

FUTBOLUN DEĞİŞEN YAPISI ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ANALİZ*

Hasan SEN**

“Futbol artık (asla) sadece futbol değildir”.
Eduardo Galeano ve Simon Kuper

ÖZET

Futbol gerek dünyada gerekse Türkiye’de çok sevilen bir spor dalıdır. Futbol bu yönüyle hem ekonomik hem de politik kurumların ilgisini çekmektedir. Sözü edilen ilgi özellikle küreselleşme ile birlikte futbolun ticarileşmesini ve politikleşmesini beraberinde getirmektedir. Nitekim artık endüstrisi olan bir futboldan ziyade kendisi endüstri olan futboldan bahsedilmektedir. Buna bağlı olarak futbolun kurallarında dahi önemli değişimler yaşanmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada ilk olarak, endüstrileşen futbol analiz edilecektir. Ardından futbolun üstlendiği yeni politik ve toplumsal rollere değinilecektir. Son olarak futbola egemen olan milliyetçi ve ataerkil söylemler incelenecektir. Bahsedilen çalışmada futbolun yapısal olarak büyük değişim içinde olduğu iddiasından hareket edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Futbol, Endüstri, Küreselleşme, İdeoloji, Şiddet, Milliyetçilik.

ABSTRACT

A SOCIOLOGICAL ANALYSIS ON CHANGING STRUCTURE OF SOCCER

Soccer is a very popular sports branch both in the World and Turkey. Soccer thus draws the interests of both economic and political institutions. Such interests bring the commercialisation and politicization of soccer with the process of globalization. As a matter of fact soccer itself is mentioned as an industry rather than soccer having its own industry. Accordingly, even the rules of soccer are undergoing change. Therefore in this study, first of all the industrialized soccer will be analyzed. Then the political and social roles of soccer will be discussed. Finally, the nationalist and patriarchal discourses that dominate soccer will be examined. In the aforementioned study it will be claimed that soccer is undergoing a big structural change.

Keywords: Soccer, Industry, Globalization, Ideology, Violence, Nationalism.

* Bu çalışma, 2004-2007 yılları arasında, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi’nin, “Taraftarlık, Fanatizm Ve Şiddet Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: (Karşıyaka ve Göztepe Örneği)” adlı projede yazmayı üstlendiğim ve değişik yerlerde sözlü olarak sunduğum bölümden üretilmiştir.

** Yrd. Doç. Dr., Muğla Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü
YDÜ Sosyal Bilimler Dergisi, C. VI, No. 1, (Nisan 2013)

Giriş

Futbol, belki ortaya çıktığı dönemlerden bugüne kadar gerek oyuna ilgi gerek seyirci kapasitesi bazında gerek politik ilgilere konu olması gerekse de ekonomide edindiği yer bakımından, diğer spor dallarına nazaran daha fazla öne çıkmış olan ve hem dünyada hem de özellikle ülkemizde çok büyük bir kesim tarafından sevilen bir spor etkinliğidir. Futbolun özellikle seyirci potansiyelinin diğer spor dallarına göre büyük olması, toplum üzerinde politik tasarruflarda bulunmak isteyen kişilerin iştahını kabartmaktadır. Bunun yanı sıra aynı seyirci kitlesi, ekonomik açıdan büyük bir müşteri kitlesi anlamına gelmektedir. Futbol sadece politik ve ekonomik açıdan değil fakat aynı zamanda insanlara taraftarlık gibi sunduğu aidiyet çerçevesi ve kimlik nedeniyle de toplumda geniş etkilere sahiptir. Futbolun bahsedilen bu gücü günümüzde daha da artmıştır. Futbol, özellikle küreselleşme süreci ile birlikte, endüstriye konu olmaktan öte kendisi bir endüstri haline gelmiştir. Bunun bir sonucu olarak futbolun doğasında büyük değişimler yaşanmış ve futbol, küresel dünyanın yeni değerlerine maruz bırakılmıştır. Yine son dönemlerde futbol politik açıdan ideolojik kullanımlara açık olmaktan çıkıp ideolojinin merkezine yerleşmeye başlamıştır. Özellikle milliyetçi, ırkçı ve cinsiyetçi ilgiler futbola daha fazla girmiştir.

Bu çalışmada, sözü edilen gelişmelerin genel olarak futbol üzerinde yarattığı etkileri ele alınacaktır. Bu kapsamda ilk olarak futbolun endüstrisinden endüstriyel futbola geçiş konu edinilecektir. İkinci olarak futbolun değişen politik ve kimlik boyutu analiz edilecektir. Son olarak futbolda özellikle şiddet olaylarına yol açan milliyetçi ve ataerkil söyleme değinilecektir.

Futbolun Endüstrisinden Endüstriyel Futbola

Futbolun gerek oyun bazında gerekse onu çevreleyen ekonomik, sosyal yapısında ciddi değişimler yaşanmaktadır. Özellikle 1980 sonrası dünyada hâkim olmaya başlayan küreselleşme olgusu ve bu olguya eşlik eden neo-liberal söylemler bunda büyük bir rol oynamakta ve başta ekonomi olmak üzere hemen her alanda birçok değişimi beraberinde getirmektedir. Küreselleşme ile birlikte bir yandan yerellikler öne çıkarılmakta, paradoksal bir biçimde yine aynı yerellikler ve ulusal değerler küresel söylemin kapsamına alınıp genelleştirilerek, tek tip kültüre dönüştürülmektedir. Bu kapsamda futbola bakış ve “futbol ufku” da ulusal sınırları aşarak küresel bir boyut kazanmaktadır (Boniface, 2007: 38). Nitekim sözü edilen süreçte öne çıkarılan verimlilik, hız, rekabet gibi yeni değerler parçalanmış eski değerlerin yerine ikâme edilmektedir. Daha önce kendinde değerli ol-

duğu, bu nedenle kâr-zarar hesabı dışında tutulması gerektiği düşünölen eğitim, sağlık gibi konular piyasa mantığına hapsedilmektedir.

Sözö edilen gelişmeler sporu da etkilemektedir. Chris Gratton'un "spor piyasası" olarak tanımladığı bu manzarada, spordan önce artık ondan nemalanan *sponsor firmalar, şirket yöneticileri (CEO)*; bunun yanı sıra *marka, müşteri ve borsa* gibi kavramlar öne çıkmaya başlamıştır (Gratton, 2000: 3-5). Eğlence sektörünün öne çıkan spor dallarından biri olan ve bu çalışmanın konusunu teşkil eden futbol da kendini bu durumdan muaf tutamamış, endüstriyel bir boyut kazanmış ve ticarileşmiştir (Kern, 2000: 1-2). Nitekim Alfred Herrhausen, futbolun değişen doğasına ilişkin olarak şu tespiti yapmıştır: "Futbolun temsil ettiği değerler dayanışma, centilmenlik (adalet) ve fırsat eşitliğidir. Bu değerlerin yerine kazanç yöneliminin gelmesi futbol kapitalizmine işaret etmektedir" (aktaran, Alver, 2008: 236). Zaten büyük bir izleyicisi (piyasa mantığı açısından müşterisi) olan sporun ve özelde futbolun ticarileşmeye uygun potansiyeli nedeniyle bundan kaçması pek de mümkün olmamıştır. Dolayısıyla ilk ortaya çıktığı dönemlerden itibaren, belli bir endüstriye sahip olan futbolun kendisi, şimdilerde devasa bacasız bir endüstriyel sektör olmuştur. Bunun sonucunda futbol artık sadece sahalarda görönen biçimiyle bir oyun olmaktan çıkıp, gerisinde ulusal ve uluslararası rekabetin yaşandığı bir mücadele alanına dönüşmüştür.

Bahsedilen ticari mantığın bir sonucu olarak kulüplerin birçoğu şirkete dönüşmüş ve kulüp başkanları futbolun içinden gelmeyen (profesyonel) iş adamlarından ve yine futbolun popüler gücünden yararlanmak isteyen siyasetçilerden oluşmaya başlamıştır.¹ Dolayısıyla kulüpler artık bir şirket gibi öncelikle gelir-gider, kâr-zarar dengesi ve yatırım ekseninde yönetilmeye başlamıştır. Bu çerçevede üst düzey sponsorluk anlaşmaları da kulüplerin olmazsa olmazları arasına girmiştir. Şirket olmanın bir sonucu olarak borsayla ilişki kurmak neredeyse zorunlu bir hale gelmiştir. Nitekim şirketleşen kulüplerin halka arz yoluyla hisselerini satmaları ve yaptıkları transferlerini borsaya bildirilmesi bu sürecin bir parçasını teşkil etmiştir. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak başta futbol olmak üzere birçok spor dalı bilinen çehresinden uzaklaşmaya başlamıştır. Özellikle futbol, çoğu zaman şirketlerin ticari mantığına kurban edilmiştir ve edilmektedir. Futbol doğasından uzaklaşmakta ve ticaretin ekonominin doğası tarafından şekillendirilmektedir. Nitekim George Ritzer, konu ile ilgili olarak şunları dile getirmiştir:

¹ Örneğin başta dört büyük futbol kulübü olan Fenerbahçe başkanı Aziz Yıldırım, Galatasaray başkanı Ünal Aysal, Trabzonspor başkanı Sadri Şener ve Beşiktaş futbol kulübü başkanı Yıldırım Demirören'in işadamları olmaları bu durumu örneklendirmektedir.

“Çeşitli sporların niteliği hesaplanabilirlik tarafından değiştirilmiş, hatta belki buna feda edilmiştir. Örneğin spor karşılaşmalarının niteliği, televizyon sözleşmelerinden alınan dev gelir gereksinimi nedeniyle değişmiştir” (Ritzer, 1998: 117).

Sözü edilen durum, futbolun iç mantığında, oyun kurallarında ve futbolun yön verdiği birçok ilişkinin doğasında büyük değişimlere yol açmakta, futbol bilinen doğasından uzaklaştırılarak, ekonominin mantığı tarafından şekillendirilmektedir. Öncelikle her geçen gün sponsor firmalar tarafından (izleyicinin taleplerine göre!) futbola yeni kurallar dahil edilmekte daha doğrusu dayatılmakta ve futbolun ne olması gerektiğine karar verilmektedir (Dobson, 2001: 22). Yani futbolda oyunun estetik değerlerinin yerini hırs, rekabet ve verimlilik gibi yeni değerler almaktadır. Örneğin hızlı oynamayı ve gol atmayı teşvik eden yeni kurallar, adeta küresel ekonominin ve rekabetçi piyasanın doğasını hatırlatmaktadır. Bu bağlamda mücadeleler pervasızca ve acımasızca rekabete dönüşmektedir. Bunun sonucunda gerek antrenmanlarda gerekse maçlarda yüksek bir tempo, hızlı oynama gibi unsurlar bir araç olarak değil kendinde amaç haline gelmektedir. Buna eşlik eden mutlak kazanma hırsı futbolu güzelleştiren unsurların ve doğasının kaybolmasına yol açmaktadır.²

Kulüp yöneticileri kazanmanın sadece sportif anlamda değil aynı zamanda ekonomik olarak da kazanmak anlamına geldiğini bildiklerinden bu amaçla pahalı oyuncu transferlerine girişmektedirler.³ Söz konusu transferlerde ilgili kulübün kaynakları yanında futbolla pek de ilgili olmayan sponsor firmaların sağladıkları kaynakların kullanılması, futbol ve ticaret ilişkisinin açık bir kanıtını teşkil etmektedir. Fakat sözü edilen durum, özellikle kulüp bütçelerini zorlayan ve onları aşan bir harcama yapılmasına ve büyük olarak adlandırılan kulüplerin dahi borç batağına saplanmalarına neden olmaktadır. Bazı kulüplere haciz gelmesi, futbolcu transferlerine yasak getirilmesi ve Avrupa kupalarına katılmama riski ile karşı

² Bu uğurda amaca giden her yolun mübâh olarak görülmesine neden olmaktadır. Bu da saha içindeki mücadelelere saha dışında müdahalelerle sonuçlanmaktadır. Nitekim şu anda gündemde yerini tüm canlılığıyla koruyan şike iddialarının gerisinde bu etmenler yatmaktadır. Daha da ilginç olanı, spor ahlâkı çerçevesinde ele alınıp karar verilmesi gereken bir olayda, bütün bunlara yol açan etmenlerden biri olan ekonomik gerekçeler, yine şike olaylarında kararın verilirken üzerinde en fazla düşünülmesi gereken, gözden kaçırılmayan etmenlere dönüşmektedir.

³ Deloitte'nin Avrupa'da futbolcu transferlerine harcanan paranın 2 milyar dolar olarak açıklaması bu durumu örneklendirmektedir. “Avrupa krizle boğuşuyor ama futbol devleri transfere 2 milyar dolar harcadı. Küresel krizde transfer harcamalarını kısyan Avrupa kulüpleri, yeni transfer döneminde 2 milyar dolar harcama yaptı” (http://retailnews.com.tr/sn/news/pt/full/lang/tr/catId/56/id/4581/seo/Futbol_devlerinin_transfer_harcamaları).

karşıya kalmaları bahsedilen anlayışın bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim UEFA'nın yakın zamanda Gaziantepspor'u Avrupa kupalarından men etmesi, İskoç Federasyonunun Glasgow Rangers kulübüne bir yıllık transfer yasağı getirmesi bu durumu örneklendirmektedir.

Bu gelişmelerin bir başka uzantısı stadyumların birer yatırım merkezlerine dönüştürmek veya buna uygun olarak yeni stadyumlar inşa etmek olmuştur. Nitekim Ritzer'e göre, yeni stadyumların genellikle otoyollara yakın olması, çok büyük park yerlerine ve diğer ticari komplekslere sahip olması, sporun endüstriye dönüşmesinin bir kanıtı olmaktadır (Ritzer, 1998: 98). Yani stadyumlar büyük bir alışveriş merkezine dönüşmekte ve sadece maçların oynandığı günler değil her an taraftarlara (*müşterilere*) açık bir mekân haline gelmektedir. Burada futbolun değişen diğer bir yüzüne tanık oluyoruz. Şöyle ki Ahmet Talimcilere göre,

“endüstriyel futbol anlayışı çerçevesinde futbolun ruhuna yönelik çok ciddi uygulamalar hayata geçirilmekte ve futbol her gün biraz daha içinden çıktığı işçi sınıfının sporu olma özelliğini yitirmektedir” (Talimciler, 2010:120).

Örneğin, stadyumların aldığı biçimle üst gelir gruplarına hizmet etmeye başlaması bu durumun önemli nedenlerindedir. Çünkü her şeyden önce çevre yolları üzerinde kurulan statlara alt gelir gruplarının ulaşımı ekonomik olarak zor olmaktadır. Bunun yanı sıra lüks alışveriş mekânlarına dönen statlar, düşük gelir gruplarına her geçen gün daha da uzak kalmaktadır.

Medyadik Futbol, Futbolun Medyası

Futbol piyasasının bu kadar genişlemesinde kuşkusuz medya ile kurulan ilişkiler ve bu ilişkinin sonucu olarak artan yayın gelirlerinin de etkisi çok büyüktür. Medya faktörü, özellikle futbolun televizyonda izlenme ve futbola endeksli yayınların artmasıyla birlikte futbolun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Şöyle ki büyük bir izleyici potansiyeli nedeniyle futbol, medya açısından önemli reklam geliri anlamına gelmekte, buna paralel olarak medya da kulüplere sağladığı yayın geliri nedeniyle kulüpler tarafından büyük bir finansal kaynak olarak görülmektedir. Bu nedenle de futbol-medya ilişkisi, karşılıklı çıkarlar üzerinden şekillenen bir yakınlığa dönüşmektedir. Fakat sözü edilen ilişki futbol üzerinde olumsuz etkiler meydana getirebilmektedir. Çünkü medya futbolu yönlendiren bir baskı unsuru haline gelmekte ve “spor kulüplerinin asli fonksiyonlarının arızaya uğramalarına neden olmaktadır” (Arık, 2004: 291).

Örneğin kulüpler medyada yer alma sıklığını arttırmak için “yıldız” olarak adlandırılan futbolcular transfer etmekte ve bu uğurda büyük paralar harcamaktadırlar. Yıldız oyuncu transferleri için harcanan korkunç paralar, yukarıda ifade edildiği gibi işçi sınıfı içinde oluşan futbolun, adeta sınıfsal bir pozisyon değiştirerek burjuvazileşmesine yol açmaktadır. Bu manzara futbolcuların futbolcu mu yoksa pop yıldızı mı olduğu tartışmaları öne çıkarmaktadır. Çünkü bakıldığında bahsedilen yıldızlar futbolun vitrinini süsleyen pazarlama malzemelerine dönüşmektedir.⁴ Normal şartlarda belki çok büyük paraları hak etmeyen futbolculara ödenen transfer ücretleri, kulüplerin sözü edilen nedenlerle girdiği rekabet sonucunda bir anda katlanmaktadır.⁵ Buna bağlı olarak kulüpler, gelirlerinin çok üstünde paralar harcamak zorunda kalmaktadırlar.

Diğer yandan futbol, özellikle Türkiye’de gündemi belirleyen önemli konulardan biridir. Can Kozanoğlu’na göre, 1970’lerde futbol Türkiye’de gündemi tek başına işgal edemezken, 1980 sonrası ve şimdilerde gündemin ana konularının başında gelmektedir (Kozanoğlu, 1990: 159). O kadar ki ülkemizde hemen her gün bir kanalda futbolla ilgili programın yayınlanması ve spor gazetelerinin çok yüksek satış oranına sahip olmaları bu durumu örneklendirmektedir. Medya, sadece gündemi belirlemekle kalmamakta, adeta markaja aldığı yöneticileri ve taraftarları yönlendiren büyük bir baskı grubu haline gelmektedir. Nitekim yakın zamanda Mehmet Aydınlar’ın başkan olduğu Türkiye Futbol Federasyonu yöneticilerinin istifasında genel olarak medya, (özellikle spor programlarında ve gazetelerde yapılan yorumlar nedeniyle) çok etkili olmuştur. Sözü edilen programlarda, bazen veya çoğu zaman gerek fanatik taraftarlık duygusu ve gündemde kalma kaygılarıyla yapılan yorumlar maksadını fazlasıyla aşmaktadır. Bunda da kapasitesiz insanların medyada yer bulmasında belki de en kolay yollardan biri olan spor yorumculuğu mekanizması büyük rol oynamaktadır. Genelde eski futbolculardan ve hakemlerden oluşan spor yazarlığı bizim gibi ülkelerde takım yazarlığına dönüşmektedir. Bu da yorumlarda objektiflik ölçütlerinin ortadan kalkmasına yol açmaktadır.

⁴ Örneğin dünyaca ünlü eski bir futbolcu olan Pele, İngiliz futbolcu David Beckham’ın bir futboldan ziyade bir pop yıldızını andırıldığı şeklindeki demeci, sözü edilen iddianın bir kanıtı niteliğindedir (<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=85274>).

⁵ Futbolculara ödenen yüklü miktardaki ücretler, dünyada yoksulluk hatta açlık sınırında yaşayan insanların olduğu bir yerde genel adalet algısını zayıflatmaktadır.

Taraftardan Hissedara

Futbolun ticarileşme süreci, onun önemli bir bileşeni olan taraftarlar üzerinde de ciddi bir dönüşüm yaratmaktadır. Aslında endüstrileşen futbolda, futbol ve taraftar ilişkisi çift yönlü bir bağımlılık ilişkisi olarak okunmalıdır. Önceleri daha ziyade futbolun izleyici kesimini teşkil eden taraftarlığın niteliği değişmektedir. Taraftarın şimdilerde *makbul* olanı yukarıda yaşanan gelişmelerin de etkisiyle, birer *müşteri* olarak kulübün markalı ürünlerini satın alan, maçlara giden ve stadyumlarda para harcayanıdır. Buradan bakıldığında taraftarlar, futbol piyasasının sadece tüketicileri değil fakat aynı zamanda söz konusu piyasayı belirleyen aktörlerine dönüşmektedirler (Cronin ve Mayall, 1998: 5). Çünkü taraftarlar hem özellikle televizyon programlarının izlenmesini ve spor gazetelerinin satış oranlarını belirlemek hem de ifade edildiği gibi kulüp ürünlerini satın alan müşteriler olmak bakımından, bahsedilen piyasanın vazgeçilmezleri arasında girmişlerdir. Taraftarlar diğer yandan kulüplerine sadece gönülden değil aynı zamanda hisse ile de bağlanarak kulüplerinin kazançlarına ortak olmuşlardır. Ticari deyimle şirket ortağı olmak bakımından piyasadan nemalanan kesimler olarak, endüstriyel mantığın zorunlu bir parçası haline gelmişlerdir. Dahası özellikle Arjantin ve Türkiye gibi ülkelerde görülen taraftar temsilciliği, başlı başına bir ekonomik sektöre dönüşmüştür. Bu yolla taraftarlar önemli bir gelir, prestij ve çevre kazanmışlardır.

Taraftarların endüstriyel futbolun ticari ilişkilerine dahil olduğu diğer bir alan da *iddia* gibi bahis oyunlarıdır. Sözü edilen oyunlar ulus sınırlarını aşarak evrensel bir boyut kazanmaktadır. Bu da birçok ülkenin liglerini takip etmek ve kulüpler hakkında bilgi sahibi olmayı beraberinde getirmektedir. Yani bu konu bir yandan yerelliğin küreselleşmesine diğer yandan da küreselliğin yerele inmesi anlamına gelmektedir. Çünkü evrensel bir oyun ağı artık hemen hemen her ülkede görülmektedir. Türkiye’de de bahis oyunlarına hem para hem de zaman harcayan taraftarlar, artık Spor Toto gibi sadece Türkiye ligleri sınırlı kalan bahis kuruluşlarına değil hemen hemen bütün dünya liglerinde oynanan maçları içine alan uluslararası bahis şirketlerine yönelmektedirler. Bu durum yukarıda ifade edilen futbolun küreselleşen yönünü teyit etmektedir. Söz konusu durum taraftarın zaman zaman kalbi ile iktisadi aklı arasına sıkıştığı durumlara yol açabilmektedir. Nitekim tuttuğu takımın eski gücünde olmadığını bildiği durumlarda, bir taraftar iddia kuponunda rakip takıma oynayıp hatta onun galibiyetini dahi isteyebil-

mektedir.⁶ Konu ile ilgili olarak, Diyarbakır yöresi eski hakemlerinden Reha Biçici'nin (yaptığım röportajda) anlattığı olay oldukça yerinde bir örnektir.

“2003-2004 sezonunun (Bursaspor'un küme düştüğü sezon), 33.haftasında (09.05.2004) tarihinde Diyarbakır'da oynanan Diyarbakırspor-Bursaspor müsabakasını Bursaspor 3-0 kazandı. Diyarbakırspor seyircilerinin bir kısmı Bursaspor golüne sevinirken diğer bir kısım bu sevince tepki gösterdi. Bu sevincin nedeni oynanan bahis oyunudur”.

Söz konusu maçta Diyarbakırspor taraftarlarının bir bölümü bahsini kendi takımlarına değil Bursaspor'un galibiyeti üzerine oynamış, görüldüğü üzere tarafı olduğu Diyarbakırspor'un değil Bursaspor'un kazanmasını isteyebilmişlerdir.

Futbolun Değişen Politik ve Kimlik Boyutu

Başta da belirtildiği gibi büyük kitleler üzerinde etkide bulunan futbol, bu yönüyle politik mekanizmaların ilgisini çekmekte ve onlar tarafından ideolojik olarak kullanılmaktadır. Nitekim gerek Antonio Gramsci gerekse Luis Althusser, çalışmalarında genel olarak sporun egemen ideolojinin devamını sağlayan ve onu yeniden üreten boyutuna vurgu yapmışlardır. Şöyle ki Gramsci, sporun, ideolojik üretimi sivil toplum aracılığıyla yaşama aktardığını, toplumun moral, kültürel ve entelektüel açıdan kontrolünü sağlayarak iktidara hizmet ettiğini ifade etmiştir (Gramsci, 1986: 101). Althusser de sporu, tıpkı din, eğitim, hukuk, basın yayın organları gibi, kültürel alanı dönüştüren ve kitleleri manipüle eden ideolojik bir devlet aygıtı olarak ele almıştır (Althusser, 1991: 34-36). Tarihte görülen birçok olay sözü edilen durumu örneklendirmiştir. Nitekim faşist rejimler tarafından yönetilen Hitler dönemi Almanya'sında, Sovyetler birliği döneminde ve eski Doğu bloku ülkeleri genel olarak spor ve özel olarak futbol ideolojinin taşıyıcılığını yapmışlardır.

Buradan hareket edildiğinde futbol içinde yer alan ideolojik (milliyetçi, kültürel) yaklaşımlar yeni olmayan bir durumdur. Tarihsel olarak saha dışında yaşanan birçok ayrışma, gerilim hatta çatışma sahalara yansiyabilmektedir. Nitekim Simon Kuper'e göre, başta Real Madrid-Barcelona olmak üzere günümüzde de bütün canlılığını koruyan birçok kulüp arasında yaşanan rekabetin, hatta gerilimin gerisinde derin kökleri olan ideolojik unsurlar bulunmaktadır. İspanya'da

⁶ Hatta saha içinde ve dışında ezeli rekabet içinde olan kulüpler, örneğin borsada kâr getireceğini düşündüğü rakip takımın hisse senetlerini alabilmektedirler. Nitekim Galatasaray kulübünün bir dönem Fenerbahçe kulüp hisselerini satın alması ilginç bir durumdur.

faşist diktatör Franco'nun Katalanya'ya yönelik baskıları ve Katalanların buna karşı direnişi, Real Madrid-Barcelona takımları ile simgeleşmiştir. Barcelona taraftarları, Franco'nun takımı olarak adlandırdıkları Real Madrid'e yönelttikleri her tepkinin Franco'ya yöneldiğini ifade etmişlerdir:

“Sokaklarda yürürken, Katil Franco! Diye bağıramazdınız... bu yüzden onun yerine Real Madrid'li futbolculara bağırırdı. Bu psikolojik bir olay, eğer babanıza bağırmasanız başkasına bağırırsınız. Katalonya varlığını sadece Nou Camp'da sürdürüyordu ve Franco'nun el sürmeye cesaret edemediği tek Katalan sembolü de Barça'ydı” (Kuper, 1996: 83).

Benzer gerilimler farklı nedenlerle Liverpool-Everton arasında yaşanmaktadır. İki kulübün dayandıkları ekonomik temellerin farklı olması, iki takım taraftarları arasında şiddetli bir rekabet ortaya çıkarmaktadır. Liverpool'un bir dönem ağır sanayi kenti olması ve Everton'un buna sahip olmaması nedeniyle sınıfsal farklılıklar sahalara yansımıştır. Buna Türkiye'den de bir örnek vermek gerekirse, Göztepe ve Karşıyaka gibi aynı kentin iki takımı arasında gerek ekonomik nedenlerle gerekse tarihsel nedenlerle adeta düşmanlığa varan bir karşıtlığa dönüşmüştür. Bunda da Karşıyaka kulübünün sahip olduğu sınıfsal yapı (görelî üst düzey gelir grubuna sahip olmaları), Göztepe kulübünün ise daha yoksul bir tabana yaslanmaları etkili olabilmektedir. Karşıyaka taraftarlarının kendilerini (coğrafi unsurların da etkisiyle İzmir'in periferisinde görmeleri nedeniyle) 35/5, Göztepe taraftarlarının ise Tam 35 sloganları ile ifade etmeleri bunu örneklendirmektedir. Hatta Göztepe taraftarlarının iddialarına göre, Karşıyaka taraftarlarının kullandığı KAF SİN KAF sloganları, Arap harflerinin ifadesidir ve özü itibarıyla adı geçen kulüp İttihat Terakki'nin bir ürünüdür. Nitekim bahsedilen kulübün renkleri olan yeşil İslâm'ı, kırmızı Türkleşmeyi temsil etmektedir. Oysa onlara göre Göztepe Atatürk'ün (Cumhuriyetin) takımıdır (Önen, Talimciler, Şen, 2007).

Daha küçük ölçekte ise örneğin İtalya'nın eski başbakanı olan Silvio Berlusconi'nin aynı zamanda Milan kulübünün başkanı olması futbol-siyaset ilişkisini gözler önüne sermektedir. Sözü edilen konu ülkemizde de değişik biçimlerde görülmektedir. Bir yandan spora ve futbola cemaatlerin artan ilgisi diğer yandan kamu kaynaklarının siyaset üzerinden spora aktarılması tartışmalara neden olmaktadır. Nitekim Yüksel Akkaya'nın Ahmet Çiğdem, Tanıl Bora ve Erkan Goloğlu yaptığı “Futbol Üzerine Konuşmak” adlı röportajda, Ahmet Çiğdem özellikle şu konuya dikkat çekmektedir:

“Esas olarak kamusal kaynakların kullanımı konusunda çok titiz olunması gerekiyor. Bu açıdan Kemal Unakıtan ya da (ben adını kullanmayacağım) Maliye Ba-

kani ve Eskişehirspor hakkında esas olarak itirazım bu. Diğer kulüplere baktığımız zaman -onların mali yapısına- yıllarca üç büyükler olarak tabir edilen kulüplerin hep kamu bankalarından alınan reklamlarla finanse edilmesi, vergi borçlarının affedilmesi daha büyük ayıplar var. Siyaset bölümünde de Türkiye'nin benzer eğilimleri görebilmek mümkün" (Çiğdem, 2008: 333).

Sözü edilen eğilimlerin bir boyutunu, dünyada örneği görülmeyen bir uygulama olan Belediyespor kavramı oluşturmaktadır. İstanbul Büyük Şehir Belediyespor, Ankaraspor gibi kulüpler söz konusu ilin yerel idaresinin spor (futbol) etkinliğine doğrudan dahil olmasıyla sonuçlanmaktadır. Konu ile ilgili olarak Erkan Goloğlu şu tespiti yapmaktadır: "Toplam 203 futbol takımının 45'i belediye başkanları tarafından, ikinci başkan olarak yönetiliyor; tabii, Belediyespor olarak" (Goloğlu vd, 2008: 335). Yerel yöneticilerin spor yöneticiliğine, spor yöneticilerinin de siyasete geçişi açısından oldukça işlevsel olan bu uygulamalar birçok tartışmayı da beraberinde getirmektedir.

Futbol, günümüzde sadece ideolojik olarak kullanılan bir unsur olmaktan çıkarak adeta ideolojinin merkezine yerleşmişti. Geçmişte sağ ve sol eksenli yürütülen ideolojik mücadeleler artık eski yoğunluğu ve şiddetinden uzaklaştı. Söz konusu uzaklaşma, insanların aidiyet ihtiyaçlarını futbol aracılığıyla gidermelerini beraberinde getirmiştir. "Futbol, politikanın ikamesi oldu. Politikaya 'sarfedilemeyen' enerji ve heves, futbola hasredilmeye başlandı" (Bora, 1993: 11). İşte burada futbolun insanlara gerek politik gerekse gündelik hayatta sunduğu kimlik ve aidiyet boyutu öne çıkmıştır. Zani ve Kirchler'e göre,

"insan ilişkilerinden politik ve dinsel ideolojilere kadar birçok şeyin değiştiği bir dünyada, insan için tek güvenli yer tutan şey takım tutmak kalıyor. Futbol insanı sıkıntılarından uzaklaştırıyor" (Zani ve Kirchler, 1991: 5-6).

Özellikle küreselleşme olgusu ile birlikte sosyal yaşamı düzenleyen aidiyet kalıplarının değişmesi ve bilhassa ideolojiye dayalı kimliklerin yerini daha yerel kimliklerin ve aidiyetlerin alması, futbolun söz konusu aidiyetlerin şekillenmesindeki işlevini daha da belirgin kılmaktadır. Örneğin bir takımın taraftarı olmak bir kimliğe sahip olmak anlamına gelmektedir. Çünkü taraftar olmakla "bir kararla birkaç saniye içinde uğraşmadan yorulmadan şak diye yepyeni bir kimlik kazanılır" (Kozanoğlu, 1990: 80). Fakat taraftarlık kolay kazanılan buna karşın çok zor değişen, hatta vazgeçilmeyen bir tortu olarak yer edinir. Bir bağlılık yeminini andırır, ilgili kulübe karşı sadakati gerektirir. Kısacası taraftarlık duygusu kişinin kimliğiyle bütünleşir ve taraftarlar kulüplerinin bir parçası haline gelirler. Kulüple yaptıkları bilişsel ve duygusal

özdeşleşmeyle birlikte, kendilerini kulübün gerçek ‘destekleyicileri’ sayarlar (Finn, 1994: 55).

Görüldüğü üzere insanların bir takım tutma yoluyla kazandıkları kimlik, onlara hem psikolojik bir doyum sağlamakta hem de toplumsal olarak onlara bir mevki ve statü kazandırmaktadır. Taraftar kimliği insanın ölünceye kadar terk etmediği ve vazgeçemediği kimliklerinden bir tanesi olabilmektedir. Bu yolla belli toplumsal (küçük veya büyük) gruplara katılmakta ve kimliklerini biçimlendirmektedirler. Aynı zamanda bu kimlikle kendilerini ifade etme imkân ve araçlarına sahip olmaktadırlar. Bu anlamda taraftar olmak en gevşek tanımla bir ideolojik tutum kazanmak demektir. Bu noktada şu rahatlıkla söylenebilir ki futbolun vizyonu değiştiği gibi misyonu da değişmektedir. Futbol, sadece serbest zamanın bir eğlencesi olmaktan öteye geçerek özellikle taraftarlık duygusuyla kitlelere aidiyet ruhu, kolektif ruh kazandırmaktadır. Dahası umut, güven, aidiyet, heyecan, zevk, üzüntü gibi temel duyguları yaşatmaktadır. Ve de yukarıda değinildiği gibi eğlencenin yanında artık ekonomik getirinin adresi olmaktadır.

Futbolun Milliyetçi ve Ataerkil Söylemi

Genel olarak spor ve özel olarak futbol, daha önce bahsedildiği üzere devletlerin ideolojik kullanımına uygun bir biçimde onun milliyetçi söylemlerini hayata geçirmelerini sağlayan bir mekanizma olarak kullanılmaktadır. Spor müsabakalarının sonuçları ulusal zaferlere, sporcular da milli kahramanlara dönüştürülmektedir (Cronin ve Mayall, 1998: 2-4). Örneğin, Tanıl Bora'nın işaret ettiği gibi,

“işgal altındaki İzmir’de... kırmızı forma üzerine beyaz bir kuşakla sahaya çıkan İdman Yurdu kulübü ile mavi beyazlı Apollo takımının maçları, iki milletin savaş cephesine paralel bir zeminde karşılaşmasını ifade ediyor”du (Bora, 1993: 223).

Bunun bir sonucu olarak daha fanatik bir düzlemde, holiganlar arasındaki çıkan kavgalar sanki devletlerin yaptıkları savaşları andırmakta, her holigan neredeyse kendi milletini temsil eden bir askere dönüşmektedir (King, 1997:587). Fakat daha vahim olanı, bu tutumun sadece fanatik ve holiganların değil sıradan futbol izleyicisinin de sahiplenmesi, bunun bir sonucu olarak sporun ve bu yazının konusunu teşkil eden futbolun, karşılıklı husumetlerin hesaplaştığı, çarpıştığı, dolayısıyla şiddetin tezahür ettiği arena halini almasıdır.

Konu ile ilgili olarak gerek dünyada gerekse ülkemizde çeşitli örneklerle rastlamaktayız. Aşağıda Türkiye’de medyada yer alan söylemler, futbolun milliyetçilikle bütünleşmiş yapısını göstermektedir.

“Takım tutmam ama bizim takımlar yabancılarla oynarken desteklerim; Ben sadece milli takımı tutuyorum; “Avrupa Avrupa duy sesimizi...; Türkiye santrada-70 milyon kalp milli takım için atıyor; Türkiye Avrupa topluluğuna girdi; Hey Avrupa! Artık içim içime sığmıyor; Kalk ayağa Türkler geliyor; Her şey vatan için; Hesap günü pırpırlayın İngilizleri Çanakkale’de başarmıştık... şimdi sıra Saracoğlu’nda; Haçlı ruhu hortladı; Böyle şamar yemediler” (Talimciler, 2005: 110-111).

“3. Viyana Kuşatması” (06.09.2011, *Fotomaç*).

“Kahramanlarımızın Destanı” (19.11.2007, *Fotomaç*).

“325 Yıl Sonra Yeniden Viyana Kapılarındayız – Gazanız Mübarek Olsun – Ceddin Dedeeren” (20.06.2008, *Fotomaç*).

“Şanlı Türkler Viyana’yı Fethetti” (20.11.2008, *Fotomaç*).

“Ya İstanbul Beni Alacak, Ya Ben Onu!” (21.11.2007, *Fotomaç*).

“Ceddin Deden”, (20.06.2008, *Fotomaç*).

Milliyetçiliğe yapılan bu aşırı vurgular sadece Türk futbol medyasına özgü bir durumda değildir. İngiliz medyası 2 Nisan 2003 tarihinde oynanan İngiltere-Türkiye milli maçı öncesi ve sonrasında kullandığı provokatif dille “kan davası temasını ve bu maçın intikam alma fırsatı sunduğunu işlemiştir... 4 Ağustos 2005 tarihli Kıbrıs Rum Kesimi ve Yunan gazetelerinde, Rum Anorthosis Famagusta takımının Trabzonspor kulübünü elenmesinin yanı sıra tarihsel bir hesaplaşmanın da başarıldığına yönelik başlıklar kullanılmıştır.

“Protathlitis: Anorthosis Takımı Bir Ulusa Karşıydı. Fileleftheros; GluGluGlu. Burası Anorthosis Famagusta ve Tüm Kıbrıs, Bizi Döktüğünüz Karadeniz’in Derinliklerinden Size Konuşuyoruz” (Talimciler, 2005, 108-127).

Futbolda milliyetçilik kadar ırkçılık da gündemden düşmeyen ve öyle görülüyor ki yakın zamanda düşmeyecek konulardan biridir. Özü itibariyle saldırgan, ötekileştirici, aşağılayıcı bir üsluba sahip olan ırkçı söylemler, sporun ve futbolun bütünleştirici yanına zarar vermektedir. Fakat günümüzde futbolda ırkçı

söylemlerin sadece taraftarlar arasında değil sahalarda da artması birçok kesimde ciddi tedirginlik uyandırmaktadır. Örneğin İngiltere milli takımının İtalyan teknik direktörünün istifasından sözü edilen ırkçılığın etkili olduğunu ifade etmesi bu durumu örneklendirmektedir.⁷

Yine eski bir profesyonel futbolcu olan Moran Richie, İngiltere’de birçok ırkçılık olayıyla karşılaştığını, 1970’lerde ve 1980’lerin başında Portsmouth taraftarı iken, cumartesi öğleden sonra nazi sembollerini takan binlerce insana rastladığını ifade etmiştir. Birmingham’da da benzer olayların görüldüğünü belirten Richie, Walter Tull, Arthur Wharton başta olmak üzere birçok siyah renkli kişinin ırkçılığa maruz kaldığını, yine 1997-1998 yılında İsraili Eyal Berkovic anti-semitizmden yakındığını ileri sürmüştür (Richie, 2000: 191-195). Benzer biçimde Robin Van Persie ve Lazio’nun Rumen futbolcusu Stefan Radu’nun verdikleri Nazi selamı futbolda ırkçılık sorununu tekrar tekrar gündeme getirmektedir.⁸

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de futbolda ırkçılığa rastlanmaktadır. Örneğin Reha Biçici, 03.03.2002 tarihinde Konya’da oynanan Konyaspor-İstanbul BBS müsabakasında, Diyarbakır yöresi hakemi olarak isminin zikredilmesi ile şahsına yönelik bir protestonun oluştuğunu ve “PKK Dışarı” sloganlarının atıldığını ifade etmiştir. Biçici sözü edilen protesto ile ilgili olarak, Diyarbakır’da 25.03.2001 tarihinde oynanan Diyarbakırspor-Konyaspor müsabakasındaki olaylardan yarattığı Diyarbakır’a olan bir öfkenin etkili olduğunu düşündüğünü ifade etmiştir. Fakat öfkenin bu tür bir ırkçı söylemle ifade edilmesi büyük bir sorun olarak orta yerde durmaktadır. Aynı şekilde yakın dönemde ülkemizde görülen ve

⁷ Konu ile ilgili olarak *Radikal* gazetesinin haberi şöyledir: “John Terry’nin, Premier Lig’de oynanan QPR maçında siyahi futbolcu Anton Ferdinand’a ırkçı söylemde bulunduğu iddiası ile hakkında soruşturma başlatılmış, ardında da İngiltere Futbol Federasyonu Terry’den takım kaptanlığı görevini almıştı. Fabio Capello ise yaptığı açıklamalarda Federasyonu eleştirmiş ve desteklemediğini dile getirmişti” (<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1078172&CategoryID=84>).

⁸ “PostsTagged “Robin Van Persie’nin nazi selamı”, Futbolda ırkçılık gündemden düşmeyecek konulardan biri. Zaman zaman hortlaması da cabası. Orta Avrupa’yı bir kenara koyarsak, Avrupa’da bu tür olayların yaşanması tüm futbol severleri üzmette. İspanya, İngiltere gibi futbolun güzel olduğu ülkelerde bu tür çirkin olaylar üzüntü yaratmakta”, (<http://www.ingilizoyunu.com/tag/robin-van-persienin-nazi-selami>). “İtalya’da aşırı sağcı taraftarlarıyla bilinen Lazio’nun Rumen futbolcusu Stefan Radu’nun başı dertte. Mavi-beyazlıların, Napoli’yi 3-1 yenerek Şampiyonlar Ligi’ne gitme yolunda önemli adım attığı mücadelede galibiyet sevincini Nazi selamıyla yapan Radu’ya İtalya Futbol Federasyonu tarafından ağır ceza gelmesi bekleniyor” (<http://www.sabah.com.tr/SabahSpor/Futbol/2012/04/10/radudan-nazi-selami>).

Fenerbahçeli futbolcu Emre'nin Trabzonsporlu oyuncu olan Zokora'ya söylediği iddia edilen “pis zenci” sözü, futbolda yaşanan ırkçılığı örneklendirmektedir.⁹

Bahsedilen konu, futbolu her kesimi kucaklayan ve esasen tatlı bir eğlence olmaktan çıkarılması, futbolun doğasında yaşanan değişimlerle ve ona yüklenen yeni misyonlarla yakından ilişkilidir. Çünkü futbol sahaları adeta ekonomik, politik ve kültürel mücadelelerin adresi olarak kodlanmaktadır. Bu da şiddeti, sahada taşımak, futbola kaldırılabileceğinden çok fazla bir yük yüklenilmesi anlamına gelmektedir. Bu durumun önüne geçmek için FIFA ve UEFA nezdinde çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Örneğin “futbolda yabancı düşmanlığı ve ırkçılığa karşı (Football Against Racism in Europe'in) mücadeleler” yürütülmekte, “futbol kulüpleri, oyuncu sendikaları ve göçmen derneklerinin katkılarıyla ortak stratejiler geliştirme çabalarına” girilmektedir (Alver, 2008: 235). Benzer şekilde 1993 yılında başlayan Irkçılığı Futboldan Uzaklaşım ve Irksal Eşitlik komisyonu, KIO (Kick It Out) Irkçılığı futboldan arındırmaya çalışmaktadır (Richie, 2000: 198).

Spor, milliyetçi söylemin yanı sıra cinsiyet ayrımcılığını da besleyen ideolojik öğelerle yüklü bir alandır. Bu alan içerisinde erkek egemen değerler ve bu değerleri meşrulaştıracak bir yapılanma hâkimdir.

“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 ve Clarke, 1985: 67).

Örneğin futbolun ve futbol taraftarlığının ataerkil yönüne yapılan vurgular, öne çıkarılan erkeksi söylem, şiddeti körükleyen aidiyet kodları, futbol endüstrisi içinde rol oynayan aktörlerle yakından ilişkili bir biçimde futbola yerleşmektedir. Şöyle ki erkeksi söylem çatışma ve kavga düşüncesine vurgu yapmakta ve erkek saldırganlığını arttırmaktadır (Armstrong ve Haris, 1991: 430-1). Futbolda her fanatik kuşak kendi şiddet dolu geleneğini oluşturmaktadır. Aslında gelenek icadı aynı zamanda kendilik bilincinin ve politik olarak aktif erkek fanatiklerin yaratılmasına öncülük etmektedir. Nitekim 1960'lardan beri holiganizm örneği çerçevesinde yeni bir *post-modern erkeklik* kavramı ortaya çıkmaktadır (King, 2001:

⁹ “Trabzonsporlu Zokora'nın iddiası Emre Belözoğlu tarafından da doğrulandı ancak milli futbolcu, olayın tatlıya bağlanmasına rağmen yapılan bu açıklamanın art niyetli olduğunu söyledi” (<http://www.ntvmsnbc.com/id/25340396/>).

710). 1960'lerden sonra futbol sahaları, sonucu kutlamak isteyen taraftarların mekânı haline gelmiştir. Örneğin taraftarlar kazandıkları maçları bayraklarla kutlamaktadırlar. Bu sembolik düzen, burjuva toplumunun maskulinite ve milliyetçiliği tamamlamasındaki son noktadır. Çünkü erkeklik ve ulus birbirini tamamlayan unsurlar olarak kodlanmakta, erkek fanatikler için futbol, erkekliğin tamamlandığı bir merkez saha olmaktadır. Dahası erkekler, "erkek olma statüsünü" sahalarda aramaktadırlar. Erkekler söylediği şarkılarda kendi erkeklik bilinçaltılarını ortaya çıkarmaktadırlar. Yine bu şarkılarla kendi erkek kimliklerini tanımlayan araç olarak görmektedirler. Ayrıca taraftarlar, karşı takımı moral yönden çökertmek için şarkılarında ırkçı ve cinsel söylemler kullanmaktadırlar (King, 1997: 585-587). Konu ile ilgili olarak şu örnekleri verebiliriz.

- “- Erkek Adam Bu Turu Geçer
- Erkek Adam Tarih Yazar-İngiltere'yi Evinde Devirmeye Hazırız-
- MakeDON'u İndirdik,
- Var mı Bize Yan Bakan
- ABD'yi Devirdik
- Karizmayı Çizdiler
- Şerefsizler
- Bunlar Eşşeoğlu Eşek” (Talimciler, 2005, 350-351).

Yine 2006 Dünya Kupası'nda, Fransa Milli Takım oyuncusu Zinedin Zidane'ın kırmızı kart görmesiyle sonuçlanan hareketin nedeni olarak, İtalya Milli Takım oyuncusu olan Materazzi'nin kendisine söylediği: “Kız Kardeşini Tercih Ederim” sözü ataerkil zihniyete bir örnek teşkil etmektedir.

Futbolda yer alan ataerkil söylemin geriletilmesi ve toplumsal cinsiyetçiliğin eşitlikçi bir tarzda tesis edilmesi için gerek dünyada gerekse Türkiye'de çeşitli adımlar atılmaktadır. Özellikle kadın futbol turnuvalarının düzenlenmesi ve teşvik edilmesi, kadınların spora, özelde de futbola daha fazla eklemlenmelerini sağlayacak adımlar gerek FIFA gerekse UEFA tarafından atılmaktadır. Bunun da olumlu etkileri görülmektedir. Çünkü yapılan araştırmalar, statlarda kadınların varlığının erkeklerde ciddi bir otokontrol sağladığını göstermektedir (Önen, Talimciler, Şen, 2007). Türkiye Futbol Federasyonu'nun son dönemde dünyaya örnek olan, bir kulübün aldığı ceza nedeniyle maçını seyircisiz oynamak yerine söz konusu maça kadınların ve on iki yaşından küçük çocukların bedava izlemesi uygulaması, futbolu erkek egemenliğinden çıkartmaya yöneliktir. Özü itibariyle olumlu olan bu uygulamanın tartışılması gereken bir yanı vardır. Şöyle ki bir kulübe verilen cezalı maçı kadınlara ve çocuklara bedava izlettirmek, acaba erkekleri mi cezalandırmak yoksa cezayı kadınlara mı çektirmek midir? Daha farklı bir ifadeyle, maç cezalı

ise ve o maça kadınları davet etmek kadınları cezaya muhatap bırakmak değil midir? Evet kadınların maça gitmeleri özendirilmeli fakat cezalı bir maça değil her maçı erkeklerle birlikte izletmek olmalıdır. Belki de normal maçlara da kadın ve çocuklar bedava gitmeleri daha doğru olacaktır.

Sonuç

Futbolun günümüzde gerek saha içinde oynanan kurallarında gerekse saha dışında onunla bağlantılı olan unsurlarla ilişkisinde büyük değişim yaşanmaktadır. Bunun ilk izleri futbolun endüstrisi olan bir etkinlikten endüstriyel bir etkinliğe dönüşmesidir. Bu durum futbolun iç mantığı ve doğası bakımından ticarileşme doğrultusunda ciddi değişimler yaratmaktadır. Nitekim futbol artık alt gelir gruplarının ve daha ziyade kendisiyle anıldığı işçi sınıfı ile bağlarını koparan, sermaye gruplarının güdümüne giren ve elit kesimlerle ilişki kuran bir etkinliğe dönüşmektedir. Söz konusu durum sadece futbola ilgi duyan kesimlerin sınıfsal pozisyonuyla değil fakat aynı zamanda taraftarlık gibi futbolun önemli bileşenini de ticari etkinliğe dahil edilmesiyle yeni bir boyut kazanmaktadır. Yine aynı şekilde futbolcu profilini de ciddi biçimde etkilemiştir. Artık terini akıtan futbolculardan ziyade kamera karşısındaki zamanlarının daha fazla ilgi gördüğü yıldız! futbolculardan söz edilmektedir. Dahası bu futbolculara ödenen fahiş transfer ücretleri de gerek futbola bakışı gerekse kulüplerin bütçelerini önemli ölçüde etkilemektedir.

Futbol sadece ekonomik boyutuyla değil aynı zamanda kitleleri etkileyen potansiyel gücü bakımından, öteden beri politik alan tarafından kullanılmak istenmiş ve iktidarların, sistemi yeniden üretme talepleri noktasında ideolojik olarak kullanılmıştır. Fakat futbol özellikle son zamanlarda, ideolojinin insanlara sundukları örneğin aidiyet, kimlik, heyecan, umut ve psikolojik doyum gibi duyguları tek başına karşılayan bir ideoloji görevini üstlenmiştir. Bu demektir ki futbol, başta milliyetçilik olmak üzere birçok aidiyet kalıbının taşıyıcılığını yapmaktadır. Dolayısıyla futbol sahaları artık gerek sınıfsal gerekse etnik mücadelelerin hatta çatışmaların yaşandığı bir arenaya dönüşmüştür. Nitekim futbolda son dönemlerde milliyetçi ve ırkçı söylemlere rastlanması bu durumun kanıtı teşkil etmektedir. Bahsedilen durum futbol sahalarında ve taraftarlar arasında yaşanan gerilimleri, şiddetin hem nedeni hem de sonucu olmaktadır. Bu durum da futbolun her kesimi kucaklayan, bütünleştiren değil ayrıştıran bir nitelik kazanmasına yol açmaktadır.

KAYNAKÇA

Kitap ve Makaleler

Althusser, Louis., (1991) *Devlet'in İdeolojik Aygıtları*, (Çevirenler: Yusuf Alp, Mahmut Özışık), İstanbul: İletişim Yayınları.

Alver, Füsün., (2008) "İrkçılık, Futbol ve Medya", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 26, Kış-Bahar, Ankara.

Arık, Bilal M., (2004) *Top Ekranda (Medya Çağında Futbol ve Televizyon Arasındaki Kaçınılmaz İlişki)*, İstanbul: Salyangoz Yayınları.

Armstrong, Garry & Harris, Rosemary, (1991) "Football Hologans: Theorie and Evidence", *Sociological Review*, 3.

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

Bora, Tanıl., (1993) *Futbol ve Kültürü*, (Derleme) İstanbul: İletişim Yayınları.

Clarke, A & Clarke, J., (1985) "Highlights and Action Replays: Ideology, Sport and Media", *Sport, Culture and Ideology* (Ed: Jennifer Hargreaves).

Dobson, Stephen., (2001) *Economics of Football*. Port Chester, NY, USA: Cambridge University Press.

Finn, G., (1994) "Football Violence: A Societal Psychological Perspective". *Football, Violence and Social Identity*, (Ed: R. Giulianotti, N. Bonneyand M. Hepworth), London: Routledge.

Gramsci, Antonio., (1986) *Hapishane Defterleri -Seçmeler*, (çev. Kenan Somer), İstanbul: Onur Yayınları

Gratton, Chris., (2000) *Economics of Sport and Recreation*, London, U. K. Spon Press,

Goloğlu, Erkan, Akkaya, Yüksel, Çiğdem, Ahmet, Bora, Tanıl,. (2008) “Futbol Üzerine Konuşmak”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 26, Kış-Bahar, Ankara

Kern, William,. (2000) *Economic of Sports*, Kalamanzo MI. USA: W.E. Upjohn Institute for Employment Research.

King, Anthony,. (1997) “The Postmodernity of Football Hooliganism”, *The British Journal of Sociology*, Volume: 48, No: 4 (December).

Kuper, Simon,. (1996) *Futbol Asla Sadece Futbol Değildir*, (Türkçesi: Sinan Görtunca), İstanbul: Sabah Kitapları Yayınları.

Kozanoğlu, Can,. (1990) *Türkiye’de Futbol*, “Bu Maçı Alıcaz!”, İstanbul: Kıyı Yayınları.

Mike, Cronin & David, Mayall (2000) “Sport and Ethnicity: Some Introductory” *Economics of Sportand Recreation*, London, (Ed: Gratton, Chris) U. K. Spon Press

Önen, Engin, Talimciler, Ahmet, Şen, Hasan,. (2007) “*Taraftarlık, Fanatizm ve Şiddet Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: (Karşıyaka Ve Göztepe Örneği)*”, İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi (Yayınlanmamış Proje).

Ritzer, George,. (1998) *Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme*, (çev: Şen Süer Kaya), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Moran, Richie,. (2000) “Racism in Football: A Victim’s Perspective”, *The Future of Football: Challenges for the Twenty-First Century*, Soccer & Society, 1: 1, Routledge.

Talimciler, Ahmet,. (2010) *Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporu*, İstanbul: Bağlam Yayınları.

Talimciler, Ahmet,. (2005) *Türkiye’de Futbol ve İdeoloji İlişkisi: Medyadaki Futbol Söylemi Üzerine Bir İnceleme* (yayınlanmamış doktora tezi), İzmir: E. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zani, Bruna & Kirchler, Eric,. (1991) “When Violence Overshadows the Spirit of Sporting Competition: Italian Football Fans and Their Clubs”, *Journal of Community & Applied Social Psychology*, Vol: 1.

Matbu Gazeteler

Fotomaç, 06.09.2011.

Fotomaç, 19.11.2007.

Fotomaç, 20.06.2008.

Fotomaç, 20.11.2008.

Fotomaç, 21.11.2007.

Fotomaç, 20.06.2008.

İnternet

<http://www.ingilizoyunu.com/tag/robin-van-persienin-nazi-selami>, 03.04.2012.

<http://www.ntvmsnbc.com/id/25340396/>, 16.04.2012.

<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=85274>, 13.02.2012.

<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1078172&CategoryID=84>, 02.03.2012.

<http://www.sabah.com.tr/SabahSpor/Futbol/2012/04/10/radudan-nazi-selami>, 13.04.2012.

http://retailnews.com.tr/sn/news/pt/full/lang/tr/catId/56/id/4581/seo/Futbol_devler_ininin_transfer_harcamalari, 02.03.2012.

<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1078172&CategoryID=84>, 02.03.2012.