla tüketebilecekleri bir alan haline getirmek, ülkenin geri kalan çoğunluğunun elindeki son kalenin de düşmesi anlamına gelecektir. Böylesi bir gelişme sonrasında şiddetin adresi ve mekanı futbol sahaları değil sokaklar olacaktır. İşte bu yüzden önümüzdeki yirmi yıl içinde futbol ve futbol

sahaları üzerinde daha fazla durulması gereken, toplumsal barış ve beraberlik için olmazsa olmaz mekanlar olacaktır.

Futbolun hayatın içinde ve hayatın ötesinde bulunan yanlarını görebilecek ve bunu tüm topluma gösterebilecek çalışmalara bundan sonra daha fazla ihtiyacımız olacaktır. Artık futbolu sadece bir oyun olarak düşünemeyiz, aynı zamanda futbol bir iş'tir ve büyük bir kitlesel fenomendir. Bu fenomeni kendi lehine kullanmak isteyen iktidarlar, her dönem olmuştur ve olmaya da devam edecektir. Aynı zamanda futbol, toplumun muhalif yönünü de bünyesinde taşımaktadır. Futbol ve onun yarattığı güzellikler hiç kimsenin tekeline bırakılamaz. Çünkü futbol, hayattır ve içinde dolu dolu bir dünyayı barındırmaktadır.

KAYNAKÇA

Akın,Y.(2004) Yavuz ve Gürbüz Evlatlar, İletişim yay. İstanbul

Aksoy,Y.(1993) "Gavur İzmir'de Gol Sesleri", Futbol ve Kültürü içinde. (Der)Bora,T.-Horak,R.-Rester,W., ss.323-357, İletişim yay. İstanbul

Akşar,T.(2005) Endüstriyel Futbol, Literatür yay. İstanbul

Althusser,L.(1989) İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Çev. M.Özışık ve Y.Alp, İletişim yay. İstanbul

Amman,T.(1999) Spor Sosyolojisi Ders Notları, İstanbul

Armağan,İ.(1981) Sporun Toplumbilimsel Temelleri,E.Ü.BESYO,Yayın No:4, İzmir

Argın,Ş.(1992) "Boş Zamanın Toplumsal Anlamı Üzerine Notlar". Birikim Dergisi, sayı: 43, ss.29-41

Arık,B.(2004) Top Ekranda, Salyangoz yay. İstanbul

Arıpınar,E.(Edit)(1992) Türk Futbol Tarihi, Cilt 1, TFF yay. Gül Basım& Yayın A.Ş. İstanbul

Atabeyoğlu,C.(1985) "Cumhuriyet Döneminde Spor Politikası", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi Cilt 8, ss.2187-2197, İletişim yay. İstanbul

Atabeyoğlu,C.(1991) Türk Spor Tarihi(1453-1991), Fotospor, AN Grafik Basın Sanayi ve Ticaret A.Ş., İstanbul

Authier,C.(2002) Futbol A.Ş., Çev. A.Berktay, Kitap yay. İstanbul

Bambery,C.(2002) "Marksizm ve Spor", Birikim Dergisi, Sayı:158, ss.82-93

Barrett,M.(1996)Marx'tan Foucault'ya İdeoloji, Çev.A.Fethi, Sarmal yay. İstanbul

Barthes,R.(1996) Çağdaş Söylenler, Çev.T.Yücel, Metis Yay. İstanbul

Barthes,R.(1997) Göstergebilimsel Serüven, Çev.M.Rifat-S.Rifat, YKY. İstanbul

Belge,M.(1978) "İdeoloji Üstüne", Birikim Dergisi, Sayı:46-47, ss.70-80

Belge, M.(1979)"İdeoloji ve Örgüt", Birikim Dergisi, Sayı:48, ss.56-62

Belge,M.(1986) Tarihten Güncelliğe, Alan yay. İstanbul

Bellos,A.(2003) Futebol, Çev.Ç. Özüer, Literatür yay. İstanbul

Biassi, De.R(2000) "İtalya'da Polisin Holiganizmi Denetleme İşi", Birikim Dergisi, Sayı:137, ss.102-112

Bilgin,N.(1991) Eşya ve İnsan, Gündoğan yay. Ankara

Bilgin,N.(1995) Kollektif Kimlik, Sistem yay. İstanbul

Bilgin,N.(2003) Sosyal Psikoloji Sözlüğü, Bağlam yay. İstanbul

Billig,M.(2002) Banal Milliyetçilik, Çev.C.Şişkolar, Gelenek yay. İstanbul

Blain,N.-Boyle,R.&O'Donnel,H.(1993) Sports and National Identıdy in the European Media, Leicester, Leicester University Press

Bora,T.&Erdoğan,N.(1993) "Dur Tarih Vur Türkiye", Futbol ve Kültürü içinde. (Der)Bora,T.-Horak,R.-Rester,W., ss.221-240, İletişim yay. İstanbul

Bora,T.(2001) "Türkiye'de Futbol ve Milliyetçilik", Türkiye'de Sivil Toplum ve Milliyetçilik içinde. (Der)Bora, T., ss.559-581, İletişim yay. İstanbul

Bora,T.(2002) " 'Deliler' Saf Değiştirdi" Radikal İki 22 Ekim 2002

Bora,T.(2004) "Medya ve Hayatın Bir Sorunu: Aşırı Futbol", Nokta Dergisi,15-21 Kasım, Sayı:39, s.12

Bourdieu,P.(1997) Toplumbilim Sorunları, Çev. I.Ergüden, Kesit yay. İstanbul

Bourdieu,P.2002) Distinction, Asocial Critique of the Judgement of Taste, İng. Çev. Richard Nice, Reprinted by Routledge, London

Burns,J.(2003) Tanrının Eli, Çev. A.Kaftan, İthaki yay. İstanbul

Büker,S.(1992) Tenisten Sonra Sodasız Viski, İmge yay. Ankara

Can,C.(2004) "Spor ve Cinsel Ayrımcılık", Fanatik Gazetesi,23 Ekim 2004

Can,C.(2004-a) "Futbol ve Şike İdeolojisi", Fanatik Gazetesi,30 Ekim 2004

Clarke,A.&Clarke,J.(1985) "Hıghlights and Action Replays: Ideology, Sport and Media", Sport, Culture and Ideology içinde. (Der) Hargreaves, Jennifer, ss.62-87, Routledge&Kegan Paul, London

Coakley,J.(1990) Sport in Society: Issues and Controversies. St.Louis: Times Mirror/Mosby

Connoly,W.(1995) Kimlik ve Farklılık, Çev.F.Lekesizalın, Ayrıntı yay. İstanbul

Coward,R.&Ellis,J.(1985)Dil ve Maddecilik, Çev.E.Tarım, İletişim yay. İstanbul

Crolley,L.&Hand,D.(2002) Football Europe and Press, Frank Cass Pub. London

Çelebi,A.(1990)Söylem Çözümlemesi: Gazetelerin Haber Oluşturma ve Gündem Belirleme İşlevlerine Eleştirel Bir Yaklaşım, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. A.Ü. Sosyal Bilimler Ens. İletişim A.B.D. Ankara

Çubukçu,A.(1994) Kültür ve İdeoloji Sorunları, Evrensel Kültür Kitaplığı, İstanbul

Dağtaş,B.(2003) Reklamı Okumak, Ütopya yay. Ankara

Dellaloğlu,B.(2003) Frankfurt Okulunda Sanat ve Toplum, Bağlam yay. İstanbul
Doğan,Y.(1989) Fenerbahçe Cumhuriyeti, Tekin yay. İstanbul.
Durand,J.P.(2000) Marx'ın Sosyolojisi, Çev. A.Aktaş, Birikim yay. İstanbul.
Dursun,Ç.(2001) Televizyon Haberlerinde İdeoloji, İmge Kitabevi, Ankara
Eagleton,T.(1996) İdeoloji, Ayrıntı yay. İstanbul
Eğin,O.(2000) "Bir Çocukluk Hastalığı", Binyıl Pazar ilavesi,21 Mayıs 2000
Eğin,O.(2002) "Fenerbahçe İdeolojisinin İflası", Radikal İki,6 Ocak 2002
Eken,A.(1976) "Eğlence ve Futbol İdeolojisi", Birikim Dergisi, Sayı:13, ss.42-51
Emrence,C.(2005) "Marksizmden Küreselleşme Okuluna Spor Sosyolojisi", Toplum ve Bilim Sayı:103, ss.93-106
Erdoğan,N.(1993) "Popüler Futbol Kültürü ve Milliyetçilik", Birikim Dergisi, Sayı:49, ss.26-33
Erdoğan,İ&Alemdar,K.(1994) Popüler Kültür ve İletişim, Ümit yay. Ankara
Erdoğan,İ.(1995) Dünyanın Çarpık Düzeni: Uluslar arası İletişim, Kaynak yay. İstanbul
Eriksen,T.H.(1993) Ethnicity and Nationalism, London, Pluto Press
Erkal,M.(1982) Sosyolojik Açıdan Spor, Filiz Kitabevi, İstanbul
Erkal,M.-Güven,Ö&Ayan,D.(1998) Sosyolojik Açıdan Spor, Der yay. İstanbul
Erol,N.(1995) "Söylem Olarak İdeoloji: New York Times Örneği", Toplum ve Bilim Sayı:67, ss.199-214
Fang,Y.(1994) "Riots and Demonstrations in the Chinese Pres: A Case Study of Language and Ideology", Dıscourse and Society 5(4) ss.463-481
Fairclough,N.(1995) Media Discourse, Arnold Publishers. London&New York
Fişek,K.(1983) Spor Yönetimi, SBF yay. No:525, Ankara
Fişek,K.(1985) 100 Soruda Türkiye Spor Tarihi, Gerçek yay. İstanbul
Geertz,C.(1973)The Interpretations of Culture, New York, Basic Books
Genç,N.(2002) "Deliler Bayramı" Leman Dergisi, 29 Haziran 2002, s.19-21
Gökalp,E.(2005) "Medya ve Spor ya da Spor/Futbol Medyası", Toplum ve Bilim Sayı:103, ss.121-137
Göregenli,M.(2002) "Bir Protesto Eylemine İlişkin Gazete Söylemlerinin Sosyal Psikolojik Yaklaşımla Çözümlenmesi", 1990 Sonrası Laik-Anti Laik Çatışmasında Farklı Söylemlerin içinde. (Der)Yağcıoğlu, S. ss.79-97, Dokuz Eylül yay. İzmir

Guilanotti,R.(1999) Football: A Sociology of the Global Game, Cambridge, Polity

Gültekin,M.N.(2001) Banka Reklamlarında İmaj, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, E.Ü. Sosyal Bilimler Ens. Sosyoloji A.B.D. İzmir

Hargreaves, Jennifer(1982)"Theorising Sport: An Introduction", Sport, Culture and Ideology içinde.(Der)Hargreaves, Jennifer,ss.1-29, Routledge& Kegan Paul, London

Hargreaves,John(1982) "Sport, Culture and Ideology", Sport, Culture and Ideology içinde, (Der)Hargreaves, Jennifer, ss.30-61, Routledge&Kegan Paul, London

Hall,S.(1994) "İdeolojinin Yeniden Keşfi", Medya, İktidar ve İdeoloji içinde. (der. ve çev.) M.Küçük, ss.57-103, Ark yay. Ankara

Hardt,H.(1994) "Eleştirel'in Geri Dönüşü ve Meydan Okuyuşu", Medya, İktidar ve İdeoloji içinde. (Der. ve Çev.) M.Küçük, ss.1-55, Ark yay. Ankara

Hiçyılmaz,E.(1980) Türkiye'de Futbolun Öyküsü, Doyuran Matbaası, İstanbul

Hoberman,J.(1984) Sport and Political Ideology, Heinemann Educational Books, London

Hobsbawm,E.(1995) Milletler ve Milliyetçilik, Çev. O.Akınhay, Ayrıntı yay. İstanbul

Hodge,R.&Kress,G.(1993) Language as Ideology, Routledge, London&New York

Hognestad,H.K.(1997) "The Jambo Experience: An Antropological Study of Hearts Fans", Entering the Field: New Perspectives on World Football içinde, (der) Armstrong,G&Guilanotti,R. Oxford, Berg

İnal,A.(1996) Haberi Okumak, Temuçin yay. İstanbul

Jarvie,G.(2003) "Internationalism and Sport in the Making of Nations", Global Studies in Culture and Power, 10, ss.537-551

Kahraman,A.(1995) Osmanlı Devletinde Spor, Kültür Bakanlığı yay. Ankara

Kahraman,H.B.(2003) "Futbol Bizim Kendimizdir", Radikal Gazetesi,25 Aralık 2003

Kayalıoğlu,A.(2000) Futbol Fanatizmi, Sosyal Kimlik ve Şiddet, Yayınlanmamış Doktora Tezi, A.Ü.Sosyal Bilimler Ens. Psikoloji A.B.D. Ankara

Keat,R.&Urry,J.(1994) Bilim Olarak Sosyal Teori, Çev.N.Çelebi, İmge yay. Ankara

Kejanlıoğlu,B.(2005) Frankfurt Okulunun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya, Bilim ve Sanat yay. Ankara

Keysan,H.(2002) "Politik Bir Söylem Biçimi Olarak Futbol", Evrensel Gazetesi, 22 Haziran 2002

Kıvanç,Ü.(1993) "Aşka Bahane Aramasak...?", Birikim Dergisi Sayı:56, ss.19-32

Kıvanç,Ü.(2001) Kesin Ofsayt, İletişim yay. İstanbul

Kıvanç,Ü.(2004) "Kirlilik Dediğiniz Birilerinin Yaşam Tarzı", Nokta Dergisi,15-21 Kasım, Sayı:39, s.12

Kılıç,E.(2003) Kirli Kramponlar, Toplumsal Dönüşüm yay. İstanbul

Kıvılcımlı,K.&Bakır,C.(1997) Bir Kültürel Kod Olarak Futbol, Cem Bak yapım. İstanbul

Klose,A.(1993) "Televizyon Futbolu", Futbol ve Kültürü içinde. (Der) Bora,T.-Horak,R.-Rester,W., ss.373-383, İletişim yay. İstanbul

Koca,C.&Bulgu,N.(2005) "Spor ve Toplumsal Cinsiyet", Toplum ve Bilim Sayı:103, ss.163-184

Konyar,H.(2000) "Tüketim Kültürünün Belirlediği Yeni Toplumsal Kimlikler", Gazi İletişim Dergisi, Sayı:6, ss.19-33

Kozaklı,T.S.&Özkazanç,A.(1997) "1980'lerde Gündelik Yaşam", Mürekkep Dergisi, Sayı:8, ss.41-49

Kozanoğlu,C.(1990) Bu Maçı Alıcaz! Kıyı yay. İstanbul

Kula,N.(2004) TV Reklamlarında Yer Alan İdeolojiler ve Toplumsal Cinsiyetin İnşası, Yayınlanmamış Doktora Tezi, E.Ü. Sosyal Bilimler Ens. Radyo-TV A.B.D. İzmir

Kuper,S.(2003) Futbol Asla Sadece Futbol Değildir, Çev.S.Gürtunca, İthaki yay. İstanbul

Kuper,S.(2004) Ajax Hollandalılar ve Savaş, Çev. E.Gökteke, İthaki yay. İstanbul

Kurt,M.-Atayman,V.& Kurultay,T.(1997) Modern Sporun Dünü ve Bugünü, Sorun yay. İstanbul

Laclau,E.&Mouffe,J.(1987) "Post Marxism without Apologies", New Left Review 166, ss.79-106

Lanfranchı,P.(1993) "1920-1938 Döneminde Avrupa'da Futbol", Futbol ve Kültürü içinde. (Der)Bora,T.-Horak,R.-Rester,W., ss.263-274, İletişim yay. İstanbul

Lull,J.(2001) Medya İletişim Kültür, Çev. N.Güngör, Vadi yay. Ankara

Mardin,Ş.(1992) İdeoloji, İletişim yay. İstanbul

Marx,K.&Engels,F.(1992) Alman İdeolojisi, Çev.S.Belli, Sol yay. Ankara

Mason,T.(1993) Only A Game: Sports in the Modern World, Cambridge, Cambridge University Press

Mumby,D.(2005) "İdeoloji ve Anlamın Toplumsal İnşası: Bir İletişim Bakış Açısı", Doğu Batı Sayı:30, ss.123-141

Mutlu,E.(1996) "Avrupa'yı Salladık, İngiltere'yi Sarsacağız: Futbol, Milliyetçilik ve Şiddet" Cogito Şiddet Özel Sayısı (6-7), ss.367-375

Okay,C.(2002) "The Introduction Early Development and Historiograph of Soccer in Turkey:1890-1914", Soccer and Society, Vol.3(Autumn), ss.1-10

Oktar,L.(2002) "Gazete Söyleminde İdeolojik Yapılar", 1990 Sonrası Laik-Anti Laik Çatışmasında Farklı Söylemlerin içinde. (Der)Yağcıoğlu,S. ss.37-52, Dokuz Eylül yay. İzmir

Orhun,A.(1991) "Pedagojik Açıdan Performans Sporu", Spor Felsefesine Yeni Yaklaşımlar içinde. (Der)Erdemli,A. ss.137-140, Meya yay. İstanbul

Oskay,Ü.(1992) İletişimin ABC'si, Simavi yay. İstanbul

Oskay,Ü.(2000) Tek Kişilik Haçlı Seferleri, İnkılap yay. İstanbul

Özbek,M.(1991) Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, İletişim yay. İstanbul

Özcan,Z.(2002) "Tanıl Bora: Futbol, Toplumun ve Hayatın Aynası Olarak İlgimi Çekiyor", Karizma Dergisi, Sayı:11, ss.48-52

Özer,Ö.(1999) "Haber Söylemi: Türk-Yunan İlişkilerine Yönelik Haberlerin Türk Basınında Sunumu", Gazi İletişim Dergisi 99/1, ss.121-155

Özkök,E.(1985) Kitlelerin Çözülüşü, Tan yay. Ankara

Pala,Ş.(2005) "Anlam Ufuklarında Bir Kaynaşma: Oyun ve Spor", Toplum ve Bilim Sayı:103, 21-43

Parker,I.(1992) Discourse Dinamics, Routledge, London&New York

Poulton,E.(2003) "Medyanın Rolü", 21-22 Ekim 2003'te İstanbul'da British Council'ın düzenlediği; Futbol, Taraftar Profili, Medyanın Rolü ve Şiddet başlıklı uluslar arası sempozyumda sunulan bildiri

Real,M.(1989) "Sport and Spectacle", Media Sports and Society, (Ed) Lawrence A.Wenner, ss.460-475, London&New York, Sage Pub.

Rowe,D.(1996) Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası, Çev.M.Küçük, Ayrıntı yay. İstanbul

San,H.-Ünsi,T&Var,S.(1963) Futbol Ansiklopedisi, Ticaret Postası Matbaası, İstanbul

Saussure,F.(1985) Genel Dilbilim Dersleri, (Yay.Haz.) C.Bally-A.Sechehaye-A.Rıedlinger, Çev.B.Vardar, Birey ve Toplum yay. Ankara

Sayın,Ö.(1999) "İdeoloji", E.Ü.Sosyoloji Dergisi Sayı:7, ss.1-12

Simonoviç,L.(2004) "Olimpizm Felsefesi", Bilim ve Ütopya Sayı:122, ss.8-13

Sözen,E.(1999) Söylem, Paradigma yay. İstanbul

Stemmler,T.(2000) Futbolun Kısa Tarihi, Çev.N.Açа, Dost yay. Ankara

Strauss,L.(1985) Irk ve Tarih, Çev.R.Erdem-H.Bayrı, Metis yay. İstanbul

Sümer,R.(1990) Sporda Demokrasi 2: Türkiye'de Spor Federasyonlarının Tarihsel Gelişimi Bir Örnek Olay Futbol, Şafak Matbaacılık, Ankara

Şahin,M.(1998) Spor Ahlakı ve Sorunları, Evrensel Basım Yay. İstanbul

Şimşek,S.(2002) Bir İdeolojik Seferberlik Deneyimi: Halkevleri, B.Ü. yay. İstanbul

Tajfel,H.(1982) "Social Psychology of Intergroup Relations", Annual Reviews of Physchology, 33, ss.1-39

Talimciler,A.(2003) Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi, Bağlam yay. İstanbul

Therborn,G.(1989) İktidarın İdeolojisi ve İdeolojinin İktidarı, Çev.İ.Cüre, İletişim yay. İstanbul

Thompson,J.B.(1992) Ideology and Modern Culture, Polity Pres, Cambridge

Thompson,J.B.(1984) Studies in the Theory of Ideology, Berkeley, University of California Press

Tut,B.(2003) "Avrupa Kültürünün Bir Parçası Olarak Futbol", Toplumsal Tarih Dergisi Sayı:113, ss.38-41

Tüzer,A.(1999) "İnsan Spor ve Din", Düşünen Siyaset Dergisi Sayı:1, ss.127-130

Uludağ,O.S.(1936) "Spor Göreneğin Değil, Bilginin Eseri Olmalıdır", Ülkü Dergisi Sayı:36, ss.431-439

Uras,U.(1997) İdeolojilerin Sonumu?", Sarmal yay. İstanbul

Uztuğ,F.(2001) "Devlet, Belediyeler, Özel Sermaye Üçgenindeki Futbol Yönetiminde Tecimsel ve Siyasal İmaj Kaygıları", Takımdan Ayrı Düz Koşu içinde. (Der)Bora,T. ss.123-153, İletişim yay. İstanbul

Ünsal,A.(2005) Tribün Cemaatinin Öfkesi, İletişim yay. İstanbul

Üşür,S.(1997) İdeolojinin Serüveni, İmge yay. Ankara

Van Dijk,T.(1994) "Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları", Medya, İktidar ve İdeoloji içinde. (Çev.ve Der.)M.Küçük, ss.271-327, Ark yay. Ankara

Van Dijk,T.(1998) Ideology, A Multidisiplinary Approach, Sage Pub. London, Housand Oaks, N.Delhi

Vassaf,G.(1995) Cehenneme Övgü, Ayrıntı yay. İstanbul

Volosinov,V.N(2001) "Marksizm ve Dil Felsefesi", Çev. M.Küçük, Ayrıntı yay. İstanbul

Wahl,A.(2005) Ayaktopu Futbolun Öyküsü, Çev.C.İleri, YKY, İstanbul

Whitson,D.(1998) "Circuits of Promotion Media Marketing and the Globalization of Sport", Media Sport içinde. (Ed)Lawrence A.Wenner, ss.57-72, London, Routledge

Wilkerson,M&Dodder,R.A.(1979) "What Sport Does For People", Journal of Phycial Educational Recration and Dance 50(2), ss.50-51

Yağcıoğlu,S.(1994) "Dil, İdeoloji ve Sosyal Sınırlar", Edebiyat Eleştiri Sayı:4, ss.86-90

Yağcıoğlu,S.(1996) "Eleştirel Söylem Çözümlemesi", Gündoğan Dergisi Sayı: 18, ss.1-10

Yağcıoğlu,S.(2002) "Eleştirel Söylem Çözümlemesi: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım", 1990 Sonrası Laik-Anti Laik Çatışmasında Farklı Söylemlerin içinde. (Der)Yağcıoğlu,S. ss.3-34, Dokuz Eylül yay. İzmir

Yarar,B.(1999) "Popüler Kültür ve Siyaset: 1980'lerde Yeni Sağ ve Futbol", Mürekkep Dergisi Sayı:13, ss.40-62

Yücel,T.(1998) Söylemlerin İçinden, YKY, İstanbul

Zeytinoğlu,E.(2005) Uyku Tulumunda Spor, Telos yay. İstanbul

YÜKSEKÖĞRENİM KURULU DÖKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU

YAZARIN Soyadı: TALİMCİLER Adı: AHMET	Merkezimizde Doldurulacaktır Kayıt No:

TEZİN ADI

Türkçe : TÜRKİYE'DE FUTBOL VE İDEOLOJİ İLİŞKİSİ: MEDYA'DAKİ FUTBOL SÖYLEMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Yabancı Dil : THE RELATİONSHİP BETWEEN FOOTBALL AND IDEOLOGY İN TURKEY: AN ANALYSİS ON FOOTBALL DİSCOURSE İN MEDİA

TEZİN TÜRÜ :	Yüksek Lisans	Doktora	Doçentlik	Tıpta Uzmanlık	Sanatta Yeterlilik
	[ ]	[X]	[ ]	[ ]	[ ]

TEZİN KABUL EDİLDİĞİ :

Üniversite : EGE ÜNİVERSİTESİ

Fakülte :

Enstitü : SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Diğer Kuruluşlar :

Tarih: 13.10.2005

TEZ YAYINLANMIŞSA :

Yayınlayan :

Basım Yeri:

Basım Tarihi:

ISBN:

TEZ YÖNETİCİSİNİN
Soyadı, Adı : OSKAY, ÜLGEN
Ünvanı : Prof.Dr.

TEZİN YAZILDIĞI DİL : TÜRKÇE	TEZİN SAYFA SAYISI : 379

TEZİN KONUSU (KONULARI) : FUTBOL, FUTBOLUN İDEOLOJİK-MEDYATİK VE EKONOMİK İŞLEVLERİ, FUTBOL-TÜKETİM TOPLUMU VE REKLAM İLİŞKİSİ, FUTBOLUN GAZETE METİNLERİNDEKİ YANSIMALARI

TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER :
1- FUTBOL
2-- İDEOLOJİ
3- MEDYA
4- SÖYLEM
5- REKLAM
Başka vereceğiniz anahtar kelimeler varsa lütfen yazınız.

İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER:(Konunuzla İlgili yabancı indeks, abstrakt ve thesaurus'ları kullanınız.)
1- FOOTBALL
2- IDEOLOGY
3- MEDİA
4- DİSCOURSE
5- ADVERTİSEMENT
Başka vereceğiniz anahtar kelimeler varsa lütfen yazınız.

1-Tezimden Fotokopi Yapılmasına izin veriyorum [ ]
2-Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir [X]
3-Kaynak göstermek şartıyla tezimin tamamının fotokopisi alınabilir [ ]

Yazarın İmzası



Tarih : 20.10.2005

ÖZET

Futbol, insana ve insanlığa ait değerleri bünyesinde barındırdığı ve dünyanın en kitlesel spor dalı olduğu için, her daim üzerinde konuşulmayı, araştırılmayı ve yorumlanmayı hak etmektedir. Futbol, toplumsal yaşam içerisinde bir 'minyatür' model olarak işlev görmekte ve onun üzerinden toplumsal yaşama bir takım rol ve değer transferleri gerçekleştirilmektedir. Futbol var olan güç ve iktidar ilişkilerinin sürdürülmesine katkıda bulunmakla kalmamakta aynı zamanda toplumsal kontrolü sağlamada da bir araç rolünü üstlenmektedir. İdeoloji, futbolun içinde oturduğu maddi zemini teşkil ederken, futbol da ideolojinin, toplumsal yaşam içerisinde ortak duyu olarak kabulünde aracı olmaktadır.

Futbol, üzerinde her kesimin konuşabildiği, yorum yapabildiği bir iktidar alanı yaratmakta ve bu iktidar alanı, gündelik hayatımız içerisinde var olan diğer iktidarlarla ve en tepedeki iktidar mekanizması ile örtüşmektedir. Bu örtüşmeyi, futbolun evrensel ve kitlesel bir referans alanı olabilmesi sağlamaktadır. Yaratılan futbol iktidarı özellikle medya dolayımı ile dolaşıma sokulmaktadır. Türkiye'de medya, futbolun sosyal yapı ile kurmuş olduğu değerlerin transferinde önemli bir rol oynamaktadır. 1980 sonrasında Türkiye'de ekonomik ve siyasal alanda yaşanan değişimlerin toplumsal yaşama aktarılmasında futboldan da yararlanılmıştır. Türkiye'de futbola yönelik alınan her türlü karar bir anlamda içinde yaşanılan toplumsal yaşamın ortaya çıkarttığı sorunlar ve bu sorunların taşındığı mekanların yeniden düzenlenmesi ile de ilintilidir.

Futbol,varolan ideolojinin ve sınıfsal değerlerin korunması için sık sık müdahalelerde bulunulan bir alan haline dönüşmüştür. Türkiye'de futbol, politik-ekonomik ve medyatik meşrulaştırma aracı olarak kullanılmıştır/kullanılmaktadır. Aynı zamanda futbol yeni tüketim kalıplarının yerleştirilmesinde de kullanılmaktadır. Ayrıca futbolun toplumsal yaşama aktarılan değerlerin taşınmasında ve erkek egemen zihniyet kalıplarının üretilmesinde ve dolaşıma sokulmasında da büyük etkisi bulunmaktadır.

Futbolu artık sadece bir oyun olarak düşünemeyiz, futbol aynı zamanda bir iş'tir ve büyük bir kitlesel fenomendir. Bu fenomeni kendi lehine kullanmak isteyen çeşitli gruplar her dönem olmuştur ve olmaya da devam edecektir.

ABSTRACT

Football always deserves to be researched, discussed and analyzed because it is the most spectacular sport game that bears the values of humanity in its structure. Football functions as a "miniature" model in the society and some roles and values are transferred into social life by the help of football. Football does not only contribute to the maintenance of power relations that already exist, but also becomes an agent having the role to keep the social control. While ideology becomes a base where football stands, football functions as an agent for the acceptance of ideology as the common sense in the social life.

Football creates an area of power where everyone can talk and comment and this power area connects (overlaps) with other powers in our daily life and the power mechanisms at the top. This connection is realized by football's mass and universal referential area. The created football power is circulated with the help of media. In Turkey, media plays an important role in the transference of values which is constructed between football and the social structure.

In the aftermath of 1980s, football is employed in the transference of social and economic changes into social life. In Turkey, any decision dealing with football is also (in some way) in relation with the social problems and the reorganization of the places where these problems are shifted. Football becomes an area to be interfered often in order to maintain the current ideology and class values.

Football has been used as the legitimating agent of economic-politic and media in Turkey. At the same time, football is also used for accommodating new comsumption patterns. In addition, football has a big role in transference of new values into social life and the production of patriarchal thought patterns as well as its circulation in the society.

Football can no longer be considered as a sport game because it is a "business" and a mass phenomenon. There had always been some group of people to benefit from football for their interest and this structure will exist in the future.

ÖZGEÇMİŞ

1970 yılında İzmir'de doğdum. 1990 yılında başladığım Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümünden 1994 yılında mezun oldum. Aynı yıl Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Sosyoloji ve Metodoloji Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans eğitimine başladım. Yüksek Lisans eğitimimi "Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi: Fanatik ve Fotomaç Gazeteleri Örneği" konulu tez çalışması ile tamamladım. Bu çalışmamın genişletilmiş hali 2001 yılı Milliyet Gazetesi Sosyal Bilimler Ödülü ile onurlandırıldı. "Futbol Televizyon Evliliğinde Yeni Dönem" başlıklı makalem, 2000 yılında İmge yayınevi tarafından yayınlanan "Medya Politikaları" kitabının içinde yayınlandı. Sosyal Bilimler Ödülünü kazanan çalışmamın genişletilmiş biçimi 2003 Mart ayında Bağlam yayınları tarafından yayınlandı. 1998 yılında Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Sosyoloji ve Metodoloji Ana Bilim Dalı Doktora programını, "Türkiye'de Futbol ve İdeoloji İlişkisi: Medya'daki Futbol Söylemi Üzerine Bir İnceleme" konulu tez çalışması ile tamamladım.