

Seyirden Protesto Kimliklerine: Futbol Taraftarlığı ve Temsil

From Watching To The Protest Identities: Football Fun And Representation

Mert Kerem Zelyurt



Özet: Epistemolojisi oyun olan futbolun sosyolojik açıdan sorunsallaşma değeri taşıdığı bağlam, onun ontolojisinin kolaylıkla oyunun dışına çıkması yani onun toplumsal sonuçlarıdır. Bu yönüyle futbol, kitleler için bir oyun ya da keyfe keder bir amatör uğraş olmaktan öte yaşamın zorunlu bir ögesi haline geldiğini de düşündürmektedir. Günümüzde futbol kitleler için sadece bir oyalayıcı faaliyetten öte bir toplumsal kimlik işlevi de görmektedir. Bu yazıda futbolun toplumda güçlü bir kolektif temsil işlevi görmesi ve bu temsillerin protesto kimliklerine varan bir aşamaya evrilmesi sorunsallaştırılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Futbol, Temsil Sorunu, Sosyoloji, Protesto

Abstract: Football whose epistomology is being a game, it's context which has problematizing value sociologically is its getting out of the game easily namely its social results. From this regard football is more than being game for the masses or an amateur interest, it makes us think that it is a compulsory element of the life. Nowadays football means both diversionary activity and social identity for the masses. In this writing it is problematized that football has a powerful collective representation in society and inverses through protest idenity for these representations.

Keywords: football, representation problem, sociology, protest

Giriş

Futbol, yaşadığımız hayatta toplumun geniş kesimlerini en çok meşgul eden serbest zaman faaliyeti olarak görünmektedir. Hatta futbolun tam anlamıyla serbest zaman faaliyeti ya da geniş toplumsal kitleler için amatörce bir uğraş olduğunu ileri sürmek bile tartışılır bir duruma gelmektedir. Futbol, oyundur; yaşamın kurmaca bir benzetimidir. Epistemolojisi oyun olan futbolun sosyolojik açıdan sorunsallaşma değeri taşıdığı bağlam, onun ontolojisinin kolaylıkla oyunun dışına çıkması yani onun toplumsal sonuçlarıdır. Bu yönüyle futbol, kitleler için bir oyun ya da keyfe keder bir amatör uğraş olmaktan öte yaşamın zorunlu bir ögesi haline geldiğini de düşündürmektedir. Günümüzde futbol kitleler için sadece bir oyalayıcı faaliyetten öte bir toplumsal kimlik işlevi de görmektedir. Hatta son dönemlerde Türkiye'deki tecrübelerin de gösterdiği gibi, futbol taraftarlığı kimliği iktidar protestolarında araçsallaştırılır hale gelmektedir. Bu yazıda da futbolun seyre dayanan bir amatör ya da oyunsal bir serbest zaman faaliyeti olmanın ötesine taşınma süreci konu edilmektedir. Futbolun toplumda güçlü bir kolektif temsil işlevi görmesi ve bu temsillerin protesto kimliklerine varan bir aşamaya evrilmesi sorunsallaştırılmaktadır.

Kitlesel Bir İlgi Alanı Olarak Futbol

Futbolun İngiltere'de doğuşundan bu yana, yine İngilizler eliyle dünya ülkelerine götürüldüğü, hemen her yerde en çok ilgi çeken spor dalı haline geldiğini görmekteyiz. Siyasi iktidarların yakın ilgisine de bu özelliği nedeniyle konu olmaktadır. Diğer spor dallarına baktığımızda, gerek bu kadar kitlesel ilgi çekmemeleri gerek kitlelerde bu kadar duygusal heyecan yaratmamaları nedeniyle siyasi propagandalara futbol düzeyinde konu olmadıklarını görebiliyoruz. Entelektüeller tarafından futbolun toplumsal bilinci körelttiğine yönelik suçlamalar da, futbolun kitlesel ayinlerin olduğu ve coşkuların yükseldiği bir alan sunmasından kaynaklanmaktadır. Galeano'nun aşağıdaki ifadesi söz konusu durumu açık bir şekilde özetlemekte: "Futbol, Tanrı'ya ne yönüyle benzer? Hemen şöyle-

yeyim: Birçok insanın ona inanmasıyla ve entelektüellerin ona kuşkuyla yaklaşmasıyla.”¹

Futbolun kitlelerde bağımlılık yaratan özellikleri dolayısıyla tarih, birçok siyasi liderin ve diktatörün futbolu siyasi amaçlarla kullandığına tanık olmaktadır. Futbol ve vatan özdeşliği fikri, politikacıların spekülasyonları için elverişli bir bağlam sunmaktadır.² İtalya faşizminin lideri Mussolini (Duce) 1934 ve 1938 dünya kupalarında ideolojisini yükseltmek ve örgütlemek için futbolu kullanmıştır. Milan kulübü başkanı Berlusconi, futbolun cazibesi sayesinde kulüp başkanlığından başbakanlığa terfi etmiştir. Bu örneklerin yanında Şili’de Pinochet, İspanya’da Franco, Portekiz’de Salazar, Arjantin’de General Videla gibi diktatörlerin futbolla ilişkisini söylemeye gerek bile yoktur. Futbola yönelik iktidar ilgisi, dünyanın çeşitli ülkelerinde birbirini tekrarlayan bir olgu olarak görünmekte, bu ilgi de futbolun geniş halk kitleleri tarafından benimsenmesinden kaynaklanmaktadır. Her düzeyden siyasi kişilerin futbolun kitlesel cazibesinden yararlanarak iktidarlarını güçlü bir dayanak yaratmaya giriştiklerini görebilmekteyiz. Bunun anlaşılabilir nedeni ise, siyasi kişinin, geniş halk kitlelerine özdeşleşme ve kimlik imkanı yaratan futbol takımlarıyla özdeşleşme isteğidir. Bu özdeşleşmenin sonucu ise kitlelerle daha yakın ve simgesel hatta kutsal bağlar da edinerek onlara ulaşmaktır. Seçimle gelen kişilerin, kral ya da kraliçelerin, belediye başkanlarının spora verdikleri desteğin daha çok, iktidarlarını güçlendirmek ve siyasi nüfuz alanlarını genişletmek amacıyla yapıldığı görülmektedir.³ Bu ve daha birçok siyasi liderin sadece futbolu sevdiklerinden dolayı bu spor dalıyla yakından ilgilendiklerini ileri sürmek, bu ilişkinin sosyolojik arka planını görmeyi ıskalayan bir tavrı göz önüne serecektir. Solcu entelektüellerin de futbola yönelik eleştirilerinin, onun kitlesel uyuşturucu işlevi gördüğüne yönelik iddialarda düğümlendiği görülmektedir: “Ekmek ve sirk, sirk var, ekmek yok...”⁴

Türkiye’de futbolun gelişimini ve kitleselleşmesini tarihsel bir bakışla incelediğimizde de, 20. yüzyılın başlamasıyla beraber “spor=futbol” özdeşleşmesini görmekteyiz. Gerek modern sporun kurumlaşmasında, gerek sporun kitlesel ilgi alanına girmesinde futbolun öncü bir rol oynadığı görülmektedir. Tanzimat döneminde batılılaşma politikalarıyla koşut biçimde, geleneksel güreş gibi yerel toplumsal kaynaklardan beslenen sporların çözülmesi sürecinde, Mekteb-i Sultani’ye cimnastik gibi Batılı bir spor dalı gelmiş ancak, bu spor dalı yapılış biçimlerinden dolayı benimsenmemiştir. Batılılaşma sürecinde okullarda eğitim programına konan, körü körüne itaat ve sıkı disiplin gerektiren akrobasi cimnas-

¹ Eduardo Galeano, *Gölgede ve Güneşte Futbol*, Çev. Ertuğrul Önalp-M. Necati Kutlu, İstanbul: Can Yayınları, 2008, s. 55.

² İbid, s. 57.

³ Alfred Wahl, *Ayaktopu: Futbolun Öyküsü*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2005, s. 91.

⁴ Galeano, *Gölgede ve Güneşte Futbol*, s. 56.

tiklerinin yanı sıra yine Mekteb-i Sultani'de atletizm, yüzme, kürek, greko-romen güreş ve bisiklet gibi sporlar yapılmış; basketbol da Robert Kolej'de oynanmaya başlanmıştır. 20. yüzyılın dönemecinde İzmir, hemen sonrasında İstanbul'da İngilizlerce oynanan futbola Osmanlı toplumunun da ilgi duymaya başlaması, sporun çayırlara ve açık alanlara taşınıp kitlelere mal oluşunda bir başlangıç olmuştur. Sporu okul bahçelerinin ötesinde açık alanlara taşıyan futbol aynı zamanda, sporun okullara giren akrobasi cimnastikleri ve "beden eğitimi"nden soyutlanma sürecini de hızlandırmıştır.⁵

Osmanlı toplumunda toplanma özgürlüğünün kısıtlılığı dolayısıyla futbol oynamanın da yasak olduğu II. Abdülhamit döneminde takibata uğrayan futbol⁶, II. Meşrutiyetin ilanı ve sonrasında özgürleşme ortamının sonucu olarak uygulamaya konulan cemiyetler kanunu sonrası çeşitli kulüplerin tescil edilmesiyle birlikte halk sporu haline gelmeye başlayacaktır. İstibdat dönemi sonrası İttihat ve Terakki'nin iktidar döneminde de "Altınordu" kulübünün dönemin resmi ideolojisi "Türkçülük" akımını sahalarda simgeleyen bir işleve sahip olduğu görülmektedir. Bu durum futbolun o dönemde dahi salt bir oyun olmanın ötesinde, potansiyel siyasi işlevlerinin dönemin iktidarı tarafından fark edildiğini göstermektedir. Millî mücadele döneminde ise futbolda kazanılan galibiyetlerin halkın moral ve motivasyonuna yarar sağladığı düşünülmektedir. Öyle ki bunun da ötesinde, İstanbul'un ilk Türk kulüplerinden biri olan Fenerbahçe'nin bu dönemde İngilizlere karşı aldığı galibiyetlerin yanında, İstanbul'dan Anadolu'ya yapılan kaçak silah sevkiyatında etkin rol üstlenerek kendisine yönelik halkın ilgisini daha da arttırdığı ileri sürülmektedir.⁷

İstanbul-İzmir-Ankara illerinin mahalli şampiyonlarından oluşan millî küme (1937) ve 1959 yılındaki millî lig oluşumlarıyla, bu sporun ülke sahinde yayılmaya başlaması ise İstanbul menşeli olan Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş kulüplerinin taraftarlarının sadece İstanbul'la sınırlı kalmayıp ülke genelinde geniş bir tabana yayılmasını da teşvik etmiştir⁸. 60'lı yıllardan itibaren ise İkinci ligin (1963) ve ardından üçüncü ligin (1967) kurulmasıyla, futbolun Anadolu illerine yayılması gündeme gelmiş, Anadolu'daki çeşitli mahalli takımların birleşmesiyle, hızla söz konusu kentlerin adını taşıyan kent kulüpleri kurulmuştur. Böylelikle bu kulüplere ait tribünlerin de dolmasıyla, Anadolu Kulüplerine özgü taraftarlık olgusu da güçlenmeye ve tribün liderliği olan "amigoluk" kurumu

⁵ Kurthan Fişek, *100 Soruda Türkiye Spor Tarihi*, İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1985, s. 42-51.

⁶ İngilizler ve Rumlar futbolu serbest bir şekilde oynarken, Türklerin futbol oynamalarından dolayı zaptiye takibatlarına uğramaları.

⁷ Oktay Gökdemir, "Bir Politik Söylem Aracı Olarak Futbol", *Düşünen Siyaset*, Mart 1999.

⁸ Tanıl Bora, Necmi Erdoğan, "Dur Tarih, Vur Türkiye: Türk Milletinin Millî Sporu Olarak Futbol", *Futbol ve Kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Endüstri, Efsaneler*, Der. Roman Horak, Wolfgang Reiter, Tanıl Bora, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009, s. 225-226.

da gündeme gelmeye başlamıştır.⁹ Anadolu futbolunun sahneye çıktığı 60'lı yılların göze çarpan bir özelliği ise, Anadolu'da kurulan kent takımları arasında oluşmaya başlayan şiddetli rekabetlerin, "kent savaşları" kertesinde taraftar kavgalarına dönüşmesidir. Kırk kişinin öldüğü Kayseri-Sivas, Eskişehir-Bursa ve Kırıkkale-Tarsus İdmanyurdu maçlarında çıkan olaylar bu durumun başlıca örneklerini teşkil etmektedir.¹⁰ Anadolu'da ölümlerle sonuçlanan bu futbol rekabetleri, futbol takımları yoluyla kentsel bir kimliğin savunusu ya da futbolda kentsel taraftarlığın gündeme gelmeye başladığını akla getirmektedir. Anadolu futbolunun başarı grafiğindeki ivmelenme ise 70'li yıllarda Trabzonspor'un birinci ligdeki şampiyonluklarıyla belirginleşmektedir.

Özellikle 12 Eylül sonrası siyasilerin futbolla ilişkisindeki dozajın, önceki dönemlere nazaran belirgin bir artış göstermesini de kaydetmek gerekmektedir. Öyle ki önce, 12 Eylül askeri darbesinin lideri Kenan Evren de her siyasi gibi futbolun gücünün farkında olarak bir emriyle başkent takımı Ankaragücü'nü birinci lige çıkarmıştır. Özellikle Ankaragücü'nün neden hak etmediği halde, birinci lige çıkarıldığıının, yine Evren Paşa'nın salt futbol sevgisinden olmadığı, yeni rejimin sahalardaki yüzünü yaratma ve rejimi haklılaştırma çabalarıyla ilişkili görüldüğünün gerçeklik değeri taşıdığı söylenebilir. Öyle ki futbolun, bu sürece kadarki toplumsal siyasetlerin baskılandığı ve kamusal alanda katı kısıtlamalara gidildiği "12 Eylül rejimi"yle beraber, eskisinden farklı, yeni bir kamusal alanın inşasında üstlendiği potansiyel role vurgu yapılmaktadır. Bir görüşe göre, "O günlerin koşullarında stadyumlar ve futbolla ilgili ortamlar, insanların bir araya gelebildikleri tek "kamusal alan" konumundaydı. Futbol maçları da sansürsüz bir şekilde üzerinde fikir yürütülen, tartışılan ve gazetelerde yorum yazılabilen yegane konu idi."¹¹ Askeri rejimin bitişiyle başlayan Turgut Özal döneminde ise futbola yönelik ilgi olağanüstü artarak devam edecek; üçüncü ligin yeniden kurulması sonucu kulüp sayılarındaki radikal artış, bu ligin "politik lig" olarak nitelendirilmesine¹² neden olacaktır. Öyle ki Özal döneminde 1986-1987 futbol sezonunun sonunda yaklaşan referandum ve seçimlere yönelik bir yatırım olarak ikinci ligden düşen Bayburtspor bu lige tekrar geri alınacak, diğer düşme hattında olan Şekerspor ise küme düşürülmeyecek, hatta üçüncü ligde aynı grupta şampiyonluğa oynayan iki takım aynı anda şampiyon ilan edilecek,

⁹ Can Kozanoğlu, *Türkiye'de Futbol: Bu Maçı Alıcaz!*, İstanbul: İletişim Yayınları, 1996, s. 115-116.

¹⁰ Fişek, *100 Soruda Türkiye Spor Tarihi*, s. 151.

¹¹ Mehmet Ali Gökaçtı, *"Bizim İçin Oyna": Türkiye'de Futbol ve Siyaset*, İstanbul: İletişim Yayınları, 2008, s. 275.

¹² Ahmet Talimciler, "Futbol Kulüpleri Sivil Toplum Örgütlerinin Yerini Alıyor", <http://www.aksam.com.tr/spor/futbol-kulupleri-sivil-toplum-orgutlerinin-yerini-aliyor--14342h/haber-14342>, 23.01.2011, Erişim: 27.03.2014

birinci ligde de aynı yöntemler uygulanacaktır.¹³ ANAP döneminde üçüncü ligue beraber her kent ve büyük ilçelere ait takımların hızla kurulması ve devletin futbola yaptığı belirgin yatırımlardaki amacın ise, gençleri zararlı akımlardan korumak ve ilgi alanlarını politikadan uzaklaştırmak olduğunu es geçmemek gerekmektedir.¹⁴

Futbol seyirciliğinin Türkiye genelindeki kurumlaşması sürecinin, İstanbul kulüpleri lehine bir görünüm sergilediği bilinen bir olgudur. Öyle ki Galatasaray kulübünün başkanının 25 milyon Galatasaray taraftarı olduğunu söylemesi, Fenerbahçe kulübü eski başkanının ise buna bir cevap olarak 35 milyon Fenerbahçe taraftarının olduğunu dillendirmesi,¹⁵ bu kulüplerin Türkiye geneline yayılan taraftar kitlelerinin varlığından kaynaklanmaktadır. Yapılan taraftar araştırmaları da Türkiye genelindeki futbol taraftarlığının daha çok üç büyük İstanbul kulübü taraftarlığı üstüne inşa edildiğini göstermektedir.¹⁶ Bu durumun en önemli bağımsız değişkenleri arasında bu kulüplerin Türk sporunda kurucu rol üstlenmeleri, sermayenin merkezi İstanbul'da konuşlanmaları, siyasal iktidarlarla her dönemde kolaylıkla karşılıklı ilişkiye girebilmeleri, Türk sporunda oluşturdukları siyasal ve ekonomik güç tekeliyle Türkiye geneline yansıyan avantajlar elde etmeleri ve İstanbul merkezli medyayla olan karşılıklı avantaja dayanan ilişkileri sıralanabilir.

Son tahlilde, Bora'nın da belirttiği gibi, futbolun diğer spor dallarını aşan kitleselleşme gücünün, dünyanın her tarafında olduğu gibi, Türkiye'de de millileşme yatınlığına ve milli bir spor haline gelmesinden kaynaklandığı görülmektedir.¹⁷ Kitlelesil ilgide ikinci geldiği düşünölen basketbol, sonrasında voleybol ya da karete, yüzme gibi bireysel sporların yanı sıra tarihsel kaynaklardan beslenen cirit, güreş vs. milli sporlara yönelik ilginin cılız kaldığı; futbolun ise kadınlı erkekli, yediden yetmişe birincil spor¹⁸ haline geldiği, boş zaman tüketimine neredeyse temel teşkil eden faaliyetlerden olduğu görölmektedir.

¹³ Ecevit Kılıç, *Politik Goller*, İstanbul: Güncel Yayıncılık, 2006, s. 32-33.

¹⁴ Kozanoğlu, *Türkiye'de Futbol: Bu Maçı Alıcaz!*, s. 231.

¹⁵ "35 milyon Fenerbahçeli", http://www.fanatik.com.tr/35-milyon-fenerbahçeli_3_Detail_34_338346.htm, 14.10.2013, Erişim:25.03.2014

¹⁶ Türkiye genelinde taraftar oranlarına ilişkin; Galatasaray % 36, Fenerbahçe % 35, Beşiktaş % 19, Trabzonspor % 4, diğer takımların ise % 6'lık bir oran verilmektedir. 43 ilde Galatasaray'ın, 36 ilde Fenerbahçe'nin taraftar sayısında önde olduğu ileri sürölmektedir. Bkz. "İşte Türkiye'nin taraftar haritası! En çok taraftarı olan takım hangisi?", <http://www.aksam.com.tr/spor/iste-turkiyenin-taraftar-haritasi/haber-187790>, 17.04.2013, Erişim:25.03.2014

¹⁷ Tanıl Bora, Necmi Erdoğan, "Dur Tarih, Vur Türkiye: Türk Milletinin Milli Sporu Olarak Futbol", *Futbol ve Kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Endüstri, Efsaneler*, Der: Roman Horak, Wolfgang Reiter, Tanıl Bora, İstanbul: İletişim Yayınları, 2009 s. 222.

¹⁸ Futbolun birincil spor oluşu, kitlelerin aktif olarak futbol oynamasından çok seyirlik tüketim ve futbol taraftarlığı bağlamında gerçekleşmektedir.

Tüketim Toplumunda Futbol

Post-Fordist üretim biçimleri ve post modern toplum tartışmalarına giden süreçte Erich Fromm, 1970 yılında yazdığı “Refah (Bolluk) Toplumunun Psikolojik ve Manevi Sorunları” adlı makalesinde, kapitalist batıda ve hatta sosyalist blok lideri Sovyetler’den Afrika’ya varıncaya yeni bir insan tipinin oluşmakta olduğunu belirtmekteydi. Bu insan modeli, hayatta kalabilmek için aklını ve mantığını kullanan “Homo Sapiens”in yerini almaya başlayan “Homo Consumens” yani “Tüketen İnsan” olacaktı. Gündelik hayatın her unsuru, hatta tanrı bile bu insan tipi tarafından, hep daha fazla düşüncesiyle tüketilmek istenecekti. Fromm, “tüketen insan” tipinin yaygınlaşmasını, hiçbir politik ve ideolojik engel tanımayan bir durum olarak konumlandırmaktaydı. Bu yeni olgunun resmettiği insan tipi (Homo Consumens); sigara, bira, kitap, konferans, resim galerisi vs günlük tüketim unsurlarından sevgi ve cinselliğe varıncaya her şeyi tüketim ürününe dönüştüren bir insandı. Hatta insani ihtiyaçların da ötesine giderek yaradılışın ve kültürün zengin dünyasını da tüketim ürünü durumuna getiren bir karakter yapısına sahipti.¹⁹ Öyle ki tüketim toplumunda insanlar kendilerini tükettikleriyle tanımlayacak ve başkaları tarafından da bu bağlamda tanımlanacaklardı.²⁰ Televizyonun boş zamanları dolduran bir eğlence aracı olarak öne çıktığı bu dönemin bir başka önemli özelliği ise, yine insan karakterine özgü bir değişimi ifade etmektedir. “Homo Ludens” (Oyun oynayan insan), geçmişinin hiçbir döneminde bugün olduğu kadar yüceltilmemiş ve tatmin edilmemiştir. Bu dönemde yine “Homo Sapiens”in yerini televizyon çağının ürünü olan “Homo Videns” (Gören İnsan) almakta; gelinen dijital medya çağı ya da siberetik çağ; hayallerimizin görüntülerini ekrana taşıyan, sadece ekran görüntülerinde var olan bir yapay gerçekliğin, gerçek dışılığın ve simülasyonların sonsuz biçimde çoğaldığı bir durumu yansıtmaktadır.²¹ Baudrillard; simülasyonların güncel dünyada gerçek ve hayali, doğru ve yanlış arasındaki ayrımları kaldırdığını vurgulamaktadır. Simülasyonların (Sahteler) egemen olduğu bu dünyada gerçek ve doğru yoktur. Bu süreçte gerçekten daha gerçek, güzelden daha güzel, doğrudan daha doğru hale gelen “Hiper Gerçeklik”ler hakimdir.²² Böyle bir toplumsal süreci yansıtan “Tüketim Toplumu”yla “futbol” arasında ise kaçınılmaz ve karşılıklı bir ilişki bulunduğunu söylemek yerinde olacaktır. Futbol, bu süreçte dünya genelinde kendisine yönelik en az 3 milyar nüfusun ilgisinin de etkisiyle, futbola yatırım

¹⁹ Erich Fromm, *Çağdaş Topluların Geleceği*, Çev. Aydın Arıtan-Kaan H.Ökten, İstanbul: Arıtan Yayınevi, 2004, s. 62-63.

²⁰ George Ritzer, Jeffrey Stepnisky, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları ve Klasik Kökleri*, Çev. Irmak Ertuna Howison, Ankara: De Ki Basım Yayım, 2013, s. 204.

²¹ Giovanni Sartori, *Görmenin İktidarı*, Çev. Gül Batuş-Bahar Ulukan, İstanbul: Karakutu Yayınları, 2006, s. 24, 31, 35, 33, 41.

²² Ritzer, Stepnisky, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları ve Klasik Kökleri*, s. 208-209.

yapan sermayedarlar tarafından asla es geçilemeyecek bir bağlam sunmaktadır. Futbolun üretebildiği ekonomik bağlam, ürün çeşitliliğinde sınır tanımayan bir yapıyı yaratmaktadır. İmajlar ve kurgusal gerçekliklerin kolayca yaratılabildiği futbol, popüler kültür ürünlerini en hızlı yoldan toplumsal dolaşıma sokabilme gücüyle ve kendisinden sürekli türetilen ekonomi piyasasına dönük ürünlerle tüketim toplumunun vazgeçilmez bir ayağını oluşturmaktadır. Futbolun medyatik yapısı, sanallık üretimi, imaj ve hiper gerçeklikler yaratabilmesi; günümüzde sermayedarlar tarafından istenen “Homo Consumens” ya da “Homo Ludens” tipinin hem çoğaltımını hem de ondan kar sağlamayı kolaylaştırmaktadır.

“Tüketim toplumu” ve futbol arasında zorunlu bir birliktelik olduğu görülmektedir. Neoliberalleşme sürecinde dev sermayedarların futbol gibi bir kitle- sel cazibe alanından yararlanarak sermayelerini büyütmek istememeleri olası görünmemektedir. Özellikle futbolun kitlelerin boş zamanlarıyla, oradan da “tüketim” politikalarıyla ilişkisini irdelemek; futbolun günümüzde bir kimlik ihtiyacını karşılmasına yönelik sorulacak sorulara da cevap niteliğinde ipuçları sağlama potansiyeli taşımaktadır. Futbolun en önemli tüketim faaliyeti olan “seyir” olgusu burada merkezi bir noktayı teşkil etmektedir. “Seyir tüketme faaliyettir: Futbolun tüketimi seyir ile olur ve tüketen seyirci seyirden geçerek üretimin koşulunu yeniden-üretir. Seyir yerinin koşullarına bağlı olarak diğer tüketim faaliyetleri oluşur ve sonraki-tüketim faaliyetlerinin koşulları da üretilir. Diğer tüketim faaliyetleri seyir sırasında stadyumda, kahvede, evde (seyir edilen yerlerde) yapılan tüketimleri içerir”.²³ Öyle ki seyrin pazarlanması sürecinde paralı yayında televizyon için müşteri olan seyirci emtiyaya dönüşmektedir. Futbol yayını satan televizyon şirketi maç yayını süresince aldığı reklam zamanı parası karşılığında seyirciyi reklamcıya satmaktadır.²⁴ Futbolda seyre dayanan bu sürecin, abonelik esasına dayalı kanalların kontrolüne girmesiyle artık post-Fordist tüketim rejimlerinin etkisi altına girdiği ileri sürülmektedir.²⁵

Günümüzde futbol en önemli satış ve pazarlama ürünlerinden biridir. Bu ürünün birincil tüketicileri olan futbol taraftarları; takımının maçlarını televizyon başında ya da stadyumlarda para karşılığı seyrederek, takımının formasını, kaşkolunu, parfümünü, rozetini, eşofmanını vs. sayısız bir çok ürününü satın alarak, şifreli kanallara yüksek ücretler ödeyip yine takımının maçlarını izleme imkanına kavuşarak çok yönlü bir mal-hizmet karması çeşitliliğine ve tüketimine maruz kalmaktadırlar. Seyirciler veya taraftarlar kulübüyle ilgili bu tüketim eylemlerini gerçekleştirirken, kendisini kulübüne daha fazla ait hissedebilme, kulübün daha canlı bir parçası olma, kulüp sembollerini taşıyan giysileri bedeni-

²³ İrfan Erdoğan, “Futbol ve Futbolu İnceleme Üzerine”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı:26, Kış-Bahar 2008, s. 28.

²⁴ İbid, s. 31.

²⁵ David Rowe, *Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası*, Çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996, s. 198.

ne massederek kulübe ilişkin “biz” duygusunu daha yoğun bir şekilde yaşayabilme olanaklarına kavuşabilmektedir. Hatta son zamanlarda büyük kulüplerin büyük bankalarla anlaşarak kendi adlarına çıkarttığı kredi kartlarına sahip olarak gündelik hayatın ekonomisiyle kulüp ekonomisini öznel algısında birbirine eklemleyebilmektedir. Bunu yapan taraftarın bu kredi kartından hiçbir çıkarı olmamasına karşın, bu kartla kulüp ekonomisine destek olduğu hissine sahip olması, kendisinin camianın aktif bir unsuru olduğu düşüncesini yine kendi gözünde meşrulaştırmaktadır.

Futbolun seyirciliğinin bir boş zaman faaliyeti olduğunu hatırlarsak, bu boş zaman faaliyetine erişmenin de herkese açık olmadığını; sezonluk ya da tek girişlik maç bilet ücretlerini bir yana bırakırsak, ilgili toplumsal mekanlarda şifreli kanalda bir maç izlemenin dahi²⁶ belli ekonomik külfetlerin altına girmeyi gerektirdiği de ortaya çıkmaktadır. Tüm bu unsurlar futbolla tüketim ekonomisi arasındaki ayrılmaz birlikteliği göstermektedir. Futbolun kitleler tarafından tüketim sürecinin edilgen ve seyre dayalı bir sportif katılımı içermesinin, futbolun pazarlayıcıları ve asıl kazananları tarafından istenen bir durum olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Dünyada kitlelerin boş zamanını bu kertede işgal edebilecek bir faaliyet görünmemektedir. Futbolun, dünyada en az 3 milyar tüketicisi olan, ulusal pazarların gözdesi bir meta haline geldiği görülmektedir. Futbolun dünyadaki kitlelerce sınır tanımayan tüketim süreci, onun hakkında küreselleşmenin son evresi olduğuna yönelik değerlendirmeler²⁷ yapılmasına neden olmaktadır.

Türkiye’de futbolun özellikle 1980 sonrası yaşanan ekonomik dönüşümlere paralel bir işlev kazandığı görülmektedir. Bilindiği gibi, 12 Eylül 1980 askeri müdahalesiyle mevcut siyasi partiler kapatılmış, sonrasındaki 6-7 yıllık dönem ise yeni iktidara göre ülkeyi toplumsal kargaşaya sürükleyen bu siyasetlerin yasaklandığı dönem olmuştur. Öyle ki, 1980’li yıllarda toplumsal siyasetler iktidar baskısına maruz kalmış, bu dönem “... futbolun iktidar tarafından ön plana çıkartıldığı ve futbolun siyasetin boşalttığı alana ikame edilmeye başlandığı yıllar olmuştur.”²⁸ Futbolun 80 sonrası dönemde bu kertede öne çıkmasında, Özal dönemi uygulamaya konan neoliberal politikaların ve tüketim toplumu değerlerini yaygınlaştırmaya dayalı politikaların uygulanması etkili olmaktadır. 1980 sonrası dönemde futbol, depolitizasyon işlevi görmekle beraber, yeni bir kimlik biçimi olarak da algılanmaya başlanmıştır.²⁹

²⁶ Özellikle dört büyük kulübün her hafta sonu düzenli maçlarının yanı sıra şampiyonlar ligi ve UEFA kupası maçlarını hesaba kattığımızda, bu maçları izlemenin dahi ekonomik bir külfet getireceği açık olarak görünmektedir.

²⁷ Pascal Boniface, *Futbol ve Küreselleşme*, Çev. İsmail Yerguz, İstanbul: NTV Yayınları, 2007, s. 9.

²⁸ Ahmet Talimciler, *Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporunu*, İstanbul: Bağlam Yayınları, 2010, s. 129.

²⁹ İbid, s. 129, 133.

Futbolun tüketim ekonomisinin ivmelenmesi, özellikle 90'lı yıllarda Türk medyasındaki dönüşümlerle de koşut bir durum sergilediği görülmektedir. 90'larda çıkan futbol ağırlıklı spor gazetelerinde daha çok 3 büyük İstanbul kulübüne özel sayfa ayırmaya dayalı kulüp haberciliği yapılmaya başlanması, Türkiye'de futbol taraftarlığındaki İstanbul egemenliği olgusunu güçlendirecek bir dayanak sağlamaktadır. Bu dönemde özellikle merkez medya olarak adlandırılan Doğan grubu ve Sabah grubu yeni spor-futbol yayıncılığında öncü bir durum üstlenmişlerdir. Öyle ki büyük oranda futbola dayalı spor yayıncılığının bu grupların gazete ve televizyon programlarında yapılması, futbol iktidarının nasıl oluşturulduğunu anlamaya yönelik bir değişken sayılmaktadır. Bu iktidardan çıkarı olanlar -futbolcular, yöneticiler, spor medyası, reklamcılar, siyasetçiler- futbolun kitleler tarafından konuşulmasıyla iktidarlarını güçlendireceklerdir.³⁰ Bu iktidar, güncel olarak da güç tekeli elinde tutmaya devam eden futbolda İstanbul merkezli, üç büyük kulüp ve merkez medya birlikteliği ve bu birlikteliği kara çevirmek isteyen reklam-show business dünyasının ayrılmaz işbirliğine dayanan iktidar oluşumudur. Futbol başınında "Üç ayrıcalıklı İstanbul takımı"na öncelik verilirken, diğer takımlara pek yer verilmemesi, futbolda "İstanbul ruhu"na önemli bir dayanak oluşturup güçlendirmekte³¹, bu ise her alanda liberalleşme eğilimi sergileyen Türkiye'de, futbolun da yeni tüketim ekonomisinin temellerini oluşturmaktadır. 90'lı yıllarla beraber bir tüketim toplumu nesnesi olarak yükselişe geçen futbolun televizyon ile birlikteliği başlamakta, futbol taraftarlığında da ötekini yok etmeye yönelik şiddet olgusu yaygınlaşmaktadır.³² 90'lardan günümüze gelen süreçte, futbolda şiddet olaylarının artması, futbolun bir toplumsal kimlik biçimi olarak yükselişe geçtiğinin en önemli işaretlerinden biri olarak değerlendirilebilir.

Kimlik Edinmeye uygun bir alan: Futbolda "Biz" Duygusu

Futbolun diğer spor dallarından farklılaşmasındaki en belirgin unsurlardan biri, topluluklar için kolaylıkla bir aidiyet ve kimlik ifade alanı yaratabilmesidir. "Oyun"sal bir bağlamı ve epistemolojii yansıtan futbol vasıtasıyla toplumsal çatışmalar ve şiddet olgusunun meydana gelmesi ise futbol ve kimlik ilişkisi hakkında yapılacak tartışmaların düğüm noktasını teşkil etmektedir. Bu durumda, "Futbol, gerçek hayat değil de bir oyunsaydı, neden insanlar onun için yaşayıp onun için ölmektedir?"³³ sorusunu sormak yerinde olacaktır. Kitlelerin günlük hayatını ve soh-

³⁰ Mahmut Sert, *Gol Atan Galip: Futbola Sosyolojik Bir Bakış*, İstanbul: Bağlam Yayınları, 2000, s. 132.

³¹ İsmail Doğan, "Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhı ve Şiddet", *Düşünen Siyaset*, Mart 1999, s. 81.

³² Talimciler, *Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporunu*, s. 133.

³³ Peter Pericles Trifonas, *Umberto Eco ve Futbol*, Çev. Derya Kömürçü, İstanbul: Everest Yayınları, 2004, s. 15.

betlerin, bu kertede işgal eden bir başka konunun daha olmadığını söylemek yanlış olmayacaktır. Futbol, bu yönüyle de değerlendirildiğinde gündelik hayatla sıkı bir ilişki içindedir. Eco'ya göre "Futbol, ne mantıklı bir açıklaması ne de etkili bir tedavisi olan insan ruhu içindeki çarpıklaşmış bir şeyin açığa çıkmış halidir. Onun zayıflatıcı etkilerine maruz kalanlar için kesin bir tedavi, acısız bir terapi ya da işe yarar bir müdahale söz konusu değildir; onlar için yalnızca, her futbol pazarında sahada sahne alan oyunun müthiş agon'unu izlemenin sonsuz acısı vardır."³⁴ Eco, daha da ileri giderek, futbolun bastırılmış tutkuların psikopatolojisi ya da bilinçaltının hüküm sürdüğü bir alan olduğuna yönelik hipotezler ileri sürmektedir.³⁵

Futbolun kitleler için taşıdığı değerle de koşut olarak özdeşleşmeye uygun bir alan olması, tarihsel süreçte siyasi iktidarların ona yakın ilgisinin olmasının belki de başlıca nedeni olmaktadır. Futbolun en önemli özelliği kitlelerde aidiyet hissi yaratabilme gücüdür. Geleneksel dayanışma kurumlarının gerilediği, kitle toplumu özelliği taşıyan modern toplumlarda spor, bireylerin birlikteliğini sağlamak ve böylelikle geniş kalabalıkların aidiyet hissine cevap vermektedir. Spor, bireyin aynı takımı destekleyen insanlarla ortak bir sosyal kimliğe sahip olmakta, takımın çeşitli sembollerini taşıyan insanlarla ortak duyguları yaşamasını ve bu doğrultuda eylemlere girişmesini sağlamaktadır.³⁶ Aktay'a göre futbol, geleneksel toplumdaki modern topluma geçişin getirdiği totemsizleşme sürecinin yarattığı boşluktan bir çıkış yolu sağlamış; bir çeşit totem servisi yapmıştır.³⁷ Futbolda paylaşılan aidiyet hisleri yoluyla, "...yerel, sosyal ya da dinsel rekabetler de ortaya çıkar, ötekine karşı kendini kanıtlama olanağı bulunur".³⁸

Futbol taraftarlığı, kişilere farklı düzlemlerde özdeşleşme imkanı sunabilmektedir. Bir taraftar sevdiği bir sporcuyla kendine örnek alıp, kendini ona benzetmeye çalışarak hayranlıkla onunla özdeşleşebilmektedir. Tutulan takımlar taraftarlar için bir güven duygusu ve iftihar kaynağı olup kişileri hayal kırıklıklarından ve tatminsizliklerinden kurtarabilmektedir. Öyle ki taraftarlar, "ölmeye geldik" sloganıyla takımlarına ve taraftarlarına nasıl bir hayranlık ve sevgi duygusuyla bağlı olduklarını göstermektedirler.³⁹ Futbol seyircisinin tuttuğu takımı nasıl gördüğü ve hangi simgelerle düşündüğü de taraftarlık aidiyetlerinde etkili olmaktadır. Taraftarlar, takımlarıyla özdeşleşirken belli fikirler ve temsiller bağ-

³⁴ İbid, s. 15-16.

³⁵ İbid, s. 16-17.

³⁶ Ömer Çaha, "Spora Yaslanarak Nefes Almak: Futbol", *Düşünen Siyaset*, Mart 1999, s. 117.

³⁷ Aktay, burada özellikle Durkheim'ın totem (hayvan, bitki) ve kabile ilişkisi vurgusundan yola çıkan bir analogiyle, takımlara ait sembollerin (kara kartal, sarı kanarya vs.) modernliğe uygun olan yumuşak bir kimlik inşasına zemin sağladığını belirtmektedir. Bkz. Aktay, Yasin, "Formanın Rengi Sermayenin Rengine Karışırsa: Futbol Dünyasının Metalaşmasında Son Durumlar ve Sponsorluk", *Düşünen Siyaset*, Sayı: 2, 1999 Mart, Ankara, s. 46.

³⁸ Pascal, *Futbol ve Küreselleşme*, s. 49.

³⁹ Mustafa Erkal, Özbay Güven, Dursun Ayan, *Sosyolojik Açından Spor*, İstanbul: Der Yayınları, 1998, s. 150-151.

lamında takımlarına değerler yükleyerek bu özdeşleşme sürecini kendilerinin ve başkalarının algılarında meşrulaştırmaya girişmektedirler. “Üç büyükler” olarak algılanagelen İstanbul kulüplerinin simgeselliğini analiz eden Fişek’e göre seyircinin gözünde “Galatasaraylılık” genel seyirciden soyutlanmışlığı (Aristokrasi); “Fenerbahçelilik” zengin olma özlemi (burjuvazi); “Beşiktaşlılık” işçiyi, işsizi, küçük memuru simgeleyebilmektedir. Bu simgeleştirme evrensel anlamda da tekrarlanmakta Manchester United kulübü dokuma işçileriyle, Arsenal kulübü silah fabrikası işçileriyle, Liverpool kulübü liman işçileriyle, Barcelona kulübü Katalan milliyetçiliğiyle, Real Madrid kulübüyse diktatör Franco iktidarıyla özdeşleşebilmektedir.⁴⁰ Ancak bu simgeleştirmelerin ve futbol taraftarlarının kendi algı ve temsillerine yükledikleri anlamların toplumsal gerçeklikle örtüşmeyebileceğini de kaydetmek gerekmektedir.

Türkiye’de futbol taraftarlığının tezahür biçimine bakıldığında, yukarıda daha önce de kısmen değinildiği gibi, 3 büyük İstanbul kulübüne dayalı (FB, GS, BJK) bir taraftarlık biçimi geliştiği görülmektedir. Bu durumun gelişmesinde etkili olan, gerek bu kulüplerin Türk sporunda İstanbul merkezli kurucu bir rol üstlenmeleri gerekse bu kulüplerin maçlarının 1937-1959 arası İstanbul-Ankara-İzmir ayaklarından oluşan deplasmanlı lig (Milli Küme) yoluyla İstanbul dışındaki büyük şehirlere taşınmasıdır. Bu kulüplerin güçlenmesinde, yönetici elitlerin de fonksiyonunu vurgulamak gerekmektedir. Fenerbahçe’yi yöneten kulüp başkanlarının içinde Osmanlı Hanedanından Ömer Faruk Bey, Tek Parti döneminde ise Başbakanlığa kadar yükselmiş Şükrü Saraçoğlu gibi kişiler bulunmaktadır. Bu kulüplerin futbolu çayırlara taşıyan ilk kulüpler olması, Osmanlı İmparatorluğu’nun ticari ve siyasi merkezini teşkil eden İstanbul’da kurulması; bu kulüpleri, toplumsal ve siyasi olarak ilgi merkezi haline getirmiştir. Herhangi bir spor kulübünün ekonomik anlamda güçlenmesinin ya da taraftar kitlelerine dayanan sosyolojik tabanının genişlemesinde, özellikle Türkiye’de futbolun serüvenini de göz önüne aldığımızda, “iktidar” fonksiyonunu hesaba katmak gerekmektedir.

Bu üç kulübün taraftarlığının yaygınlaşmasını açıklamaya yönelik tarihsel ve sosyolojik sebeplerin yanında, bireyler ve sosyal grupların tutum ve duyguları düzeyinde açıklamalar da getirilmektedir. Bu fikirler, daha çok futboldaki “kimlik” vaadi üstüne kurgulanmaktadır. Avrupa futbolunda kentleri temsil eden kulüplere yönelik bir taraftarlık olgusu gelişmişken, Türkiye’deki 3 kulübün neden 81 ilde geniş taraftar kitleleri bulunmaktadır? Bu sorunun cevabı ise “Güçlü olma” özlemiyle ve “Biz” duygusuyla açıklanmaktadır. “Tek bir kararla, birkaç saniye içinde, uğraşmadan yorulmadan şak diye yepyeni bir kimlik kazanılır. Erzurumlu bakkal Recep, Erzurumlu bakkal Cimbomlu Recep olur. Milyonlarca kişilik bir “biz” ordusunun parçası haline gelir. Taraftarlık tercihini güçlü bir takımdan yana kullanmak, güçlü bir kimlik edinmenin avantajını da haliy-

⁴⁰ Kurthan Fişek, *Sporun Anatomisi*, İstanbul: YGS Yayınları, 2003, s. 28-30.

le, birlikte getirir".⁴¹ 81 ile yayılan 3 büyük kulüp taraftar sosyolojisinin varlığı, "güçlü takım"ın taraftarı olma isteğinin varlığını da doğrulamaktadır. Güçlü bir "biz"e dahil olmanın, daha ileriye götürülerek, "kentlilik-taşralılık" gerilimine bir toplumsal çözüm olarak düşünüldüğü ileri sürülmektedir. Öyle ki, Anadolu olmanın (Çorumlu, Sivaslı, Yozgatlı vs) kişiye yüklediği "taşrasal eziklik", 3 büyük İstanbul kulübünün taraftarı olmakla bertaraf edilecek; kendisini ifade edememiş Anadolu çocuğu bu kez güçlü takımın taraftarı ve "İstanbul" olarak rahatlıkla kendisini ifade imkanı bulacaktır."⁴²

Futbol taraftarlığındaki "biz" duygusunun stadyumlarda maç izleyen örgütlü fanatik taraftarlar ya da maç izlemeye stada giden toplumsal kesimleri aşan bir durum sergilediği görülmektedir. Bir kulübün, özellikle 3 büyük kulüpten birinin taraftarı olmak, kişiyi bir "hayali cemaat"ın de üyesi haline getirdiğini söylemek yanlış değildir. Bauman; sınıf, toplumsal cinsiyet ve millet gibi "iç grup" duygusu oluşturan büyük toplumsal kategorileri "hayali cemaatler" olarak konumlandırmaktadır. Küçük grupların yüz yüze ve mahrem ilişkilerine nazaran bu büyük gruplardaki "biz" duygusu, grup içi farklılıklar ve grubu bölen öğelerden ziyade grubun ortak öğeleri vurgulanarak oluşmaktadır.⁴³ Kişiler ister televizyon başında ister bizzat giderek ya da sadece o takımı tuttuğunu ifade ederek, hayali bir cemaatin üyesi olabilmektedir. Fanatik ya da hooligan gruplardan takımını destekleyen bir futbol seyircisine ya da futbolsevere varıncaya kapsama geniş olan bir "biz" çatısı, ılımlı futbolseverle radikal eğilimli duygusal taraftarı; zengin bir iş adamıyla asgari ücretle çalışan bir işçiyi ortak bir kimlikte toplayabilmektedir.

Tartışma ve Sonuç: Seyirden protestoya bir kolektif temsil alanı olarak futbol taraftarlığı

Futbol takımlarının taraftarlığı, geniş toplumsal kesimler için bir aidiyet alanı sunmaktadır. Bunun nedenleri arasında, gerek modern toplumun insanlar üstünde yarattığı yabancılaşma duygusunu sönmüleyebilme gücü gerekse 12 Eylül 1980 sonrası toplumsal siyasetleri (özellikle muhalif siyasetlerin) yapmanın olumsuzlandığı bir ülkede futbolun kitleler için en baskın temsil alanlarından biri haline gelişi olduğunu belirtmek yerinde olacaktır. Futbolun, bir bakıma 12 Eylül sonrası hepten kalkan toplumla devlet (iktidar) arasındaki ara yapıların yerini doldurduğu söylemek pek de yanlış değildir. Futbola kafa yormak neredeyse bir numaralı sivil toplum uğraşı haline gelmiş durumdadır. Kozanoğlu'nun deyişiyse 12 Eylül'den sonraki futbola yapılan iktidar yatırımlarıyla, "herkes fut-

⁴¹ Kozanoğlu, *Türkiye'de Futbol: Bu Maçı Alıcaz!*, s. 109-110.

⁴² Doğan, "Türk Futbolunda Potansiyel İstanbul Ruhu ve Şiddet", s. 78-79.

⁴³ Zygmunt Bauman, *Sosyolojik Düşünmek*, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2009, s. 56.

bol sevdasına dalacak, kafalar başka hiçbir şey için yorulmayacak"tır.⁴⁴ Çünkü futbol, toplumsal uyuşturucudur; iktidarların işini kolaylaştırır, gelecekte olası toplumsal protestolar için ön müdahale ya da iğdiş işlevi görecektir.

Türkiye'de üç büyükler (biraz da Trabzonspor) olarak adlandırılan futbol takımlarının taraftarlarının Türkiye geneline yayıldığı görülmektedir. Bu durum, bu kulüplerin millileştiğini ve Türkiye'ye özgü bir taraftarlık anlayışı oluşturduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle, Türkiye'nin genelindeki futbol taraftarlığı çoğunlukla "üç büyük kulüp sosyolojisi"ne dayanmaktadır. Bu olgunun nasıl doğup geliştiği yazının önceki kısımlarında vurgulandı. Bu kulüplerin taraftarlığı Türkiye'nin genelindeki futbolseverler için güçlü bir temsil kaynağı sunması, bu kulüplerin taraftarlığını cazip hale getirmektedir. Anadolu illerinde yaşayan bir yurttaşın, doğduğu ilin takımını tutarken bir de bunun yanında üç büyüklerden birini de tutma olasılığı yüksektir. Bunun nedenleri arasında, bu medyatik kulüplere ait olma duygusunun kişiyi kendi ya da başkasının gözünde daha güçlü, daha popüler ve daha onaylanır bir duruma getirmesi düşüncesini de saymak gerekmektedir. Ancak Göztepe-Karşıyaka, Kocaeli-Sakarya vb. birçok rekabetler gibi yerel rekabetlerin de yarattığı fanatizm meseleleri de göze çarpmaktadır. Bu tip maçlarda söz konusu şehirlerde stat periferlerinde polis barikatlarıyla neredeyse bir olağanüstü hal görüntüsü yansıyabilmektedir. Bu da futbolun, kentsel ya da yerel fanatizmler için de bir temsil kaynağı olarak kolaylıkla araçsallaştırılabildiğini göstermektedir.

Holiganizme ya da fanatizme meyleden futbol tarafgirliğinin, çoğunlukla kişilerin eğitim düzeyi ya da sınıfsal çıkarımlara dayalı yorumlarla açıklandığı görülmektedir. Ancak bir futbol maçı sonrası şiddet olaylarına karışıp polis tarafından gözaltına alınan ve mesleklerinin öğretmen, CEO, doktor, avukat, mühendis, yönetmen gibi mesleklerden oluştuğu ileri sürülen kişilerin varlığı,⁴⁵ holiganlığın aşağı toplumsal tabakalara özgü olduğunu ya da eğitimsizlikten kaynaklandığını ileri süren yorumları da çürütmektedir. Futbolun bu aşamada kargaşalara ve anomik olaylara neden olması; onun Türkiye'deki başlıca kamusal meselelerden birini teşkil etmesinin hem sonucu hem de sebebi olarak sürgit bir durumu sergilemektedir. Futbol taraftarlığı, tüketim toplumunun yükselen kimliklerinden biri olarak yeni toplumsal meselelerin kaynağı olabilmektedir.

Futbol hakkında tartışılacak bir başka unsur ise, onun simülatif bir kamusal alan yaratabilmesidir. Futbol, gerçek değildir; oyundur, kurgusaldır. Ancak onun üstüne yapılan kamuoyu tartışmalarının en ciddi ve yaşamsal öneme sahip(!?) tartışmalar olduğu görülmektedir. Ülkemiz televizyonlarında saatler süren futbol tartışma programlarına bakıldığında bu durum açıklıkla göze çarpmaktadır. Siyaseti bir tarafa bırakacak olursak, haftanın her günü birçok kanalda hangi

⁴⁴ Kozanoğlu, *Türkiye'de Futbol: Bu Maçı Alıcaz!*, s. 231-232.

⁴⁵ http://www.radikal.com.tr/spor/holiganlarin_mesleklerine_polis_bile_sasirdi-1087983, 14.05.2012, Erişim:20.04.2014

konu bu kadar tartışılmaktadır? Bir penaltı, bir sarı kart kararı, bir Mancini'nin ya da Ersun Yanal'ın oyun anlayışı vs, vb. şeyler kadar tartışma ve kamusal(!) yaratan bir başka konu daha var mıdır? Bu yönüyle futbolun kitleler için hiper gerçek kamusal alanları oluşturduğu; "simulakr"lardan oluşan sanal meselelerin kamusalın merkezine oturmasını sağladığı düşünülebilir.

Futbol taraftarlığının üstünde önemle durulması gereken güncel bir görüntüsü de dünyada birçok örneğinin görüldüğü gibi Türkiye'de de son yıllarda rastlanan iktidar protestolarıdır. Özellikle 3 Temmuz 2011 tarihinde başlayan şike operasyonları ve sonrasındaki dava süreçlerine yönelik organize taraftar protestoları bir toplumsal harekete dönüştü. Özellikle Aziz Yıldırım ve Fenerbahçe'yle özdeşleşen bu davalar süresince taraftarlar "Biz"- "Onlar" kategorizasyonu, o dönemde iktidar ortağı sayılabilecek Gülen Cemaati'nin devlet kurumlarında olduğunu düşündüğü uzantılarını "Onlar" olarak konumlandırdı. Bu süreçteki taraftar eylemleri, taraftarlığın ne düzeyde baskın bir kolektif temsil ve kimlik alanı haline geldiğini göstermesi açısından önemli görünmektedir. Bu taraftar eylemleri postmodern ya da sanayi sonrası toplumsal hareketlerin bir biçimini sunmaktadır. Öyle ki bu sürecin siyasal sisteme yönelik neredeyse bir meşruiyet krizi yaratır duruma gelmesi, Habermas'ın sanayi sonrası toplum tipi için öngördüğü kimliklere(yeni toplumsal hareketler) dayalı yeni meşruiyet krizi tiplerini doğrulamaktadır. Habermas, günümüzdeki sistem krizlerinin ekonomik çıkarlara dayalı sınıfsal hareketlerden ziyade, "yaşantı dünyası"nın özgürleşmesine yönelik mücadele veren barış, öğrenci, ekolojik, kadın vb. yeni toplumsal hareketlerin yaratacağı gerilimlerden kaynaklanacağını ileri sürmektedir. Bu hareketler, siyasal sistemde ekonomik krizlere oranla daha büyük meşruiyet krizleri yaratma potansiyeline sahiptir.⁴⁶ Futbol kaynaklı bir kimlik hareketinin neden olduğu bir meşruiyet krizini göz önüne seren 3 Temmuz süreci, Türkiye'ye özgü yeni toplumsal hareketlerin bir görüntüsünü sunmaktadır.

Bir önemli konu da futbol taraftarlığının Gezi Eylemleri'ndeki görüntüsüdür. Beşiktaş'ın Çarşı adlı taraftar grubunun eylem alanına gelmesiyle birlikte eylemlerde öncü bir rol alması, futbol taraftarlığının protestoya dönüşmesindeki en olgun aşama olarak görünmektedir. Gezi olaylarında modern siyasal ideolojilere dayanan özellikle sol ya da mevcut sistem muhalifi protesto gruplarına nazaran Çarşı'nın ismi en çok geçen ve en popüler protesto grubu olması; ülkedeki temsil krizlerini anlayabilmek açısından da ipuçları vermektedir. Gezi olaylarında iktidarda ya da meclisteki mevcut grupların siyaseten kendisini temsil etmediği duygusuyla sokaklara çıkan insanlar için, bu tip bir taraftar oluşumunun özellikle muhalif duygular besleyen toplumsal kesimler için bir kolektif temsil alanı haline geldiği görülmektedir. Başka bir deyişle Çarşı, yeni toplumsal muhalefetin ya da Gezi Ruhu'nun temsilcisi olmaktadır.

⁴⁶ Serap Suğur, "Tamamlanmamış Bir Proje Olarak Modernite: Jürgen Habermas", *Sosyolojide Yakın Dönem Gelişmeler*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2011, s. 34.

