

T.C.
MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

KÜRESELLEŞMENİN SPORA ETKİLERİ

Rahşan İNAL ÇAKMAK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Yrd. Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN

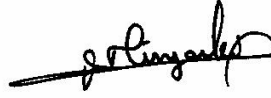
Tez No:

MERSİN- 2007

Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı Çerçevesinde yürütülmüş olan Küreselleşmenin Spora Etkileri başlıklı çalışma, jürimiz tarafından Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 20/06/2007



Prof. Dr. Şefik TIRYAKI
Mersin Üniversitesi
Jüri Başkanı



Prof. Dr. Sara ÇELİK
Mersin Üniversitesi
Jüri Üyesi



Yrd. Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN
Mersin Üniversitesi
Jüri Üyesi

Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunun tarih ve sayılı kararı ile kabul edilmiştir.



Doç. Dr. Ülkü ÇÖMELEKOĞLU
Enstitü Müdürü

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın ortaya çıkma nedeni ve sonucu olan, sürekli verdiği moral desteği ve birikimleriyle yolumu aydınlatan değerli bilim insanı danışmanım Yrd. Doç. Dr. Mehmet Şahin'e, küreselleşme konulu araştırmalarından her zaman faydalandığım Birleşik Metal İşçileri Sendikası Uluslararası İlişkiler Uzmanı, ekonomist Gaye Yılmaz'a, yurtdışı küreselleşme ve spor literatür taramasına katkı sunan Tekstil Mühendisi Şahika İnal'a ve aynı çalışmada Mersin Üniversitesi Yabancı Diller Bölümü Okutmanı Oya Katırcı'ya ayrıca yoğun çalışma sürecime manevi katkılarından dolayı, TFF Kamuoyu Araştırmasını bulmama yardımcı olan Ercan Yılmaz' e, futbol gündeminin sıkı takipçileri ve amatör futbolcuları iş arkadaşlarıma, ayrıca tüm iş arkadaşlarımdan yüksek lisans sürecimde gösterdikleri anlayışa, yüksek lisans ders sürecimde kazandırdıkları değerli bilgilerden dolayı Doç. Dr. Adnan Erkuş'a, Prof. Dr. Sara Çelik'e, Prof. Dr. Şefik Tiryaki'ye, karşılıksız sundukları manevi destekleri için annem ve babama, daha önce yaptıkları değerli çalışmalarla bu tezin yazımında katkısı olan tüm bilim insanlarına ve hayat arkadaşım Ahmet Çakmak'a teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

Kabul ve Onay	ii
TEŞEKKÜR	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ	vi
ÇİZELGELER DİZİNİ	vii
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	ix
ÖZET	x
ABSTRACT	xi
1. GİRİŞ	1
2. GENEL BİLGİ	5
2.1. Küreselleşme Nedir ?	5
2.2. Kapitalizm ve Küreselleşme	7
2.3. Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri	10
2.4. Küreselleşmenin Siyasal Etkileri	13
2.5. Küreselleşmenin Kültürel Etkileri	16
2.6. Küreselleşme Sürecinde Spor	19
2.7. Küreselleşme Sürecinde Sporda Ekonomik Etkiler	24
2.7.1. Esnek Çalışma ve Spor Emek Göçü	24
2.7.2. Tv Yayınları	33
2.7.3. Spora Katılım, Spor Olanakları ve Spordan Yaratılan İş	37
2.7.4. Sponsorluk	42
2.7.5. Kulüp Gelirleri	51
2.7.6. Bosman Davası	59
2.7.7. Bosman Davasının Etkileri	61
2.7.8. Spor İzleyenleri	63
2.7.9. Transfer Ücretleri- Sporcu Ücretleri	65
2.8. Küreselleşme Sürecinde Sporda Siyasal Etkiler	67
2.9. Küreselleşme Sürecinde Sporda Kültürel Etkiler	77
3. GEREÇ ve YÖNTEM	85
3.1. Araştırmanın Önemi	85
3.2. Araştırmanın Alt Problemleri	85
3.3. Araştırmanın Modeli	85
3.4. Evren ve Örneklem	86
3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	86
3.6. Veri Toplama Aracı	86
3.7. Veri Toplama Süreci	87
3.8. Verilerin Analizi	87
4. BULGULAR	88
4.1. Spor Emek Göçü	88
4.2. Sponsorluk	95
4.3. Bütçeler	102
5. TARTIŞMA	107

5.1. Spor Emek Göçü	107
5.2. Sponsorluk	113
5.3. Bütçeler	116
6. SONUÇ ve ÖNERİLER	121
6.1.Sonuçlar	121
6.2. Öneriler	123
7. KAYNAKLAR	125
ÖZGEÇMİŞ	136

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Avrupa'nın En Zengin 20 Kulübünün Gelir Dağılımı	53
Şekil 2. Atletizm 1. Lig Göçmen Sporcuların Ülkeleri	88
Şekil 3. Basketbol 1. Lig Göçmen- Yerli Kadın Sporcular	89
Şekil 4. Basketbol 1. Lig Göçmen Kadın Sporcuların Ülkeleri	89
Şekil 5. Basketbol 1. Lig Göçmen- Yerli Erkek Sporcular	90
Şekil 6. Basketbol 1. Lig Göçmen Erkek Sporcuların Ülkeleri	90
Şekil 7. Futbol 1. Lig Göçmen- Yerli Sporcular	91
Şekil 8. Futbol 1. Lig Göçmen Sporcuların Kıtalara Göre Dağılımı	91
Şekil 9. Futbol 1. Lig Göçmen Sporcuların Ülkeleri	92
Şekil 10. Voleybol 1. Lig Göçmen- Yerli Kadın Sporcular	92
Şekil 11. Voleybol 1. Lig Göçmen Kadın Sporcuların Ülkeleri	93
Şekil 12. Voleybol 1. Lig Göçmen- Yerli Erkek Sporcular	93
Şekil 13. Voleybol 1. Lig Göçmen Erkek Sporcuların Ülkeleri	94
Şekil 14. Sponsorluk Miktarının Sponsorluk Alanlara Göre Dağılımı	101
Şekil 15. Federasyonlara Yapılan Sponsorluklar	101
Şekil 16. Türüne Göre Sponsorluk Miktarının Dağılımı	102
Şekil 17. BJK, GS, FB, TS' nin Net Dönemsel Kâr Oranları	104
Şekil 18. BJK, GS, FB, TS' nin Toplam Varlıkları	104
Şekil 19. 2005-06 Naklen Yayın Gelirlerinin Futbol 1. Liginde Dağılımı	104
Şekil 20. Türkiye Futbol ve Voleybol Federasyonları Karşılaştırmalı Gelirleri	106
Şekil 21. Türkiye Futbol ve Voleybol Federasyonları Aktif Varlıklar Toplamları Karşılaştırması	106

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 1. Dünyadan NBA Oyuncuları	32
Çizelge 2. Dünya Kupalarında FIFA' nın Televizyon Gelirleri	37
Çizelge 3. Afrika Ülkelerinde Spor Yapma Olanaklarının Yaşayanlara Oranı	38
Çizelge 4. İngiltere'de Hane Halkı Tarafından Sporla İlgili Yapılan Harcamaları	40
Çizelge 5. Spor Katılımı, Futbol Oynayan Nüfusun Yüzdeliği	40
Çizelge 6. Türkiye'de Federasyonlara Göre Sporcu Sayıları	41
Çizelge 7. İllere Göre GSGM' ye Ait Spor Tesisleri	42
Çizelge 8. Büyük Avrupa Kulüpleri Teknik Malzeme ve Forma Sponsorları	47
Çizelge 9. İngiltere Premier Lig Kulüp Forma Sponsorları	48
Çizelge 10. Futbol Ayakkabılarında Üreticiler	50
Çizelge 11. Avrupa Futbol Para Ligi Gelir Kaynakları ve Yüzdeler Oranları	52
Çizelge 12. Avrupa Futbol Kulüpleri Gelirleri	53
Çizelge 13. Avrupa'nın En Zengin 20 Kulübü	57
Çizelge 14. ABD Spor Kulüpleri Karşılaştırmalı Gelirleri	58
Çizelge 15. NBA Takım Değerleri	58
Çizelge 16. Avrupa'da 30 Kulübün Yerel Lig Maçlarında Seyirci Ortalamaları	63
Çizelge 17. Türkiye Futbol 1. Lig Takımlarının Stadyum Kapasiteleri	64
Çizelge 18. Dünya Kupası Finallerinde İzleyici Sayıları ve Maç Başına Oranları	65
Çizelge 19. İngiliz Futbolunda 2006 Ağustos'una Kadar En Pahalı Oyuncu Transferleri	66
Çizelge 20. ABD Liglerinde Oyunculara Ödenen Ortalama Ücretler	66
Çizelge 21. Yurt Dışında Oynayan Basketbol Oyuncuları	94
Çizelge 22. Yurt Dışında Oynayan Futbol Oyuncuları	95
Çizelge 23. Yurt Dışında Oynayan Voleybol Oyuncuları	95
Çizelge 24. Atletizmde Bireysel Sponsorluklar	95
Çizelge 25. Basketbol 1. Lig Kadın Takım-Kulüpler ve Sponsorlar	96
Çizelge 26. Basketbol 1. Lig Erkek Takım-Kulüpler ve Sponsorlar	96
Çizelge 27. Futbol 1. Lig Takımlar ve Sponsorlar	97
Çizelge 28. Voleybol 1. Lig Kadın Takım- Kulüpler ve Sponsorlar	98
Çizelge 29. Voleybol 1. Lig Erkek Takım- Kulüpler ve Sponsorlar	99
Çizelge 30. Federasyonların Sponsorları	99
Çizelge 31. Firmalara Göre Sponsorluklar	100
Çizelge 32. BJK Futbol Yatırımları Sanayi ve Ticaret A.Ş. Gelir Ögeleri	102
Çizelge 33. FB Sportif Hizmetler Sanayi ve Ticaret A.Ş. Gelir Ögeleri	103

Çizelge 34. GS Sportif Sınai ve Ticari Yatırımlar A.Ş. Gelir Öğeleri	103
Çizelge 35. TS Sportif Yatırım ve Ticaret A.Ş. Gelir Öğeleri	103
Çizelge 36. Türkiye Futbol Federasyonu Gelirleri	105
Çizelge 37. Türkiye Voleybol Federasyonu Gelirleri	105

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

- AB: Avrupa Birliği
AŞ: Anonim Şirket
ABD: Amerika Birleşik Devletleri
BJK: Beşiktaş
BM: Birleşmiş Milletler
BSkyB: British Sky Broadcasting (Özel Tv kanalı)
DB: Dünya Bankası
DİE: Devlet İstatistik Enstitüsü
DTÖ: Dünya Ticaret Örgütü
FB: Fenerbahçe
FIBA: Uluslararası Basketbol Federasyonu
FIFA: Uluslararası Futbol Federasyonu
FIVB: Uluslararası Voleybol Federasyonu
GS: Galatasaray
GSGM: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü
IMF: Uluslararası Para Fonu
İMKB: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
MLB: Amerikan Ulusal Beysbol Ligi
NBA: Amerikan Ulusal Basketbol Ligi
NFL: Amerikan Ulusal Futbol Ligi
NHL: Amerikan Ulusal Hokey Ligi
NZRFU: Yeni Zelanda Ragbi Futbol Birliği
SSCB: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TFF: Türkiye Futbol Federasyonu
TS: Trabzonspor
Tv: Televizyon
TVF: Türkiye Voleybol Federasyonu
UAAF: Uluslararası Amatör Atletizm Federasyonu
UEFA: Avrupa Futbol Birliği
UOK: Uluslararası Olimpiyat Komitesi

ÖZET

Araştırmanın genel amacı küreselleşmenin spora, ekonomik, siyasal, kültürel etkilerinin olup olmadığını tespit etmek, etkileri sınıflandırarak sistematik hale getirmek, etkilerin açıklanması, sonuçların değerlendirilmesi ile küreselleşme kavramının sporda edindiği yerin anlaşılmasını sağlamaktır.

“Küreselleşmenin spora etkileri” başlıklı çalışmamız, Amerika’dan Birleşik Krallığa, Afrika’dan Türkiye’ye uzanan bir coğrafyayı kapsamaktadır. Araştırmamızda yöntem olarak küreselleşme kavramının sporda edindiği yerin anlaşılmasını sağlamak amacıyla analitik çözümlenmeler yapılmıştır.

Küreselleşmeyle birlikte 1980 öncesinde spor kulüpleri bütçesinde olmayan gelir öğeleri belirlemektedir. Spor; medya ve sponsor firmalar arasında bir yerde ekonomik, siyasal, kültürel alanlarda payına düşeni almaktadır. Spor emek göçü artmaktadır.

Araştırmamız sonucunda küreselleşmenin spora etkilerinin olduğu; küreselleşmeden örneklem grubumuzdaki spor branşlarının farklı oranlarda etkilendiği ve küreselleşmenin gerçekte kapitalizmin kendisi olduğu görülmektedir.

Küreselleşmenin spor sloganlarından biri “Sosyal devlet dışarı, sponsor firma içeri” biçimindedir.

Anahtar kelimeler: Küreselleşme, spor, spor emek göçü, sponsor.

ABSTRACT

The general purpose of this research is to find out whether globalization has economical, political, cultural influences on sport, and, if it has, to systematize these influences by classifying and explicating them. The evaluation of the results shall secure the understanding of the place which the concept of globalization occupies in sport activities.

Our study entitled “The Influences of Globalization on Sport” covers a geography ranging from the United States to the United Kingdom, and from African countries to Turkey. The method used is analytical, thus securing an understanding of the concept of globalization in sport.

As a result of globalization, new factors of financial income of sport clubs have become apparent, which did not exist in their budgets before the 1980s. Sport, taking a place somewhere in between the information media and sponsor firms, receives its due share from within the economical, political and cultural spheres. Sport labor migration has been increasing.

This study has the conclusion that globalization has influences on sport, that the sport branches in our sample groups are influenced at various ratios, and that globalization is in fact capitalism itself.

One of the sport slogans of globalization runs: “The social state out, the sponsor firm in.”

Keywords: Globalization, sport(s), sport labor migration, sponsor.

1. GİRİŞ

Literatüre 1980’li yıllarla birlikte giren kavramlardan biri olan küreselleşme, entellektüel ve akademik çevrelerde tartışmalara yol açmıştır.

Günümüzde ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda belirleyici bir öge olan küreselleşme, çoğunlukla içeriğine dair derin araştırmalar yapılmadan kullanılan popüler bir kavram olarak hayatımızda kendine yer bulmuştur.

Bir yanda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişim, sürdürülebilir ekonomik kalkınma, yapısal uyum politikaları, bütçeleri dengeleme, istikrarı sağlama ve serbest piyasa ekonomisi, çok uluslu şirketler, küresel bölgesel oluşum ve anlaşmalar, diğer yanda yoksulluk ve işsizlik, bankaların iflasları, ekonomik krizler, özelleştirmeler, devletin küçülmesi, kalite yönetimi ve tüm bu söylemleri içinde barındıran küreselleşme.

Tüm yeni akımlar gibi küreselleşmede, karşıtlarını ve yandaşlarını beraber yaratmıştır. Küreselleşmenin olumlu bir süreç olduğunu savunanlara göre: “ Küreselleşme çağdaşlaşma ve gelişme demektir. Önüne geçilemeyecek ve üstelik geçilmemesi gereken, dahası desteklenmesi gereken bir süreçtir. Bu fikirde olanlara göre küreselleşmenin herkese yararı vardır. Ekonomik bakımdan küreselleşme dünya kaynaklarının en akılcı ve verimli biçimde kullanılmasına olanak vererek gelişmeyi hızlandırmaktadır. Siyasal bakımdan küreselleşme demokrasi getirmektedir. Uluslararası düzen bakımından dünyaya batı düzeninin egemen olması, tarihin ve ideolojik kavğaların sona ermesi demektir ”.(1) Küreselleşmeyi ekonomik gelişme olarak ele alan görüşler de bulunmaktadır. “ Küreselleşme, ülkeler arasında mal, hizmet, uluslararası sermaye akımları ile teknolojik gelişimin hızlı bir şekilde artmasını ve serbestleşmesini, bunların sonucunda ortaya çıkan ekonomik gelişmeyi ifade eder. Birbirleriyle mal işlemleri çeşitliliği, değer artışları, hizmetler, uluslararası sermaye akımları, teknolojinin çok hızlı ve yaygın bir şekilde yükselmesi ve bu sayılanların ülkeler arasında giderek serbestleşmesi sayesinde ekonomik gelişmeyi ifade eder ”. (2) Küreselleşme karşıtı tezlere göre ise; küreselleşme emperyalizmin 21. yüzyıl başındaki adıdır. Ekonomik, siyasal, kültürel ve uluslararası düzen bakımından olumsuzluklar içermektedir.

Küreselleşme kavramının yandaşlarını ve karşıtlarını yaratması bir yanılgı olarak düşünülmektedir. Bu yanılgının nedeni “Kavramın somut gerçekleri gizleyici, ideolojik niteliğinden doğuyor. Eğer bu kavram yerine üç yüz yıllık geçmişi, sınıfsal dayanakları ve sömürü

mekanizmaları bağlamında kapitalist üretim biçimi kavramından hareket edersek kuşkusuz çağımızı çok daha iyi anlayabiliriz ”. (3)

Dünyada ve ülkemizde küreselleşme literatürü oldukça zengindir. Bu konuda yazılmış sayısız makale, kitap, gazete yazısı, sempozyum ve araştırmalar bulunmaktadır. 1990 ve 2004 yıllarını kapsayan konu ile ilgili yerli ve yabancı araştırmacıların çalışmalarını kolaylaştırmak amacıyla Türkçe yayımlanan, makale, kitap ve bildirilerin dikkate alındığı “Türkiye Küreselleşme Literatürü” (4) hazırlanmıştır. İktisattan edebiyata, sosyolojiden sanata kadar geniş bir alanda küreselleşme üzerine çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalar küreselleşme etkilerinin ne kadar geniş bir çerçevede olduğunu da gösterir niteliktedir.

Ülkemizde spor bilimleri alanında küreselleşmeyle ilgili henüz kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamış olmakla birlikte küreselleşmenin spora olan etkileriyle ilişkilendirebileceğimiz çalışmalar, sayıca az da olsa bulunmaktadır. Türkiye’de futbolun ekonomisi, spor pazarlamasında sponsorluk, sportif şirketlerin halka arzı, futbol ekonomisinde naklen yayın gelirlerinin bölüşümü konularında hazırlanmış doktora ve yüksek lisans tezleri bulunmaktadır.

Küreselleşme ve spor ilişkisi üzerine bütünlüklü bir çalışma mevcut olmamasına rağmen, ülkemizde son yıllarda futbol başta olmak üzere basketbol ve atletizmdeki transferler, tesisleşme ve şirketleşme üzerinden bir küreselleşme söylemi beraberinde uygulamaların da olduğu görülebilir. Özellikle ülkemizde dört büyükler olarak anılan Beşiktaş, Galatasaray, Fenerbahçe, Trabzonspor kulüplerinin büyüyen şirket yapıları, borsada satışa sunulan hisseleri, dijital/şifreli Tv kanallarında spor organizasyonlarının naklen yayınları, artan taraftar kitlesinin “müşteri” ye dönüşmesi, medyanın spora yönelik özel ilgisi, spor ürünleri üretim ve tüketim ilişkilerinde dünyanın her yerine ulaşabilen ağların kurulması, ulusal ve uluslararası spor organizasyonları sayısında görülen artış spor alanında değişimler olduğunun göstergeleridir. Fitness, aerobik salonları ve halı sahalar açılmakta, futbol seyirci sayısını arttırma amaçlı olarak stadyumlardaki koşu pistleri kaldırılarak tribün yapılmakta, sponsorlar sporu reklâm değeri yüksek olduğu için giderek artan bir biçimde desteklemektedirler. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de bir futbol endüstrisinden söz edilmektedir. “ Küreselleşme ile birlikte futbol da yavaş yavaş spor olmaktan öteye doğru bir yol almaktadır ”. (5) Bir spor dalının spor olmaktan öteye giden görünümü, spor endüstriyel kompleksinin sporda değer yitiminin işaretleri olarak düşünülebilir.

Literatür tarama sürecinde sporun yanında sıklıkla karşımıza çıkan kavramlardan biri “Business/ iş” diğeri “MediaSport/ medyasporu” olmuştur.

Sporun bileşenleri, sporcu, antrenör, spor izleyicisi, spor basını tanımlamaları ve işlevleri de değişime uğramaktadır. Toplumsal gelişmelerin ya da dönüşümlerin olumlu ve olumsuz yanları olması sebebiyle küreselleşmeyi sadece olgusal özellikleriyle tanımlamak yeterli kalmayacaktır. Bilimsel bir çalışma olgulara nesnel yaklaşımı içermeli; her süreç etkilendiği ve etkilediği alanlarda sonuçlarıyla ele alınmalıdır: Çünkü, “Küreselleşme olgusunun, 20. yüzyılın ikinci yarısında başlayan, son çeyrek yüzyılda giderek hızlanan ekonomik, siyasi, kültürel ve sosyal cephelerde önemli değişikliklere yol açan sonuçları da olmuştur”. (6)

Küreselleşmeyle merkez ve çevre ülke tanımlamaları belirginleşmiştir. “Günümüzde iki yüz civarındaki devletin sadece yirmi beş kadarı Merkez’de yer alıyor, gerisi çok farklı gelişme düzeyinde de olsa Çevre’nin üyeleridir”. (7) Çevre ülkelerden merkez ülkelere yapılan beyin göçü araştırmalarla tespit edilmiştir. “Beyin göçü küreselleşme olgusunu, küreselleşmede beyin göçü olgusunu artırmaktadır”. (8) Spor da göç, dünya ölçeğinde ileri derecede sanayileşmiş “merkez” ülkelere “çevre” ülkelerden spor emek göçü olarak yansımaktadır. 1990’ lı yıllarla birlikte başladığı gözlenen spor emek göçü araştırmalarının henüz yüzeysel olduğu ifade edilmektedir. “ Spor emek göçü araştırması oldukça ilgi çekmektedir. Ancak spor emek göçü alanında yapılan araştırma ve gelişmeyi spor sosyolojisinin diğer alanlarında yapılan araştırmalarla karşılaştırsak, daha fazla çalışma yapılması gerektiği anlaşılabilir; hem kavramsal hem de pratik anlamda daha çok araştırma gerekir. Bugüne kadar yapılan çalışmalara yüzeysel hatta başlangıç bile denebilir” . (9) Türkiye dışında yapılan çalışmalarda spor emek göçünün küreselleşme süreciyle birlikte arttığı görülmektedir. Spor emek göçünde, merkez - çevre ülke farkı ekonomik, kültürel, sosyal alanlarda kendini göstermektedir. Andreff’e göre: “Kuzey Amerika ve Avrupa profesyonel sporlarında, yeteneklerden gelişmekte olan ülkeler yararlanıyor ve bu ülkeler büyük bir emek havuzu sağlıyorlar”. (10) Çalışmamızda ülkemizde yabancı/ göçmen sporcular tespit edilirken, aynı zamanda yurtdışına giden sporcular da belirlenmiştir.

İnter disiplinler bir alan olan sporda, değişik bilimlerin katkısıyla beraber yükselen performans başarısı üzerinde düşünmek gerekiyor. Mühendislikten, tıba, psikolojiden, pedagojiye kadar pek çok alanın birlikteliği sporu daha fazla mı cazibe merkezi haline getirdi? Yoksa, kapitalist ilişkilerde her etkinliğin ticarileştirmesi sporu

buna dahil mi etti? Tecimsel kayguların öne çıktığı her alanda etik sorgulanmalıdır. Bu nedenle küreselleşmeyle spor alanında spor ahlâkı üzerine tekrar düşünölmelidir.

Ölkemizde sporda küreselleşme söylem ve uygulamalarının artışı, ölkemiz dışında küreselleşme ve spor ilişkisinde literatür zenginliğı göz önüne alınarak, sporun küreselleşme verilerinin sistematikleştirilmesini de içeren, küreselleşmenin spora etkileri başlığı araştırılmaya değer bulunmuştur.

2. GENEL BİLGİ

2. 1. Küreselleşme Nedir?

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde, pek çok kavram düşün dünyasında kendine yer buldu. Yeni dünya düzeni, postmodernizm, yerelleşme, neoliberalizm ve küreselleşme. Tüm bu kavramlar moda gibidir. “Hep yeni ama hep aynı” .(11) Kızılcık, küreselleşme ile birlikte anılan diğer kavram ve anlayışların birbirleriyle örtüşüklerini hatta birbirlerinin aynısı olduklarını ifade etmektedir. “ Bu kavram ve anlayışlardan herhangi biri entellektüel alanda gözden düşünce, yani modası geçince hemen onun yerine başka bir kavram üretilmekte, çoğu kez de modası geçmiş olan kavram farklı bir adla yeniden karşımıza çıkartılmaktadır. Söz konusu anlayış ve söylemlerin tamamı kapitalizm ile bağlantılıdır ve ancak kapitalizm bağlamında açıklanabilirler ”. (12)

Her yeni sürecin beraberinde yeni kavramları da gündeme getirdiğini ve “küreselleşme” kavramının da bunlardan biri olduğunu belirten Akkaya’ya göre: “Üretim ve emek süreçlerinden çok sermaye ve finans hareketleri ile ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin dikkate alınarak yeni bir sürece girildiği dile getirilmektedir. Belirtilen faktörlerdeki gelişmelere bağlı olarak da kapitalizmin küreselleşmekte olduğu ifade edilmektedir. Oysa, yeni olan bir şey yoktur. Çünkü, kapitalizm doğası gereği dünya pazarlarına yayılmak, sürekli genişlemek, yeni kâr alanları bulmak zorundadır ”. (13)

Küreselleşme gösterdiği özelliklerin benzerliği nedeniyle emperyalizm olarak değerlendirilmektedir. Bu süreçte emperyalizmin yerini “nötr, öznesiz ve adeta kendiliğinden bir sürece gönderme yapan küreselleşme kavramı aldı” . (14) “ Şimdilerde küreselleşme denilen aslında emperyalist saldırıdan ve saldırının yoğunlaşmasından başka bir şey değil. Emperyalizm ise, kapitalizmde içerilmiş olan bir eğilim olarak kapitalizmin bir aşaması değil, bizzat sistemin doğasında içerilmiş, sistemde içkin bir eğilim. Başka kavramlarla ifade etmek gerekirse kapitalizm emperyalizmdir. Emperyalizm, kapitalist üretim tarzının ya da sermayenin genişletilmiş yeniden üretiminin bir gereği olarak tezahür ediyor. Bir edebi-i kelam yapılarak, emperyalizm kavramı yerine küreselleşme kavramı kullanılıyor. Kapitalizm kavramı yerine de piyasa ekonomisi veya pazar ekonomisi kavramının yeğlenmesi gibi”. (15)

Boratav, Patnaik’in emperyalizm tanımını “dünyayı belirleyen temel ekonomik ilişkilerin bütünü” olarak ele alarak hangi ekonomik ilişkiler ve nasıl bir dünya sorularının yanıtlarını aradığı makalesinde klasik ve neo- Marksist emperyalizm kuramcılarının gündemlerini tartışmaktadır. Günümüzde yaşanan değişimleri üç başlık altında toplamaktadır: Birincisi ulus üstü örgütlenmeler, kuruluşların Dünya Ticaret

Örgütü (DTÖ) Uluslararası Para Fonu (IMF) kapitalist dünya sisteminin tümünü kapsayacak üstyapılar biçiminde roller üstlenmesi, ikincisi üçüncü dünya ülkeleri üzerinde icra edilen ana hedefin ulusal ekonomileri devletsizleştirmek ve küreselleştirmek olması, beraberinde artık üçüncü dünya devletlerinin pek çoğunun ekonomik ve sosyal politikalar alanında tam anlamıyla hükümler sayılmamaları, üçüncüsü uluslararası faktör hareketleriyle ilgili olarak sermayenin uluslararası koşullarda serbestliği ve emeğin ulusal ekonomiler içinde sınırlı kalmasıdır. Bu durum ekonomik, politik, ve ideolojik sonuçlar meydana getirmiştir. Ekonomik anlamda işgücü piyasalarının esnekleşmesi Dünya Bankasının (DB) yapısal uyum programlarının ana ögesi haline gelmiştir. Politik sonuçlar olarak ulus devletin düzenleyici, üretici, harcamacı ve paylaştırıcı bir aktör olarak işlevlerinin tasviye edilmesidir. İdeolojik sonuçlar olarak milliyetçi akımlar görülmektedir. Bu süreçte “ Emperyalizm olgusu olduğu gibi süregelmektedir; ancak bir çözümleme aracı olarak emperyalizm kavramı ortadan kalkmakta ve yerini ‘küreselleşme’ kavramına bırakmaktadır”. (16) Tüm bunlara ek olarak dünya kapitalist sistemindeki yeni gelişmelerin ışığında emperyalizm çözümlemelerini de yenilemek gerektiğini ifade etmektedir.

Küreselleşme, yeni sömürgecilik olarak da değerlendirilmektedir. “Mallarıyla, teknolojileriyle, dinleriyle, kültürleriyle, sermayeleriyle gerçekleştirdikleri istilâyı, küreselleşme olarak pazarlıyorlar”. (17) Küreselleşmenin merkez ülkelerin çevre ülkeleri sömürme gündemli olduğu ifade edilerek, ekonomi yöntemleriyle geliştirilmiş yeni sömürgecilik yöntemi olduğu savunulmaktadır. “ Küreselleşme, tanım olarak yeni olmakla beraber, olgu olarak, çok farklı yöntemlerle kapitalizmin hemen tüm dönemlerinde görülmüş, emperyalist bir davranış türüdür. Sömürgecilikten, ticari emperyalizmle, oradan korumacı politikalar görüntüsüne bürünerek üretim merkezlerini ele geçirme çabaları ve finansal hareketlere dek, kapitalizmin her aşamasında merkezin çevreyi sömürmesi gündemde yerini korumuştur” . (18)

Küreselleşme ve emperyalizm tartışmasında “durum” ve “ilişkiye” dikkat çekilmektedir. “Küreselleşme kapitalizmi tanımlayan sermaye birikiminin ulaştığı bir aşamayı ifade ediyor. Yani küreselleşme bir ‘durumu’ tanımlarken, emperyalizm bir ilişkiyi tarif ediyor. Bu ilişkiyi, ilişkiye taraf olanların eşitsiz donanımlara sahip olması belirliyor. Küreselleşme kavramı veya gerçeği bu anlamda emperyalizmi içerir, yoksa ona karşı gelen ya da bu ilişkiyi ortadan kaldıran bir gerçeklik değildir”. (19)

Wallerstein, küreselleşme kavramından çok söz edilmesinin temel nedeninin neo liberal ideolojik bir amacı olduğunu ve kapitalizmin küresel olduğunu ifade etmektedir.

“ Küreselleşme yüzyıllardır sistemin en temel özelliklerinden biri olduğu halde, daha yeni keşfediliyor”. (20)

Küreselleşme kapitalist sistem ile ilişkili olarak da tanımlanmaktadır. Çünkü “ Küreselleşme 19. yüzyıl vahşi kapitalizminin yeniden evrensel ölçekte diriltilerek hayata geçirilmesinden başka bir şey değildir”. (21) Bu nedenle de küreselleşmeyi; “ ‘vahşi kapitalizmin restorasyonu’ olarak tanımlayan Bourdieu; ‘saf kapitalizmin ifadesidir’ diyen Touraine’da küreselleşmeyi kapitalizmle açıklamaktadırlar”. (22)

2.2. Kapitalizm ve Küreselleşme

Küreselleşmeyi kapitalizmin tarihsel gelişiminden ayrı kavramak mümkün görülmemektedir. Bu nedenle kapitalizmin tarihine bakılmalıdır. “15. yüzyılın sonlarıyla 16. yüzyılın başları, feodalizmin yükselişinin sonu ile çöküşünün başlangıcına işaret eder; bu dönemdedir ki, feodal üretim biçiminin çözülüşüne ve bağrında onun zıddı bir sosyal düzenin, yani kapitalizmin doğuşuna tanık oluyoruz”. (23)

Kapitalizm, feodal ilişkilerin çözülmeye başladığı bir ortamda doğmuştur. “ Amerika’nın keşfi, Afrika’nın gemiyle dolaşılması, yükselen burjuvaziye yeni bir alan yarattı. Doğu Hint ve Çin pazarı, Amerika’nın sömürgeleştirilmesi, sömürgelerle alışveriş, mübadele araçlarında ve genel olarak metadaki artış, ticarete, gemiciliğe, sanayiye görülmemiş bir yükselme getirdi ve böylece yıkılmakta olan feodal toplumun içindeki devrimci ögeye hızlı bir gelişme sağladı. Sanayide o zamana kadar ki feodal veya lonca yapılı işletme tarzı, yeni pazarlarla büyüyen talebi karşılamaz oldu. O yapıların yerini manüfaktür aldı. Sanayi orta kesimi, lonca ustalarını bir kenara itti; işin değişik korporasyonlar arasında bölünmesi, işin her bir atölyenin kendi içindeki bölünmesi önünde yitip gitti. Ama pazarlar sürekli büyüyor, talep sürekli yükseliyordu. Manüfaktürde yetmez oldu. İşte bu noktada buhar ve makineleşme, sanayi üretimine devrim getirdi. Manüfaktürün yerini modern sanayi alırken, sanayi orta kesiminin yerini de endüstri milyonerleri, tüm sanayi ordularının patronları, modern burjuvazi aldı”. (24)

Küreselleşme bir anlamda da dünya da yeni pazarlar bulma arayışıdır. Coğrafi keşifler bu anlamda küreselleşmenin ilk basamağı olarak da düşünülmektedir. “ Küreselleşmenin kendisi, beş yüzyıl önce Amerika’nın fethiyle başlayıp Aydınlanma Çağı’nın evrenselliğinde devam ettiği için pek yeni bir şey değil”. (25)

Kapitalizm dünya pazarını oluşturmak ve yayılmak zorundaydı. “Büyük sanayi, Amerika’nın keşfinin hazırladığı dünya pazarını oluşturdu. Dünya pazarı ise, ticarete, gemiciliğe, kara ulaşımına ölçüsüz bir gelişme sağladı. Bu da yine sanayiye geliştirici etki yaptı ve sanayinin, ticaretin, gemiciliğin, demiryollarının genişlemesi ölçüsünde burjuvazi de gelişti, sermayesini artırdı, ortaçağdan kalma tüm sınıfları geriye itti. İktidara geldiği her yerde burjuvazi, tüm feodal, ataerkil, kırsal ilişkileri darmadağın etmiştir”. (24)

İngiltere kapitalist uygulamaların ilk ortaya çıktığı ülkedir. Ancak 19. Yüzyılın son çeyreğinde; “dünyanın atölyesi” İngiltere’ nin gücü, Almanya ve Amerika Birleşik Devletleri’ nin yükselişiyle sınırlandı. “ Tanımı gereği, hegemon ülke, herkesten güçlü olan, var olan düzenden, statükodan yararlanan, dolayısıyla da onun korunmasını, sürdürülmesini çıkarlarına uygun olduğu için hedef edinen ülke demektir”. (26) Kapitalizmin tarihi “hegemonik gücü”n korunamadığını göstermektedir. “Kapitalizmin beş yüzyıllık tarihi dört ana hegemonya dönemine – Ceneviz, Hollanda, İngiltere ve Amerika- sahne olmuştur. İlk iki hegemonya dönemi birlikte değerlendirildiğinde, bu 15. yüzyılda’ kural dışı kuşatılmış bölgelerinde’ yaşam alanı bulan kapitalizmin Avrupa siyasal sistemini parçalayıp, iktidar ve sermayenin birleşimiyle oluşan yoğunlaşmış teritoryal güç ilişkisine dönüşümünün tarihidir. Ulus devletlerin oluşumuyla şekillenen bu süreç İngiliz hegemonyasıyla yaygın bir ticaret ve pazar genişlemesinin ürettiği bir dünya sistemine, Amerikan hegemonyasıyla ise bir dünya üretim sistemine, yani dünya kapitalist toplumuna doğru bir evrim geçirmiştir” . (27)

Bugün yaşadığımız küreselleşme sürecinin kökenleri 1970’li yılların sonlarında başlayan neoliberalizmin yükselişiyle ilgili olduğu yaygın bir görüştür. Ancak bu süreçten önce de 19. yüzyılda iki küreselleşme evresi yaşandığı ifade edilmektedir. “Bu evrelerden birincisinin 18. yy. sanayi devriminin teknolojik gelişmelerini takiben, kabaca 1870- 1914 arasında dünya mal ve finans piyasalarında hükmünü sürdürdüğünü görmekteyiz”. (27)

İkinci Dünya Savaşını izleyen yılların küreselleşme olarak değerlendirilmesini engelleyen iki temel unsur bulunduğu ifade edilmekte. “Bunlardan birincisi İkinci Dünya savaşını izleyen yıllarda siyasal anlamda bağımsızlıklarına kavuşan az gelişmiş ülkelerin, serbest piyasa ağırlıklı politikalar aracılığıyla dış dünyayla birleşmek yerine devlet önderliğinde içe dönük sanayileşme politikaları uygulamayı yeğlemiş olmaları ve sanayileşmiş kapitalist ülkelerinde Soğuk Savaş’ın etkili olduğu bu dönemde gelişmeye göz yummuş olmalarıdır. Bu bağlamda ikinci temel unsur, bu ülkelerin birçoğunun doğrudan yabancı sermaye konusuna dikkatli ve hatta kuşkulu bir biçimde yaklaşımları, dış yatırımlardan medet umarak devletin devlete borçlanmayı ön planda tutmaları ve uluslararası finans piyasalarının büyük ölçüde dışında kalmalarıdır” . (28)

Dünya kapitalizminin 1970’lerden itibaren içinde bulunduğu küreselleşme sürecine yön veren dinamikleri dört ana başlık altında toplanmaktadır: Birincisi, kapitalizmin altın çağı boyunca süren yüksek birikim temposunun yarattığı aşırı üretime dayalı kriz; ikincisi söz konusu dönemin sermaye/emek çelişkisine damgasını vuran Fordist endüstriyel ilişkilerin beslediği kâr sıkışması; üçüncüsü uluslararası kapitalist rekabetin yoğunlaşması ve dördüncüsü finansal sistemi serbestleştirilmesi sonucu yükselen finansal sermaye ve spekülâtif birikim tercihlerinin sanayi yatırımlarının önüne geçmesi”. (29)

Kapitalizm yüzyılımızda krizden çıkışının çözümü olarak küreselleşmeyi sunmaktadır. “ Küreselleşme; bir bakıma kapitalizmin içine girdiği son krizin aşılması amacıyla ortaya çıkan, yeni bir çözüm yolu olarak ele alınabilir. Kapitalizm için esas olan sürekli üretmek, biriktirmek ve

kâr etmektir. Bu yapı her yıl bir önceki yıldan daha fazla miktarda üretmediği, ürettiklerini satmadığı ve kâr etmediği takdirde krize girer. Teknolojideki son gelişmelerin sanayileşmeye olan etkileri bu krizler sürecini daha da hızlandırmış ve derinleştirmiştir”. (6)

Birinci Dünya savaşının başlaması ve ardından Sovyetler Birliği liderliğinde kapitalizme alternatif bir ekonomik sistemin; sosyalizmin kurulması ile kesintiye uğrayan küreselleşme; 1987 yılında SSCB ’nin dağılması ve 1989’ da Berlin Duvarı’ nın yıkılmasıyla kapitalizmin bunalımının çıkış yolu olarak kendini sundu. Yeni bir dünya düzeninin müjdesi verilerek, “tarihin sonu” nun geldiği ve sınıfların ortadan kalktığı tespitleri yapıldı. Hatta G-8’i; dünya ekonomisine ilişkin kararları alan ülkeler oluşumunu (ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, Japonya, İtalya, Kanada ve Rusya) G-7 artı Rusya yapan neden, gelişmiş ekonomisinden ziyade artık siyasal bir “tehdit” oluşturmamasıydı. “ Sovyet Bloğunun çöküşü ile birlikte dünyada liberal ekonomik düzen, yani serbest piyasa ekonomisi giderek yaygınlaşmaktadır”. (30)

Yeni liberalizmde öne çıkan güç ABD olarak görülmektedir. “ Dünya sisteminin dinamiğini yöneten sermaye birikim süreci, daraltılmış bir dünya pazarında (yani sermaye ve işgücü dışındaki meta ile sınırlı) işleyen, küreselleşmiş bir değer yarasınca biçimlendirilir. Sermaye birikim süreci, böylece zorunlu olarak dünya ölçeğinde kutuplaşmayı; merkez- çevre karşıtlığını üretir. Yani, kutuplaşma kapitalizmin karakterinde vardır”. (31) Merkez ülkeler arasında yani eşitler arasında da öne çıkan ABD’dir. “Hem askeri hem teknolojik ekonomik gücü hem de dünya kurumlarındaki etkenliği en üst düzeyde olan ABD, bugün eşitler arasında birinci durumdadır”. (7) Küreselleşme sürecinde tepeye ABD’yi yerleştiren görüşler özetle şunu ifade etmektedirler: “ Nasıl ki ondokuzuncu yüzyıl bir Britanya yüzyılıysa, yirminci yüzyıl da bir Amerikan yüzyıldır: daha doğrusu modernlik Avrupa’ysa postmodernlik de Amerika’dır”. (32) Kissinger’ ın ifadesiyle “küreselleşme olarak adlandırılan şey gerçekte ABD’nin egemen rolünün bir diğer adıdır” . (33)

Küreselleşmenin, kapitalizmin yüzyılımızdaki adı olarak pek çok alanı etkilediği gözlenmektedir. Çünkü kapitalizm ekonomik olduğu kadar toplumsal, siyasal ve kültürel hayatı da içermektedir. “Toplumsal hayatın pek az yeri küreselleşme sürecinin erişiminden kaçabilir. Bu süreçler kültürden, ekonomiye, siyasete, hukuka, askeriye ve çevreye kadar tüm toplumsal alanlarda yansıtılır. Küreselleşme en iyi çok yüzlü veya farklılaştırılmış toplumsal bir fenomen olarak anlaşılabilir. Tekil durum olarak anlaşılabilir fakat bunun yerine toplumsal faaliyetlerin tüm anahtar alanlarında karşılıklı gelişen küresel bağımlılık örneğine göndermede bulunur. Öyleyse küreselleşme sonuçlarını ve dinamiklerini anlamak, bu alanların her birinde karşılıklı küresel bağımlılığın farklılaştırılmış örneklerinin bir miktar bilgisini talep eder”. (34)

Bu nedenle küreselleşmenin etkilediği alanları açıklamak süreci anlamak açısından önemli ve anlamlıdır.

2.3. Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri

Küreselleşme kavramının ekonomik içeriğinin öne çıkarak şekillendiği belirtilmektedir. “Küreselleşme öncelikle ekonomik içeriğe sahip bir kavram olarak görünmektedir. Öyle ki bizlerden bu kavramı çok anlamlılığına ve çok boyutluluğuna karşın bir terminoloji içine yerleştirmemiz istense, düşünmeksizin ekonomi disiplini seçebiliriz. Küreselleşmenin tüm diğer disiplin ve olgularla olan ilişkisi ya da siyaset, kültür ve toplum alanı ile ilgili boyutları ise onun ekonomik içeriğinin bu olgular üzerinde oynadığı role ilişkin olarak kendisinden söz açtırır”. (35)

Küreselleşme sürecinde öne çıkan iki kurum DTÖ ve IMF’ dir. Küreselleşmenin ekonomik etkileri ile ilgili olarak DTÖ eski dönem Başkanı Renato Ruggiero’ nun 1996 yılındaki sözleri genel bir özet sayılabilmektedir. “Sistemin doğasını değiştirdik. Bağımlaşmış ve bölünmez bir ticaret mimarisi yarattık. Artık ayrık ulusal ekonomiler arasındaki etkileşimin kurallarını koymuyoruz, tek bir küresel ekonominin anayasasını yazıyoruz”. (36)

Uluslararası Para Fonu programlarını uygulayan ülkeler arasında yapılan araştırmalar, söz konusu ülkelerin ekonomik krizler yaşadığını göstermektedir. “ Bryan Johnson ve Brett Schaefer tarafından yapılan bir araştırmada IMF politikalarını uygulayan 89 az gelişmiş ülkenin 1965’den 1995’e kadarki ekonomik büyümesi incelenmiştir. Bu ülkelerden 48’i borç aldığı yıla göre kişi başına düşen zenginlik açısından bir ilerleme kaydetmemiş, 48 ülkeden 32’si daha da fakirleşmiş, bu ülkelerden 14’ünün ekonomisi borç aldığı yıla oranla en az %15 küçülmüştür”. (37) Bir başka örnek “ 1982’de milli gelir Sahranın güneyindeki Afrika ülkelerinde %1, Latin Amerika ve Karayip’ lerde %3. 5 oranında düşmüştür. 1983’te bu düşüş sırasıyla %3. 5 ve % 4. 6 olmuştur” . (38) Bütün iyi niyetli ve olumlu yaklaşımlara rağmen, zengin ve yoksul ülkeler arasındaki uçurum büyümekte, ekonomik ve sosyal eşitsizliklerin sürmekte olduğu görülmektedir. IMF’nin son yıllarda yayımladığı rapora göre: “Dünyanın toplam gayri safi hasılasının 2003 yılında 35.6 trilyon dolar; 2004 yılında 37.3 trilyon dolar olacağı tahmin ediliyor. 29 gelişmiş ekonomi (Almanya, Fransa, İtalya ve diğer 12 Avro ekonomisi, ABD, Japonya, İngiltere, Kanada) bu hasılanın %56’sını oluşturuyor. Buna karşılık bu grubun toplam nüfusunun, dünya nüfusu içindeki payı %15.4. 125 Gelişme yolundaki ülke dünya gayri safi hasılasının %38.1’ini elinde bulunduruyor. Bunun içindeki en düşük pay Afrika’ya ait. Bu kıtada 51 ülkenin sahip olduğu pay %3.2. Buna karşılık Afrika’nın dünya nüfusu içindeki payı, %12.5. Asya’daki 25 ülke ise, %22.9 pay sahibi. Türkiye’nin de içinde bulunduğu grupta 16 ülke var ve dünya hasılasındaki payları %4. Söz konusu grubun dünya nüfusu içindeki payı ise %5”. (39)

Küreselleşme süreci ülkeler arası ekonomik farklılıkları arttırmaktadır. “1985 yılında en zengin ülkedeki fert başına gelir en yoksul ülkedeki fert başına gelirin 88 katıydı. 1995 yılında ise bu fark tam 288 kata ulaştı”. (40) Küreselleşme sürecinin hızlanmasında etkili olan neoliberal iktisat politikalarının uygulanması ile dünya ölçeğinde eşitsizlikler giderek artmaya başladı. “Kapitalist dünya ekonomisinin şu ana kadar olan beş yüzyıllık geçmişinde, tavan ile taban, merkez ve çevre arasındaki mesafe hiçbir zaman azalmadı; aksine daha da büyüdü”. (41) 1999 İnsan Kalkınması Raporu’na göre “Dünya nüfusunun en zengin % 20’sinin yaşadığı gelişmiş ülkeler dünya GSMH’sının %86’sını, ihracat pazarlarının % 82’sini, tüm yabancı yatırımların % 68’ini, tüm telefon hatlarının % 74’ünü ellerinde bulundururken, tüm bu alanlarda en yoksul % 20’nin payı hiçbir zaman % 1.5’i geçmemektedir. Dünyanın en zengin 200 insanının toplam serveti 1999’ da 1 trilyon dolara ulaşmış ve bu rakam en fakir 43 ülkede yaşayan 582 milyon insanın ancak toplam 146 milyar dolar olan servetinden neredeyse 5 misli fazla”. (42)

Küreselleşme sürecinde çok uluslu işletmeler dikkat çekmektedir. Bu işletmeler üretimlerinin giderek artan bir bölümünü taşeron kuruluşlara ve genellikle emek iş gücünün çok ucuz ve düşük olduğu ülkelerde yapmaktadırlar. “Neoliberal politikalar yoluyla mal, sermaye ve teknoloji akımları ve mali piyasalar alabildiğine serbestleşirken emeğin ülkeler arası akışkanlığına önemli sınırlar getirilmektedir. İşgücü piyasalarının esnekliği ön planda tutularak emeğin, sermayenin gücü karşısında uzun mücadeleler sonunda bugüne kadar sağlayabildiği sosyal güvenlik, asgari ücret, sendikalaşma, işsizlik sigortası, iş güvenliği gibi korunma araçlarının önemli ölçüde aşınmasına ve giderek etkisizleşmesine göz yumulmaktadır”. (43)

İşgücü piyasalarında esneklik ve esnek istihdam küreselleşme süreciyle yoğunlaşan uygulamalardır. “Eve iş verme, tele çalışma ya da ödünç istihdam uygulamaları Türkiye’de de giderek uygulama alanı bulan esnek istihdam yöntemleridir. Ülkemizde zaten uygulamada mevsimlik işçilik, istisna akdi, taşeronlaştırma uygulamalarına yaygın olarak rastlanmaktadır”. (44)

Esnek üretimin çalışan açısından olumsuz sonuçları bulunmaktadır. Çalışanlar kayıt altına alınamamaktadır. “Bu yeni üretim tarzının bir çok ülkede yapısal uyum politikaları yoluyla yürürlüğe konması ile birleşmesi, işgücü piyasasının düzensizleştirilmesi (deregulation) sonucunu doğan programlar ve işlerin formel sektörden enformel sektöre kayması; işgücünün üretim faktörü olarak belirleyici olma özelliğini zayıflatmıştır ve daha da zayıflatacaktır. Bu durum yansımaları hem yasal hem de geleneksel iş güvencesinin zayıflamasında sözleşmeli işçiliğe geçilmesinde, giderlerde kısıntı yapılmasında ve ücretlerin düşürülmesinde bulunmaktadır”. (45) Avrupa Komisyonunun Türkiye 2006 İlerleme Raporuna göre; “Türkiye’de 2005 yılında genel istihdam oranı %43.4’ e düşmüştür, işsizlik oranı ise %10.3’ de kalmıştır. Kayıt dışı istihdamın boyutları endişe vermeye devam etmektedir.

Kayıt dışı istihdam genel istihdamın %50.1' ini, tarım sektöründeki istihdamın ise %88.2' sini teşkil etmektedir". (46)

Küreselleşme süreci ile çalışanların işgüvencesi zayıflamaktadır. Kayıtdışı sektörde üretim daha ucuzdur. İşgücü piyasalarında kuralsızlığın kural olmaya başlaması küreselleşmenin hem nedeni hem sonucu olarak görülmektedir. Ekonomik alanda ise küreselleşme eşitsiz büyümeyi içermektedir. Küreselleşme süreci yoksul insan sayısının en yüksek düzeye ulaştığı bir dönemdir ve bu yüzden "Küreselleşmenin öteki yüzü yoksulluktur". (43)

Neoliberal politikaların kalkınma açısından çelişkili sonuçlara ulaşıldığı ifade edilmektedir. " Neoliberal iktisat politikaları küreselleşme sürecini besleyen- temel unsur olarak belirlenmekte ve bu sürecin kalkınma açısından fırsatlardan çok engeller oluşturduğu ve kalkınma amacıyla kimi temel açılardan çeliştiği sonucuna varılmaktadır". (28)

Bugün rakamlar küreselleşme iyimserliğinin başlangıcının aksi yönde gelişmeler olduğunu bize göstermektedir. "Dünyada 1.5 milyar insan temiz içme suyu bulamıyor, 1 milyar insan sağlık hizmetlerinden yoksun, 1.5 milyar insan günde 1 dolardan az ve 3 milyar insan 2 dolardan az gelikle 'geçiniyor' ". (47)

Gelişmiş ülke içinde sosyo- ekonomik farklılıkların da arttığı gözlenmektedir. " ABD reel ücretler son 20 yıldır artmıyor. Aileler hayat standartlarını koruyabilmek için 15 yıl öncesine göre bir kişi yerine iki kişi çalışmak zorundalar. Ek işler alıyorlar. İş güvenliği önceki dönemlere göre bozulmuş durumda. Batı Avrupa ülkelerinin ise son derece ciddi bir işsizlik sorunu var". (48)

Merih, "küreselleşme-globalization" olarak anlam kazandırılmaya çalışan olgunun kendiliğinden katılımı çağrıştırdığını ve bu nedenle yerine, dışardan bir katılım zorlayışını çağrıştıran "küreselleştirme-globasimilation" kavramını kullanmayı tercih etmektedir. "Çoğunluğun çıkarları ile ters düşen bütün süreçler gibi küreselleştirme de karizmatik görünümünün arkasında sırtan kusurları taşımaktadır. Bütün propagandalara karşılık, küresel ekonomideki gelişmeler savunulduğu ve beklenildiği gibi değildir, dramatik krizlerle sarsılmaktadır. Bu krizlerin küreselleştirmeye direnen değil katılan ülkelerde yaşandığı görülmektedir. Küreselleştirme reçeteleri, bunu benimseyen ülkelerdeki sosyal barışı bozmakta, bazı sosyal kesimlerin yıkımına neden olmakta, vadettiği refah ve huzuru getirememektedir". (49)

Mevcut küreselleşme gidişinin değişeceğinden hâlâ emin olabilen düşünceler azınlıkta olsalar da vardır. DB baş ekonomisti olarak çalışmış ekonomist Stiglits; " Küreselleşmenin doğru bir şekilde yönetildiğinde muhteşem bir potansiyele sahip olduğu görüşünün arkasında olmasına rağmen " (50) henüz bunun gerçekleşmediğini de kabul etmek zorunda olduğunu belirtmektedir.

2. 4. Küreselleşmenin Siyasal Etkileri

Kapitalizmin yeniden yapılanma sürecinde; küreselleşme ile birlikte demokrasi, insan hakları, özgürlük gibi temel değerlere önem atfedilmektedir. Neoliberalizmin siyasal ideolojisi daha demokratik, çoğulcu ve katılımcı bir demokrasi iddiası taşımaktadır. Bu iddia gerçeklere yansımakta mıdır?

Küreselleşmenin “demokrasi” kavramına tutunarak adeta refah ve mutluluk için “liberal demokrasi ve piyasa ekonomisi”yle demokratikleşmeyi öne sürdüğü ifade edilmektedir. “Önceki dönemlerin uygarlaşma, ilerleme, modernleşme, kalkınma söylemlerine küreselleşme ile demokratikleştirme eklendi. Emperyalist yağmayı meşrulaştırmak için, bu sefer de demokrasi kavramı piyasaya sürülüyor”. (51)

Demokrasiye dair kavramların da çeşitlendiği bir süreç olarak küreselleşmeye bakınca çok sayıda küresel oluşumları görüyoruz. Elbette önceki dönemlerde de bir çok ulus devlet üstü oluşum bulunmaktaydı ve aldıkları kararlar ulusal toplumları bağlamaktaydı. Ancak “Küreselleşme ulusal sınırlar dışında verilen kararların ciddi bir nicelikte artması demektir. Bu gelişme karşısında rıza, temsili mekanizmasının işlerliği, çoğunluğun iktidar olup karar verme yetkisine sahip olması türünden demokrasi kuramının olmazsa olmaz koşul sayılan öğeleri tartışmalı duruma düşmektedir. Küreselleşmenin, temsili demokrasi kuram ve uygulaması açısından ciddi bir meydan okumayı gündeme getirdiği kolaylıkla ileri sürülebilir. Günümüzde postmodern kritiklerden de esinlenerek yeni bir demokrasi, anlayış ve uygulaması kuramsal söylemler de çeşitlenmiştir: Temsili, liberal demokrasi yerine radikal demokrasi”. (52) Seksenli yıllarla birlikte küresel oluşumlar ve küresel anlaşmaların arttığı gözlenmekle beraber o kadar yoğunluk taşımaktadırlar ki adeta “ kavramsal ve kurumsal kuşatma altındalık ” (53)durumu söz konusudur.

Küresel, bölgesel oluşum ve anlaşmalar şunlardır: “Küresel Oluşumlar: DTÖ, IMF, DB, BM, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı (OECD), Uluslararası Ticaret Odası (ICC), Dünya Ekonomik Forumu (WEF), Kuzey Atlantik (NATO). Bölgesel Oluşumlar: Avrupa Birliği (AB), Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA), Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği (APEC), Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği (ASEAN), Afrika Birliği (COTONOU, MERCOSUR), Balkan İstikrar Paketi (EUROMED). Küresel Anlaşmalar: Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS), Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT), Tarım Anlaşması (AoA), Fikri Mülkiyet Patent ve Telif Hakları Anlaşması (TRIPS), Teknik Engeller Anlaşması (TRIMS). Bölgesel Anlaşmalar: Trans Atlantik Serbest Ticaret Anlaşması (TAFTA), Trans Atlantik Ekonomik Ortaklık (TEP), Altantik Ötesi Sermaye Diyoloğu (TABD), Amerikalararası Serbest Ticaret Anlaşması (FTAA), Karadeniz Ekonomik İşbirliği (KİEB)”. (54)

Küreselleşmenin belirgin özelliklerden biri de çok uluslu şirketlerin sayısının artışıdır. “1970’de 7 bin kadar olan çok uluslu şirketler 1990’da 37 bini aşarak, dünya çapında 208

binden fazla şubeye ulaştılar” .(55) Küreselleşme sürecinde dünya ekonomisinin en önemli öğelerinden olan uluslararası sermayenin, dünya pazarına açılmasında engel teşkil eden tüm sınırları aşarak serbestleşmesi durumu söz konusudur. Türkiye için bu sürecin farklı olduğu belirtilmekte: “Dünya pazarının küreselliği ‘Batı kapitalizminin, iki lideri olan Avrupa ve ABD için geçerlidir. Türkiye için geçerli değildir”. (56) Çok uluslu şirketler birleşmeler yoluyla ulusötesi nitelik kazanarak tüm dünyayı etkileyen ekonomik güce ulaşmışlardır. “Karşımızda artık küresel piyasa ve bu piyasayı elinde tutan küresel şirketler vardır”. (57) Çok uluslu şirketler küreselleşme sürecinde aktif rol oynamaktadırlar. “ Çok uluslu işletmeler açısından son derece önemli olan bilgi, mal/ hizmet ve sermaye transferini daha kolay bir hale getirmektedir. Böylece çokuluslu işletmelerin kaynak bulma, sermaye transferleri ve daha da önemlisi yabancı ülkelerden elde ettikleri kârlarını kendi ülkeleri ile kolayca transfer edebilme olanağı bulunmaktadır. Bu açıdan küreselleşme süreci ile çokuluslu işletmeler küresel pazarda daha da güçlü bir konuma getirmektedir”. (58) “Birleşmiş Milletler son verilerine göre dünyanın en büyük 200 çokuluslu şirketinin toplam kaynakları 7.1 trilyon ABD doları tutarındadır. Dünyadaki ekonomik faaliyetlerin yaklaşık dörtte biri dolayındaki bu rakam BM üyesi 189 ülkeden 182’sinin toplam ekonomik büyüklüklerinden daha fazladır” . (35)

Ulus içinde şirket birleşmeleri ve ulusötesi şirket birleşmeleri küreselleşme sürecinde yoğunlaşmıştır. Ulusötesi şirketler siyasal açıdan önemli tüm pazarların istikrarına yönelmişlerdir. Bu şirketler kısmi pazarlarının devletçe desteklenmesini sağlamak, subvansiyonlar talep etmek ve karar alıcılarına ulaşmak üzere özel kanallarını oluşturmak için geldikleri ülkeden de yararlanmayı sürdürmektedirler. “ Otomobil sanayi ulusötesi şirket birleşmelerine iyi bir örnek oluşturuyor: 5 küresel oyuncu daha önce bağımsız olan 20 büyük şirkete egemen. General Motor İmparatorluğu Fiat, Subaru, Isuzu,Saab, Daewoo ve Suziki’yi bünyesine kattı; Jaguar, Aston Martin, Land Rower, Mazda ve Volvo, Ford’un denetiminde; Volkswagen Audi, Bentley, Birgatti, Lamborghini, Seat ve Skoda’yı satın aldı; Daimler Benz, Chrysler’le birleşti; Renault ise Nissan ve Toyota’da çoğunluğu ve kısa süre önce Daihatsu’yu aldı. Sadece Honda, BMW ve Hyundai kayda değer bağımsız şirketler olarak sayılıyor”. (59)

Çok uluslu şirketlerin etkileri artarken ulus devletin işlevlerinde de bazı değişiklikler yaşanmaktadır. Bu konuda farklı düşünceler mevcuttur. Bunlardan birincisi devletin erkini bir çok aktörle paylaştığı yönündedir. “ Devlet yetki kullanmada, düzenleme yapmada, denetim işlevini yerine getirmede giderek artan ölçüde bağımsızlığını yitirmekte yerel, ulusal, uluslararası ve küresel ölçekte varlığını sürdüren çok sayıda aktörle iktidarını paylaşma konumuna düşmektedir”. (60) Çok uluslu şirket gücünün ülke yönetimlerindeki belirleyiciliğinin demokratik olmadığı ifade edilirken konuya da bir örnek verilmektedir. “Uluslararası

finansın olağanüstü gücü, özellikle medyayı kullanarak büyük ve demokratik ülkelerdeki seçim sonuçlarını da etkileyebilmektedir. Finansal gücün müdahale etmeyi uygun gördüğü seçim sonuçlarını gerçek demokratik irade olarak yorumlamak oldukça güçtür. İngiltere seçimleri üzerindeki Murdoch etkisi yaygın olarak bilinen bir örnektir”. (49)

Bir başka görüşe göre devlet gücünü paylaşmaktadır. “ Güç artık yalnızca devlette değil, bireyde, örgütlerde, sanayicide, medyada, şirketlerde ve daha birçok kurumda da bulunan alternatif bir potansiyele de işaret etmektedir. Bu öyle bir potansiyeldir ki, hem ulusal düzeyde hem de uluslararası alanda tüm sistemin yapısını temelinden sarsabilecek değişimler yaratmıştır”. (61)

Bir diğer görüş ise ulus devletin küreselleşme sürecinde gücünü yitirmekten ziyade başka bir içerik kazandığına işaret etmektedir: “ Ulus Devletler hem içeriden hem dışarıdan fakat hep aynı kaynaktan (kapital) gelen baskıların artması sonucunda, önce kapalı ekonomik sistemlerden vazgeç(iril)miş şimdilerde de ‘Ulus olma’, ‘Egemen olma’ gibi -aslında burjuva kültüründe bir Devleti Devlet yapan- temel özelliklerden arın(dırıl)maktadır. Gerçekte ise Köleci, Feodal ve Burjuva Devletler var olalıberi egemenlik; yalnızca azınlık iktidarının, çoğunluğu oluşturan kitleler üzerinde kurduğu hegemonyayı temsil etmiştir. Bugün vazgeçilen ise bu hegemonik sömürü mekanizması değildir. Aslında bu bağlamda, egemenliğin bittiğinden değil de kapsamının dünya çapında genişlediğinden söz etmek daha doğru olacaktır. Başka bir deyişle bugüne kadar yalnızca kendi coğrafyasındaki çoğunluk üzerinde hegemonya oluşturmuş olan tek tek ulusal burjuvaziler de (gelişmiş dünyanın sermaye grupları dışında kalanlar) dünya ticaret döngüsüne dahil edilmek suretiyle sömürü ve hegemonya alanlarını genişletme çabasına girmişlerdir küreselleşme sürecinde. Daveti çıkaran egemen dünya sermayesinin hedefi bu değildir, kuşkusuz. Hedef, kapitalist sermaye birikim sürecini hızlandırmak amacıyla koruma altına alınan ulusal sistemlere sorunsuz ve engelsiz bir şekilde girebilmektir”. (62) Hirst ve Thompson ise “ Günümüzde ulus - devlet, gücün dünya düzeyinden yerel düzeylere uzandığı karmaşık bir sistemde, bir güçler ve politik ajanlar sınıfıdır; ancak, toprak ve nüfusla ilişkilerinden ötürü bir merkeziyet taşıır”. (63)

Yeniden yapılanmadaki değişim bir siyasal iktidar formu olarak ulus - devletin demokrasi ile ilişkisine de yansımaktadır. “ Günümüzde ortaya çıkan bu yeni durumda, bir örgüt olarak ulus-devlet korunacak, fakat bu devletlerin görevi, olgunlaşan ve içinde ölü emek oranı yükselen sermayeye kaynak aktarımı sağlanırken ortaya çıkacak toplumsal rahatsızlıkları bastırmak olacaktır. Açık ki, merkez sermayenin konuşlandığı bugünkü ileri ekonomilerde sosyal haklar diğer yörelere göre daha ileri düzeyde olacaktır. Buna karşın, merkez sermayenin konuşlandığı alanlar dışında kalan yörelerde ise, merkez sermayenin sert ekonomi kuralları hakim olurken, toplumsal ve sosyal haklar gündem dışına itilecektir. Böyle bir gelişmenin doğal sonucu olarak, merkez ülkeler görece daha demokratik, çevresel ülkeler ise çok daha sert, despotik ve baskıcı yönetime yöneleceklerdir. Doğal olarak merkez sermaye çevreden aktaracağı payı olası en üst düzeyde tutabilmek amacı ile, çevresel konumlu ekonomilere merkezde geçerli olan görece demokratik hakları tanımayacaktır”. (18)

Gelişmekte olan çevre ülkelerde toplumsal ve sosyal hakların azaldığı gözlenmektedir. Özellikle 1990' lı yıllardan sonra çevre ülkelerde uygulanan uluslararası (küresel) antlaşmaların yürürlüğe konmasıyla "sosyal devlet" ve onun insanlar için "hak" olarak gördüğü eğitim, sağlık, sigorta, iş güvencesi gibi bir çok hak insanların elinden alınmaya başlandı. Sosyal devletin kaynak ve kapasiteleri azaltılırken devletin küçülmesi yönünde söylemler de artmaktadır. "Devletin bu süreçte küçülmesi ile ifade edilen sosyal devlet/ refah devleti bölümü ile ilgilidir. Ulus devletin yok olması diye bir şey söz konusu değildir sadece ulus- devlet küreselleşme döneminde çok uluslu şirketler dünyasına yanıt veremez duruma gelmiştir. Üçüncü dünyadaki kalkınmacı devletin ve kapitalist devletlerdeki sosyal devletin tasviye edilmesi anlamına gelmektedir". (15)

Küreselleşme sürecinde demokrasi uygulamalarında sıkıntılar olduğu belirtilmektedir. "Yeniden yapılanma süreci içinde devletin ekonomik işlevlerinin tasfiyesi ve küçülmesinin demokrasi olarak tanımlanan siyasal rejim modelinin işlerliği açısından ciddi darboğazlara yol açacağı söylenebilmektedir. Kolaylıkla gösterilebileceği üzere küreselleşme demokratik hesap sorulabilirliği adeta olanaksız hale getirmiştir ve bunun sonucu olarak yeni, küresel düzeyde bir demokratik düzenleme arayışı tartışmaları siyaset biliminin güncel ve temel ilgi alanı haline gelmiştir". (64)

2.5. Küreselleşmenin Kültürel Etkileri

Ekonomik alanda yaşanan değişimler toplumsal yaşamı da belirleyici ölçüde değiştirdi. Küreselleşme sürecinde de "Hemen her konuda olduğu gibi, ekonomi ve ekonomik gücü elinde bulunduran burada da belirleyici gücünü gösterecektir". (65) Ekonomisi güçlü devletlerin kültürel anlamda da dünyanın geri kalanını etkilemesi küreselleşmenin belirgin özelliklerinden biri olmaktadır.

Küreselleşmeyi Amerikanlaştırma olarak değerlendirilen araştırmacılardan Giddens; küreselleşmenin tarafsız bir biçimde gelişmediğine ve sonuçlarının pek de hayırlı olmadığına dikkat çekmektedir. "Avrupa'nın ve Kuzey Amerika'nın dışında yaşayan bir çok insanın gözünde, rahatsız edici derecede Batılılaştırma 'belki, şimdi tek süper güç, küresel düzende ekonomik, kültürel, askeri konumuyla sağladığı hakimiyetten dolayı ABD olduğu için, Amerikanlaştırma da diyebiliriz.' Küreselleşmenin en göze çarpan kültürel ifadelerinden bazıları (Coca-Cola, McDonald's, CNN) tamamen Amerikandır". (66) Günümüzde popüler kültüre damgasını vuranın Amerikan, Amerikan güdümlü üretim biçimi olduğu ifade edilmektedir. "Bu nedenle, popüler kültür sorunsalı aynı zamanda kültürel emperyalizm sorunsalı içinde yer alır". demektir. (67)

19. yüzyıl kapitalizmiyle birlikte ortaya çıkarılan kitle kültürü, seri üretimin sonuçlarından biridir. “Kitle kültürü içinde ticarî amaçların gerçekleşmesiyle ilgili olarak üretilen ve popülerleştirilen ve dinamik bir görünüm verilen popüler kültür yaratıldı. Popüler kültür geniş iş bölümü etrafında kurulan kapitalist mal üretimi, pazarlaması, dağıtımı ve tüketimi biçimlerine dayanan bir kültürdür”. (68)

Popüler kültür ürünlerinin üretim sürecinin tesadüfi olmadığı vurgulanmaktadır. “Popüler kültür ürünleri kültür endüstrileri tarafından üretilerek kitlelere sunulur ve halkın bunu tükettiği noktada yeniden üretim yoluyla üretilerek halka tekrar sunulurlar. Bu durumda popüler kültür ürünlerinin yüksek kültürden farklı olarak, bayağı bir biçim almasına ve folk kültürden farklı olarak da halkın kendi üretiminden çıkmasına neden olmuştur”. (69)

Kültür endüstrisi tanımı Frankfurt Okulu temsilcilerinden Adorno ve Horkheimer’a aittir. “Adorno kültürel bir tahakkümün söz konusu olduğunu ve bunun belirli yönde işlediğini kesinlikle savunuyordu. Bu nedenledir ki, Adorno ve Horkheimer popüler kültür ya da hatta kitle kültürü terimleri yerine ‘kültür endüstrisi’ terimini kullanmayı yeğlemişlerdir”. (70)

Kültür endüstrisi ‘müşteri’ leri tarafından yönlendirilmekten ziyade ‘müşteri’lerini yönlendirmektedir. “Kültür endüstrisinin yaptığı, müşterilerinin tepkilerine uyarlanmaktan çok, onları kalpazanca imal etmektir. Kendisi de onlardan biriymiş gibi davranarak biçimlendirir müşterilerinin tavırlarını. Bütün bu uyarlanma ideali bir ideolojidir aslında: İnsanlar, toplumsal iktidarsızlığın kamusal göstergesi olan abartılı bir eşitlikçilik tavrıyla iktidardan ne kadar pay almaya çalışır ve böylece eşitliği ne kadar çarpıtırlarsa başkalarına ve toplumsal bütüne uyarlanmaya da o kadar istekli davranırlar”. (71)

Kültür endüstrisinin yönlendirmesi iletişim araçlarıyla yapılmaktadır. Popüler kültür en fazla medyadan beslenmektedir. “1980’lerden beri uygulanan serbest piyasa ekonomisi Türkiye’de tüketim kültürünün yoğunlaşmasına ve çeşitlenmesine yol açtı. Çokuluslu şirketlerin piyasaya girmesiyle pek çok küresel ikonla karşılaştık ve marka ağırlıklı tüketimle tanıştık. Televizyon ve radyo yayınlarındaki devlet tekelinin kalkması ve ithalatın serbest bırakılmasıyla reklâmcılık sektörü hızla gelişti, reklâmlar Batılı tarzda tüketim kalıplarının en sesli ve görünen mesajlarına dönüştü”. (72)

Tüketim toplumunda “tüketim” gereksinimden kaynaklanan tüketimden farklı içerik ve biçimde “tüketim” olarak karşımıza çıkar. “Tüketim toplumunda, tüketim, ihtiyaçtan çok prestij farklılık, bir gruba ait olma, kimlik edinme, sınıf atlama gibi simgesel değerler adına yapılmaktadır. Reklâmlar, tüketiciye ürünü kullanarak ‘sınıf atlayacağı’, ‘yaşamının olumlu anlamda değişeceği’, ‘bir gruba ait olacağı’ ya da ‘farklı olacağı’ gibi iletiler sunmakta, ürünün kendisinin tanımı ise geri planda yer almakta ya da hiç yer almamaktadır. Özellikle 1980’li ve 90’lı yılların reklâmlarının ise, tüketiciye bir ‘yaşam tarzı’ sunduğu savunulmaktadır”. (73)

Tüketim toplumu olgusu küreselleşme ile yakından ilişkilidir. Küreselleşme süreciyle birlikte tüketim alışkanlıklarında yaşanan değişim olduğu kuşku götürmez bir

gerçektir. Küreselleşmeyle para bir değişim aracı olmaktan ziyade bir “amaç” haline getirildi. Müşteri mertebesine yükselemeyenlerin bir değeri olmadığı ifade edilmektedir. “Küresel kapitalizm çağında bir insanın değeri, onun satın alma gücüne eşit” (15) olmasından dolayı “insanın yüzünü çoktan unutmuş bir küreselleşme çağını yaşamakta” (35) yız.

Tüketime dayalı küresel kültürün oluşturulması, sanal mekan ve toplulukların yaratılması işlevinin medya tarafından üstlenildiği ifade edilmektedir. “ Bourdieu ‘yeni kültür araçları’ grubundan sözetmektedir. Bunlar simgesel malların ve hizmetlerin sağlanmasıyla uğraşır. Pazarlama, reklâm, halkla ilişkiler, radyo ve tv yapımcıları, sunucular, magazin muhabirleri, moda yazarları ve yardım meslekleridir. Bu grup entelektüellerin hayat tarzını aktif olarak destekler ve daha geniş bir izleyiciye aktarır. Spor, moda, popüler müzik ve popüler kültür gibi yeni alanları geçerli düşünsel analiz alanları olarak meşrulaştırmak konusunda entelektüellerle ortaklık kurar. Medya ile akademik düşünsel hayat arasında çalışırlar. Popüler düşünsel programların medyada aktarılmasını kolaylaştırırlar. Bu grup, yeni orta sınıf içinde entelektüel mallara entelektüel ve sanatsal hayat tarzı ve simgesel mallar ve tecrübeler için postmodernizme yayılmış duyarlılıklardan bazılarını edinmeye hazır olabilecek bir izleyici kitlesinin yaratılmasına yardımcı olur”. (74)

Medya küreselleşme ile birlikte egemen kültürün aktarımında bir araçtır. Çünkü küreselleşme sürecinde medya yönetimi el değiştirmiştir. “ 1980’ li yılların ortalarından itibaren Batı Avrupa’daki medya sistemlerinde, kamu hizmeti yayıncılık felsefesinin kalelerinin birer birer yıkıldığı, kamu çıkarı ve kamu yararı kavramlarının yerini serbest piyasa kavramının aldığı gözlenmektedir. Özellikle kamu hizmeti yayın tekellerinin kaldırılarak, sektörün özel yayın kurumlarının rekabetine açıldığı görülmektedir. Sonuçta iletişim politikalarının belirleyicileri kültürel olmaktan çıkıp, ekonomik nitelikli olmuşlardır. Graham Murdock günümüzde medyanın yarattığı ortak kültürün temelini tüketim ideolojisi olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte medyanın üzerinde siyasi ve ekonomik çevrelerden, iktidarlardan gelen bir baskı da mevcuttur”. (75) Bugün medyanın sahipleri aynı zamanda bir çok sektörde yatırımları olan sermaye sahipleridir.

Kültür endüstrisi ürünleri pazar için üretilirler. Bu pazarın yaratılma sürecinde medyada üzerine düşen görevleri yapar. “Adorno’ ya göre kültür endüstrisinin ürünleri metaya dönüşen sanat ürünleri değil; zaten en baştan, ‘pazar’da satılabilmek için imal edilmiş uydurma şeylerdi. Sanat ile reklâm arasındaki farklılık Adorno’ya göre, artık ortadan kalkmış gibiydi. Kültürel ürünler gerçek bir gereksinmenin karşılanmasından çok, değişim için - ‘pazar’ da paraya dönüşmesi için- imal edilmekteydi”. (70)

Popüler kültürün günümüzdeki ana ikonları ve ana temaları insanlar için vazgeçilmez gibi görünmekle beraber en temel özellikleri ‘ulaşılabilir’ olmalarıdır. Popüler kültür her “yeni” yi “eski” ten bir kültürdür. Popüler ikonların işlevlerinin bazı özelliklerinin eski çağlara göre - çok ucuz, çok yaygın, özgün gibi görünmesine rağmen

her yerde aynı özü taşımalarının - yeni olduğunu belirten Oskay'a göre, " Bu yüzden, en ünlü şampiyonlar, en çığgın müzik parçaları, en çekici giyim tarzları, en çarpıcı 'amulet'ler kısa bir sürede yeniliğini yitirmekte, yerlerine hemen başka ikonlar bulunmaktadır. Eskiyen ikonlar, üzerinde yoğun bir emek, bir beceri, bir kültür birikimi de bulunmadığı için hızla 'çöpe' atılmaktadır. Kendisini kullanan eğlence sanayinden çıkarıldığı anda, o zamana kadar ünlü bir yıldız olan kişiler bile güçsüzleşmekte ve kendi yaşamlarına bile biçim veremeyen olağan insanlara dönüşmektedirler". (76)

Çokuluslu şirketler aracılığıyla, popüler Amerikan kültürü kendi coğrafyasından çıkararak, dünyanın geri kalan ülkelerine yayılmaktadır. Bir anlamda hegemonik ideolojinin baskıcı yöntemlere başvurmadan ilerlemesi gerçekleşmektedir. "Bugünün egemenliği, iletişim araçları, halkla ilişkiler, reklâmıcılık, kamuoyu yoklamacılığı, kültürel sponsorluğu ve danışmanları ile uluslararası endüstriyel dev şirketlerin elindedir. Fakat hala bu kültürel etkinliklerin büyük kısmı Amerikan firmaları tarafından karşılanmaktadır. Küreselleşme ve küreselleşme ideolojisi Amerikan tarzı damgasını taşımaktadır". (77) Küreselleşme sürecinde, kültürel ifadeler tek merkezden akmaktadır. Bu nedenle 'kültürlerarası iletişim' adı verilemeyecek olan bir "popüler kültürlenme" süreci söz konusudur.

Tüm bu kültürel formların yanında küreselleşme sürecinde postmodernizmde kültürel yaşama etkileri olmaktadır. " Yeni dünya düzeni ideolojisi ile tutarlı bir bütünlük gösteren diğer bir akım da postmodernizm olarak nitelenebilmektedir". (64) Küreselleşmenin kültürel/sanatsal bölümünde karşımıza postmodernizm çıkmaktadır. " Postmodernizm; dünyanın dönüşümü çağrısı yapan pozitif ütopyaların tersine, negatif bir ütopyadır. En temelde, sistemin 'insanca' idaresi umuduyla -ütopik bir umut- bugünkü evresinde kapitalist ekonomi politiğin taleplerine taviz vermeyi ifade eder. Bu savunulamaz bir durumdur". (78)

Postmodernizmin bir küreselleşme ideolojisi olup olmadığı tartışmalarında Timur'un vurgusu önemlidir. " Son yılların bu moda kavramı üzerinde uzlaşılan tek şey, bu akımın arkasında büyük imzalar, klasikleşmiş eserler bulunan bir 'kuram' ya da 'felsefe' olmadığıdır". (79)

2. 6. Küreselleşme Sürecinde Spor

Spor sosyolojisinin ve felsefesinin son yıllardaki incelediği araştırma alanlarından biri sporun küreselleşme sürecine bağımlı değişimidir. " Modern spor sistemleri ülkeden ülkeye değişmektedir. Spor sosyologları sporun ulusal niteliğini incelemenin yanı sıra modern sporun küreselleşme süreçlerine nasıl sıkıca bağlı olduğunu da keşfetmelidirler. Küresel durumun bu keşfi Batı sosyolojisinde ve spor sosyolojisinde kesinlikle egemen bir konu olmaktadır". (80)

Spor organizasyonlarında görülen artışın küreselleşme ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Küreselleşmenin yeni özelliklerinin içerdikleri: "Uluslararası acentaların

sayısındaki artış; iletişimin küresel şekillerindeki gelişimlerin büyümesi; evrensel ödül ve yarışmaların sayısında artış; hakların standart kanıların gelişimi ve uluslararası olarak standartlaştırılmış vatandaşlık. 19. yy .da sporun yayılması bu işlemlerle açıkça gerçekleşti. Ulusal ve evrensel organizasyonların gelişmesi, uluslararası oyunların sayısının artması, batı spor formlarının dünya çapında kabul görmesi, olimpiyat oyunları, kadın ve erkek dünya kupaları gibi küresel oyunların yerleşmesi spor dünyasında küreselleşmenin yerleştiğinin kanıtıdır”. (81) Dünya Atletizm Şampiyonaları 1991’e kadar 4 yılda bir yapılırken bu tarihten sonra 2 yılda bir yapılmaya başlanması bu anlamda değerlendirilebilir.

Rowe, sporun özellikle olimpiyatlar ve futbol dünya kupası gibi devasa-medya spor olaylarının olağanüstü örneklerinin en kapsamlı bakımından küreselleşme projesi duruşuna yapısal olarak uygun olup olamayacağını tartışmaktadır. Sporun küresel bir olgu olarak, ulusal kültürel uygulamaları genişleterek ve yeniden biçimlendirerek küreselleşmenin toplanan gücünün ilk örneği olarak durmadan tanıtılmasına rağmen, kültürel küreselleşmeyi kabul etmeyen bir yapısı olduğunu ifade etmektedir. “Küreselleşme projesi, sporla kanıtlanan kültürel ulusalcılık çeşidini, büyük güçlkle, başlatmanın muhtemel olmadığı ideal bir sosyokültürel kurum için başka bir yer aramak zorunda kalacaktır”. (82) Mega spor olaylarında büyük rol oynayan sponsorların küreselleşmeye katkısını sorgulamaktadır. “Brezilya ve Almanya arasında oynanan 2002 Kore/Japonya Dünya Kupası finali Nike, Adidas, Yahoo, McDonalds, Budweiser, Philips ve Fuji film gibi küresel markaların ortak logolarına toplu olarak ışık tutulan, tahmini 1.5 milyar küresel seyirciye, sporun küreselleşmenin en dikkat çekici yolu olduğu açık olarak görünür. Tüm dünyanın aynı zamanda aynı şeyi izlediği sporla ilgili mega olaylar, özellikle geleceğin tamamen gelişmiş küresel bir kültürünün dramatik önszisi olarak görünmektedir. Olumsuz bakış açısıyla, sporun, Ivan Illich tarafından betimlendiği gibi okulunkine benzer bir işlevi üstlenen sosyal kurumun ideolojik ve örgütsel yayılımıyla bizim çürüyen kültürümüzün Dünya Kilisesi olmak için onu son derece uygun yaptığı ortaya çıkar”. (82)

Küreselleşmeyle uluslararası elit sporcu göçünün yarattığı ulus kimlik ve vatandaşlık kavramlarında ortaya çıkan tartışmalarda sporun iki yönlü önemine dikkat çekilmektedir. “ Spor ve sporun uluslararası emek göçü ulusları ve ulus kimliklerini hem baltalamada hem güçlendirmede önemli bir rol oynamıştır”. (83) Wong ve Trumper, küresel ünlü sporcular-Wayne Gretzky ve Ivan Zamorano örneğinden yola çıkarak- uluslararası kültürel ve kapitalist iş uygulamalarını somutlaştırdığı, aynı zamanda ulusal kimliklerin oluşumu için ulusal, kültürel benzerlikler olarak severek hizmet verdiği ifade etmektedirler.

Küreselleşme sürecinde Tv yayınları ve medyanın spora olan ilgisi, spor etkinliklerinin değişime uğramasında etkili görülmektedir. Çok uluslu medya şirketleri tarafından spor etkinliklerinin yayın hakları satın alınmaktadır. “ Sporun ticari

yörüngesindeki anahtar boyut medyaspor kültür kompleksinin gelişimidir. Medyasporu; spor medya üretim çıktılarını yaratan ve dağıtanlarla birlikte birleşmiş kültürel kapitalizminin indirgemesini açıklar. Spor ve medya; ideolojiler, yapılar ve kollektif kapitalizm işlemleri birbirlerinin ekonomik gereklerini tatmin ettiklerinden bunları bağlamak için ortaya çıkmıştır. Bu bütünleşme son yarım yüzyıl boyunca sporun sosyal ve ekonomik özerkliğini azaltmıştır. Dahası medya ve özellikle Tv olarak iletimine ve korunmasızlığına egemen olmaya çalışır, böylelikle sponsor ve izleyiciyi ayırarak yönetir. Spor ve medya arasındaki çizgiler bu medya egemenlikli güç dengesinin sonucu olarak görünen medyasporu olmak için lekelenildi hatta kayboldu”. (84)

Modern sporun değişken güç ilişkilerinin küresel bir ağa bağlı olduğu iddia edilmekte; bağımlı ilişkiler spor olayları ve spor giyiminde tüketimle açıklanmaktadır: “ Buz hokeyi örneğini ele alalım: Ülkelerin vatandaşları dünyaya düzenli olarak Ulusal Hokey Liginin (NHL) görüntü uydu yayınlarını yayarlar. Bu oyunlarda en iyi oyuncular Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya’dandır. Oyuncular donanım kullanır: Sopalar, buz pateni, üniforma vs. ki bu spor donanımları İsviçre’de tasarlanıp, Kanada’da finanse edilir, Amerika ve Danimarka’da toplanır. Daha sonra, Kuzey Amerika ve Avrupa’da satılır. Bu donanım –buz hokeyi- örneğin, moleküler yapısı Amerika’da araştırılan ve patene alınan, Japonya’da üretilen metal alaşımından yapılır. Birkaç uluslararası kurum bu küresel ürünün üretim ve tüketim evrelerine dahil edilir. Tüketicieye görünen ürün küresel medyaspor üretimi karmaşasıyla sağlanır ve televizyonda küresel bir iletişim ağının parçası olarak üretildiği görülür”. (80)

Spor, izleyici kitesinin niceliksel artışının gözden kaçmamasıyla birlikte ticari bir nitelik kazanmaktadır. “Spor toplumun daima önemli bir parçası olmuştur ancak şimdi gittikçe ekonominin bir parçası olmaktadır” . (85)

Sporun yarattığı kâr, spordan ticari gelir elde eden şirketleri de harekete geçirdi. Özellikle büyük spor organizasyonlarına ev sahipliği yapmak kâr getiren bir “iş” olmaya başladı. Sporun pazarlamadaki önemi fark edilerek spor dışındaki sektörlerin spor üzerinden pazarlama yapmasına olanak tanındı. Çünkü spor insanların keyifle izlediği bir etkinlik olarak hedef kitlelere ulaşmanın bir aracıydı. “ Günümüzde spor endüstrisi, otomotiv endüstrisi gibi büyük endüstrilerden daha fazla paranın döndüğü bir endüstri haline gelmiş ve en büyük endüstriler sıralamasında ilk yirmi endüstri içerisinde yer almıştır. Sporun ve spor endüstrisinin gelişmesi, spor olaylarına katılım, medya tanıtımlarındaki gelişmeler sağlanan istihdamlardaki artış ve küresel pazardaki büyüme ile ölçülebilir” . (86)

Sporun kapitalizmle ilişkisini irdeleyen Bambery’e göre toplumda birçok insanın spordan keyif alması sporun kendisini de ürünleştirerek büyük bir ticaret haline getirmiştir. “ Spor pazardaki diğer mallar gibi üretildi, paketlenildi ve yığınların tüketmesi için muazzam kârlarla satıldı”. (87) Bu konuda en iyi örneklerden biri; Amerika Ulusal Basketbol Liginin (NBA) yöneticisi David Stern’dır. O basketbolu Disney ile karşılaştırmakta ve kapitalizmin kurallarını iş olarak gördüğü spora uygulamaktadır. “ Disney’in tema parkları

var. Bizim de tema parklarımız var. Yalnızca biz onlara spor salonu diyoruz. Onların kahramanları var: Micky ve Goodfy. Bizimkiler ise Magic(Johnson) ve Michael (Jordan). Disney giysi satıyor. Biz de giysi satıyoruz. Onlar video film yapıyorlar, biz de yapıyoruz”. (88) Spor ürünlerinin üretimi küreselleşmeyle ilişkili bulunmaktadır. “Genişletilmiş spor ürünleri genelde Batı’nın ve özellikle de ulusötesi şirketlerin çıkarlarını yansıtan karmaşık bir politika ekonomisine iyice yerleştirilir. Taraftar bir tüketicidir, atlet bir işçi, kulüp bir marka ve spor bir üründür”. (89)

Robertson ve Giulianotti; küreselleşmenin oyun üzerinde dıştan bir şekilde zorla kabul ettirilmesi olarak değil; futbolu küreselleşmenin bir temsili olarak ve açıkça ortaya koyma olarak anlamaktadırlar. “ Spor, özellikle futbolda, küreselleşmenin en dinamik, sosyolojik olarak en aydınlatıcı alanlardan birini oluşturmaktadır. Birincisi sporun, özellikle futbolun, çağdaş küreselleşme süreçlerine temel olduğunu öne sürüyoruz. İkincisi, biz futbol küreselleşme çözümlemesinin hem oyunun sosyolojisini hem de bizim teorik küreselleşme anlayışımızı geliştirebileceğini iddia ediyoruz. Futbolda, zirve kulüpler, yöneticiler meclisinin öncelikle ulusal olmasına rağmen, uluslararası boyutlara sahip olan hisse paylaşımı yoluyla çağdaş ulusötesi şirketlere benzemektedirler. Bu nedenle dünyanın temel kulüpleri, oyunun çağdaş küreselleşmesini yürütmek için hizmet eden uluslararası kuruluşlar, ‘Coca Cola ve General Motors’ gibi ulusötesi şirketler olarak yorumluyoruz” . (90)

Türkiye’de 1980’lerden sonrasının, hem kapitalizm hem de futbol endüstrisi için milat olduğu, ifade edilmektedir. “ Mal (maç) ve sermayenin yanı sıra futbolun temel girdisi olan işgücü (futbolcu, teknik adam) akımının hızlandığı 1980 sonrası dönemde dünya kupaları, Avrupa Şampiyonası gibi organizasyonlarla endüstrinin ölçeği genişledi, metalaşan futbolun cirosu katlandı, kulüpler şirketleşti ve borsaya kote olarak anonimleştiler. Dünya kapitalizmine 1980 sonrası daha çok entegre olan Türkiye kapitalizmi, futbol endüstrisinde de küresel yapıya eklenmekte gecikmedi. Dolayısıyla dünya futbol endüstrisine eklenmiş bir ekonomi olarak yeniden yapılandı. Endüstrileşen futbol ‘formel’ sektörünün yanında yeraltı ya da enformel sektörünü de yarattı. Karşılaşmalar üstüne oynatılan büyük meblağlı bahisler, şike, hakem ayarlamaları gibi futboldan engellenenleri de sektöre eklemledi ”. (91)

Daşdan ve arkadaşları, küreselleşmenin spora yansımaları 1990’lı yılların başı olarak değerlendirmektedirler. “ UOK 1990’ lı yılların başında yaptığı çağrıyla olimpiyatın ‘ herkes için spor’ ilkesini bir tarafa bırakıp ‘ profesyonel sporculara’ ilgiyi arttırarak 90 yıldır ihlal edilmeyen bir ilkeyi kırmış olduğu söylenebilir. Sporda karşımıza çıkan en büyük sorunun ‘ödül’ konusu olduğunu söyleyebiliriz. Sponsorların milyonlarca dolara satın aldığı sporcular, kazananın inanılmaz ödüller kazanması, her zaman birincinin hatırlanması ve ikincinin adının hatırlanmaması gibi. Ayrıca kitle iletişim araçları yoluyla körüklenmesi tek yönlü bir imajı oluşturmaktadır. Çocuk ve genç yaştaki sporcular, özellikle yarışmaya dönük biçimlendirilmiş ve topluma yeni bir imaj olarak sunulan sporu tanımakta, onunla yaşamakta, eğer onunla bir doyuma ulaşamazlarsa da bırakmaktadırlar. Sporun sağlık

ve toplumsal boyutları, çoğu kez arka plana itilerek yalnızca profesyonelce yapılması teşvik edilmektedir” . (92)

Doğan, bir yandan 1980 sonrasında neo liberal politikalar ekseninde serbestlik uygulamalarının çeşitli finans sektörlerinde sermaye birikim fazlalığı yarattığına dikkat çekerken, diğer yandan da 1970’lerde kapitalizmin içine girdiği krizi aşma çabasında teknolojik ilerlemenin iletişim sektörü ve bu sektörün bir alt kolu olan medya sektörünün gelişimine zemin hazırladığını ifade etmektedir. “ Sermaye birikim fazlasına sahip olan kesimle, bu birikime gereksinim duyan bir iletişim dolayısıyla medya sektörü küreselleşme sürecinde ‘birleşmelerine’ uygun koşulları hazırladı. İletişim sektörünün varlığını sürdürebilmesi için; ürüne ya da ürünler topluluğuna ihtiyacı vardır. Bu ürün ya da ürünler topluluğu metalaştırılmaya müsait özellikler taşımalıdır. Yani mümkün olduğunca kitlesel olmalı, pazarlanmalı, çok satılmalı. Bu açıdan spor sistemin kendisi tarafından ‘araçsallaştırılabilir’ özelliklere sahip. Birincisi tüketici kitlesi çok geniş. İkincisi, ‘malı’ ürünleştirmek için büyük zahmetlere girmek gerekmiyor. Üçüncüsü; çürüme, bozulma gibi dertler de yok. Dördüncüsü; sponsorlar, reklâmcılar, başka ürünleri pazarlamak isteyenler, Adidas, Nike gibi spor devleri hepsi bu işin içinde. Bütün bu koşullar içerisinde spor küresel kapitalizmin gereksinim duyduğu bir ‘meta’. Bizatihi bir sektör. Bu ‘meta’ nın etrafında oluşan süreçler başlı başına ekonomi yaratabilecek nitelikte. Bunun bir çok kanıtını görmek olası. Örneğin voleybolun daha fazla pazarlanabilir bir ürün olması için kurallarının değiştirilmesi, basketbol kurallarının NBA benzetilmeye çalışılması. Örnekleri artırmak mümkün ve bunların hepsi ürünün pazarlanabilmesi için yapılanlar. Kuşkusuz küreselleşme koşullarında spor salt ekonomik niteliklere sahip bir etkinlik değil. Aynı zamanda küreselleşmenin ideolojisine de hizmet eden ideolojik bir aygıt. Yarışma, rekabet, güç, hız”. (93) Atletizm pistlerinin tribüne çevrilmesi, 100 m sınırını zorlayan Cirit’ in ağırlık merkezinin yerinin değiştirilerek 80 m sınırına çekilmesine neden oldu. Spor kendisi bir ürün olarak değerlendirildiğinde eşsiz görülmektedir. “Gerçekte, spor olayları geleneksel tüketim ürünlerine göre eşsiz ürünlerdir. Örneğin spor olaylarının yapıldıktan sonra bir değerleri kalmamaktadır. Dün oynanmış bir maçın biletini satmak, boş kalan bir tenis kortundan kaybedilen geliri, geri istemek mümkün değildir”. (94) Sporun ticarileşmesi ve ekonomik bir sektör haline gelmesi pek çok faktörle izah edilirken bu faktörlerin birbirlerini beslediklerine dikkat çekilmektedir. “ Sporun ticarileşmesinde etkili olan araçlar; spor kulüpleri ve dernekleri, profesyonel sporcular, spor donanımı imalatçıları, spor olaylarını sahneleyen ve destekleyenler, spor medyası, reklâmcılar, sponsorlar, ajanslar, hükümetler ve ulus ötesi şirketler olarak gösterilebilir”. (95)

Sporun ayrı bir özelliği olduğu da belirtilmektedir. “Spor kulüpleri ne kadar şirketleşseler de, onları alışlagelmiş firmalardan ayıran çok önemli bir özellikleri var. Sıradan bir firma rakiplerini ortadan kaldırarak kârını arttırabilir. Oysa spor kulüpleri ancak iyi rakipleri oldukları zaman, yani, maçın sonucu önceden belli olmadığı zaman kâr edebiliyorlar. Bu da ‘futbol endüstrisine’ daha

farklı bir yaklaşımı zorunlu kılıyor. Bu nedenle, rekabeti sadece küçük takımların yaşayabilmesi için gerekli bir koşul değil, tüm futbol takımları için hayati bir unsur olarak ele almak gerekiyor". (96)

Küreselleşme sürecinin spora yansımaları: Spor endüstrisinin gelişimi, sporun siyasetle ilişkilendirilmesi, sporda sponsorluk artışı, uluslararası spor emek göçlerinin artışı, sosyo- ekonomik- kültürel yapıları farklılık gösteren ülkelerin spora farklı katılımları, spor ürünlerinin üretim ve tüketim ilişkileri, sporun yarattığı uluslararası hareketle (spor izleyicileri turistler) farklı sektörlerle kazanç yaratması, sporun çokuluslu medya şirketlerinin kontrolü altına girmesi ve spor kültüründe yaşanan değişimler olarak özetlenebilir.

Küreselleşmeyle, sporda başarı ve kazanmayla elde edilen sermaye birikiminin spor dışına aktarımıyla sporun genel felsefi sorunları da arttı ve spor ahlâkı da yeniden sorgulanır oldu.

2. 7. Küreselleşme Sürecinde Sporda Ekonomik Etkiler

Küreselleşme ile spor endüstrisinin son yirmi- otuz yıl içinde olağanüstü gelişmiş olduğu gözlenmektedir. Spor endüstrisinde de diğer iş kolları gibi çalışma yaşamı yeniden yapılandırmaktadır.

2. 7. 1. Esnek Çalışma ve Spor Emek Göçü

Küreselleşme süreciyle birlikte ucuz emek gücünün tercih edildiği, vergisiz, sendikasız, sigortasız emek sömürsü yapıldığı ifade edilmişti. Gelişmiş ülkelerde göçmen ve kaçak çalıştırma bu yüzden sıklıkla rastlanan bir durumdur. Bu konuda spor emek gücünün az gelişmiş ülkelere kaçak yollarla gelişmiş ülkelere aktarıldığına ilişkin yayınlar iddia niteliği de olsa dikkate değerdir. Çünkü taraflardan ikisinin de (kaçak çalışan ve çalıştıran) söz konusu emeğin kayıt altına alınmasını farklı nedenlerle engelledikleri bir süreç mevcuttur.

Authier, Avrupa'da ergenlik çağındaki futbolcuların metalaştırıldığına dikkat çekerken, Afrika ve Latin Amerika'daki uygulamalar yanında bunun hiç bir şey olmadığını; bu ülkelerden seçilen çocuklar ve onların ailelerinin; çok özel menajerler ve güvenilemeyecek aracılardan karanlık dünyasına girme nedenlerinin; servet, şan, şöhret

dolu Avrupa hayali olduğunu ifade etmektedir. “ Kasım 1999’da İtalya senatosuna sunulan bir raporda, amatör kulüplerde yasadışı olarak oynatılan AB dışı on altı yaş altı futbolcuların sayısının 5.282 olduğu belirtiliyordu. İtalya Futbol Federasyonu Başkanı Sergio Campana o zaman şu demeci vermek zorunda kaldı: ‘Bir ahlâksızlıkla karşı karşıyayız. Lisans isteyen kâğıtsız gençler futbol sahalarında çok kısa süre kalıyor. Birkaç ay sonra hayatlarını kazanmak zorunda olanlar kaçak işçilik yapmaya başlıyor ve bazıları başlarını sokacak bir ev bile bulamıyor’ Ona göre, 16 yaş üstü 2.200 lisanslı yabancı kâğıtlarını alma sürecine girmiş ve 6-15 yaş arası 4.800 çocuğun çoğu Latin Amerika ve Afrika’dan gelmişti. Hollanda’da 18 kulüp –bunlardan ikisi ülkenin en büyük kulüpleri olan PSV Eindhoven ve Feyenoord’dur-, kulüpler tarafından temin edilen ve üç ayda bir yenilenen turistik vizelerle ülkeye girmiş, kimliği bulunmayan 126 futbolcunun (18’i reşit değildir) saptanıp yakalanması sonucunda, adli takibata uğramıştır” . (97)

Genç yetenek ticaretinin İtalya, Hollanda yanısıra Portekiz, İspanya, Almanya ve Fransa’da dahil olduğu belirtilmektedir. “ Reşit olmamış Afrikalı bir oyuncu bir Fransız kulübünün yetiştirme merkezine kaçma mal olmaktadır? Bu bedel ayda 10.000 frankı geçmez. Tek başına ve kâğıtsız olan çocuk fazla ses çıkaramaz. Kısacası esnek ve itaatkar bir işgücü söz konusudur” . (97)

Sporla yetenek belirlemede ulus-tabanlı sistemin, futbola yerli gençlerden çok dışarıya artan oranda bakan kulüp-tabanlı sisteme doğru yol alışının belirgin olduğu ifade edilmektedir. “ Pek çok Avrupa kulübü az gelişmiş Afrikalı liglerdeki kulüplerle ortaklık kurmuşlardır. Örnekler Ajax ‘ın, Ajax Cape Town’la; Arsenal’ın, Hellenic Cape Town’la, Paris St.Germain’in, Esperance of Tunis’le ve Monaco’nun, ASEC Abidjan of the Ivory Coast’la olanı içermektedir. Büyük Avrupa kulüpleri için yetenek keşifçileri aradıklarını artık yerli düşük bölmeli maçlarda değil az gelişmiş futbol uluslarının yerleşimlerinde bulunmaktadır” . (98)

Gelişmekte olan ülkelerden göç eden sporcunun gittiği ülkelerin sporcusuyla aynı işi yapmalarına rağmen daha az ücret almaları bir mağduriyet olarak yansımaktadır. Diğer taraftan yasa dışı yapılan göç sporcuyu mağdur etmektedir. “ 14 yaşında Fildişi Sahilleri’nden Fransa’ya, FC Nantes’e getirilen Serge Lebri sakatlandığı gün takımdan atıldığı gibi mülteci damgasını yiyerek sınır dışı edildi. Lebri’ye kıyasla biraz daha şanslı olanlar ise futbol kariyerlerine Avrupa takımlarını dolaşarak devam ediyorlar. Ama aldıkları ücretler Avrupalı oyuncuların yarısını bile bulmuyor. RAEC Mons 1996’da Kamerun’lu Georges Moujando’yu aylık 150 avroya kiraladığında Belçika’da futbolcuların asgari ücreti 1000 avroydu. Dolayısıyla bu transferlerden tek kazanan takımlar oluyor. Gine’ den daha çocuk yaşta 100 bin avroya satın alınan Süleyman Oulare, FB’ye 1999 yılında 5.75 milyon avroya satıldı” . (99) GS’ın 1996 yılında, Gana’dan getirdiği yedi genç futbolcudan biri olan Richard Kingston, 1998 yılında Türk vatandaşı olarak Faruk Gürsoy adını almıştır. Halen Ankaraspor profesyonel futbolcu kadrosunda olan Gürsoy, 2006 FIFA (Uluslararası Futbol Federasyonu) Dünya Kupasında Gana Milli

Takımının kalecisi de olmuştur. Araştırmalarımız sonucunda diğer beş Gana'lı futbolcunun akıbetleriyle ilgili bir bilginin basına yansıtılmadığı tespit edilmiştir. 17 yaşında Etiyopya'lı Mariam Hana atletizm çalışmaları için kaçak yollar kullanılarak Türkiye'ye getirilmiş ve devlet yetkililerince yakalanmıştır. Hana'nın antrenörlüğünü üstlenen kulüp yetkilisinin açıklamasında "Atletin durumdan haberdar olduğu ve yetenekli bir atlet olduğu için risklere katlanarak para karşılığında kulübe kazandırıldığı" (100) iddia edilmektedir. Hana'nın 1000 dolar karşılığında FB'ye verildiği iddialar arasındadır.

Gelişmiş ülkelerde oyuncu ajanslarının hepsi FIFA izni almış değildir. "Oyuncu ajanslarının FIFA izni alabilmeleri için 200.000 İsviçre frangı (yaklaşık 125.000 dolar) değerinde depozitoyu yatırmaları gerektiğinden hepsi FIFA için gelir kaynağıdır. FIFA denetim eksikliğinden dolayı Fransa'da sektördeki 200 ajansın sadece 46 tanesi, Belçika'da 200 ajansın 26 tanesi izne tabidir". (101)

Futbol da yaşanan spor emek göçü, vatandaşlık değişimine neden olmakta ve beyin göçüne benzer olgular taşımaktadır. " Avrupa'da AB futbolcusu statüsü vardır ve bu futbolcular yabancı sayılmazlar; Güney Kore, Japonya, Katar gibi Asya ülkeleri Avrupa'dan futbolcu almaya başlamışlardır; özellikle Afrikalı birçok futbolcu ülke değiştirerek AB vatandaşı olmaktadır; Avrupa dışındaki ülkelere birçok futbolcu Avrupa'nın ünlü kulüplerine gelmek istemektedir". (102)

Spor emek göçü, az gelişmiş ülkelere bir hareketi içerdiği gibi, gelişmiş ülkelere de doğru yol almaktadır. Stead ve Maguire; İngiliz Futbol Ligi'ndeki (1. ligden 20 kulüp, diğer üç ligdeki 72 kulüp için) Kuzey Avrupalı/ İskandinav oyuncuların motivasyon ve göçme amaçlarını araştırmışlardır. Sözü edilen göçmen futbolcuların 1946/47 sezonlarından beri İngiliz futbol liginde belirmeye başladıklarını ancak 1990'lar boyunca ciddi bir şekilde arttığına dikkat çekmektedirler. " 1996/97 sezonunda Birleşmiş Krallıklar ve İrlanda asıllıları çıkararak toplamda 46 ülkeden 213 yabancı oyuncu İngiliz futbol liginde oynadı. Kuzey Avrupalı/ İskandinav göçmenler bu artan işe alımın önemli bir parçasını oluşturdu ve bunların sayısı artmaya devam ediyor. 1994/95 sezonunda üst düzey İngiliz liginin çoğunda yani birinci ligde Avrupalı göçmen oyuncuların 17(%42.5)'si Kuzey Avrupa/ İskandinav ülkelerindendi. 1996/97 yıllarında sayıları 28 oyuncuya çıktı. Fakat ithal oyuncuların genel artışında Kuzey Avrupalı/ İskandinav'ların payı olduğu anlaşılrsa da gerçekte onların bütün Avrupalılar içindeki oranı %32'ye düşmüştür. Bu düşüşe rağmen Kuzey Avrupalı/ İskandinav göçmenler halen İngiliz futbolunun dikkat çekici özelliklerinden biridir. 1946/47'den 1995/96'ya kadar, 50 yıllık zaman dilimine ait olan oyuncular sıralanan beş tane verici ülkeden gelmektedir: Danimarka %33, Finlandiya %8, İzlanda %8, Norveç %32, İsveç %19 ". (103)

Gelişmiş ülkelerden gelişmiş ülkelere sporcu göçü ile, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere yapılan göç ile, nedenler açısından farklılık bulunmaktadır. Kuzey Avrupalı/ İskandinav futbol oyuncularının İngiltere'deki kulüplere gitme nedenleri şöyle özetlenebilir: “ Kuzey Avrupalı/ İskandinav futbol oyuncuları, bilinçli, kararlı ve göçmenliğe psikolojik olarak hazırlıktır. İngilizce konuşabilme yeterliliklerinin olması, Kuzey Avrupa / İskandinav futbolunun zayıf ekonomik altyapısı ve yerli profesyoneller için olanakların eksikliği. Ekonomik bağ, Kuzey Avrupalı / İskandinav oyuncuların İngiltere'ye taşınmalarıyla göreceli olarak kazanılan parasal yararları bakıldığında oldukça güçlü görülebilir. Fakat göçmeye karar vermenin temeli daha karışıktır. Kişisel gelişim ve kişisel yatırım kavramları öne çıkmaktadır. Göçmenlik, anında memnuniyet fırsatından daha çok, çok-yüzlü 'zenginliğe geçit' olarak görülmektedir ”. (103)

Özellikle 1998 FIFA Dünya Kupası Finalleri'nden veri kullanılarak yapılan analizler dikkat çekicidir. Kupa için başlangıçta giren 168 takımdan sadece 32 tanesi final turnuvası için kalifiye olmuştur ve 704 oyuncu ile temsil edilmişlerdir. “ Dünya Kupası verilerimiz göçmen oyuncular için en popüler gidilecek yer hedefinin Alman Bundesliga'da önemli olmakla beraber; İngiliz, İtalyan ve İspanya ligleri olduğunu göstermektedir. Bunlar dünya futbolunda en önemli üç ligdir ve dünyadaki en zengin 20 kulübün çoğu bu ligdedir. Dünya futbolu, FIFA'nın üyesi olmayan fakat pratikte kendi üye devletleriyle temsil edilen altı konfederasyona ayrılır. Altı konfederasyondan UEFA, sınırları içinde FIFA üye devletlerin sadece yaklaşık %25'ine sahip olmasına rağmen en güçlü olanıdır, bu milletler küresel futbol kazancının %80'ine yakını elde etmektedirler. Böylece futbolun 'çekirdek' ekonomisi olmaktadır. 98'de Avrupa Futbol Birliği (UEFA) diğer federasyonlardan toplamda 122 oyuncuyu çekmiştir. Güney Amerika Futbol Konfederasyonu (CONMEBOL)nu oluşturan ülkeler ve Afrika Futbol Konfederasyonu (CAF) diğer konfederasyonlardan hiçbir oyuncuyu çekemediler. Asya Futbol Konfederasyonu (AFC) ile Kuzey ve Orta Amerika ve Karayipler Futbol Federasyonu (CONCACAF) birlikte kendi kulüp sistemleri içerisinde diğer federasyonlardan sadece dokuz oyuncuları vardı. Bu veri uluslararası futbol iş gücü pazarında Avrupa'nın merkezîyetçiliğini vurgulamaktadır. Dünya Kupası finallerinde yer alan 704 oyuncunun 270'ini bu dört ligden kulüpler çalıştırdılar. Beş ülke (İngiltere, Japonya, Meksika, Suudi Arabistan ve İspanya) takımlarının tüm '22' üyesi 'evde' oynar durumdaydı. UEFA'dan on beş üye devlet (330 oyuncu) finallerde yarışı. Bu 330 oyuncudan 327'si UEFA konfederasyonu içinde çalıştı. Afrikalı oyuncular tarafından yapılan göç çoğunlukla Avrupa ülkelerineydi, göçmenlerin sadece %4'ü UEFA dışında oynuyordu. 74 Afrikalı göçmenden %58' i, Fransa (%19) ve İspanya (%18) en popüler gidilecek hedef olmakla beraber Akdeniz'e sınırı olan Fransa, İtalya, İspanya, Yunanistan ve Türkiye'ye yerleşmişti. Ekonomik etkenler açık olmasına rağmen bu örnekler aynı zamanda Avrupa uluslarının Afrika ile tarihsel, sömürgeci ilişkisi gerçeğinden de kaynaklanmaktadır” . (98)

Spor göçü sadece sporcular açısından değil teknik direktörler açısından da gözlenmektedir. 2006 FIFA Dünya Kupası'nda bazı ülkelerin ulusal takımlarını farklı

ülkelerden teknik direktörler çalıştırmıştır. “ Avustralya – Hollanda, Ekvator- Kolombiya, Fildişi Sahilleri- Fransa, Gana- Sırbistan Karadağ, Güneykore- Hollanda, İngiltere- İsveç, İran- Hırvatistan, Japonya- Brezilya, Meksika- Arjantin, Paraguay- Uruguay, Portekiz- Brezilya, Togo- Almanya, Suudi Arabistan- Brezilya, F Trinidad Tobago- Hollanda,Tunus- Fransa”. (104)

Son yıllarda futbol dünya kupalarındaki sporcular, spor emek göçü araştırmalarını doğrular nitelikte ‘göçmen’ kadrolarla milli takımların oluşturulduğunu göstermektedir. Örneğin 2006 FIFA Dünya Kupası: “ Dünya kupasına katılan 32 ülkenin 736 futbolcusundan 343’ü beş Batı Avrupa ülkesinde top koşturuyor. Bunların 101’i İngiltere’de, 74’ü Almanya’da, 61’i İtalya’da, 56’sı Fransa’da, 51’i de İtalya’da oynuyor. Bu verilere bakıldığında, dünyanın çeşitli ülkelerinden yetenekli futbolcuların, kulüplerinin sermaye gücünün yüksek olmasının etkisiyle, daha çok futbolun anavatanı diye kabul edilen İngiltere’de toplandığı görülüyor. Batı Avrupa’da nitelikli futbolcuları toplayan takımlar da sayılı: Manchester United, Chelsea, Barcelona, Real Madrid, Bayern München, Milan, Juventus ve İnter. Dünya futbol piyasasına asıl olarak bu kulüpler damgasını vuruyor. Yoksul ülkeler ise kaliteli, iyi yetişmiş futbolcularını genellikle zengin ülkelerin kulüplerine satıyorlar. Örneğin, Fildişi Sahilleri’nin FIFA’ya bildirdiği 23 kişilik kadronun tümü, ülkesinin dışında oynuyor. Yani, çalışmak üzere başka bir ülkeye göç etmiş durumda. Bazı ülkelerin FIFA’ya bildirdiği 23 kişilik kadroda yurtdışında oynayan futbolcu sayısı şöyle: Çek Cumhuriyeti 21, Avustralya 21, Arjantin 20, Brezilya 20, Togo 20, Gana 19, Hırvatistan 19, Trinidad ve Tobago 19, Paraguay 18. 32 ülkeden 19’unda milli futbolcuların yarısından fazlası “göçmen” statüsünde”. (105)

Hödl, küreselleşme işlemlerinin sınırların taşındığı şekilsiz, amaçsız işlemler olmadığını hatırlatmaktadır. Bunların sınırlarını genişletmeyi ve gerçek varolan bir kapitalizmin olanaklarını kullanan diğer aktörlerin üzerinden pozisyonlarının güçlendirmeyi amaçlamış güçlü aktörlerin stratejileri olduğunu ifade ederken futbolun bunun dışında olmadığını eklemektedir. Tarihsel süreci inceleyerek sporcu transferlerinin ekonomiyle ilgili olduğunu ileri sürmektedir. “ İkinci Dünya Savaşı öncesi ve sırasında tanıştırılan sınırlamalar bir çok yıl boyunca uygulamaya koyulmayı bekledi. Seksenlerin sonuna kadar bir çok Avrupalı profesyonel takımda yabancı oyuncuların sayısı takım başına 1 ve 3 arasında sınırlandı. Bir çok ikincil ülke ‘kas akışını’ engellemeye çalıştı. Yugoslavyalı oyuncular 28 yaşında gelmeden, Polonyalı olanlarsa 30 yaşında gelmeden yurt dışında oynama iznine sahip değillerdi. Doğu Almanya, Arnavutluk ve Arjantin 1990’a kadar sporcu ithalini yasakladı. Bu ülkelerin ekonomik çöküşü yeni ürün futbol oyuncusunu içeren pazarlarını tamamen açtı. Latin Amerika, Afrika ve Doğu Avrupa’ da bir çok takım yetenekli oyuncularını Batı Avrupa ve Orta Doğu’ya transfer ederek basitçe iflası önleyebilirlerdi. Red Star Beograd 1993 ve 1996 arasında 50 oyuncusunu sattı; bu her yılda tam bir takımdan fazlasına karşılık geliyor”. (106)

Avrupa’da oluşan futbol menajerlik şirketlerinin futbolcu göçünden büyük kârlarla yararlandıkları ve futbol malzemeleri üretimin tüm dünyaya yayıldığı

belirtilmektedir. “ Müşterilerinin %50 gelirlerini ve tazminat olarak transfer paralarından bir kısmını talep ediyorlar. Dünya ekonomisinin diğer bölümlerine benzer olarak, güneyden ucuz ham madde Avrupa mali araçlarıyla büyük şehirlere getiriliyor ve kârla ‘işlenebilir’ hale getiriliyor. Buna benzer bir alan futbola direk alakalı diğer madde zinciri içinde görülebilir. Spor malzemelerinin büyük kısmı, ayakkabıdan, üniformalara, toplardan takımlarca satılan taraftar dergilerine kadar hepsi dünya pazarı için üretimini Asyadaki fabrikalarda yapıyor. Avrupa’ da futbol işi tarafından dünyanın tüm bölgelerini çeşitli yollarla saran bir ağ görebiliriz. Latin Amerika ve Afrika emek kaynağı, Güney Asya üretim alanı, Kuzey Amerika ve Japonya tüketiciler olarak iş görüyor. Doğu ve Güney Doğu Asyanın insanları hem futbol üreticileri hem de tüketicileri olarak hizmet veriyorlar”. (106)

Bu konuda bir örnek Pakistan’ın kuzeyinde bir yerde bulunan ve küçük bir yerleşim yeri olan, başta futbol topu olmak üzere spor malzemeleri konusunda bilinen merkez haline gelmiş Sialkot. “ Sialkot, 2006 Dünya Kupası için bedeli 200 milyon doları geçen bir futbol topu ihtiyacının siparişini gerçekleştirdi. Sadece bu kent, dünya futbol topu üretiminin yüzde 85’ini yapıyor ve Pakistan’ın ulusal gelirine yılda ortalama 500 milyon dolarlık katkı sağlıyor. Çok uluslu firmaların taşeron şirketleri, fabrika olarak adlandırılacak tesislerinde futbol topunun parçalarının kesilmesi, bunları henüz dikilmemiş birer futbol topu kiti ve sonunda elle dikilmiş ürünlerin paketlenmesi gibi işlerle uğraşırlar. Diğer bütün işleri kendilerine çalışan alt taşeronlara devretmişlerdir. Bunlar, futbol topu dikişçileri ile taşeron arasında birer aracı olarak görev görürler. Köylerdeki evlere parçaları dağıtır ve bittikten sonra geri toplarlar. Kontrolleri de yapılan dikilmiş toplar, taşeronun fabrikasına gönderilir. İhraç fiyatı iki dolar civarında olan topların piyasa değerleri 150-300 dolar arasında değişiyor”. (107) Bir top için kazanılan ücret 50 cent ve 5- 15 yaşları arasındaki çocuk işçiler tarafından üretim yapılmaktadır. FIFA, yükselen tepkiler karşısında 1998’de üretimde çocuk işçi kullanılmamasını ve uygun çalışma koşullarını şart koşan kararlar almış olsa da uygulamada olumsuz aksi örnekler bulmak mümkün görülmektedir.

Uluslararası spor emek göçünde, göç edilen ülkenin vatandaşlığına geçme konusunda özellikle atletizmde örnekler bulunmaktadır. Kenya’lı atlet Stephen Cherono, petrol zengini bir körfez ülkesi Katar vatandaşlığına geçerek adını da Saif Saeed Shaheen olarak değiştiren bir sporcudur. 2003 yılında Paris’te Dünya Atletizm Şampiyonasında 3000 metre engelli koşuda Katar adına yarıştı ve Dünya rekoru kırdı. “Saif Saeed Shaheen bir milletten daha fazlasını temsil etmek adına ne ilk sporcu ne de maddi durumlar yüzünden bu hareketi yapmasına teşvik edilen ilk atlettir. Bazı milletlerin ekonomik ve politik şartlarında spor yeteneğinin göçü köklerini alır. Son analizlerde, 1956’da Batı Avrupa’ya taşınan Macar futbolcular bunu diğer Macarlarla aynı sebeplerle yaptılar. Küresel çağ denilen süreçte çok fazla emek göçünün yaşandığı tam olarak aynı koşullarla açıklanabilir. Saif Saeed Shaheen’ nın zaferi ise inkâr edilemeyecek derecede etkileyicidir. Dokunaklı sahne daha sonra, Katar bayrağına sarılmış olanın o değil, Kenya

bayrağını tutan gümüş madalya sahibi Ezekiel Kemboi olmasıdır. Orada tüm yapabileceğini kendisi ve ulusal gururu için yapmış bir yarışmacı vardı”. (108)

Türkiye’den de bu konuda 2006 yılında örnekler bulmak mümkündür. Futbolda Brezilya asıllı iki sporcu adlarını değiştirerek Türk vatandaşı olmuşlardır. BJK’da Marcio Ferreira Perreira Nobre, Mert Nobre; FB’ de Marco Aurelio Brito Das iken Mehmet Aurelio olmuştur. Basketbolda, ABD vatandaşı Cori Enghusen Türk vatandaşı olarak Korel Engin adıyla Botaş Basketbol ve Türkiye Ulusal takımında oynamaktadır.

Uluslararası Atletizm Federasyonları Birliği (UAAF) İcra Kurulu adına Başkan Lamine Diack 2005 yılında bir açıklama yaptı: “ ‘ Milliyetini değiştiren bir atletin uluslararası yarışmalarda yeni ülkesini temsil etme hakkını kazanması için, en az üç yıl o ülkede ikamet etmek zorunda olması’ önerisi sunulacak” . (109) Daha önce sporcuların vatandaşlık değiştirmesiyle ilgili UAAF uygulaması, sporcuların eski ülkesi adına uluslararası bir organizasyona son olarak katıldığı tarihten başlayarak 3 yıl beklemesi, ancak iki ülke federasyonunun anlaşması halinde bu sürenin 1 yıla inebileceği şeklindeydi.

“Kas göçü”nü araştıran spor bilimciler özellikle Bosman Davasından sonra gelişmekte olan ülkelere ithal edilen sporcuların, örneğin bir Afrikalı veya Latin Amerikalı oyuncunun belli bir zaman sonra bir kulüpten diğerine yüksek fiyatlarla transferine ve Avrupa pazarındaki bu gelişime dikkat çekmektedirler. “Gelişmekte olan ülkelere yetenekli genç oyuncular kendi ülkelerinin ulusal futbol federasyonuna bağlı kulüplere kaydolabilir ya da takımları için bağlı olmayan oyuncular alan spor ortak kulüplerinde oynayabilirler. Bağlı olmayan ortaklıkların oyuncuları için uluslararası transfer için tek yol oyuncu acentelerinin gizli servisiyle belirlenen bir emek pazarı üzerinden. 18 yaş altı bir çok oyuncu gelişmekte olan ülkelere bu pazar sebebiyle transfer oldular. En kötü durum bir oyuncunun pazara girişi ve bir şekilde Avrupa profesyonel kulüpleriyle bağlı olan yasa dışı acentaların ağına düştüklerinde gerçekleşiyor. 2000 Kasımında 15 Afrikalı oyuncu çoğu küçüklerden Brussels ve Antwerp sahalarında tüm Belçikalı profesyonel kulüp ve oyuncu menajerlik şirketlerine karşı resmi demeç verip şikayette bulundular. Bu çocuklar başarılı bir şekilde test edildikten sonra profesyonel kulüplerce kiralanmayıp hem kulüpler hem de menajerlik şirketlerince yetim olarak alındıkları için ‘insan alış veriş’i yüzünden şikayetçi olmuşlardır. Bir keresinde; emek kontratı veya eve dönüş biletleri bile olmayan bu küçükler Belçika’da kaçak işçi haline geldiler”. (10)

Federasyonlara bağlı olmayan sporcular kendi ülkelerinde spor ekonomisine katkı sunmamaktadırlar. Federasyonlara bağlı olanlar ise esnek emek gücü ya da kaçak olarak gittikleri için düşük ücretler alıyorlar. Bu ücretler onların eğitim ve antrenman ücretlerini bile karşılayamamaktadır. “ 1 Eylül 2001’de yürürlüğe giren FIFA uygulaması küçüklerin transferi eğer aileler transfer dışı sebeplerden taşınmıyorlarsa yasaklandı. AB- Avrupa

Ekonomik Alanı içinde 18 yaş altı oyuncular ancak takımlar atletik ve akademik eğitim sağlayabilirlerse transfer olabilirler. Yeni yasa ayrıca oyuncu ilk profesyonel anlaşmasını imzalıyorsa ve 23 yaşına kadar her bir takımdan diğerine sonraki hareketinde antrenman ücretleri için gereken bedelin ödenmesi gerektiğini vurguluyor. Antrenman bedelinin ilk ödemesi oyuncu antrenmanını sağlayacak takımlar içinde orantılı olarak ayarlanmış. Son olarak, yeni kurallar bir dayanışma mekanizma içeriyor ki 23 yaş üstü oyuncuların transferleri için gereken bedel ödemelerinin %5' i 12- 23 yaş arasındaki oyuncuların antrenmanını içeren bu takımlara dağıtılmış. FIFA bu yeni kuralları aslında bu yardımlaşmayı genç oyuncu yetiştiren kurumları korumak için ve 18 yaş altı oyuncu transferini engellemek için aldı” . (10)

BJK alt yapısında oynayan 12 yaşındaki futbol yıldız adayı Muhammed Demirci' yi İspanya kulübü Barcelona'da futbol oynatamamasının bir nedeni de FIFA' nın andığımız bu yeni düzenlemesi olmuştur.

Özellikle futbolda sporcuların aldıkları ücretlerin ülkelerinin ekonomik koşullarına göre farklılık göstermesi de göç için bir güdü olarak değerlendirilmektedir. “ Brezilya futbolundaki profesyonel oyuncuların %54'ü aylık resmi asgari ücreti 120 realdan (yaklaşık 90 dolar) daha fazla kazanmıyorlar. 1997'de en iyi kazanan %9 oyuncu aylık 1.400 dolar civarında kazanıyordu. Aynı yıl, Ronaldo (Inter Milan), Denilson (Betis Sevilla), Roberto Carlos (Real Madrid) ve Rivaldo (FC Barcelona)'nun Business Age tarafından söylendiği üzere toplamda yıllık 140 milyon dolar civarında kazanmaktaydılar. Bu kadar kazanç boşluğu Afrikalı ve Latin Amerikalı oyuncular için ana ülkelerini terk etmek ve Avrupa pazarına bakmak için güçlü bir güdüdür. 1989'dan 1997'ye 2.084 Brezilyalı futbol oyuncusu özellikle İtalya, İspanya, Portekiz, Fransa ve Japonya olmak üzere dünya (gelişmiş) çapındaki yabancı profesyonel kulüplere göçtüler. Tüm bu transferler Brezilya kulüplerine, Brezilya Futbol Konfederasyonu tarafından hesaplanıldığına göre yaklaşık 500 milyon dolarlık kazanç sağladı. Gelişmekte olan ülkelerden ‘kas göçü’ ne olan eğilim diğer sporlarda da gözlenmektedir”. (101)

Bosnalı genç basketbolcular savaş yıllarında (1992/95) Türkiye'ye getirilerek Türk vatandaşı olmuşlar ve Türkiye'de basketbol kulüplerinde oynamışlardır. Asıl adı Asım Peskanoviç olan basketbolcu savaş nedeniyle 1994 yılında Türkiye'ye geldi. Asım Pars olarak Türk vatandaşlığı aldı. GS ve Tuborg' da oynadıktan sonra 2006/07 sezonu başında Rusya Ligi takımı Lokomotiv Rostov'a transfer oldu. “Bosna'da doğan Mirsad Yahovic; daha çocuk yaşta Efes Pilsen' nin antrenörleri tarafından İstanbul'a getirilerek eğitildi ve sonrasında da Mirsad Türkcan ismiyle Türk vatandaşı yapıldı”. (110)

Spor emek göçünün tüm spor dalları içinde en fazla futbolda yoğunlaştığı gözlenmektedir: “Gelişmekte olan ülkelerin en yetenekli oyuncularının Kuzey Amerika ve Batı Avrupa profesyonel ligine doğru uluslararası hareketliliğinde artış gözlenmektedirler. En açık durumlar Kuzey Amerika beysbol ve basketbol ligleriyken- ve eğer daha az gelişmiş dünyadaki Doğu Avrupa' yı

dahil ederse buz hokeyi- Üçüncü Dünya oyuncularını çeken en temel Batı Avrupa profesyonel sporu, futboldur. Fransız profesyonel futbolda, Afrikalı oyuncuların toplam iş gücü kuvvetinin çok önemli bir yüzdesini oluşturduğu gözlenmektedir. “Fransız profesyonel futbolda 1955 yılında Güney Afrikalı ve Sahra altı Afrikalı oyuncuların tüm oyunculara yüzdeliği %6.7 iken 1998’te bu oran %18.0’ e yükselmiştir”. (101)

Son yıllarda NBA dünyanın bir çok ülkesinden basketbol oyuncularını kendi ligine transfer etmiştir. Bu transferler ile bu ülkelerin basketbol izleyicileri NBA’i yakından takip etmektedirler. Bunun yanısıra NBA’in küresel bir marka olmasında pazarlama gücünün önemine dikkat çekilmektedir: “1980’ lerde rakip takımlar Los Angeles Lakers ile Boston Celtics’ in efsanevi oyuncuları Magic Johnson ve Larry Bird, 90’ ların Chicago Bulls’un Michael Jordan’ı gibi takım ve markalaşmış oyuncuların yerel ve küresel çapta pazarlanmasındaki başarı yatıyor. Bir spor olmaktan çok iş (business) ve bir endüstri haline gelen Amerikan basketbolunun, 25 yıl içinde bir piyasanın nasıl yoktan yaratılacağı ve düzenleneceği konusunda önemli mesajlar veriyor. Türkiye gibi dünyanın birçok ülkesinden oyuncular getiriliyor. Çin’den gelen Yao Ming sayesinde milyonlarca Çinli gece yarısı uyandır, NBA maçlarını seyrediyor ve ertesi gün Pekin’de mağazaya gidip 100 dolara orijinal Yao Ming forması alıyor. Basketbol yayın hakları bu oyuncularının bulunduğu ülkelere satılıyor. NBA oyuncuları yurtdışına giderken, yurtdışından da NBA oyuncuları ABD’ye geliyor. Bu da NBA ürünlerinin uluslararası pazarda satılmasına imkan veriyor”. (111)

Çizelge 1. Dünyadan NBA Oyuncuları (2006/07)

No	Ülke	Oyuncu Sayısı	No	Ülke	Oyuncu Sayısı
1	ABD Virgin Adaları	2	19	İtalya	1
2	Almanya	1	20	Kanada	2
3	Arjantin	5	21	Kongo	2
4	Avustralya	1	22	Letonya	1
5	Bosna- Hersek	1	23	Litvanya	5
6	Brezilya	5	24	Meksika	1
7	Çin	1	25	Nijerya	1
8	Dominik Cumhuriyeti	1	26	Porto Riko	2
9	Fransa	7	27	Rusya	3
10	Georgia	1	28	Senegal	3
11	Guyana	1	29	Sırbistan&Karadağ	9
12	Haiti	1	30	Slovenya	6
13	Hırvatistan	1	31	St. Vincent & Grenadines	1
14	Hollanda	2	32	Türkiye	3
15	İngiltere	2	33	Ukrayna	1
16	İrlanda	1	34	Uruguay	1
17	İspanya	4	35	Yeni Zelanda	1
18	İsviçre	1	36	Yunanistan	2

Kaynak: 112

Toplamda NBA Liginde, 36 ülkeden 83 göçmen basketbolcu bulunmaktadır. Listede İngiltere kadrosunda görülen Chicago Bulls oyuncusu Luol Deng, Sudan’da doğmuş 2006 yılında İngiltere vatandaşlığı almıştır. Afrika kökenli Phoenix Suns oyuncusu Steve Nash, Kanada kadrosunda bulunmaktadır.

Küreselleşme sürecinin bir yandan uluslararası insan seyahatini kolaylaştıran diğer yandan da zor olan tarafları bulunduğuna dikkat çekilmektedir. Özellikle küresel üne sahip sporcular için uluslararası geçişler ayrıcalıklı bulunmaktadır. Wong ve Trumper, 2003 yılında futbolu bırakan, çift vatandaşlık vizesi taşıyan Şili’li Ivan Zamorano’nun, küresel dolaşımını ulusunun yükselmesine ve güçlenmesine yardımcı olan önemli bir sembol olarak görmektedirler. Zamorano’nun uluslar arasında bir sınırı olmamasına rağmen diğer Şili vatandaşlarının aynı ayrıcalığa sahip olmadığı belirtmektedirler. “Şili sınırları dışında yaşayan yüz binlerce Şili’linin sadece seçkin olan kısmı aynı şeyi yapabilir. Şili’de yaşayan insanlar için, Kanada’ya veya Amerika’ya seyahat etmek kolay değildir, vize gerektirir ve Kuzey Amerika’ya göç aşırı şekilde zordur. Şili’liler için çift vatandaşlığa sahip olmak yasadışıdır”. (83)

2. 7. 2. Televizyon Yayınları

Televizyon yayınlarının; bir yandan naklen yayın gelirleri ile spor kulüplerine ve spor organizasyonlarına ekonomik katkısı ile diğer yandan reklâm ve sponsorluklarla sporu büyük ölçüde değişime uğrattığı gözlenmektedir. Sporun kaderini elinde tutanların Tv yöneticileri ve pazarlamacılar olmasının ise kabul edilebilir olmadığı ifade edilmektedir. UOK eski başkanı Samaranch’ ın yelken sporları hakkındaki yorumu: “ Televizyonu ilgilendirmeyen bir sporun geleceği yoktur”. (113) biçiminde olmuştur.

Televizyon yayınlarında en fazla izlenerek öne çıkan spor dalı futbol olarak görülmektedir. Ülkemizde TV yayınlarına ilişkin izlenme oranlarının ölçümünde tek yetkili kuruluş olan AGB Anadolu A.Ş. izlenme raporlarına bakıldığında “ İzleyiciler açısından, futbol müsabakaları yayınlarına olan ilgi ve bu yayınlar ile diğer spor yayınlarına olan ilgi arasında belirgin farklılık açıkça görülmektedir. 1998 yılı ‘Tüm Kişiler’ en çok izlenen ‘İlk 100 Program’ sıralamasında yer alan spor programlarının tamamı futbol karşılaşmaları yayınlarından veya bu karşılaşmalar ile ilgili yapılan programlardan oluşmaktadır” . (114) TV’ nin Türkiye ve dünyada 1990’ların ortasından günümüze futbol için en önemli gelir kaynağı olduğunu kaydeden Günaydın “Naklen yayın anlaşmaları Fransa’da 230 milyon, İspanya’da 285 milyon, Almanya’da 300

milyon, İtalya' da 430 milyon dolar seviyelerindedir. 2006 Dünya Kupası'nın yayın haklarını Alman-İsviçre medya firması, FIFA'dan 3 milyar 800 milyon dolar karşılında satın aldı” .(115)

Türkiye’de, Digitürk şifreli kanalının alt kanalı Lig Tv’de, Turkcell Süper Lig Maçları ve Fortis Türkiye Kupası Maçları belirli ödemeler yapıldığı takdirde izlenebilmektedir. Spor paketi ödeme fiyatları Mayıs 2007 itibarıyla şöyledir: “Aylık üyelik: 69.80 YTL; aylık ödemeli yıllık fiyat: 65.80 YTL; yıllık üyelik: 756.00 YTL ”. (116) Digitürk; Çukurova Holding’e bağlı şirketlerden biridir. “Çukurova Holding, endüstri, inşaat, taşımacılık, medya, enerji, finans ve iletişim sektörlerinde birçok şirketi ile aynı zamanda Türkiye’nin önde gelen üçüncü büyük sermaye grubudur”. (117) Turkcell iletişim şirketi ise Çukurova grubuna bağlı şirketlerden bir diğeridir.

Türkiye’de futbolun naklen yayın gelirlerinin ihaleleri ile ilgili anlaşmaları TFF yapmaktadır. Naklen yayın gelirlerinin azımsanmayacak rakamlardan oluşması nedeniyle ihale bedelleri de yıllar ilerledikçe artış göstermektedir. 94/95 sezonunda ihale bedeli 7.2 bin dolardır. “ 1996/97, 1997/98, 1998/99 futbol sezonlarına ilişkin olarak yayın haklarının bedeli, %10 TFF payı da dahil olmak üzere 154.111.100 ABD Doları, 1999/ 2000 ve 2000/01 sezonlarına ilişkin olarak ise 274.378.500 ABD Doları olarak belirlenmiştir ”. (114) “ 2001/04 (3 sezon) 465 milyon ABD doları, 2004/08’e kadar her sezon için ortalama 94.4 milyon ABD doları ödenecektir” . (118)

Türkiye Futbol Federasyonu ve Digital Platform İletişim Hizmetleri A.Ş. (Digitürk) arasında 19.07.2004 tarihinde yapılan ve 2008’e kadar Türkiye 1. Lig futbol naklen yayın hakkı devri aynı sözleşmede yer alan “Ek Protokol” ile 2008/09 ve 2009/10 sezonlarını kapsayacak şekilde uzatılmıştır. Rekabet Kurulu, Digitürk’ ün yayın sözleşmesinin 6 yıla çıkarılmasının nedenlerini şöyle belirtmektedir: “Dijital yayıncılık hizmetleri pazarının yeni gelişme aşamasında ve 1. lig yayın hakları gibi yatırımın geri dönüşünü sağlayabilecek kapasitede bir tetikleyici güce ihtiyaç duyan bir pazar olması, havuz sisteminin olağandışı ve hızlı çözüm gerektiren bir mali kriz içinde olması, 2 senelik uzatmanın sonunda ihale yapılacağı güvencesinin verilmiş olması, - diğer yayıncılar açısından kritik öneme sahip 3 dakikalık haber amaçlı görüntülerle ilgili yayın sözleşmesinde Rekabet Kurumu’nca istenilen düzenlemelerin eksiksiz yapılmış olması” .(119)

Büyük spor organizasyonlarının Tv’den yayınlanması elektronik sektörüne de kazanç kaynağı olmuştur. “ 1954 yılında ilk kez bir futbol dünya şampiyonası İsviçre’den canlı olarak nakledildiğinde on iki ay içinde Federal Almanya’da televizyon aygıtı sayısı 11.000’den 85.000’in üstüne çıktı”. (120)

Medya ve reklâm ilişkileri spor dünyasının geleneklerini dahi değiştirebilme gücündedir. Örneğin olimpiyatlarda en çok ilgiyi çeken atletizm final yarışları

geleneksel olarak öğleden sonra yapılmaktadır. Ancak 1988 Seul Olimpiyatları'nda bu kural ABD'li reklâm şirketleri için değiştirilmiştir. “ Çünkü Seul ile New York arasındaki saat farkı bulunmaktadır. Seul'de öğleden sonra düzenlenen final oyunları ABD'de canlı olarak televizyonlarda ancak gece yarısı ya da sabahın erken saatleri gösterilebilecekti. Bu da reklâm verenler açısından izleyici azlığı anlamına gelmekteydi. Final oyunları Seul saatiyle sabah başladı ve öğlene kadar bitirildi”. (113) İngiltere ve İskoçya futbol lig maçlarının da Tv için değiştirildiği ve bir çok taraftarın bu uygunsuz değişime karşı çıktığı ifade edilmektedir. “TV kanallarına uymak için, İngiltere ve İskoçya'da kulüp karşılaşma takvimleri alternatif zaman ve günler için cumartesi öğleden sonra geleneksel saat 3 başlama vuruşundan çoğunlukla değiştirilir”. (90) Bu konuda bir başka örnek ABD'de yapılan 1994 FIFA Dünya Kupasıdır. “ 1994 Dünya kupası, Avrupa'da Tv'den uygun saatlerde izlenebilsin diye öğlen sığığında oynatıldı” . (121)

Seksenli yıllarla birlikte futbol maçları gündüz değil, Tv lerin “prime time” dediği ve en çok izleyicinin ekran başında olacağı varsayılan akşam saatlerine alındı. Diğer taraftan ise dört büyükler olarak adlandırılan futbol kulüplerinin maçları da farklı gecelerde oynanmaktadır. 2006/07 1. Futbol Liginin çekilen fikstür sonuçlarını değerlendiren Demirkol, Türkiye iklimine uygun olmayan bir sonuç olmasını ifade ederken bu sürecin Tv yayınları için değişime uğradığını belirtmektedir. “ Lig Türkiye'ye uymayan çok erken bir zamanda başlatılıyor. Bunun yanı sıra, ilk devrenin 10 Aralık'ta bitmesi, 26 Ocak'ta başlaması, çok uzun bir araya işaret ediyor. Ciddi bir kopukluk yaşanacak. Asıl önemlisi son 10 yıldır Türkiye'de şubat başı kar nedeniyle çok zorlu geçiyor. Ulaşım ve saha şartları çok kötü oluyor. Maçlar tatil ediliyor. İstatistikler bunun bu sene de böyle olacağını açıkça ortaya koyuyor. Planlama yapılıyor ama sahada oynanan oyun için değil, televizyon için yapılıyor. Bu yüzden son üç senedir FB-GS maçları son üç haftaya denk getiriliyor”. (122)

Spor organizasyonlarının özellikle de futbol organizasyonlarının sayıları o kadar hızla artmaktadır ki profesyonel sporcuların iş saatleri de artmaktadır. Profesyonel oyuncuların spor organizasyonları içerisindeki maç saatlerinin artışı sağlıkları açısından yetkililerinin de dikkatini çekmektedir. “ FIFA'nın sağlık komitesinin bir üyesi Graf Baumann, Fransa 98'i kastederek 'yakın zamandaki çok önemli bir yarışmada' her ulusal takımdaki oyunculardan ortalama 16 tanesi sahaya çıkabilmeden önce ağrı kesici iğnelere ihtiyaç duydular diye gözlemledi. Baumann şöyle devam etti: ‘ Bu çok büyük bir manzara olmaktan uzaktır fakat eğer biz maç sayısını azaltmazsak bu devam edecektir. Oyuncular lig sezonlarından doğrudan çalışma kampına geliyorlar ve bu mutlak olarak fiziksel açıdan imkansızdır. Oyuncuların fiziksel ve zihinsel kapasitelerinde bir sınır vardır; bu limit dışına çıkmak yanlış kullanma veya aşırı kullanma anlamındadır’ ”. (98)

Televizyon yayının gelirlerinin kulüp bütçelerinde yarattığı gelirlerin azımsanmayacak rakamlar olması nedeniyle spor karşılaşmalarının saatleri ve günleri

karşılaşmaların yayın haklarını satın alan kanalların isteklerine göre yeniden düzenlenirken, sporun Tv yayınları ve reklâmlara ekonomik bağımlılığı, en yetkili kişilerce “oyun” kurallarını değiştirmeye yönelik istekler olarak yansımaktadır. “FIFA eski Başkanı Joao Havalange 1990’da bundan sonra hiç değilse dünya şampiyonalarında futbol maçlarının 25’er dakikalık dört devre halinde oynanması önerisini ortaya attı; böylece televizyona, devre aralarında daha fazla reklâm alma fırsatı doğacaktı”. (120)

Olimpiyatların spor dünyasının biricik oyunları olduğu ve stadyumları çirkinleştirecek reklâm panolarına izin verilmemesinin ardında Tv etkisi görülmektedir. “Olimpik idealin saflığının korunması için ticari mesajların stadyumlardan uzak tutulduğu söylene de bu söylem yanıltıcıdır. Reklâm panoları olmamasının nedeni ABD’li TV şirketlerinin televizyon yayın hakları için ödediği paradır. Reklâmları kendileri satabilmek için temiz stadyum isterler” . (113) Tv yayınları konusunda yapılan anlaşmalarla “lig” yaratılması ise İngiltere’de gerçekleşen bir olgudur. “ 1990’da o zamanın ITV spor başkanı ve şimdi BBC’nin genel yayın yönetmeni olan Greg Dyke önde gelen İngiliz kulüplerinden bazı önemli insanları Itv’nin onların kulüplerinin maçlarını yayınlama haklarını alması olanağını tartışmaya davet etti. Kulüplerin bu konudaki temel derdi elbette daha çok paraydı. Sonunda bunun gerçekleşmesinin en iyi yollarından birinin gelenekten uzaklaşıp yeni bir lig, yani Premier Ligi başlatmak olduğunun farkına varıldı”. (123) Bu gelişmenin ardından İngiliz Futbol Federasyonu izniyle İngiltere’de Premier Lig 1992’de kuruldu.

İngiltere’de yayın yapan özel Tv kanalı British Sky Broadcasting (BSkyB) aynı zamanda Manchester United’ın ana hissedarı Robert Murdoch’ın sahibi olduğu bir dijital platformdur. “BSkyB 1992 yılında İngiltere 1. futbol liginin yayınlarını beş yıllığına 330 milyon pound (yaklaşık 590 milyon dolar) karşılığında almış ve yayınların paralı platforma geçmesiyle BSkyB’nin abone sayısında kısa sürede hızlı bir artış yaşanmıştı. Ancak BSkyB 1996 yılında sözleşmenin yenilenme tarihi geldiğinde kablo Tv ve BBC’den gelen kısmi rekabet nedeniyle, kontratı dört yıllığına 670 milyon pound (yaklaşık 1.2 milyar dolar) olarak yenilemek durumunda kalmıştır”. (5) BSkyB, 2000 yılında İngiltere futbol 1.Liginin yayın haklarını üç yıllığına 1.1. milyar dolar ödeyerek tekrar satın almıştır.

Futbolun küreselleşmesi beraberinde rakamlarla ilgili eşitsizlikleri de yansıtmaktadır. “ Financial Times yazarı Alan Beattie göre 2006 Futbol Dünya Kupası organizasyonunun gişe hasılatının, TV yayın hakları ve şirketlerden elde edilen reklâm -sponsorluk gelirlerinin toplanmasıyla, 2.1 milyar avroya (2.7 milyar dolara) erişmesi bekleniyor. Dünya futbolunun kaymağını toplayan beş ülkedeki (İngiltere, Almanya, İtalya, Fransa, İspanya) kulüp takımlarının 2004/05 sezonundaki gelirlerinin bunun üç katını bulduğu, İngiltere Premier Ligi’nin yıllık gelirinin (2 milyar avro) Dünya Kupası’nın toplam gelirine yaklaştığı belirtiliyor. Tüm bu veriler futboldaki küreselleşmenin de eşitsizlikleri artıran bir tablo yarattığını ortaya koyuyor. Ne var ki dünyanın dört bir yanında kitlelerin

ilgisini çeken futbol da ancak bu çark içinde gelişebiliyor ve yaygınlaşabiliyor. Aslında kitlelere mal olmuş bir olay olarak futbolda yaşanan gelişmeler, dünyada ve hayatta yaşananları yansıtıyor”. (124)

Televizyon yayınların da önemli olan kriterlerden biri reyting ve reyting artışı. Bu da programın izleyici kitlesine bağlı. Uluslararası Basketbol Federasyonu’ nun (FIBA) 2006 Dünya Şampiyonasına katılım kriterleri arasında basketbolun televizyonlarda izlenme oranlarını olduğu gözlenmektedir. “ FIBA, 2006 Dünya Şampiyonası’nda takım sayısını 24’e çıkarırken, elemelerde başarı gösteremeyen ve finallere ulaşamayan ülkeler için kontenjan (Wild Card) uygulamasına başvurdu. Uzmanların hazırladığı kriterlere göre seçimini yapıp dört ülkeyi Japonya’ya davet etti. Bu ülkelerden biri de Türkiye. FIBA, Türkiye seçimini yaparken , televizyonların basketbol sporuna gösterdiği ilgiye, ülkenin basketbol potansiyeline, NBA’de oynayan başarılı sporcularına ve en önemlisi 2010 Dünya Şampiyonası’ndaki ev sahibi- organizatör ülke olmasına önem verdi” . (125)

Çizelge 2. Dünya Kupalarında FIFA’nın Televizyon Gelirleri

Dünya Kupaları	Televizyon Gelirleri (İsviçre Frangı)
1990	95 milyon
1994	110 milyon
1998	135 milyon*
2002	1.3 milyar*
2006	1.5 milyar*

*Bu miktarlara ilave muhtemel ödemeler dahil edilmemiştir.

Kaynak: 115

Futbol Dünya Kupalarının Tv geliri; 1990 yılında 95 milyon İsviçre frangı iken 2006’ da 1.5 milyar İsviçre frangına yükselmiştir. 1974/1998 yılları Havelange’in, 1998 sonrası ise Seap Blatter’in FIFA başkanlığı dönemidir.

Televizyon yayınları reklâm, sponsorluk ve kulüplerin beklentisi olan yayın gelirleriyle birlikte düşünülmelidir.

2.7. 3. Spora Katılım, Spor Olanakları ve Spordan Yaratılan İş

Gelişmiş ülkelerle az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler arasında spora katılım olanakları ekonomileriyle doğru orantılı olarak değişim göstermektedir. Sporla ilgili harcamalar da farklılık görülmektedir.

Üçüncü dünya ülkelerinin büyük çoğunluğu için spor aktivitelerinin, çokuluslu sponsorlardan gelen paralara, spor malzeme ve araçlarına dolayısıyla yabancı yardımına

bağımlı olduğu ifade edilmektedir. Afrika ülkelerinde spora katılım gelişmiş ülkelere oranla düşük sayıda görülmektedir. “ 1983’te Afrika’daki 739 sakinden sadece 1 tanesi, Asya’daki 707 sakinden sadece biri ve Latin Amerikada 100 sakinden biri federasyona bağlıydı. Fas’ta 1993’te 1000 sakin arasında sadece 4 tane spor katılımcısı spor federasyonuna bağlıyken, 1994’te Tunus’ta 1000 sakinden 14 katılımcı ve 1995’te Afrika’da 800 kişi içerisinde 1 den azı spor faaliyetine katılıyordu. Avrupa Ülkelerinde nüfusun % 20-25’ inin spor federasyonlarına bağlı olmasıyla kıyaslanırsa, üçüncü dünyada spor katılımının oranı nüfusun % 0.01’ i ve % 1 arasındadır. Dahası katılımcıların büyük bir yoğunluğu spor olanaklarının uygunluğuyla temel olarak belirlenen birkaç spora odaklanmışlardır ”. (10)

Çizelge 3. Afrika Ülkelerinde Spor Yapma Olanaklarının Yaşayanlara Oranı (1995)

Ülke	Atletizm	Futbol	Küçük Spor Alanları	Yüzme havuzları	Jimnastik salonları
Benin	1 /650.000	1 /66.000	1 /115.000	1/ 1.500.00	1 / 600.000
Burkina Faso	1/4.500.000	n.a.	n.a.	0	0
Burundi	1/1.100.000	1/550.000	1/275.000	1/1.375.000	1 /5.500.000
Cap Verde	0	1/24.000	1/24.000	0	1 /360.000
Comoros	0	1/140.000	1/140.000	0	0
Djibouti	1/200.000	1/50.000	1/60.000	0	1/100.000
Etiyopya	1/730.000	1/730.000	1/1.500.000	1/6.200.000	1/ 25.000.000
Gambia	1/900.000	1/60.000	1/450.000	0	0
Gana	1/7.300.000	1/30.000	1/200.000	1/ 730.000	0
Gine Bissau	1/1.000.000	1/60.000	1/100.000	0	0
Ekvator Ginesi	0	1/120.000	1/35.000	0	0
Madagaskar	1/100.000	1/100.000	1/85.000	1/ 2.000.000	1/ 2.400.000
Moritanya	1/2.000.000	1/135.000	1/155.000	0	0
Merkezi Afrika Cum.	1/1.500.000	1/40.000	1/43.000	0	1/3.000.000
Nijer	1/750.000	1/70.000	1/150.000	1/1.500.000	0
Zambiya	1/2.000.000	1/65.000	1/350.000	1/1.560.000	0

Kaynak: Souchaud 1995, (10)

Çizelge 3’e ek olarak 16 Afrika ülkesinde toplam atletizm pisti 213, basketbol sahası 474, futbol sahası 1.130, voleybol sahası sayısı 490’dır. Beysbol, boks, bisiklet, binicilik, tenis sporlarının ise hiç alanı olmadığı, ulusal spor olaylarının ise spor tesislerinin başkentlerde olması nedeniyle başka kentlerde yapılamadığı da ifade edilmektedir.

Afrika ülkelerinde spor, 1980’li yıllarla birlikte bütçeden daha az pay almaktadır. “ Seksenlerde Afrika Futbol Konfederasyonu, IMF ve DB tarafından tavsiye edilen yapısal

uyum politikalarının uygulanmasına çalışmayla sporu son bütçe kaynaklarından ayırmalarıyla daha da kötüleşti ”.(10)

Özellikle futbolun, Afrika ülkelerinde yaşanan fakirlik ve politik istikrarsızlık nedeniyle gelişemediği ifade edilmektedir. Afrika ulusal federasyonları takımlarını yurtdışına yollayacak para bulamadıkları için birçok uluslararası karşılaşmadan çekilmek zorunda kalmışlardır. “1996 Afrika Uluslar Kupa’sındaki seçmelerde iç savaş ve fon yetersizliğinin birleşimi 16 ülkenin düşmesine sebep olmuştur. Aynı zamanda bu ülkeler ekonomik problemlerden dolayı 1998 Fransa Dünya Kupası seçmelerinde de yer alamadılar. Maradas’a göre, böyle bir durumda uluslararası yardım örgütleri ve benzerleri tarafından yardım edilemez: ‘Futbolun bu kıtadaki en büyük problemi zayıf Afrika ekonomileridir. Bu fakirlikle futbola gerekli fonu sağlayamıyoruz. Bu durum çok sıkı para ödünç verme kriterleri ve eşit derecede sıkı kontrol prosedürleri olan DB’ nın tutumuyla daha da kötüye gitti. DB’ ndan para ödünç alındığı ya da oraya borçlu olduğu durumlarda spora para harcamaya izin verilmiyor’ ”.(126) Afrika sporunun içinde bulunduğu tüm olumsuz koşullara rağmen futbolun çok ilgi gören bir spor olduğu, sponsorluk ve TV anlaşmalarının olduğu ifade edilmektedir. Ancak ödeneklerin Afrika ülkelerindeki futbol yöneticilerinin ve hükümet görevlilerinin kişisel menfaatlerine harcanması nedeniyle futbol gelişmemektedir. Kıtadan ekonomik kazanç nedeniyle yapılan sporcu göçlerinin engellenmesi ve çeşitli ödeneklerin futbola dürüst aktarımıyla Afrika’nın bir gün Dünya Kupasını alabileceği de iddia edilmektedir. Belki de tüm bu olumsuzlukların giderilmesi amacıyla önümüzdeki yıllarda 2010 FIFA Dünya Kupası Afrika ülkelerinden birinde gerçekleşecek. Bu organizasyonun Afrika futboluna olan etkilerini, geçici ya da kalıcı bir çözüm olup olmadığını ancak önümüzdeki yıllarda görebiliriz.

Spor endüstrisi gelişmiş ülkelerde spor iş olanakları da yaratmaktadır. “ İngiltere’de 2000 yılında 400.000 insanın sporla ilgili aktivitelerde çalıştırıldığı tahmin ediliyor. Bu işlerin 160.000’ i ticari spor sektöründe, 170.000 bini ise, bahis, spor tesisi yapı üretimi gibi spor dışı ticarettedi. Yaklaşık 37.500 insan yerel yetki sektöründe sporla ilgili işlerde çalıştırıldı ve diğer 38.000’ i gönüllü sektörde çalıştı ”. (127)

Spor iş olanakları yaratırken sporla ilgili harcamalar ekonomi göstergelerinde tüketim kaleminde karşılığını bulmaktadır.

Çizelge 4. İngiltere’de HaneHalkı Tarafından Sporla İlgili Yapılan Harcamalar (2000/Milyon Sterlin)

HARCAMANIN NİTELİĞİ*	TUTAR
Sporla ilgili harcamanın toplamı	11.495
Spor kıyafeti ve ayakkabı	2.479
Spor eşyaları	794
Karşılaşma(maç) girişleri	600
Üye aidatları ve ücretler	2.701
İddia(bahis)	2.313
Toplam hane halkıharcaması	408.325
Sporla ilgili toplam harcama yüzdesi	(%) 2.8
Nüfus	49. 998

Kaynak(lar): Cambridge ekonometresi (126) *Tarafımızdan eklenmiştir

İngiltere’de, 2000 yılında hane halkı harcamasının %2.8’ inin sporla ilgili olduğu görülmektedir. Türkiye’de DİE’nin hazırladığı hane halkı tipine göre hane halkı tüketim harcaması ögeleri içinde sporla ilgili bir harcama kalemi bulunmamaktadır.

Ülkeler hatta kıtalar arasında sporun ekonomide yarattığı değerlerle ilgili farklılıklar bulunmaktadır. Avustralya ekonomisinde spor ve eğlencenin gün geçtikçe artan bir önemi olduğu ifade edilmektedir. “ 2002’ de Sydney Olimpiyatlarında Avustralya’da düzenlen en büyük spor olayı için hükümet 72 milyon dolar civarında para harcadı ve yeni Güney Galler Ülkesi 380 milyon dolar üzerinde harcadı. Canberra’ da sergilenen çok daha küçük V8 Süper araba 2001 yılında 5 milyon dolar civarında bir ACT Hükümeti para yardımı alırken, Melbourne Grand Prix motor yarışına Victoria hükümeti (Dabkowski 2003) tarafından 2003 yılında 19 milyon dolar miktarında para harcadığı belirtildi. Genel olarak, 2001 mali yılında spor ve eğlence üzerine Avustralya’da hükümetin tüm seviyeleri tarafından toplam giderler 2.1 milyar dolar civarındaydı. Avustalya’da temel spor düzenlemeleri kendi kendilerine önemli bir ekonomik faaliyet sorumluluğunu alırlar. Örneğin, kriket Avustralya 2003’te 87 milyon dolarlık toplam gelirini bildirdi. Avustralya Ragbi Birliği 60 milyon dolardan daha fazla net gelire sahipti ve Avustralya Futbol Ligi aynı dönem için 115 milyon dolar civarında net bir işlem fazlalığı bildirdi ”.(85)

Spora katılım düzeylerinde ülkelerin ekonomik gelişme düzeyleriyle ilişkili bir farklılık göze çarpmaktadır.

Çizelge 5. Spor Katılımı, Futbol Oynayan Nüfusun Yüzdeliği

Ülke / Kaynak	Bütün Yetişkin Ler	Erkek Yetişkin ler	Kadın Yetişkin ler	Bütün 16 yaş altı	16 yaş altı erkek ler	16 yaş altı kız lar
İngiltere / GHS – İngiltere Spor – 2000	6	10	1	43	67	17
Kanada / Kanada İstatistikleri, Genel Sosyal Araştırma	3.00	4.60	1.50	-	-	-
Avustralya- 2001(Avustralya Spor Komisyonu)	3.70	5.80	1.60	-	-	-

Kaynak: 128

Spora katılımının, futbol oynayan nüfus yüzdeliğinde gelişmiş ülke ekonomilerinden İngiltere’de 2000 yılında 16 yaş altı ortalama % 43 seviyelerindedir.

Açıkada ve Ergen, 1980 yılında İngiltere’de toplam nüfusun “ 56.340.000, kayıtlı (aktif) olarak spor yapanların sayısının 6.300.000 ve spor yapanların genel nüfusa oranında %42 olduğunu, Türkiye’de spor yapanların genel nüfusa oranını 1985’te 0.8 olarak belirlemiştir”. (129)

Türkiye’de buna karşılık federasyonlara göre sporcu sayıları verileri bulunmaktadır.

Çizelge 6. Türkiye’de Federasyonlara Göre Sporcu Sayıları (Mayıs 2007)

FEDERASYON	LİSANSLI			FAAL			SPORCU KARTLI		
	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam	Kadın	Erkek	Toplam
ATLETİZM	34.818	64.341	99.159	3.289	6.017	9.306	136	264	400
BASKETBOL	30.309	121.609	151.918	7.543	37.385	44.928	1.098	3.658	4.756
VOLEYBOL	50.083	52.730	102.813	14.659	12.479	27.138	1.458	1.488	2.946
Toplam	115.210	238.680	353.890	25.491	55.881	81.372	2.692	5.410	8.102

Kaynak: GSGM, (130)

Lisanslı, faal ve sporcu kartlı sporcuların sayısı üç federasyonda toplam 443.364’dür.

Türkiye’de spor tesisleri, okullarda spora katılım rakamları şu şekildedir: “ 1999 yılında Milli Eğitim Bakanlığı’nın verilerine göre; 44.525 ilköğretim okulunda 9.581.120 öğrenci, 5.708 ortaöğretim okulunda 2.013.152 öğrenci olmak üzere toplam 11.594.272 öğrenci eğitim almaktadır. Bu okullardaki beden eğitimi öğretmeni ise; 12.030’dur. Toplamda 1.000 öğrenciye 1 beden eğitimi öğretmeni düşmektedir. İlk ve ortaöğretimde toplam 50.233 okuldan sadece 672’sinde spor tesisi bulunmakta (binde 13), bunların 446’sı nizamî olup, 226’sı açık spor tesislerinden oluşmaktadır. Bu verilere göre, standartlara uygun spor salonu sayısı 220’dir. Bu tesislerin ağırlıklı olarak İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi büyük illerimizde yer aldığı görülmektedir”. (131) Aynı raporda okul spor eğitimindeki tesisleşme oranlarının yetersizliği sonucu 7-18 yaş grubundaki yaklaşık 12 milyon çocuk ve gencimizin hiçbir spor tesisi bile görmedikleri belirtilmektedir.

Cizelge 7. İllere Göre GSGM'ye Ait Spor Tesisleri (2002/03)

NO	SPOR TESİSİ TÜRÜ	SAYI
1	Antenman Spor Salonu	165
2	Atış Poligonu Tesisleri	55
3	Atletizm Stadyumu	155
4	Binicilik Tesisleri	12
5	Bisiklet Spor Alanı	12
6	Cirit Oyun Alanı	7
7	Dağcılık Spor Alanı	19
8	Futbol Sahası	1.266
9	Gençlik Merkezi	106
10	Kamp Eğitim Merkezi	28
11	Karakucak Güreş Sahası	28
12	Kayak Merkezi	31
13	Kayakevi	17
14	Kayıkhane	14
15	Kış Sporları Tesisleri	16
16	Kürek Spor Alanı	11
17	Milli Takımlar Eğitim Merkezi	3
18	Okçuluk Tesisleri	6
19	Otomobil Spor Alanı	3
20	Rafting Spor Alanı	5
21	Sağlık Koşusu	27
22	Semt Sahaları	6.081
23	Spor Salonu	389
24	Sporcu Eğitim Merkezi	43
25	Sporcu Sağlık Merkezi	8
26	Stadyum	275
27	Tenis Sahası	119
28	Veledrom	2
29	Yelken Spor Alanı	24
30	Yüzme Havuzu	59
	TOPLAM	8.986

Kaynak: DİE, (132)

Türkiye’de en yüksek spor tesisi sayısı 6.081 ile semt sahalarından oluşmaktadır. GSGM’ ye ait spor tesisleri sayısı toplam 8.986’dır. Atletizm Stadyumu sayısı 155, futbol sahası 1.266’dır. Türkiye’de 2002/03 yıllarında beysbol sahası ve boks görülmemektedir. Ancak boks antrenman spor salonu kapsamında değerlendirilince sayı olarak 165’tir. Bisiklet spor alanı 12, Binicilik tesisleri 12’dir. Tenis sahası 119’dur.

2.7. 4. Sponsorluk

Küreselleşme ile rekabet artmakta ve beraberinde işletmelerin hedef kitlelerine ulaşma yolları da değişime uğramaktadır. Hedef kitlelere ulaşmada reklâmların

doğrudan mesaj vermeleri nedeniyle farklı araçlar aranmaktadır. Bu araç, etkin bir pazarlama iletişim aracı olarak sponsorluktur.

Sponsorluk kelimesinin anlamı “desteklemek” ten gelmektedir. Sponsor olarak spora, müziğe, kültür-sanata “destek” olan üreticiler, ürünlerinin tanıtımını yapmak, piyasada yer alan diğer ürünlerden daha öne çıkması yoluyla hedef kitlenin farkındalıklarını arttırmak ve rekabet ettiği diğer ürünler karşısında etkili olmak istemektedirler. Konuyla ilgili bir örnek Türkiye’den Kent firmasıdır. “2005 yılında Ac Nielson’un yaptığı marka araştırmasında şekerleme kategorisinde en fazla belirtilen marka oranında %23.8’le Kent firması gelmektedir”. (133) Firmanın spora yaptığı sponsorluklarının bu sonuçta etkisi görülmektedir. Bu nedenle aynı firma sonraki yıllarda spor sponsorluğuna devam etmektedir. Daha büyük rakamlar FIFA Dünya Kupası organizasyonundan gelmektedir. “ 2006 FIFA Dünya Kupası’nın resmi toplarını üreten Adidas, 2005 Aralık- 2006 Haziran tarihleri arasında yaklaşık 15 milyon ‘Teamgeist’ marka futbol topu sattığını açıkladı” . (134)

Sporu araçsallaştırarak ilgili işletmelerin mal ve hizmetlerinin pazarlanması karşımıza spor sponsorluğu olarak çıkmaktadır. Spora yapılan sponsorluğun sanat, sosyal ve seyahat alanlarında yapılan sponsorluklardan daha fazla olduğu görülmektedir. “Sponsorluk deyince ilk akla gelen ve sponsorluk olarak en geniş bütçe ayrılan, spor sponsorluğudur. 2001 yılında tüm dünya genelinde yapılan sponsorluk harcamalarında spor birinci sırada gelmektedir ”. (135) Amerika’da yayınlanan IEG Sponsorluk Raporu’na göre “ 2002 yılında dünyada 22 milyar dolarlık sponsorluk harcaması yapılırken, bu rakam 2003’te 25 milyar dolara, 2004’ te ise 28 milyar dolara yükselmiştir. 2003/04 yılları arasında dünyada reklâm harcamaları % 5.8 oranında artarken, sponsorluk harcamaları % 12 oranında artış göstermiştir. 2005 yılında Dünyadaki toplam sponsorluk harcaması 30 milyar dolara ulaştı. Bu harcamaların 9.5 milyar dolarlık bölümü Amerika’ da gerçekleşmiştir. Aynı dönemde Avrupa’ daki sponsorluk harcamaları da 6.5 milyar dolardan 7.4 milyar dolara yükselmiştir ”. (133)

Profesyonel spor sponsorluğunun 1970’ li yıllardan günümüze gelişen bilimsel bir araştırma alanı olarak karşımıza çıktığı belirtilmektedir. Ancak sporu mümkün olduğunca ticarileşmekten kurtarmak gerektiği düşünülmektedir. “ Sporun genel amaçları içinde ticaret yoktur. Fakat spor sponsorunun amacı yaptığı işten sağladığı destekten kazanç sağlamaksa ve desteklenen spor, sporcu veya kulübün bundan menfaat sağlama amacı varsa, bu artık ticari bir konudur ve hibe özelliğinin ortadan kaldırır ”. (136)

İstanbul’da 2006 yılında düzenlenen “I.Sporda Sponsorluk Kongresi” sporda sponsorluğun profesyonelce düşünüldüğünü göstermektedir. Kongre amaçları şu ifadelerle açıklanmaktadır: “ Sporun içinde bulunanlarla sporun sadece ‘spor’ olmadığını, onun iletişim ve pazarlama gücü geliştirildiğinde ne kadar etkili bir finans kaynağı haline dönüşebileceğini

anlatmak ve göstermek, sporun dışında bulunanlara ise bu değerli hale gelmiş ürünlerle bir ortamda buluşabilecekleri bir platform hazırlamaktır” . (137)

Hedef kitleye gönderilen mesajların spor sponsorluğu biçiminde dolaylı olarak aktarılması izleyenin ‘farkına varmadan’ ilgili ürüne ya da markaya yönelik ‘farkındalığının’ artması şeklinde gelişmektedir.

Sporadaki sponsorluk; sporcuya, spor kulüplerine ve çeşitli spor organizasyonlarına yapılmaktadır. Spor organizasyonları sponsorluk için önemli bir alan olmakla beraber, gerçekleşmeleri sponsorlarla olan işbirliğine bağlı görülmektedir. “ Olimpiyat oyunlarının %100’ ü, motor sporu yarışmalarının %100’ ü, golf turnuvalarının %90’ ı, tenis ve binicilik turnuvalarının %50’ si, futbol turnuvalarının %20’ sinin sponsorlar olmadan gerçekleştirilemeyeceği tahmin edilmektedir ”. (138) “Birleşmiş Milletler, NBA, Türk ve Yunan Basketbol Federasyonları ile FIBA’nun işbirliğiyle düzenlenen Sınır Tanımayan Basketbolcular kamplarının ikincisi 2002 Temmuzunda İstanbul’da gerçekleşirken; organizasyonun sponsorları Spalding, Sprite, Garanti Bankası, Nike, Champion Europe ” olmuştur. (139) Olimpiyat Oyunları ile ilgili olarak Uluslararası Olimpiyat Komitesinin 2004 yılındaki verdiği bilgiye göre “ Gelirlerinin %52’ sini (2.236 milyon dolar) yayın hakları, % 32’sini (1.339 milyon dolar) sponsorluk, yüzde %14’ ünü (608 milyon dolar) bilet satışları, %2’ sini lisans ve diğer gelirler (81 milyon dolar) oluşturmaktadır. UOK başkanı Jacques Rogge sponsorların olmaması durumunda oyunlarda yarışan 200 ülkeden sadece 30’ unun kendi çabalarıyla oyunlara katılabileceğini vurgulamaktadır ”. (140)

Spor organizasyonlarının sponsorluğunu yapan bir kuruluşun sponsorluk anlaşması ile belirlenmiş hakları dışında elde edebileceği genel faydalar bulunmaktadır: “ Spor organizasyonunun yapılacağı yerde saha kenarı reklâmları koyma. Sponsor firmanın vermiş olduğu spor teçhizatı ve kullanılan nakil araçları üzerinde sponsor firmanın reklâmını yer alması. Spor organizasyonuna katılan ve yarışan sporcuların üzerinde sponsor firmanın reklâmı; motor yarışları gibi faaliyetlerde yarışmacıların araç vs. bakımını yapan yardımcıların üzerinde de sponsor firmanın reklâmının bulunması. Ulusal veya uluslararası, özel ya da resmi, yapılan spor faaliyetlerin sponsoru ile bu faaliyetlerin adını birleştirme olanağı. Örneğin Nutra Sweet Profesyonel Artistik Patinaj Şampiyonası gibi. Basılı materyaller ve görülebilecek yerlere kuruluşun adının veya ürünün reklâmını koyma olanağı” . (138)

Spor organizasyonlarına sponsor olan firmalar bu destekleriyle sadece reklâm yapmadıkları görülmektedir. “ 2006 FIFA Dünya Kupası biletlerinin %16’ sı McDonalds ve diğer sponsorlara verildi. Buna ek olarak yüzde 11’ i de şirketlerin kullanımına ayrıldı. Yani sponsor başına 25 bin bilet verildi: Toplam olarak yarım milyona yakın”. (141)

Sponsor adı 2002 Dünya Kupasının adı olmuştur: Coca- Cola 2002 FIFA Dünya Kupası. Coca- Cola 1928’den beri olimpiyat oyunlarına da sponsor olan çok uluslu bir şirket olarak “2008 Pekin Olimpiyatları, 2010 Vancouver Olimpiyat Kış Oyunları, 2012 Londra

Olimpiyatları ve 2020' ye kadar tüm olimpiyat oyunları için sponsorluk anlaşmasını yaptı". (142) Kökeni ABD olan Coca-Cola şirketi hiç bir olimpiyat oyununu boykot etmemiştir. 2006 FIFA Dünya Kupasının forma sponsorları da aylar öncesinden belirlenmişti. "Dünya Kupasına katılan takımların 12' sinin forma sponsoru Puma, sekizinin Nike, altısının Adidas, iki takımın Lotto ve Umbro, Joma ve Marathon ise birer takımın sponsoru oldular ". (143)

Reklâm ve sponsorluk arasındaki en temel fark; reklâmda ticari mesajlar direkt olarak verirken, sponsorlukta farklı bir kaynak vasıtasıyla insanlara ulaşmasıdır. " Hedef kitlenin ilgilendiği alandaki herhangi bir etkinliğinin, aktivitenin, oluşumun veya organizasyonun sponsorluğu marka için bazı durumlarda reklâmdan çok daha etkin sonuçlar getirebilmektedir. Çünkü tüketiciler kendi dünyalarına katkıda bulunan markalara daha farklı gözlerle bakıyorlar. Bu duygusal yaklaşımın en doğal sonucu da uzun vadede satışlarda artışlar olarak gözlemleniyor" . (136) Sponsorluk, sporda kullanıldığında spor bir kaynak aracı olmaktadır.

Spor sponsorluğunda da bazı kriterler bulunmaktadır. Örneğin bireysel olarak yapılan sponsorlukta genellikle tanınmış sporcular tercih edilmektedir. Aynı durum reklâmlardaki sporcular içinde geçerlidir. " Bireysel sporcuların sponsorluğunda, alanında başarılı olan veya daha önce başarılı olmuş yada gelecek için ümit vaat eden sporcular desteklenmektedir. Reklâmlarda sporcu kullanmak isteyen şirket ve şirket toplulukları ünlü sporcuları tercih etmektedirler. Ünlü sporcular ise daha çok profesyonel veya yarı profesyonel olabilmektedir ". (136)

Sporcuya yönelik olarak yapılan sponsorluklara örnek Real Madrid'in yıldız futbolcusu David Beckham'ın sponsorluk anlaşmalarından kazandığı rakamlardadır: " Beckham, her yıl sponsorluk anlaşmalarından 30 milyon dolar kazanmaktadır". (144) NBA ligi basketbol oyuncularından Kobe Bryant, adı skandallara karışınca sponsorluk anlaşmaları bozulan bir sporcudur. Türkiye atletizminin ünlü ismi, Süreyya Ayhan doping numunesi verme(me) sürecinde aldığı iki yıl cezadan sonra sponsoru Vestel firması ile yollarını ayırmak zorunda kalmıştır.

Dünyada bilinen en eski spor sponsorlarından biri Adidas spor giyim firmasıdır. Adidas 2006 yılında Çin, Rusya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya ve Türkiye'de Reebok marka spor malzemelerinin satış hakkını alarak pazar payını da genişletti. "Adidas ve NBA arasında, Amerikan Bayanlar Ulusal Basketbol Ligi (WNBA) ve NBA Gelişim Ligi'ni (D-League) kapsayan resmi forma ve giysi sponsorluk anlaşması imzalandı. 2006/ 07 NBA sezonunda başlayacak anlaşma, 11 yıl geçerli olacak. Bu anlaşma Adidas'a, NBA' in ABD, Kanada, Avrupa ve Asya'da giysi, günlük giyim ve ayakkabılarının satış hakkını da vermektedir". (145) NBA ise, Çin'deki resmi süt ürünleri üreticisi Mengniu Grubu ile de sponsorluk anlaşması yaptı. " Mengniu, ürünlerini Çin'de oynanan NBA maçları ve programları esnasında yayımlatabilecek. NBA basketbol maçları, Çin'in devlet destekli kanalı da dahil 51 televizyonda naklen yayınlanıyor". (146)

Türkiye’de sponsorluk ayni ve nakdi olarak yapılmaktadır. “Ayni Sponsorluk: Sponsorluk konusu harcamalar bizzat sponsor tarafından yapılarak, harcama belgeleri sponsor adına tanzim edilir. Sponsorlarca verilen demirbaş malzemelerin (ödül olarak verilenler hariç) ayniyat işlemlerinde, sponsorluğu alanın tabi olduğu mevzuat hükümleri uygulanır. Nakdi Sponsorluk: Sponsorluk bedeli sponsorluğu alanın hesabına yatırılır. Sponsorluğu alan tarafından gelir kaydedilen bu bedel, ferdi sporcular hariç, sponsorluğu alanın tabi olduğu mevzuat hükümlerine göre harcamır ve belgeleri muhafaza edilir. Sponsorluk Yasası, Mart 2004 tarihinden itibaren ilgili komisyonlardan geçmiştir ve ardından Resmi Gazete’de yayınlanmıştır. 3289 sayılı GSGM’ nin Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ile 3813 sayılı TFF Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun kapsamında yapılan sponsorluk harcamalarının; amatör spor dalları için tamamı, profesyonel spor dalları için % 50’ si Gelir ve Kurumlar Vergisi yasanına göre gider sayılacak”. (133) Sponsorluk Yasasına göre; ulusal veya uluslararası spor hizmet ve faaliyetlerini desteklemek amacıyla gerçek ve tüzel kişiler, GSGM’nin yıllık faaliyet programında yer alan ulusal ve uluslararası gençlik ve spor organizasyonları, sporcuların transfer bedelleri hariç olmak üzere, spor kulüpleri ile federasyonların yıllık programlarında bulunan sporun yaygınlaştırılması ve sporcuların desteklenmesine yönelik resmi sportif faaliyetleri için sponsorluk yapabileceklerdir. Bireysel veya takım sporcuları ile gençlik ve spor kulüpleri, ulusal veya uluslararası sportif faaliyetlerde, genel müdürlüğün belirleyeceği esaslar dahilinde reklâm alabileceklerdir. Sponsorluk yapan firmalar vergi indiriminden de yararlanacaklardır.

Türkiye’de son yıllardaki bazı sponsorluk örnekleri: “Saran Group’ un sekiz Süper Lig ekibine; Ankaraspor, Denizlispor, Gaziantepspor, Kayserispor, Erciyesspor, Konyaspor, Sakaryaspor ve Sivasspor, toplam 4 milyon YTL kaynak aktaracağı reklâm anlaşması imzaladı. Proje kapsamında, daha önce ‘dört büyükler’ in maçlarında uygulanan üç boyutlu halı reklâmı uygulamasının artık söz konusu sekiz takımın iç saha maçlarında da gerçekleştirilecek”. (147) “ FB Kulübü, Ülker ile beş yıllık sponsorluk anlaşması gereği Basketbol Birinci Ligi’ndeki FB ve Ülkerspor birleşerek, Fenerbahçe Ülkerspor adını aldı”. (148) “ GS ile Ülker grubu arasında geniş kapsamlı sponsorluk anlaşması 12.07.2006’da yapıldı. Kulüp başkanı, yapılan sponsorlukların başlangıcının 2005 yılına dayandığını ifade etti”. (149) Türkiye’de spor sponsorluğunda ki firma isimlerinden biri Ülker, “2006’nın ilk 9 ayında 5.6 milyar dolar ciro yapmış ve 2006/ 07 sezonunda 33 milyon dolarını spora ayırmıştır” . (150)

Bazı Avrupa takımları sponsorlarının adlarını alarak aynı zamanda firma takımı olmuşlardır. Hollanda PSV Eindhoven- PSV : Philips Sport Vereniging (Phillips Spor Birliği); Almanya Bayer Leverkusen- İlaç firması Bayer ve firmanın merkezi Leverkusen’dedir. Hollanda AZ Alkmaar- AZ bir peynir firmasıdır. Büyük Avrupa futbol kulüplerinin hemen hepsinin sponsorları bulunmakta ve bu sponsorlar kulüplere

gelir getirmektedir. Türkiye’de ise futbolda; Vestel Manisaspor, basketbolda; Fenerbahçe Ülkerspor, Beşiktaş Cola Turka, Galatasaray Cafe Crown, voleybolda; Eczacıbaşı spor kulüpleri örnek olarak gösterilebilir. Tüm bunlara ek olarak, amatör sporcu ve kulüplerin sponsorlukla desteklendiği örnekleri bulmak pek mümkün değildir.

Çizelge 8 . Büyük Avrupa Kulüpleri Teknik Malzeme ve Forma Sponsorları (2004/05)

Kulüpler	Teknik Malzeme Sponsoru	Ana Sponsor	Ana Sponsorun Sektörü
AC Milan	Adidas	Opel	Otomobil
Ajax	Adidas	ABN Ambro	Finans
Arsenal	Nike	02	İletişim
AS Roma	Diadora	Mazda	Otomobil
Aston Villa	Diadora	DWS	Finans
Atletico Madrid	Nike	Idea	Perakende
Barcelona	Nike	Yok	Yok
Bayern Munich	Adidas	T Mobile	İletişim
Borussia Dortmund	Nike	e-on	İletişim
Celtic	Umbro	Carling	İçki
Chelsea	Umbro	Emirates	Havacılık
FC Schalke 04	Adidas	Victoria	Finans
Feyenoord	Kappa	Fortis	Finans
Hamburg SV	Nike	Adig	Finans
Internazionale	Nike	Pirelli	Otomobil
Juventus	Nike	Tamoil	Enerji / Petrol
Kaiserslautern	Kappa	Deutsche Banka	Finans
Leeds United	Diadora	Whyte & McKay	İçki
Liverpool	Reebok	Carlsberg	İçki
Manchester United	Nike	Vodafone	İletişim
Newcastle United	Adidas	Northern Rock	Finans
Olympique Marseille	Adidas	N9UF (Cegitel)	İletişim
Paris Saint-Germain	Nike	Thomson	Multimedya
Rangers	Diadora	Carling	İçki
RC Lens	Nike	Orange	İletişim
Real Betis Balompie	Kappa	Globet.com	Oyun/ eğlence
Real Madrid CF	Adidas	Siemens Mobile	İletişim
SS Lazio	Puma	Parmacotto	Yiyecek
Sunderland AFC	Diadora	Reg Vardy	Otomobil
Valencia	Nike	Toyota	Otomobil

Kaynak: (151)

Avrupa futbol takım/kulüplerinin teknik malzeme sponsorluğunda %37 ile Nike, % 23 Adidas, % 17 Diadora, %10 Kappa, %7 ile Umbro, % 3’ er pay da Puma ve Reebok arasında paylaşılmıştır. 29 kulübün ana sponsorlarının sektörlerinde finans ve

iletişim % 48’lik eşit yüzdellik dilimdedir. Hemen ardında %14 ile içki (alkollü içecek) sektörü gelmektedir.

Çizelge 8’deki kulüplerin tanınırlığı fazla ve başarılı olan kulüpler olduğu görülmektedir. Çünkü “ Sponsorlar için en önemli, marka imajlarını olumsuz yönde etkileyecek bir kulübü desteklemekten uzak durmaya çalışmaktır. Çünkü başarılı olamamış bir kulüp sponsorun marka imajını olumsuz yönde etkileyebilir. Hedef kitlenin ilgilenmediği bir spora destek vermek, sponsora zarardan başka bir şey getirmez. Futbol, tenis, motor sporları, binicilik, boks, golf ve kayak gibi sponsorluk çalışmalarında gelenekselleşmiş spor çeşitlerine destek vermek, sponsor için en güvenilir yollardan biridir ” . (136)

Manchester United’ın 2004/ 05 sezonunda iki ana ticari ortağı Nike ve Vodafone’dur. Bu sezon kulübe “Toplamda 54 milyon avro kazandıracak Vodafone’nun dört yıllık gömlek sponsorluk antlaşmasının ilk yılıydı. Kulüp ayrıca kulübün satın alma kolunu yönetecek Nike ile devrimsel 458 milyon avro’ luk 13 yıllık ortaklığının üçüncü yılındaydı. Anlaşmanın yapısı imzalandığında futbolda benzersizdi ve şimdilerde diğer önder Avrupa kulüpleri tarafından takip edilmektedir. Audi, kulübün platin sponsorluk grubuna 2004/ 05 yılında katıldı. Bu grup 2003/ 04 yılında kulübün toplam ticari gelirini 72.1 milyon avroya çıkarmasına yardım eden, fazladan 8.3 milyon avro sağladı”. (152)

Avrupa kulüplerinden Barcelona forma sponsoru olmayan tek kulüptür. “Kulüp, son zamanlardaki karşıt spekülasyon baskılarına rağmen forma önü sponsorluk antlaşmasını görüşmeye karşı koymaya devam etmektedir ”. (152)

Çizelge 9. İngiltere Premier Lig Kulüp Forma Sponsorları (2004/05-Milyon Sterlin)

Kulüp	Ana Sponsor ve Sektörü	Yıllık Sözleşme Miktarı	Sözleşmenin Bitişi
Arsenal	O2 / Telekom	5.0	Mayıs 2005
Aston Villa	DWS/ Finans	2.5	Mayıs 2005
Birmingham City	FlyBe/Hava yolları	0.75	Mayıs 2005
Blackburn Rovers	HAS/ Sigorta	1.0	Mayıs 2005
Bolton Wanderers	Reebok/Spor giyim	2.0	Mayıs 2005
Charlton Athletic	All sports/ Spor perakendeleri	1.1	Mayıs 2005
Chelsea	Emirates/Havayolları	6.0	Mayıs 2005
Crystal Palace	Churchill/ Sigorta	0.30	Mayıs 2006
Everton	Chang Beer/ İçki	1.5	Mayıs 2005
Fulham	Dabs.com/Elektronik	2.0	Haziran 2005
Liverpool	Carlsberg/ İçki	5.0	Mayıs 2005
Manchester City	Thomas Cook /Seyahat	1.0	Şubat 2007
ManchesterUtd	Vodafone/İletişim	9.4	Mayıs 2008
Middlesbrough	888.com/Oyun-internet	1.5	Mayıs 2007
Newcastle United	Northern Rock /Finans	4.0	Mayıs 2006
Norwich City	Proton-Lotus/Otomobil	0.35	Mayıs 2006
Portsmouth	Ty/Oyuncak	0.33	Mayıs 2005
Southampton	Friends Provident /Finans	0.5	Mayıs 2006
Tottenham Hotspur	Thomson/Seyahat	2.5	Mayıs 2005
West Brom Albion	T-Mobile/İletişim	1.0	Mayıs 2006

Kaynak: (153)

İngiltere 1. Liginde hemen her sektörden sponsorlar bulmak mümkündür. Avrupa ülkeleri futbol kulüpleri için sponsorlar gelir kaynağı olmaktadır. “ İtalya’da 2005/06 yılında seri A kulüpleri forma sponsorluğunda listenin ilk sırasındaki Juventus 22 milyon avro kazanırken, liste sonundaki Palermo’ nun forma sponsorluğu geliri 400 bin avrodur”. (154)

Argan’ın 2000/ 01 sezonunda Türkiye 1. ve 2. Futbol Ligi’nde yer alan takımlara sponsorluk yapan kuruluşlara ilişkin yaptığı araştırmasında; “ 69 futbol takımına sponsorluk yapan firma/ kurum sayısının 102 olduğu, bu takımların 18’ine (% 26,08) belirli bir kurum ve firma ismi verildiği tespit edilmiştir. 102 kuruluştan 66 tanesi anketleri geri göndermiştir. Sponsorluk yapan kuruluşların %83.3’ü özel firmalardan, % 16.7’si belediye ve kamu kuruluşlarından oluşmaktadır. Firma/ kurumların sponsorluk yapma konusunda ilk dört neden sırasıyla; isim farkındalığını arttırmak, firma/kurum imajını geliştirmek, televizyonda görünme veya yer alma, kamuoyunun ilgisini çekmek olarak ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu sonuç diğer ülkelerle karşılaştırılmış ve farkındalık ve imaj gibi nedenler sponsorluk yapmada önem taşırken, yöneticilerin kişisel ilgisinin önemi alt düzeylerde kalmıştır. Yine aynı çalışmada firma/ kurumların sponsorlukta kullandığı araçlar bölümünde en çok kullanılan araçlar sırasıyla; forma üzerine markayı yerleştirme, stadyumda poster/ bayrak/ flama kullanma, stadyum billboard reklâmlarını kullanma, basın toplantı merkezindeki panoda markayı sergileme olarak bulunmuştur. Uluslararası alanda yapılan benzer bir araştırmada araçlar sırasıyla TV ilanları (%100), diğer medya ilanları(%89), bayrak/flama kullanma (%80), kıyafet üzerinde marka sergileme ise (%67) olarak yer almıştır. Yurt dışına göre Türkiye’ de medya ilanları kullanımının düşük olduğu tespit edilmiştir. Aynı araştırmada katılan firmalar sponsorluğa yapılan giderlerin gelir ve kurumlar vergisinden bir gider olarak düşülmesinin sponsorluğa olumlu katkı sağlayacağına inanmaktadırlar. Firma/ kurumların %68.2’si futbol dışında sponsorluk yaptıklarını belirtmişler ve futbol dışında sponsorluk yapılan alanlarda sanat olayları ilk sırada ve diğer spor dalları ikinci sıradadır. Diğer spor dallarındaki sponsorlukta ise basketbol ve voleybol ilk sırada yer almaktadır. Özel firmaların sponsorluğu ayrı bir tanıtım aracı olarak sınıflandırma oranı, belediye/ kamu kurumlarına göre daha yüksektir. 1. Ligdeki takımlara daha çok özel firmalar sponsor olurken, 2. ligde de özel firmaların sayısı yüksektir, ancak bu takımlara sponsorluk yapan belediye ve kamu kurumlarının sayısında bir artış olduğu görülür. 1. Ligde yer alan takımlar, Türkiye- yurt dışı- global alanda faaliyet gösteren firmalardan oluşurken, 2. Ligde sponsorluk yapan kuruluşlar ise daha çok yerel/ bölgesel alanda faaliyet göstermektedir ”. (155)

İstanbul Menkul Kıymetler Borsasının (İMKB) şirket haberlerinden edindiğimiz bilgilere göre; “20/07/2004 tarihli haberdan: GS Sportif Sınai ve Ticari Yatırımlar A.Ş. ile Postel Uluslararası Tic. A.Ş. arasında imzalanan sponsorluk anlaşması uyarınca 2004/05 sezonunda Dreamcard yıllık 350.000 avro bedel ödeyerek “GS’in Resmi Münhasır Sponsor” larından birisi olmuştur. 12/09/2003, İngiltere’den bir sigorta grubu Aviva Plc. üç yıl süreyle GS’in Resmi Sigorta Sektörü Sponsoru olmuştur. 29.05.2002 tarihli haberdan, GS Spor Kulübü şubelerinin 2 yıl süreyle malzeme sponsoru Umbro’dur. Anlaşma miktarı yıllık yaklaşık 1 milyon avrodur. BJK Futbol Yatırımları Sanayi ve Ticaret AŞ 28.06.2006’da İsviçre futbol takımlarından FC Basel 1893 kulübünden profesyonel futbolcu Matias Emilio Delgado ile 1.250.000 avro ve 5000 avro maç başına olmak üzere 3 yıllık sözleşme

imzalamıştır. Delgado'nun İsviçre kulübüne sözleşme fesih bedeli olarak 4.875.000 avro Cola Turka sponsorluğunda karşılanmıştır. BJK 01.05.2003 tarihinde Vakıfbank ile kredi kartı sponsorluk anlaşması yapmıştır. FB 20.08.2004 tarihinde ana sponsoru TT Tim İletişim Hizmetleri AŞ ile yıllık 3 milyon dolar forma reklâm anlaşması yapmış ve 2007/08'e kadar anlaşmayı uzatmıştır". (156)

Sponsor firmanın bazı "özel" isteklerinin olması da mümkündür. " Sponsor firmalar kendi kurumlarının tanınırlığı ve imajlarını futbol endüstrisi aracılığıyla yeryüzünde üç milyar insana ulaştırırken; futbol da bu sözleşmelerden milyarlarca dolar gelir elde ediyor. Her iki tarafında yararına olan bu sözleşmeler zaman zaman futbolu genel olarak etkileyebiliyor. Maç saatlerinin düzenlenmesinden tutun da, hangi oyuncunun yeşil sahalarda olması gerektiğine kadar futbolu yönlendirebiliyor ". (157) 1998 FIFA Dünya Kupasında Brezilya Milli Takımı resmi sponsoru Nike'in isteği üzerine hasta futbolcu Ronaldo'nun final maçını oynamak üzere kadroya alınmıştır. " Sponsorlar en iyi kadroların sahada olması koşuluyla destek verirler. Bu bağlamda Ronaldo gibi başka oyuncular da hasta veya sakat olarak sahaya çıkartılacaktır. Çünkü hasta veya sakat olsalar da bu oyuncuların sponsorlarla kişisel anlaşmaları vardır ". (158)

Sponsorlukta adı en fazla öne çıkan spor markalarından biri olan Nike spor giyim firması taşeron fabrikalarındaki işçilerinin olumsuz çalışma koşullarından doğan kötü imajına rağmen 2000 yılında Birleşik Krallık pazarında, değeri %6' dır.

Çizelge 10. Futbol Ayakkabılarında Üreticiler Birleşik Krallık Pazarındaki Değeri 2000

Üreticiler	(%) Pay Değeri
Adidas	22
Puma	15
Reebok	12
Umbro	9
Nike	6
Diğerleri	36

Kaynak:(159)

Adidas'ın son yıllarda Reebok'ı satın almasıyla yüzdeler pay değerinin artması olası görülmektedir. Spor ve sponsorluk, reklâm, medya ilişkileri bağımlılık düzeyindedir. Bu bağımlılık sporun bir sektör olarak karşımıza çıkma nedenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. "Karşısına aynı anda milyarlarca insanı toplayabilen televizyon, yeni pazarlara girmek isteyen, kendini tanıtmak isteyen dahası kâr elde etmek isteyen ve etkinlik alanı sporla ilgili ya da ilgisiz olan şirketlere öylesine büyük bir tüketici potansiyeli sunmuştur ki sporla doğrudan ilgili olmayan bir çok firma bu yolla, spor pazarına organizatör olarak, sponsor olarak ya da bir spor örgütlenmesi olarak girmiştir. Bunun sonucu olarak spor, uluslararası bir boyut kazanmış ve başlı başına bir sektör haline gelmiştir ". (160)

2.7.5. Kulüp Gelirleri

Milyarlarca insanın ilgisini çekebilen bir spor dalı olan futbol; 1980’li ve 90’lı yıllarla birlikte değişim işaretleri verdiği dair temel verilere sahiptir. “ Futbol bugün olimpik ruhtan hızla uzaklaşarak; günümüzün en yaygın üretim kalıplarını belirleyen, ticari işkolarından biri olup çıktı. Bu ticari gelişme, futbolun pazar için yeniden üretimini sağlayan bir sürecin kaçınılmaz sonucudur da aynı zamanda. Yani futbol, gelişen ve değişen koşulların sonucunda, nitelik ve içerik olarak ciddi bir evrimsel süreç geçirdi. Alınıp satılan bir meta haline geldi. Bunun parasal anlamı ise, dünya genelinde yaklaşık 225 milyar dolara yaklaşan devasa cirodur. Bu anlamda futbol bugün sportiflikten endüstriyelliğe evrilirken, spor kulüpleri de birer ekonomik örgüt olup çıktı ”. (161)

Futbolun tüm dünyada ama öncelikle Avrupa’da bir endüstri olduğu açıktır. “1980’lerde Avrupa’da liberal politikaların uygulanmasıyla başlayan ve 1995 yılında Bosman Kararının alınmasıyla ivme kazanan endüstrileşme süreci emeğin önündeki engelleri kaldırmıştır. Bu yüzden bir hizmet sektörü olarak mütalaa edilen futbolun Avrupa’nın beş büyük liginde -Almanya, İngiltere, İspanya, İtalya, Fransa- tam anlamıyla küreselleşmiş olduğu söylenebilir ”. (162)

Günümüz futbolunun kapitalist üretim modelindeki çalışma şekli ile geleneksel çalışma şekli arasındaki ayırma dikkat çekilmektedir: “Seyircilerin ücret ödeyerek seyretmek durumunda olduğu ve oyuncuların oynamak için şu veya bu şekilde ücret talep ettiği bütün sporlar bir ekonomik sektördür. Buna karşılık son yıllarda uygun olan her durumda bir kâr maksimizasyonu olanağı aramak ve gelir ve giderleri buna göre ayarlamak ve bunun için modern işletmecilik tekniklerini uygulamak futbolu bir kapitalistik sektör haline getirmektedir. Bu eğilim, futbolda daha önce geleneksel olan, gelirlerin lig içinde daha adil dağılımı uygulamasını da olanaksız yapmaktadır. Bu yeniden dağılım uygulama daha önce sektör içinde profesyonel tutarlılık sağlama için gerekli iken, şimdi spora pazar güçlerinin girmesi bunu ikinci plana itmektedir. Profesyonel sporun yeni anlayışına göre her kulübün kendi gelirlerini maksimize etme çabası giderek güçlü kulüpler ile geride kalanların aralarının açılmasına neden olmaktadır ”. (163)

Doğan, Türkiye’ de 1980 sonrasında futbolda küreselleşme belirtilerini özetle; finans sektörünün ve özel televizyonların serbest piyasa ekonomisi ekseninde gelişiminin futbol gelirlerini arttırması, özel Tv gelirlerinin reklâmlar kaynaklı olması ve reklâmcılık sektörünün gelişmesi, böylelikle sponsorluğun futbol endüstrisinin bileşenlerinin arttırması ve yabancı oyuncu sayısındaki artış olarak değerlendirmektedir. “Dolayısıyla bu dönemde görülen futbol federasyonunun özerkleşmesi, piyasaya devlet müdahalesinin azalması, kulüplerin ticarileşmesine olanak sağlayan yasaların çıkarılması, GSGM’ye ait olan stadların kiralanabilmesi, transfer edilecek yabancı futbolcu sayısının süreç içerisinde artması, dış ticaret ve döviz işlemleri serbestliği, futbol kulüplerinin maliyetlerini düşürmeye yönelik uygulamalar. Spesifik örnekleri: 12.01.1980 tarihinde Cumhuriyet gazetesi haberine göre ulusal takıma komisyon karşılığı forma giydirildiğini ve bu yüzden bazı futbolcuların itham altında olduğunu haber verirken, 1990’lı yıllardan sonra Adidasın ulusal takım sponsoru olduğu; 20.01.1980’de Beden Terbiyesi Genel Müdürü ‘yabancı

sporcu reklâm yasağının kaldırılması için henüz erken' olduğunu açıklamıştır. Bugün ise yabancı futbolcu sayısının yetersizliği tartışılmaktadır. 24 ocak kararlarının en önemli uygulayıcısı dönemin başkanı Turgut Özal'ın 15 Haziran 1989 tarihinde kulüplere tavsiye ettiği 'şirketleşin' önerisinin kısa bir süre de kabul gördüğünü ” (160) ifade etmektedir.

Çizelge 11 . Avrupa Futbol Para Ligi Gelir Kaynakları ve Yüzdeler Oranları (2003/04- Milyon Avro)*

No	Kulüpler	Maç Günü Gelirleri	Toplam Gelir İçindeki Pay %	Yayın Gelirleri	Toplam Gelir İçindeki Pay %	Ticari Gelirler	Toplam Gelir İçindeki Pay %
1	Manchester United	92.4	% 36	94.5	%36	72.1	% 28
2	Real Madrid	62.0	% 26	88.1	% 38	85.9	% 36
3	AC Milan	27.9	% 13	134.4	% 60	60.0	% 27
4	Chelsea	80.9	% 37	85.2	% 39	50.9	% 24
5	Juventus	17.6	% 8	130.1	% 61	67.3	% 31
6	Arsenal	51.0	% 29	90.3	% 52	32.3	% 19
7	Barcelona	57.8	% 34	66.1	% 39	45.3	% 27
8	Internazionale	29.3	% 18	102.0	% 61	35.2	% 21
9	Bayern Munich**	20.6	%12.39	40.5	% 24.35	105.2	% 63.26
10	Liverpool	39.9	% 29	50.6	% 36	49.0	% 35
11	Newcastle United	51.2	% 38	50.8	% 37	34.6	% 25
12	AS Roma	24.2	% 22	50.5	% 47	34.1	% 31
13	Celtic	52.5	% 51	24.3	% 23	27.4	% 26
14	Tottenham Hotspur	29.9	% 30	36.1	% 36	34.1	% 34
15	SS Lazio	20.3	% 20	57.4	% 58	21.7	% 22
16	Manchester City	25.8	% 28	38.5	% 41	29.2	% 31
17	Schalke 04	28.3	% 31	16.3	% 18	46.8	% 51
18	Olympique Marseille	31.3	% 36	34.0	% 38	22.7	% 26
19	Rangers	36.6	% 42	11.3	% 13	38.3	% 45
20	Aston Villa	18.8	% 22	41.1	% 49	24.5	% 29

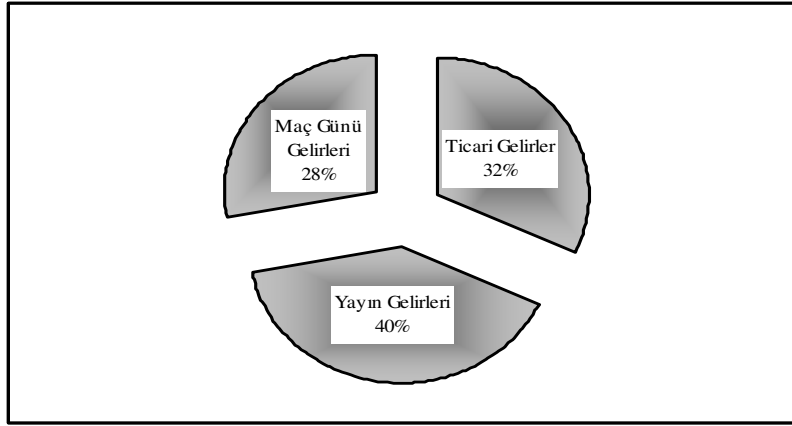
*Kaynak: Deloitte&Touche, tarafımızca düzenlenmiştir. (152)

** Hesaplama Akşar T, Merih K.(161)

Avrupa futbol kulüpleri, futbol pazarının en önemli aktörleri olarak görülmektedir. “ 1996/97’ de 20 kulübün toplam birleştirilmiş gelirleri 1.2 milyar avro iken, 2003/04 sezonunda sadece ilk beş kulüp gelirleri aynı rakamdır. 20 kulüp toplamda yılda %14’lük birleşik büyüme oranıyla yaklaşık olarak 3 milyar avro açığa çıkartmışlar ”. (152)

Çizelge 11’de Avrupa’nın en zengin 20 kulübünün gelir dağılımında en fazla payın % 40.4 ile yayın gelirlerinin (maçların TV, radyo, ulusal ve uluslararası karşılaşmaların yayını), ardından %31.5 ile ticari gelirlerin (reklâm ve sponsorluk anlaşmaları, ürün satışları) ve % 28.1 ile maç günü (gişe makbuzları ve sezonluk bilet satışlarından) gelirlerinden elde edildiği görülmektedir.

Şekil 1 . Avrupa'nın En Zengin 20 Kulübünün Gelir Dağılımı(2003/04)



Kaynak: Deloitte&Touche (152) Tarafımızdan düzenlenmiştir.

Batı Avrupa'lı futbol kulüplerinin en zengin kulüpler olduğu gözlenmektedir. İngiltere'den sekiz kulüp, İtalya'dan beş, Almanya, İspanya ve İskoçya'dan ikişer ve Fransa'dan bir kulüp bulunmaktadır.

Para Liginin 5. sırasında bulunmasına rağmen Juventus kulübünün maç günü gelirleri en düşük yüzdeliğe (%8) sahip görülmektedir. Bu durum endişe verici olarak değerlendirmekte; "Juventus'un taraftarlarına pazarlanması ve taraftarlar kitlesinin ticarileştirilmesini bunun yolunun da stadyumlara önem verilmesi ile gerçekleşeceği " belirtilmektedir. (152)

Çizelge 12. Avrupa Futbol Kulüpleri Gelirleri (2002/03 ve 2003/ 04- Milyon Avro)

Sıra	Kulüp	Gelirler 2003/2004	Gelirler 2002/ 2003
1	Manchester United	259.0	251.4
2	Real Madrid	236.0	192.6
3	AC Milan	222.3	200.2
4	Chelsea	217.0	133.8
5	Juventus	215.0	218.3
6	Arsenal	173.6	149.6
7	Barcelona	169.2	123.4
8	Internazionale	166.5	162.4
9	Bayern Munich	166.3	162.7
10	Liverpool	139.5	149.4
11	Newcastle United	136.6	138.9

Çizelge 12.(Devam) Avrupa Futbol Kulüpleri Gelirleri (2002/03 ve 2003/ 04- Milyon Avro)

Sıra	Kulüp	Gelirler 2003/2004	Gelirler 2002/ 2003
12	AS Roma	108.8	132.4
13	Celtic	104.2	87.0
14	Tottenham Hotspur	100.1	95.6
15	SS Lazio	99.4	98.4
16	Manchester City	93.5	70.5
17	Schalke 04	91.4	118.6
18	Olympique Marseille	88.0	61.6
19	Rangers	86.2	70.5
20	Aston Villa	84.4	65.3
	ORTALAMA	147.8	134.1

Kaynak: Deloitte&Touche (152)

Avrupa'nın en zengin kulüplerinde 2004/05 sezonunda değişimler olduğu gözlenmektedir. Olympique Lyonnais, Everton, Valencia takımları listede görünürken Olympique Marseille, Rangers, Aston Villa listeden düşüldü.

İngiltere sanayi devriminin yapıldığı, ilk kapitalist uygulamaların olduğu ve futbolun da anavatanı sayılan bir ülkedir. Futbol kulüplerinin ilk şirketleştiği ve borsaya açıldığı ülkedir. Dolayısıyla spor endüstrisinin gelişiminde bu ilklere göre paraleldir. Örneğin ilk olarak Manchester United 1995 yılında şirketleşme sürecini tamamlayıp borsada hisse senetlerini satışa sunmuştur. Böylece gelirlerinde büyük bir artış sağlamıştır. Bugün de Manchester United gelir bakımından ilk sıralarda bulunmaktadır.

Küreselleşme sürecinin şirketleşmelerin yoğunlaşarak yaşandığı bir süreç olduğu ifade edilmişti. Dünyadaki örneklerin ardından ülkemizde de spor kulüpleri dernek statüsünden şirket statüsüne geçmişler ve hisse senetleri borsa da işlem görmeye başlamıştır. “ Türkiye’de futbol kulüplerinin şirketleşmesi için gerekli kanuni düzenlemeler 1980’li yıllarda yapılmıştır. Bu konuda ilk örnek Malatyaspor A.Ş.’dir. Kulüp1. ligden düşünce tasfiye edilmiştir. İstanbulspor futbol şubesi İstanbulspor Spor Faaliyetleri ve Ticaret A.Ş.’ye, Vanspor’un futbol şubesi 1997 yılında kurulan Vanspor A.Ş.’ye devretmiş, 1996/97 sezonunda Çanakkale Dardanelspor şirketleşerek Dardanelspor Faaliyetleri Anonim Şirketi adını almıştır. 1998 yılında Yaşar Holding Karşıyaka Spor Kulübünü devir alarak anonim şirkete dönüştürmüştür. Yaşar Holding bünyesindeki bazı şirketlerin ortak olduğu şirkete Karşıyaka Spor Hizmetleri ve Ticaret A.Ş. adı verilmiştir. Adanaspor 1998 yılında şirketleşerek Adanaspor Spor Faaliyetleri Anonim Şirketi adını almıştır. Ülkemizde dernek şeklinde örgütlenmiş bulunan spor kulüpleri; Ürünleştirme Şirketleri, Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları

veya Yatırım Şirketleri kurabilmekte ya da bu alanda faaliyet göstermek üzere kurulmuş olan şirketlere ortak olabilmektedirler". (164)

Ürünleştirme şirketlerine; herhangi bir kulübe ait olan marka ürünlerinin işlemlerinin bir şirket tarafından yapılmasıdır. "Örneğin FB, Fenerbahçe Spor Ürünleri sanayi ve Ticaret A.Ş. adında bir şirket kurmuştur. FB'ye ait isim haklarını satın alan bu şirket gömlekten yağmurluğa, saatten bereye kadar geniş bir ürün grubunu Türkiye çapındaki bayilerde satmayı planlamaktadır". (164) Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı; "Sermaye Piyasası Kanunu'na dayanılarak Sermaye Piyasası Kurulu tarafından düzenlenen, gayrimenkul ve gayrimenkule dayalı projelere yatırım yapmak suretiyle faaliyet gösteren özel bir portföy yönetim şirketi tipidir. Vergisel avantajlarından dolayı son yıllarda büyük rağbet görmektedir". (164) Stadyumların kulüplere kiralanması bu çerçevede gerçekleşmektedir. Yatırım Şirketi; "Futbol kulüpleri birçok amaç için kurabilecekleri yatırım şirketleri ile çok yönlü ticari faayetlere imkan bulabileceklerdir. Örneğin GS Spor Kulübü kurmuş olduğu Galatasaray Spor ve Stad İşletmeciliği Ticaret A. Ş.(Stad A. Ş.) aracılığıyla Ali Sami Yen Stadyumu'nun intifa hakkını(hak sahibine başkasına ait bir şey üzerinden faydalanma ve kullanma hakkı sağlayan aynı bir hak) satın alarak mevcut stadın yerine her türlü konforun bulunduğu daha modern bir stad inşa etmeyi planlamaktadır". (165) Bu tip şirket kurulmasındaki diğer bir amacın mevcut düzenlemeler nedeniyle derneklere yatırım teşviki verilmemesi olduğu, kredi alma bakımından anonim şirket olmanın daha avantajlı olduğu ifade edilmektedir. Halka açılma; "Sporda şirketleşmenin ilk hedefi lisanslı taraftar ürünlerinin veya takımın giydiği tekstil mamullerinin pazarlanması veya sadece lisans haklarının devri karşılığında veya Franchaising sistemiyle ürünlerini kendine ait dükkanlarda satmaktır. Tv yayın hakları, bonservis bedellerinde sorun yaşandığından ve bu bedeller futbolcunun performansına göre değişeceğinden sermaye olarak konamaz. Yine stad ve maç hasılatlarının yıl sonunda elde edilen hasılattan önce belirlenemediğinden sermaye olarak konulamaz". (165)

Bununla birlikte İMKB' nın halka arz için bazı kriterleri bulunduğu ifade edilmektedir. Halka arz konusunda ilk örnek GS Sportif A.Ş. ve BJK A.Ş. olarak görülmektedir. Şirketleşen kulüplerin vergi avantajı vardır. "Türkiye'de futbol kulüplerinin; kurumlar vergisi, gelir vergisi, katma değer vergisi ve veraset ve intikal vergisi gibi çeşitli vergi yükümlülükleri bulunmaktadır. Halka açık şirketlere bazı vergi avantajları sağlanmaktadır. Genel olarak kurum kazançları 530 oranında kurumlar vergisine tabidir. Kurumlar vergisine uygulanan %10 fon payı ile birlikte vergi yükü %33'e çıkmaktadır. Kurumlar vergisi kesintisinden sonra kalan kâr dağıtılsın veya dağıtılmasın halka açık şirketlerde %10, halka açık olmayanlarda %20 oranında gelir vergisi tevkifatına tabi olmaktadır". (165) Ülkemizde futbolculara yapılan transfer ödemelerinin Gelir Vergisi Kanununun 103. maddesi uyarınca futbolcular tarafından değil, kulüplerce ödendiği ifade edilmektedir.

Devecioğlu, Türkiye’de halka arz edilen spor kulüplerinin sportif başarıları ile piyasa değerleri arasında ilişki olup olmadığını araştırarak; 2002/03 futbol sezonunda GS ve BJK kulüplerini incelemiştir. “ Gerek Türkiye gerekse Şampiyonlar Liginde alınan sonuçların kulüplerin yayın, reklâm, maç bileti, sponsorluk gibi getirilerinin, spor kulüplerine bağlı şirketlerin gelirlerine doğrudan ve dolaylı olarak yansımaları, sportif başarı ve hisse senetlerinin fiyatları arasında bir orantı olduğunu gösterir niteliktedir. Fakat, her iki kulübün hisselerinin arz oranı ve fiyatı, işlem görme sıklığı, gelir gider farklılıkları ile şirketlerin ilgi alanları gibi teknik özelliklerden doğan farklılıklar, kulüplere bağlı şirketlerin piyasa değerleri ile sportif başarıları arasında doğrudan anlamlı bir ilişki olduğu varsayımını azaltacak niteliktedir”. (166)

Son yıllarda iş dünyasından isimler spor kulüplerini satın almaktadırlar. İngiltere futbolu bu konuda geniş örnekler vermektedir. “ 19. yüzyılın sonlarından beri İngiliz kulüpleri, çoğunlukla çok eski aile bağları olan özellikle meşhur yerel iş adamları tarafından alındı. Örneğin Littlewoods ve Liverpool’un Moores ailesinin sahipliği. Son 15 yılda, sahiplik ve yatırım kaynağının yeni türleri ortaya çıktı. Arsenal’da David Dein, Rangers’da David Murray gibi hırslı girişimcilerden kazançlı yatırımlar yapıldı; Tottenham Hotspur, Manchester United, Newcastle United, Chelsea, Aston Villa, Leeds United, Sunderland, Celtic gibi ortak sahipliğin stok pazar ihracatı; Manchester United, Manchester City, Leeds United, Chelsea ve Sunderland’da hisseleri satın alan BSKyB örneğindeki gibi bazı kulüplerde medya kuruluşları tarafından yapılan stratejik yatırımlar ve 1990’ ların başlarında Blackburn’de Jack Walker, 2003’ te Chelsea’de - iki sezon, yeni oyunculara 200 milyon avronun üzerinde masraf harcayan- Roman Abramovich gibi sıra dışı olarak oyunculara görülmemiş yatırımlar yapan zengin iş adamları tarafından yönetimi ele geçirme. Chelsea gibi sadece sıra dışı durumlarda Fulham ve Portsmouth İngiliz adaları dışından yüksek çizgiye iş adamları tarafından alınan kulüplerdir. İtalya’da en önemli kulüpler; AS Roma, Lazio, Juventus, Almanya; Borussia Dortmund, belki Bayern Munich ve Türkiye; Galatasaray, Beşiktaş ihraç etmeyle ilgili İngiliz kulüplerini izlerken, bunun sahipliğin dramatik transferine yol açacağı ve ulusal olmayanları yöneteceği muhtemel değildir ”. (90) UEFA, zengin işadamlarının arka arkaya Avrupa’nın köklü kulüplerini satın almasının, Avrupa futboluna zarar verdiği iddia etmektedir. Satın alınan diğer Avrupa kulüpleri ve sahipleri şunlardır: “ Fulham (İngiltere): Muhammed El Fayed (Mısır), Leeds United (İngiltere): Ken Bates (İngiltere), Corinthians (Brezilya): MSI (İngiliz şirket), Dinamo Moskova (Rusya): Alexei Fedorychev (Rusya), Beitar Jerusalem (İsrail): Arkady Gaidamak (Rusya), Salzburg (Avusturya): Red Bull (Avusturyalı firma), Parma (İtalya): Lorenzo Sanz (İspanya), Milan (İtalya): Silvio Berlusconi (İtalya), Fiorentina (İtalya): Andrea Della Valle (İtalya), Shakhtar Donetsk (Ukrayna): Rinat Akhmetov (Tatar), Aston Villa (İngiltere): Randy Lerner (ABD) ”. (167) Kuper zengin iş adamlarının spor kulüplerini satın almalarını sorgulanmaktadır. “ Juventus hisselerinin bir bölümüne sahip olan Kaddafi ailesi, on yıllık bir süre için Libya petrol şirketi Tamoil’in reklâmının Juventus formasında yer alması karşılığında 240 milyon avro ödüyor. Arsenal, 2006/ 07 sezonunda 60 bin kişi kapasiteli Emirates Stadyumu’na taşınacak. Birleşik Arap Emirlikleri’nin havayolu şirketi Emirates, 100 milyon sterlin

karşılığında stadyuma adını verirken, on beş yıllık bir süre için Arsenal'ın forma reklâmını almış oldu". (168) Bu gelişmelerin arkasında zengin iş dünyasının bireysel tatmin duygusu yanında, siyasal ve ekonomik çıkarları olduğunu da ifade etmektedir.

Spor organizatörleri, yöneticileri ve kontrol edenlerin üst sınıftan olmaları dikkat çekicidir. "Sporu kimlerin kontrol ettiğiyle ilgili 1978'de detay çalışması yapan Gruneou, profesyonel takım sporlarının sahiplerinin çoğunun büyük şirketlerin yöneticileri olduklarını tespit etmiştir". (169)

Avrupa futbolunda ve genel olarak sporda yaşanan sermaye sahiplerinin spora egemen olmalarının Türkiye'de ki değerlendirimi şu yöndedir: "Genel olarak zengin iş adamlarının –sermaye sahiplerinin- futbolu 'araçsallaştırması' eğilimi bulunmakla birlikte, 1980'li yıllardan itibaren ortaya çıkan koşulları daha önceki gelişmelerden ayıran temel etkenlerden biri. Bir başka anlatımla Türkiye ekonomisinde ortaya çıkan küreselleşme eğiliminin futbola yansımaları biçiminde ortaya çıkmıştır" . (160)

Çizelge 13 . Avrupa'nın En Zengin 20 Kulübü (2004/05- Milyon Avro)

Sıra (Bir Önceki Yıl)	Kulüp	Gelirler
1. (2.)	Real Madrid	275.7
2. (1.)	Manchester United	246.4
3. (3.)	AC Milan	234.0
4. (5.)	Juventus	229.4
5. (4.)	Chelsea	220.8
6. (7.)	FC Barcelona	207.9
7. (9.)	Bayern Munich	189.5
8. (10.)	Liverpool	181.2
9. (8.)	Internazionale	177.2
10. (6.)	Arsenal	171.3
11. (12.)	AS Roma	131.8
12. (11.)	Newcastle United	128.9
13. (14.)	Tottenham Hotspur	104.5
14. (17.)	Schalke 04	97.4
15. (n/a)	Olympique Lyonnais	92.9
16. (13.)	Celtic	92.7
17. (16.)	Manchester City	90.1
18. (n/a)	Everton	88.8
19. (n/a)	Valencia	84.6
20. (15.)	SS Lazio	83

Kaynak: (170)

Çizelge 13' te iş dünyasının satın aldıkları kulüplerden 12'si bulunmakta ve bu kulüplerin Avrupa'nın en zengin kulüplerinden olduğu gözlenmektedir.

Avrupa futbolunun kendi pazarını yaratırken büyük gelirlere ulaştığı gözlenmektedir. “ 2004/ 05 sezonunda Avrupa futbol pazarı 11.6 milyar avro gelir yaratmış ve bu gelirin 6.3 milyar avroluk kısmı yani %54' ü büyük beş ‘İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya ve İspanya’ tarafından sağlanmıştır. İngiliz Birinci Ligi yaklaşık 2 milyar avro ile en yüksek yerel lig kazancını elde etmiş, Alman Bundesliga ise temelinde yayın ve ticari gelirlerdeki artıştan kaynaklanan 1.2 milyar avro ile % 17'lik bir büyüme göstermiştir. İngiltere’de Birinci Lig 1992/ 93'te başladığından bu yana İngiliz futbolunun en yüksek 4 bölümündeki kulüpler tarafından 4.3 milyar sterlinden fazla verginin ödendiğini tahmin ediyoruz. 2005/ 06 sezonunun sonunda bu toplamın 5 milyar sterline kadar çıkacağını ön görüyoruz ”. (171)

Avrupa futbol verilerine ek olarak Çizelge 14'te Amerika'da Büyük Beysbol Ligi (MLB) ve Ulusal Futbol Ligi (NFL) de bazı kulüplerin gelirleri sunulmuştur.

Çizelge 14. ABD Spor Kulüpleri Karşılaştırmalı Gelirleri (2002/ 03- Milyon Avro)

Pozisyon	Kulüp	Lig	Gelir
1	New York Yankees	MLB	243.8
2	Washington Redskins	NFL	197.7
3	Boston Red Sox	MLB	184.6
4	Seattle Mariners	MLB	181.1
5	Dallas Cowboys	NFL	172.4
6=	San Francisco Giants	MLB	168.1
6=	Houston Texans	NFL	168.1
8	New England Patriots	NFL	164.6
9	Cleveland Browns	NFL	151.5
10	New York Mets	MLB	150.6

Kaynak: (172)

Amerika NBA liginde takımların güncel değerleri ve gelirleri de azımsanmayacak rakamlardan oluşmaktadır.

Çizelge 15. NBA Takım Değerleri (2005/ 06- Milyon ABD Doları)

Sıra	Takım	Güncel Değer	Gelir
1	New York Knicks	592	185
2	Los Angeles Lakers	568	167
3	Dallas Mavericks	463	140
4	Chicago Bulls	461	149
5	Houston Rockets	439	142
6	Detroit Pistons	429	138
7	Phoenix Suns	410	132
8	Miami Heat	409	132
9	San Antonio Spurs	390	122

Çizelge 15.(Devam) NBA Takım Değerleri (2005/ 06- Milyon ABD Doları)

Sıra	Takım	Güncel Değer	Gelir
10	Cleveland Cavaliers	380	115
11	Sacramento Kings	379	126
12	Philadelphia 76ers	375	110
13	Boston Celtics	367	111
14	Indiana Pacers	340	110
15	Washington Wizards	334	108
16	New Jersey Nets	325	93
17	Toronto Raptors	315	105
18	Memphis Grizzlies	313	101
19	Denver Nuggets	309	100
20	Minnesota Timberwolves	308	103
21	Utah Jazz	297	96
22	Los Angeles Clippers	285	95
23	Orlando Magic	283	89
24	Charlotte Bobcats	277	89
25	Atlanta Hawks	275	92
26	Seattle SuperSonics	268	81
27	Golden State Warriors	267	89
28	Milwaukee Bucks	260	87
29	New Orleans Hornets	248	83
30	Portland Trail Blazers	230	77

Kaynak: Forbes magazine(173)

Amerika’da NBA liginde; New York Knicks’in güncel değeri yarım milyon dolardan fazla ve 2005/ 06 sezonluk gelirinin ise 185 milyon dolar olduğu görülmektedir.

Futbol kulüplerinin gelir kaynaklarından biri olan bahis oyunlarına değinmek gerekmektedir. Bir yandan futbolun finansmanı bakımından önemli bir kaynak olarak görülmekte, diğer taraftan da futbol maçlarının sonuçlarıyla ilgili bahis oynanabilmesi, düzenli olarak futbolda şike iddialarını da gündeme getirmektedir. 2006 FIFA Dünya Kupası’na katılan tüm kabilelerde bahis oynanması yasaklanmış olmasına rağmen “ Futbolun sihri yok etmek isteyen canavar uluslararası şebekeler halinde büyümeye başladığı ” (174) iddia edilmekteydi.

2.7.6. Bosman Davası

Bosman Davası; özel bir olayın, futbol alanında bir olguya dönüşmesi ve etkileri açısından küreselleşme sürecinde değinilmesi gereken bir konu olarak düşünülmektedir.

Belçikalı profesyonel bir futbolcu Jean- Marc Bosman, 1990'da ülkesindeki Fc Liege kulübüyle olan sözleşmesi bittiğinde, Fransız kulübü Dunkirchen ile profesyonel futbolcu transfer sözleşmesi imzaladı. Ancak Belçika'daki kulüp Fc Liege, Fransız kulüpten yüksek bir bonservis bedeli istedi. Belçika Futbol Federasyonu' nun uluslararası transfer sertifikası vermesi engellendi. Transferi çıkmaza giren Bosman en sonunda Belçika'da üçüncü lig kulüplerinden birinde oynadı. Bundan sonra da hukuksal mücadelesi başladı. Avrupa Adalet Divanı 1995 yılında " Bosman Kararları "nı alarak bu tarihten sonra futbolculara serbest dolaşım hakkını tanıdı. Roma Anlaşması'nın 48. maddesi bu kararın özünü oluşturdu: "AB'ye üye ülkelerin vatandaşı olan işçiler, birlik içerisinde serbest dolaşım hakkına sahiptir". (175)

Avrupa Adalet Divanı kararları genel olarak şu şekilde belirtilmektedir: "Öncelikle futbolun bir ekonomik sektör olarak kabul edilmesi gerektiğini; futbol dahil tüm profesyonel spor dallarının, birer ekonomik alan ve aktivite olarak görülmesinin zorunlu olduğu, Avrupa Topluluğu vatandaşı futbolcuların, kontratlarının bitiminin ardından bonservis gibi kısıtlamalarla transferlerinin engellenmesinin hiçbir hukuki dayanağı olmadığını, AB vatandaşı futbolcuların milliyetlerine dayalı herhangi bir kısıtlamanın (en fazla 5 yabancı oyuncu oynatma kuralı) milli takımlar dışında, yapılmasının yasadışı olduğunu, bu konuda kulüpler tarafından yapılacak rekabeti engelleyici centilmenlik anlaşmalarının Avrupa Komisyonu tarafından en ağır şekilde cezalandırılacağını, bu kararların bundan sonraki gelişmelere kaynak olacağını gerekçeli kararında hükme bağlamıştır". (10)

Avrupa Adalet Divanı kararları, AB üyesi olmayan ülkelerin vatandaşı futbolcuların AB ülkelerine transfer olmaları halinde AB statüsü kazanmalarına da kaynak olmuştur. Yani Türkiye'den bir futbolcunun AB üyesi bir ülkede kulüple yapacağı transfer anlaşması için de geçerlidir. " Profesyonel futbolcunun transfer olduğu yeni kulüpte futbol oynayabilmesi için eski kulübüne ödenmesi gereken bonservis ya da transfer ücretinin, futbolcunun işçi olarak serbest dolaşım hakkını engellediği ileri sürülmüştür. Avrupa Topluluğu Komisyonu, bonservis ve transfer ücretlerini düzenleyen kuralların Roma Anlaşmasının rekabet hukukunu düzenleyen kurallarını içeren 85. maddesini ihlal ettiği sonucuna varmıştır. Bosman kararından sonra Avrupa Komisyonu ile UEFA ve FIFA arasında görüşmeler yapılmış, yeni talimatlar düzenlenmiştir. FIFA, bonservis ve transfer ücreti ile ilgili olarak 769 numaralı sirküleri düzenlemiştir. 769 numaralı sirkülerde yer alan düzenlemelere göre yetiştirme ve geliştirme tazminatı ilke olarak 23 yaşını tamamlanmasına kadar, futbolcunun profesyonel statüsünü muhafaza ederek yapacağı her kulüp değiştirmesinde, futbolcunun eski kulübüne ödenir. Bu düzenlemeler ile futbol organizasyonunun ve kulüplerin varlığını sürdürebilmesi için kulüplere bonservis ve transfer ücreti talep edebilme yetkisi asgari bir biçimde tanınmıştır. 769 numaralı sirkü ile aynı zamanda AB rekabet hukuku mevzuatına uyum sağlanmıştır". (175) Örneğin FB kalecisi Rüştü Rençber Barcelona' ya transfer olduğunda,

yerel mahkemeye başvurarak İspanya liginde AB statüsünde oynama hakkını elde etti. Böylelikle yabancı futbolcu kontenjanı dışında kalarak futbol oynayabildi.

2.7.7. Bosman Davasının Etkileri

AB üyesi ülke futbolcuları açısından serbest dolaşım hakkı profesyonel futbolcu transfer ücretlerini arttırdı. Futbolcu gelirleri arttı. Futbol yıldızları parladı. Spor altyapısına harcanan bedeller ortadan kalkmaya başlayınca sporcu yetiştirmek yerine az gelişmiş, gelişmekte olan ülkelere kaçak transferler başladı. AB üyesi olmayan ülkelere alınan genç futbolcular yasadışı göçleri de tetiklediler.

Kulüpler, yetiştirdikleri sporculardan aldıkları bonservis ücretlerini yani kazanç kaynaklarını yitirdiler. Kulüpler transferlerden aldıkları pay azaldı. Zengin olan kulüpler diğer küreselleşme bileşenlerini de kullandıkları için zenginleşmeye başlarken aynı oranda yerel ve küçük ölçekli kulüpler iflasa doğru gitmeye başladı. Kulüpler için haksız rekabet ortamı ortaya çıktı. Büyük kulüpler sporcu yetiştirmek yerine onları satın alma gücünü ellerinde bulundurdukları için yetişmiş genç oyuncularını, eski kulüplerine “cüzi” miktarlarda yetiştirme parası ödeyerek aldılar. Kulüpler futbolcuların başka kulüplere transfer olmaları durumunda bonservis hakkından yararlanarak bonservis ücreti alabilmek için uzun süreli sözleşmeler imzalamayı tercih ettiler.

Avrupa’da sınırsız yabancı futbolcu uygulaması uluslararası karşılaşmalarda bazı sıkıntılar yaratmıştır. “ Bosman Kararları sonrasında Portekiz, Hollanda gibi ülkeler AB vatandaşı olmayanlar için de kulüplerine sınırsız serbestlik hakkı tanıdılar. Bu durum (Karardan 5 yıl sonra) AB ülkeleri, Bosman Kararlarının iptalinin istediler. AB ülkeleri FIFA ve UEFA ile yaptıkları işbirliği ile yabancı futbolcu sınırlaması istiyorlar. Çünkü AB kendi milli takımlarını oluşturacak kadrolardan yoksun kalmaya başladı. Kulüpler şimdilik kendi ülkelerindeki federasyonları aracılığıyla yabancı oyuncu kısıtlaması getirmiş durumdadır. Örneğin Fransız takımları için bu sınırlama 3 iken, İspanyol takımları için 4’ tür. Türkiye’de ise 5+1 şeklindedir. Yani beş oyuncu oynarken bir oyuncu yedek kulübesinde bekleyecektir”. (10) Bu nedenle konuyla ilgili olarak UEFA’nın almış olduğu son karar: “ 2006/ 07 sezonundan itibaren 25 oyuncu ile sınırlanan UEFA’nın düzenlediği organizasyonlarda (Şampiyonlar Ligi ve UEFA Kupası), 25 kişilik listede en az 2 oyuncunun o kulübün altyapısında yetiştirilmiş olması ve başka 2 oyuncunun da o kulübün altyapısında ya da aynı organizasyon içinde yer alan başka kulüplerde yetiştirilmiş olması zorunluluğu getirilmektedir. Sonraki sezon 2 kişi daha ve 2008/ 09 yılından itibaren de bu rakamlar 4 altyapı ve diğer 4 ise başka kulüplerin altyapısından

olması kuralı getirilmiştir. Bu sayede kulüplerin altyapılarına önem vermeleri sağlanmak istenmiştir” .
(95)

Şimdilik Bosman Kararlarının Türkiye’de yansması şu biçimdedir: “Bonservis hakkı ile ilgili olarak Profesyonel Futbol ve Transfer Talimatı’nın 18- 24. maddelerinde kurallar yer almaktadır. Buna göre, futbolcunun eğitimi ve yetiştirilmesi 12- 23 yaşları arasında gerçekleşir. Yetiştirme tazminatı ilke olarak 23 yaşını tamamlamasına kadar, futbolcunun profesyonel statüsünü muhafaza ederek yapacağı her kulüp değiştirmesinde ödenir. Futbolcu 23 yaşını tamamlamadan önce profesyonel sözleşmesi devam etmekte iken kulüp değiştirmesi halinde de yetiştirme tazminatı ödenecektir. Futbolcunun 23 yaşını tamamlaması halinde yetiştirme tazminatı ödenmez. Bu kural futbolcunun sadece uluslararası transferi halinde uygulanır. Çünkü FIFA’nın 769 numaralı sirkülerinde bonservis hakkı ile ilgili kuralların tümüne yer verilmemiştir. Örneğin 769 numaralı sirkülerin 13. maddesine göre bir futbolcunun 21 yaşında yetişmesinin ve gelişmesinin tamamlandığının da ispatı mümkündür” .(175) Ülkemizde spor kulüplerinin profesyonel futbolcu transfer sözleşmesinin en önemli ögesi olan bonservis hakkı bulunmaktadır.

Türkiye’de 5+1 olarak andığımız düzenlemenin Türkiye’nin AB’ye karşı üstlenmiş olduğu yükümlülüklerle çeliştiği ifade edilmektedir. Bu çelişkiyi Bosman davası etkisi olarak değerlendirmekteyiz. “1980 yılında Türkiye ile AB arasında imzalanan 3/80 sayılı Ortaklık Konseyi kararı uyarınca, tarafların emek piyasasında kendi vatandaşları ile diğer ülke vatandaşları arasında ayrımcılık yapmaları yasaklanmıştı. Bu düzenleme, emek piyasalarına girişi serbestleştirmemektedir. Dolayısıyla Türk vatandaşlarının AB ülkelerinde serbestçe çalışabilmelerine veya AB vatandaşlarının Türkiye’de istedikleri işe girebilmelerini temin etmemektedir. Buna karşılık eğer bir kez emek piyasasına yasal yollardan giriş yapıldıysa; örneğin bir Türk vatandaşı yasal yollardan bir AB ülkesinde çalışmaya başladıysa, artık o noktadan sonra Türk vatandaşı ile AB vatandaşı arasında çalışma hayatına dair kurallarla ilgili olarak ayrımcılık yapılamamaktadır. Bu yükümlülük karşılıklı ve dolayısıyla Türkiye açısından da geçerlidir. Oysa ki TFF tarafından uygulanan yabancı futbolcu kotası ülkemizin bu yükümlülüğüne aykırılık taşımaktadır. Zira bu durumda Türkiye’de yasal olarak çalışan bir AB vatandaşı futbolcu ile Türk futbolcu arasında bir farklılık gözetilmiş oluyor. AB vatandaşı futbolcu, Türk futbolcunun aksine istediği kulübe transfer olamıyor; kendisini transfer edecek olan kulübün yabancı futbolcu kotasını doldurmamış olması gerekiyor”. (118)

Deloitte Türkiye raporu bir öngörü olarak; AB ile başlanan tam üyelik müzakerelerinde bu konunun gündeme getirilmesi ile Türkiye liglerinde uygulanan yabancı futbolcu kotasının değiştirilmesinin gündeme geleceği, bundan sonra AB vatandaşı futbolcuların da Türk takımlarında Türk statüsü ile oynayabilecekleri, takımların AB vatandaşlarına ilave olarak 6 yabancı oyuncuya da sahada yer verebilecekleri böylelikle kulüpler seviyesindeki Avrupa şampiyonalarında (Şampiyonlar Ligi, UEFA kupası ve Inter-Toto) Türk takımlarının sınırlı sayıda yabancı

oyuncu oynatabilmelerinden kaynaklanan rekabet dezavantajı ortadan kaldırılabilceği belirtilirken; böylesi bir gelişmeden en çok, finansal yapılarını, yetiştirdikleri Türk futbolcuları büyük kulüplere satmak üzerine kuran Anadolu takımlarının etkileneceği ve yeni dönemde başta Anadolu takımları olmak üzere tüm kulüplerin gelirlerini artırmak için başka yöntemler geliştirmek zorunda kalacağı da eklenmektedir.

2.7.8. Spor İzleyenleri

Spor izleyenleri her dönem spor için önemli olmuştur. En fazla izleyici kitlesine sahip görünen futbol endüstriye dönüşünce taraftar izleyici kitlesi de değişime uğramıştır. Diğer yandan izleyicinin artışı futbolun endüstriye dönüşmesinde de farkında olmadan rol oynamıştır. Çünkü izleyici kitlesi endüstri olan bir sektör için aynı zamanda sadık birer “tüketici” olarak görülmektedir. “ Futbolun endüstriyel biçimi kendi uygulayıcılarını ve izleyicilerini de yapısal değişime uğratmış, futbolun olmazsa olmaz bileşenleri kulüpler birer ticari işletmeye, izleyiciler ise birer tüketiciye dönüşmüşlerdir. Söz konusu gelişmelerin en yoğun yaşandığı kıta Avrupasıdır ”. (160)

Çizelge 16. Avrupa’da 30 Kulübün Yerel Lig Maçlarında Seyirci Ortalamaları (2005/06)

Sıra	Kulüp	2005/2006 Ortalama	Ülke	2004/2005 Sırası
1	Barcelona	73.225	İspanya	2
2	Borussia Dortmund	72.625	Almanya	1
3	Real Madrid	71.545	İspanya	3
4	Manchester United	68.675	İngiltere	4
5	Bayern Munich	67.640	Almanya	9
6	Schalke 04	61.300	Almanya	6
7	AC Milan	59.995	İtalya	5
8	Celtic	58.150	İskoçya	7
9	Hamburg SV	52.630	Almanya	14
10	Newcastle United	52.030	İngiltere	11
11	Internazionale	51.370	İtalya	8
12	Rangers	49.245	İskoçya	15
13	Olympique Marseille	49.165	Fransa	10
14	FC Koln	48.940	Almanya	27
15	Borussia Munchengladbach	47.835	Almanya	13
16	Ajax	47.280	Hollanda	16
17	Hertha Berlin SC	46.705	Almanya	17
18	Liverpool	44.345	İngiltere	19
19	Valencia	43.105	İspanya	21
20	SL Benfica	43.055	Portekiz	Sıralamada yok
21	Manchester City	42.855	İngiltere	18
22	Chelsea	41.900	İngiltere	22
23	Eintracht Frankfurt	41.860	Almanya	Sıralamada yok
24	Paris Saint-Germain	40.485	Fransa	Sıralamada yok

Çizelge 16.(Devam) Avrupa’da 30 Kulübün Yerel Lig Maçlarında Seyirci Ortalamaları (2005/06)

Sıra	Kulüp	2005/2006 Ortalama	Ülke	2004/2005 Sırası
25	Sevilla	40.245	İspanya	25
26	Feyenoord	39.825	Hollanda	26
27	AS Roma	39.725	İtalya	12
28	Werder Bremen	39.535	Almanya	24
29	VfB Stuttgart	38.825	Almanya	23
30	Atletico de Madrid	38.685	İspanya	20

Kaynak:176

Avrupa kulüplerinin maçlarını yaptıkları stadyum kapasiteleri de izleyici artışını karşılayacak durumdadır. Örneğin Bayern Munich 66 bin kişilik stadyuma sahipken, Liverpool, Arsenal ve Olympique Marseille 60 bin, Manchester City 48 bin izleyicilik stadyumlara sahip kulüplerdir.

Türkiye’de futbol 1. Lig takımlarının stadyum kapasiteleri Çizelge 17’de sunulmaktadır.

Çizelge 17. Türkiye Futbol 1. Lig Takımlarının Stadyum Kapasiteleri (2006/07)

Kapasite	Takım	Stad Adı	Şehir
82. 000	Galatasaray A.Ş	Atatürk Olimpiyat Stadı	İstanbul
52. 509	Fenerbahçe A.Ş.	Fenerbahçe Şükrü Saracoğlu	İstanbul
32. 145	Beşiktaş A.Ş.	İnönü	İstanbul
25. 918	Kayserispor, Kayserierciyesspor	Büyükşehir Belediye Atatürk	Kayseri
23. 785	Galatasaray A.Ş.	Ali Sami Yen	İstanbul
22. 459	Konyaspor	Büyükşehir Belediye Atatürk	Konya
19. 689	Trabzonspor A.Ş.	Hüseyin Avni Aker	Trabzon
19. 209	MKE Ankaragücü, Ankaraspor, Gençlerbirliği	19 Mayıs	Ankara
18. 587	Bursaspor	Atatürk	Bursa
15. 459	Denizlispor	Atatürk	Denizli
14. 325	Gaziantepspor	Kamil Ocak	Gaziantep
13. 396	Sakaryaspor	Atatürk	Sakarya
11. 500	Sivasspor	4 Eylül	Sivas
10. 459	Çaykur Rizespor	Rize Atatürk	Rize
10. 200	Antalyaspor	Atatürk	Antalya
10. 025	Vestel Manisaspor	19 Mayıs	Manisa

Kaynak: Türkiye Futbol Federasyonu. (177)

Stadyum kapasitelerinde GS 82.000 kişilik Atatürk Olimpiyat Stadı ile birinci sırada gelirken onu FB Şükrü Saraçoğlu Stadyumu 52.509’la ve BJK İnönü Stadyumu 32.145’le izlemektedir. En az kapasite Vestel Manisaspor’a ait olup 10.025’tir. Stadyum

kapasitelerinin Anadolu kulüplerinin maçlarını yaptıkları kentlerde daha da azalmakta olduğu gözlenmektedir. Stat kapasitesi paralelinde taraftar kitlesine bakılınca “Türkiye Futbol Federasyonu, 30 ilde, % 78.7 erkek (yaş ort. 32) ve % 21.3 (yaş ort.31) kadın olan, sosyo ekonomik statüsü Türkiye ortalamasının üstünde ve eğitim düzeyi % 45 lise mezunu , % 24.9 ilkokul mezunu , % 15.3 ortaokul mezunu, % 12.3 üniversite mezunu, % 1.6 okur- yazar, % 0.5 master-doktora yapmış kişilerin; % 35.0 GS, %32.0 FB, % 21.0 BJK, %5.4 TS ve % 6. 6 diğer futbol kulüplerinin taraftarı olduklarını tespit etmiştir” . (178)

Sadece yerel ligler değil büyük spor organizasyonlarının izleyen sayısı da ilerleyen yıllarla birlikte artış göstermektedir.

Çizelge 18. Dünya Kupası Finallerinde İzleyici Sayıları ve Maç Başına Oranları (1930/2002)

Yıl	Ülke	Maç	Seyirci	Ortalama
1930	Uruguay	18	434.500	24.138
1934	İtalya	17	395.000	23.235
1938	Fransa	18	483.000	26.833
1950	Brezilya	22	1.337.000	60.772
1954	İsviçre	26	943.000	36.270
1958	İsveç	35	868.000	24.800
1962	Şili	32	776.000	24.250
1966	İngiltere	32	1.614.677	50.458
1970	Meksika	32	1.673.975	52.311
1974	Federal Almanya	38	1.774.022	46.684
1978	Arjantin	38	1.610.215	42.374
1982	İspanya	52	1.876.277	36.082
1986	Meksika	52	2.407.431	46.296
1990	İtalya	52	2.517.348	48.411
1994	ABD	52	3.587.538	68.991
1998	Fransa	64	2.785.100	43.517
2002	G.Kore-Japonya	64	2.705.197	42.269
Toplam		644	27.788.280	43.149

Kaynak: (179)

Dünya kupalarında 1930’da 18 maç yapılmışken, 2002’de maç sayısının 64’e çıkması dikkat çekicidir. Aynı oranda turnuvaya katılan takımların sayısında da artış olmuştur.

2.7.9. Transfer Ücretleri- Sporcu Ücretleri

Özellikle futbolcuların transfer ücretleri artmaktadır. “İngiltere’de 2004 yılında futbolcu transferlerine ödenen ücretlerde Chelsea kulübü 104.1 milyon sterlin ile toplamda birinci sırada yer almaktadır. Manchester United ise 57.3 milyon sterlin ödemiştir”. (180)

Çizelge 19. İngiliz Futbolunda 2006 Ağustos'a Kadar En Pahalı Oyuncu Transferleri (Milyon Sterlin)

Oyuncu	Nereden	Nereye	Miktar
Andriy Shevchenko	AC Milan	Chelsea	30.0
Rio Ferdinand	Leeds	Manchester United	29.1
Juan Sebastian Veron	Lazio	Manchester United	28.1
Wayne Rooney	Everton	Manchester United	27.0
Michael Essien	Lyon	Chelsea	26.0
Didier Drogba	Olympique Marseille	Chelsea	24.0
Shaun Wright-Phillips	Manchester City	Chelsea	21.0
Ricardo Carvalho	Porto	Chelsea	19.85
Ruud Van Nistelroy	PSV	Manchester United	19.0
Michael Carrick	Tottenham	Manchester United	18.6

Kaynak: (181)

Çizelge 19' da profesyonel futbolcuların ücretlerinin yüksekliği dikkat çekmektedir. ABD liglerinde sporculara ödenen ücretler de Avrupa'da olduğu gibi artış göstermektedir. Ancak ABD liginde bazı takımların lige ekonomik olarak egemen olmalarını önlemek amacıyla salary cap (ücret tavanı) uygulanmaktadır. Ücret tavanı; ABD liglerinde bir kulübün takım kadrosunda bulunan sporcuların imzaladıkları sözleşmelerin bir yıllık toplam değerinin komiteler tarafından belirlenen sınırı aşmamasıdır. “ Bugün NFL'de ücret tavanı 117 milyon dolarken, NBA'de 43,5 milyon dolar düzeyindedir. 2004 yılında yıllık ücreti 35.037.700 dolar olan Peyton Manning (Indianapolis Colts) en çok kazanan basketbolcu listesinin en başında yer alırken, Robert Gallery (Oakland Raiders) 9.300.016 dolarla 25. sırada yer almaktadır” . (161) NBA sisteminin iç işleyiş kurallarının eşitlikçi olduğu iddia edilmektedir. “Liberalizmin anavatanı Amerika'da böylesine ciddi korumacı ve eşitlikçi kuralların uygulandığı bir başka sektör yok. Gelirler, en iyi -en kötü, en zengin- en fakir kulüp ayırımı yapılmadan eşit şekilde paylaşılıyor. Sezonu en kötü dereceyle bitiren takımlara oyuncu seçmelerinde öncelik tanınmıyor. Kulüplerin ve oyuncuların ücret sınırı var. Delaware Üniversitesi pazarlama profesörleri Dr Matthew J. Robinson ve Dr. Timothy Deschrive; ‘Bir NBA takımını almak için yüz milyonlarca doları olan büyük bir kapitalist olmanız gerekir. Ama bir takımı alıp yönetim koltuğuna oturduktan sonra herkes sosyalist olur’ ” . (111) demektedirler.

Çizelge 20. ABD Liglerinde Oyunculara Ödenen Ortalama Ücretler (Bin/ Milyon Dolar)

Yıl	NBA	MLB	NFL	NHL
1968	20 bin	19 bin	21 bin	20 bin
1976	110 bin	51 bin	63 bin	90 bin
1984	246 bin	326 bin	162 bin	130 bin
1991	990 bin	850 bin	355 bin	370 bin
1994	1.9 milyon	1.2 milyon	737 bin	463 bin
2001	3.2 milyon	2.3milyon	1.2 milyon	1.4 milyon

Kaynak: (182)

Ücret tavanı uygulamaları olsa da ABD liglerinde 1968'den 2001'e artış ve NBA liginde 1990'lı yıllarda diğer liglere göre daha yüksek rakamlar görülmektedir.

Profesyonel sporcuların spor endüstrisinde buldukları yer ile ilgili olarak Rowe'ın tespitleri dikkat çekicidir. “ Sporcular spor endüstrisi tarafından hem el üstünde tutulurlar hem de sömürülürler. İnceden inceye araştırılan onların emeği ve icralarıdır; yetenekleri spor piyasasında alınır ve satılır, daha fazla verimlilik arayışı peşinde bedenleri cezalandırılır, manipüle edilir ve işgale uğrar, malların ve hizmetlerin satılması ve reklâmı yapılmasında onların imajları şekillendirilir ve sergilenir. Adorno'nun profesyonel spora yönelik eleştirisi anımsanmaktadır. Profesyonel sporcuların sık sık yaşamlarının rutinleşmiş içeriğinden duydukları düş kırıklıklarını ifade ettikleri doğrudur ”. (183) Spor yıldızları tüm zamanları kapsıyor gibi görünse de genellikle değiştirilebilir bir değer taşımakta oldukları belirtilmektedir. Bir anda yıldızları parlayıp kahraman olurken, birden kötü örnek olma riski taşımaktadırlar. Profesyonel sporcu hem sahada kazanmak ve üstün başarı göstermek zorundayken öte yandan sponsorlarının belirledikleri değerleri taşımak zorundadır. Bu süreçte “ Yıldız futbolcular yaratılmakta ve yıldızlar 'en' leştirilmekte, tam da bu noktada uzmanlaşma, işbölümü ve sonuç olarak 'yabancılaşma' yaşanmaktadır. Küreselleşme sürecinde futbol açısında dolaşımda olan sektördeki kilit aktörlerin yönettiği iş dünyası ve onların bir iş olarak gördükleri kulüp gelirleridir. Sözleşmeleri imzalayan sporcular avro/ dolar bazında kendisine 'verilen' ücretten çok daha fazlasını 'kazandıracak' metalara dönüşmektedirler ” . (184)

2. 8. Küreselleşme Sürecinde Sporda Siyasal Etkiler

Küreselleşme ve dünya sporu kavramları kıyaslanarak analizler yapılmakta, bazı temel varsayımlar tartışılmaktadır. “ Birincisi modern başarı/rekabetçi sporu olarak anlaşılan küreselleşme sporu farklılığın oluşmasına çok ciddi şekilde bağlıdır. İkincisi yine de, direniş olarak farklılıkların gözlemlenmesi, üretici farkın bir biçimi olarak; (dönüşsel küresellik/yerellik durumu) çoğunlukla hizmet verebilmesine rağmen spordaki fark üretiminin direnişçi küreselleşme süreçleriyle tanımlanmaması gerekir. Yerine, küresellik süreçleri genellikle (yerel, ulusal ve diğer) farklılıkların - diğer alanlardaki kadar sportif- üretimine bağlı olarak görülecektir ”. (185)

Küreselleşme sürecinde devletin “sosyal” niteliği azaldığı için spor yatırımları da azalmakta, bu tip yatırımlar ulus devletler içinde çok uluslu şirketlerce sponsorluklarla finanse edilmektedir. Ticari öğeleri fazlasıyla barındıran günümüz sporunda “hak” kavramı tartışılmaktadır. “ Eğitim, sağlık, beslenme, spor vazgeçilmez haklardır. Böylece kim, ne durumda ve nasıl olursa olsun, her insan için vazgeçilmez haklar, temel haklardır ve spor bir temel haktır. Sporu bir temel hak yapan bir temel gereksinme olmasıdır. Herkesin spor hakkını

kullanabilmesi, kabiliyeti olanlara gelişme olanaklarının sağlanması bir yandan da devlet-spor ilişkisini ortaya çıkarırken, bir yandan da spor- demokrasi ilişkisini, spor- toplumsal gelişim ilişkilerini ortaya koyar”. (186)

Ülkemizde Anayasanın 59. ncu maddesinde ‘Devlet her yaştaki Türk vatandaşlarının beden ve ruh sağlığını geliştirecek tedbirleri alır, sporun kitlelere yayılmasını teşvik eder’ ifadeleri yer almaktadır. 3530 sayılı Beden Terbiyesi Kanunu ve 2908 sayılı Dernekler Kanunu’nun 14. maddesi ülkemizde sporun diğer yasal dayanaklarını oluşturmaktadır.

Küresel spor sisteminde de; merkez ve çevre ülkeler oluşumları gözlenebilmektedir. “ Küresel spor sistemi içerisinde sadece ulusların uluslararası sıralaması yok, bu uluslar aşağı yukarı politik, ekonomik ve kültürel sıralamalarla merkezde, ortada ve çevresel bloklar içinde gruplanabilirler. Merkezde Batı Avrupa, Kuzey Amerika -Meksika hariç- ve Avustralya gibi ‘beyaz’ yaygın zenginlik oluşturan ülkeleri takımları ve bağımsız sporları yatıyor. Orta ülkeleri Güney Kore gibi ortaya çıkan uluslar ve sosyalist ülkeler içermeye meyillidir. Çevredekiler, dıştakiler ise daha çok Güney Asya ve çoğu Afrika ülkelerinden oluşan müslüman ülkeleri içeriyor. Oysa batı merkezde olmayan ülkelerin oyun alanında boy ölçüşebilir olan, hacim, içerik, ideoloji ve sporla alakalı ekonomik kaynaklar üzerindeki kontrol batının elinde olmaya devam ediyor. Eyalet politikası üzerinden merkezde olmayan ülkeler büyük spor festivallerini ulusal kimliklerini sağlamlaştırmak ve uluslararası tanınırlık ve prestijlerini arttırmak için kullanabilirler”. (81)

Özellikle gelişmekte olan ülkelerin büyük spor organizasyonlarında başarı isteğinin ardında siyasal istekleri de gözlemlenmektedir. Futbol Dünya kupaları ve Olimpiyatlar siyasal söylemler ve ulusal semboller için bir mevki olarak görülmektedir. “ Belirli spor olaylarının nasıl abartılı ideolojik ve ulusalcı söylemlerin yerleri olduğunu görmek kolaydır. Örneğin, Olimpiyatlar uzun süredir uluslararası politik entrikalarla doludur; uluslar ve onların politik ideolojileri arasında bir mücadele yeridir. 1976, 1980 ve 1984 Yaz Oyunları bu anlamda çeşitli boykotlarla sonuçlanmıştır. Geçen 30 yılın olayları verildiğinde, ‘ herkesin tekrar ciddi bir şekilde sporun politikayla hiç ilgisi olmadığını söyleyebileceklerine inanmak zordur ’. Dünya futbolu, yerel ve ulusal gururun ya da utancın tutkulu ve köklü duygularını oluşturmak için rakipsizdir. Duke ve Crolley, ‘ futbol desteği ve ulusalcılık birleştirildiğinde, bu birleşimin çok güçlü olduğunu’ bize hatırlattılar. O halde, dünya kupası politik ideolojilerin ve ulusalcılık duygularının ifade ve rekabet edilebildiği ideal bir araçtır ”. (187)

Spor ve politika ilişkisinin medyada spor yayınları artışına bağlı olarak arttığı düşünülmektedir. “ Tv alıcıları sayesinde demokrasi tüm dünyaya yayılıyor. Giderek daha fazla sayıda politikacı, seçmenlerin göstereceği tepkiyi düşünerek, bütün ilgilerini futbol üzerinde yoğunlaştırıyorlar” . (188) Bu konuda en çarpıcı örnek ise Berlusconi; 1994’te İtalya Başbakanı olan Silvio

Berlusconi'nin futbola çok şey borçlu olduğunu ifade eden Kuper “ Birçok İtalyan'ın, Berlusconi'ye oy vermesinin nedeni ise, Milan kulübünün başkanırken yaptığı çalışmaları”. (188)

Küreselleşme sürecinde uluslararası spor kurum ve kuruluşların etkilerinin arttığı gözlemlenmektedir. Küresel oluşumlar; FIFA, FIBA, Uluslararası Voleybol Federasyonu (FIVB), Uluslararası Atletizm Federasyonu (UAAF) ve UOK'dir. “ Uluslararası Basketbol Federasyonu, 1989 yılında özellikle NBA katılımını sağlamak amacıyla profesyonellerin katılımına açılınca resmi ismindeki ismindeki *amatör* kelimesini çıkartmış ancak FIBA kısaltmasını korumuştur. Aynı yıl beş bölgeye ayrılmıştır. Afrika, Amerika, Asya, Avrupa ve Okyanusya”. (189) Spor dünyasının küresel oluşumları yönettikleri spor branşı ile ilgili değişiklikleri yapma hakkını bulundurmaktadırlar. Bu kapsamda dünyada kendisine bağlı beş konfederasyonu bulunan FIVB tarafından; 1998 yılından sonra voleybol oyun kurallarında bir dizi değişiklik yapılmıştır.

Ekonomik küreselleşmenin en fazla etkilediği spor branşının futbol olmasından kaynaklı olarak tepe örgüt konumunda olan FIFA iktidarı tartışmalı bir yönetim kurgusu içerisinde bulunmaktadır. FIFA'nın İngiliz başkanı Sir Stanley Rous'un yerine Adidas'ın patronu Horst Dassler'in desteğiyle 1974 yılında başkan olan Brezilyalı Joao Havelange'in FIFA başkanlığı 24 yıl sürdü. 1998'de yerini halen başkanlığı sürdüren Blatter'a bıraktı. İlk kurulduğunda futbol genellikle amatör bir olgu ve sadece dünya kupası gelirlerinden oluşan mütevazı bir bütçeyle yönetilirken, günümüzde dev bir endüstriyel sektör haline getirilirken ‘Oyunun iyiliği için’ sloganı da ‘FIFA’ nın iyiliği için’ hatta ‘Başkanın iyiliği için’ şekline dönüştüğü ifade edilmektedir. “Kenya gibi ülkelerde futbol kulüpleri bu kaynakların kullanımı konusunda oldukça rahatsız oldukları ve FIFA nezdinde şikayetlerde buldukları halde FIFA bu yaklaşımlara kayıtsız ve duruma kamu otoritesinin el koymasına karşılık ülkeyi uluslararası futbol olaylarından dışlayabiliyor. Benzer bir uygulamayı da günümüzde Polonya olaylarında gözlüyoruz. Kamu otoritesinin iki yıllık bir soruşturmadan sonra suçlu bulup, üyelerini tutukladığı ve görevden uzaklaştırdığı Polonya Federasyonuna FIFA'nın sahip çıktığını ve Polonya'yı uluslararası müsabakalardan dışlamak ile tehdit ettiğini görüyoruz”. (190)

Uluslararası Futbol Federasyonunun 2007 yılında üye sayısı 207 dir. FIFA'nın bu denli büyümesi 1994 yılında kendi yayınları ‘FIFAnın 90 Yılı’ hatıra baskısında evrensellik ve uluslararası siyasete bağlanmaktadır. “Weberyen bir ifadeyle bir açıdan FİFA'nın dış halkası demokratik dış görünümlü, gelişmekte olan evrensel bürokratikleşme ve mantığın ileri seviyedeki bir örneği olarak nitelendirilebilir. Diğer bir açıdan, FİFA'nın bütün gücünün anlamı Avrupa sosyal düşüncesinde oryantal despotluk olarak nitelendirilir. Bu iki güç telafuzunun yan yana koyulması FİFAnın eski (emperyalizm tabanlı) evrensellik iddiaları ve sömürgecilik sonrası büyüme dönemi sırasında organizasyon içinde güç ve etki mücadeleleri arasındaki gerilimi tasvir eder”. (126)

Birleşmiş Milletlerin 2007 yılında üye sayısı 192'dir. FIFA ve BM üyeliği devletlerin uluslararası tanınırlığı için önemli görülmektedir. "BM' lere üye olarak kabul edilmenin yanı sıra FIFA üyeliği bir ulus devletin uluslararası toplulukta tanındığının en açık işaretidir. FIFA' ya göre yeni bir üyelik başvurusunun değerlendirilmesi, BM' in karar verdiği şartlara göre olur. Fakat durum her zaman böyle değildir. Filistin ve Bosna Hersek varlıkları BM tarafından resmi olarak ulus devlet olarak tanınmadan önce FIFA tarafından şartlı üyeliğe kabul edilmişti. 1990' larda futbol, uluslar ve milliyetçilik ile ilgili bütün meseleler Balkanlardaki ve SSCB'nin ilk devletlerinde olanlardan dolayı sade bir çözüme ulaştı. Edelman'a göre, yeni futbol federasyonlarının ulusal parçalanma sonucu oluşmadığı, aksine futbolun milliyetçi fikirlerin oluşup ifade edilmesinde çok önemli bir yere sahip olduğu çok açıktır" . (126) Sugden ve Tomlinson'a göre FIFA; bazen doğrudan, aynı zamanda ustaca ve ideolojik olarak karmaşık yollardan, yeni emperyalizm formlarının simsarlığında ve bu yüzden sömürgecilik sonrası bağlamda futbol politikasının yeniden şekillendirilmesinde kritik bir rol oynamıştır .

Dünya futbolunun en büyük gücü FIFA'nın, futbol yasasının uygulanması ve yorumlanmasını kontrol ederek, oyuncu transferleri, doping kontrolleri, kitle iletişim araçlarıyla ilişkiler, futbol müsabaka süreçleri ve futbol'un ulusal birliğinin yönetimi gibi konular için dünya kurallarını oluşturduğu belirtilmektedir. Aynı zamanda FIFA'nın ulusal birlikler içinde tartışmaları çözecek güce sahipliği ve üye ulusları tüm futbol müsabakasından men edebildiği vurgulanmaktadır. FIFA'yla yakın ilişkiler içinde olan kuruluş, International Sport&Leisure (ISL) olimpiyatlar da dahil, FIFA'nın 1998'e kadar tüm anlaşmalarını kazanmış olduğu iddia edilmektedir. " FIFA'da yüksek makamlar için seçimlerin bireysel seçmenlere (futbolun ulusal kuruluşlarının temsilcilerine) gizli ödemelerle rüşvet verildiği yönünde düzenli iddialar vardır. Futbolun uluslararası hakimiyet organları yozlaşma suçlarına ve futbol hakimiyetinin kötü tanınmış donukluğuyla yakılan büyük bir yanlış yönetime, 300 milyon dolarlık borçla FIFA'nın sermaye ortağı ISL'nin batmasına ve FIFA Başkanı Blatter'in önlenebilir mali yatırımına yeteri kadar cevap vermede başarısız olurlar. ISL Nisan 2001'de çöktü. 1 yıl sonra, FIFA Genel Sekreteri M. Zen-Ruffinen yanlış yönetim, yanlış hesaplama ve suçlu uygulamaların organizasyonun zirvesinde açıkça yer aldığını iddia etti. Daha sonra, Blatter, futbol ulusal kuruluşlarının temsilcileri tarafından seçildi. FIFA'nın mali durumuna içten bir soruşturma düzenlendi ve Zen- Ruffinen kovuldu". (90)

Jennings, son FIFA başkanı Blatter'ın seçilme sürecini irdelemektedir. 1998'de Blatter'ın FIFA'nın maddi olanaklarını seçim kampanyasında kullandığı, özellikle Afrika ülkeleri delegelerine yasal olmayan yollardan para aktardığını iddia ederek, bu bağlamda " Güney Afrika'ya 2006 Dünya Kupasına ev sahipliği sözü verdiğini" (191) belirtmektedir. FIFA'da daha demokratik bir sistemle kongre üyelerinin seçiminin

yapılması, ekonomik bakımdan güçlü kulüplerin kazancının öne alınmasının, sermaye-uyumlu futbol sistemlerinden vazgeçilmesi, Avrupalı antrenörler ve ünlü kişilerin yerine, yaygın spor katılımını ve sağlık eğitimini finanse etmek gibi hedefleri olması gerektiği vurgulanarak sadece yeniden oluşturulmuş, tamamen demokratik bir hakimiyet organının, değerler sistemini ve etkili hakimiyetle onu ileriye taşımayı güçlendirebileceği savunulmaktadır.

Bu noktada G-14 yapılanması dikkat çekicidir. Avrupa'nın en zengin ve başarılı 14 kulübü; Hollanda'dan PSV ve Ajax, Almanya'dan Bayern Munich ve Borussia Dortmund, İngiltere'den Manchester United ve Liverpool İspanya'dan Real Madrid ve Barcelona, Fransa'dan Olympique Marseille ve Paris Saint- Germain, İtalya'dan AC Milan, Internazionale ve Juventus, Portekiz'den Porto 2000 yılında Brüksel'de G-14 adını verdikleri bir organizasyon kurmuşlardır. “ Yeni üyeler sadece bu kulüplerin davet etmeleriyle alınmaktadır”. (192) 2002 yılında 4 yeni üyeyle (İngiltere'den Arsenal, Almanya'dan Bayer Leverkusen, Fransa'dan Olympique Lyonnais, İspanya'dan Valencia) 18 takım olan G-14 grubunun gelişimi futbolun geleceği açısından endişeyle izlenmektedir. Fransa Milli Takım Teknik Direktörü Raymond Domenech “ Bu oyunu paranın ve G-14'ün hegemonya isteğinden korumalıyız”. (193) demektedir. G-8 ve G-14'ün hegemonik benzerlikleri dikkat çekici olmakla birlikte G-14 yapılanması; futbol ekonomisinin krize girmesi durumunda devletin maliye politikalarıyla ya da FIFA gibi üst oluşumlar aracılığıyla müdahalesinden ziyade kulüpler nezdinde belirli sermaye çevrelerinin “ görünmez el ” görevini üstlenme gayreti olarak değerlendirilebileceği gibi bir tepe oluşum olarak da düşünülebilir.

Sporun toplumu etkileme gücü gözden kaçmamaktadır. BM eski Genel Sekreteri Kofi Annan spora önemli misyonlar yüklemektedir. “ Spor yalnızca bireylerin hayatını değil aynı zamanda bütün bir toplumu etkiler. Hükümetleri, geliştirme kurumlarını ve topluluklarını bilhassa yoksulluğun, hastalığın ve savaşın orta yerinde yaşayan çocuklara yardımcı olma planlarına sporun daha sistematik olarak nasıl dahil edilebileceğini düşündürmeye cesaretlendirmenin tam da uygun bir zaman olduğu kanısındayım” .(194) demektedir.

Uluslararası futbol karşılaşmalarının savaş olmadığı, fakat futbolun modern ulus devletlerin var oluşunda yer alması nedeniyle, tutkulu bir milliyetçiliğin olduğu bir alan görevi de görebildiği ifade edilmektedir. “ Uluslararası bir futbol maçı uluslararası bir çevrede kimlerin yanında ve kimlerin karşısında olduğumuzu hatırlatarak günlük hayatımızın içine kadar girer. Bazen FIFA müsabakalarında sadece yer almak bile oyunun anlamının ötesine geçen abartılı

şovenizm gösterilerine sebep olabilir. Bazı şartlar altında bu durum çalkantılı güncel uluslararası ilişkileri körükleyebildiği gibi bu ilişkiler de şovenizm gösterilerini körükleyebilir. Örneğin 1994 Dünya Kupası finallerinin Asya değerlendirmelerinde, Körfez Savaşı'ndan kısa bir süre sonra, Suudi Arabistan kendisini İran ve Irakla aynı değerlendirme grubunda bulmuştu. Aynı grupta Kuzey ve Güney Kore, Japonya'nın da olması antik çağlardan günümüze kadar uzanan ulusal düşmanlığı körükleyebilecek inanılmaz bir olanak zinciri sağlamıştı" . (126)

Rowe ve arkadaşları uluslararası sporun tepe örgütleri UOK ve FIFA'nın spordaki gücünü ve etkisini sorgulamaktadırlar. "UOK ve FIFA milliyetçilik ve bütünleşmiş bağış ile dayanışmadaki karmaşık ilişkiler yoluyla hükümet ve işlere nadiren dikte eden, dünya çapında kültürel elitlerin sivil birliklerinden daha fazla güç sahibidir. Onlar yasal söylemde 'uluslararası kimlik' lerini bile hibe ettiler. 1984'ten bu yana UOK, güçlü bir şekilde demokratik olmayan yollardan Üçüncü Dünya karşılığı olmasına rağmen pek çok egemen yasal sistemlerin ertelendiği Spor Tahkim Divanı'nı kullanmaya kadar ileri gitmiştir. İspanya'da politikacı olan UOK Başkanı J.A. Samaranch "Franco ülkem için güzel şeyler yapmıştır" diye New York Times' a açıklama yapmıştır. 1998'de de "Bir devlet gibi görev yapıyoruz" diye söylem vermiştir. O yıl IOC'nin, sadece 12'si kadın olan 114 üyesinin genel profili; 4 Afrikalı general, 3 Avrupalı prens ve bir prensesi, seçkin iş adamları ve avukatları, birkaç öncü atleti, Boris Yeltsin'in eski tenis koçunu, Güney Kore Merkezi İstihbarat Teşkilatı'ndan bir elemanını içermektedir. UOK bütün uluslararası sporu ele almayı hedeflerken bireysel federasyonların karşı koyan baskıları güçlüdür fakat nadiren benzer olarak temsil etmeyen figürlerle yerleştirilmiştir. Tüm bunlar için nesneleştirme, birlik veya ulus tahrikli organizasyondan hiçbir eser yoktur; özel yetiştirilmiş klinik, malzeme ve antrenman için para yardımıyla Afrika spor gelişimine destek olmada mültimilyon bir Olimpik Dayanışma programı uygulamaktadır. Hiç birinin devlete karşı bağımsızlığı yoktur" .(195)

Sporun BM, UOK ve FIFA'nın politika düzenleri ve hükümetler arası politikalar, Eğitim, Bilim ve Kültürel Birleşmiş Milletler Organizasyonu ve Avrupa Konseyi tarafından yönlendirmelerden olduğu kadar sosyal hareket manifestoları tarafından da etkilendiği belirtilirken, UOK'nin seçkin kişilerden oluşması eleştirilmektedir. 1960'larda UOK'nin mali durumu kötüyken 1980'de Samaranch başkan olmuş ve 2001 yılına kadar görevde kalmıştır. Onun başkanlığıyla uluslararası politik ekonomik sektörlerle ilişkileri UOK'nin gelirlerini arttırmıştır. 1990 yılında UOK yıllık bütçesi 20 milyon dolar, varlığı ise 118 milyon dolara ulaşmıştır. İş dünyası ise olimpiyatları bir "marka" ya benzetmektedir. Devletler nezdinde ise, spor alanında herhangi bir büyük organizasyona bir ulus olarak katılımın engellenmesi, boykot gibi uygulamaların uluslararası diplomasinin en önemli silahı olduğu ifade edilmektedir.

Seksenli yıllara kadar olimpiyatların bir "iş" olmadığı ve spordan kâr elde etme amacıyla olanların istenmediği bir ilkeye tutunan olimpiyatlar sonraki süreçte ekonomik ve siyasal bir "büyük iş" e dönüşmüştür.

Antik çağda olimpiyat oyunlarındaki olimpizm idealleri ile günümüzdeki olimpizm felsefesi arasında fark olduğu ve bu durumdan ‘oyun’ların olumsuz etkilendiği, günümüzde olimpizm ideolojisinin işlevini yerine getiremediği belirtilmektedir. “Spor yaygınlaşmamış, uluslararası ilişkilere köprü olamamış, savaflara ara verilmesini sağlayamamış, spordan sağlanan paralar tekrar spora ve insanlığın yararına kullanılamamıştır. UOK ve kapitalizmin tutsağı haline gelen spor etkinliği, olimpik değerleri yeşertmek bir yana, sporun daha elitist anlayışlarda mutlu azınlıkların yaşam biçimi olarak görünmesine yol açmıştır. Modern olimpiyat oyunları günümüz için tipiktir, çünkü onlar doğal olarak siyaset, ekonomi veya sanat gibi kitle iletişim araçlarıyla yakından ilgilidir. İkisinin de birbirine gereksinimi vardır ve tanınmışlık derecelerini birbirlerine borçludurlar. ‘Oyunlar’ın tüm dünyadaki popülaritesi sadece iletişim araçları ve ekonomi için değil, siyaset için de büyük bir anlam taşıyıp kullanılmaktadırlar”. (196)

Uluslararası spor organizasyonlarına ev sahipliği yapmak devletler nezdinde de önemlidir. Devletlerin spor organizasyonlarını gerçekleştirmek için istekli olmalarının farklı nedenleri bulunmaktadır. Ülkelerinin tanıtımını yapmak bunlardan bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Katar, 45 ülke ve 40 sporun temsil edilmesiyle Asya Oyunlarına ev sahipliği yapan ilk Arap Orta Doğu ülkesi olmuştur. 15. Asya Oyunları için Amara “ Çeşitli şekillerde spor dünya haritasında ülkelerinin yerini yeniden belirlemek için Körfez’de liderler için bir araç olmaktadır”. (197) görüşündedir. Spor organizasyonlarına ev sahipliği yapma isteğinin bir diğer nedeni ise spor endüstrisinin içerdiği büyük gelir potansiyelidir. Devletler ev sahibi ülke olmak için UOK’nin kriterlerine göre düzenlemeler yapmaktadırlar. Bu ülkelerden biri de İstanbul’da Olimpiyatların düzenlenmesini isteyen Türkiye’dir. “Olimpiyatlar, bir yandan ülkenin sporuna, sporcusuna ve gençliğine, spor tesisi altyapısına katkı sağlarken, ev sahipliğini üstlenecek ülkeyi ekonomik bir hareketlenme, önemli yatırım, istihdam, dış sermaye girişi, artan turizm gelirleri, ülkenin tanıtımı ve prestij kazanımları beklemektedir. Bu nedenle, olimpiyatları kazanmak için yalnız kentler ve yerel yönetimler değil, aslında devletler arasında çetin bir mücadele sürmektedir”. (131)

Spor organizasyonları tv yayınları kanalıyla, beklentileri birbirinden farklı izleyici kitlesine ulaştırılmaktadır. Uluslararası spor organizasyonlarında ülkeler kendilerinin sporcusu veya takımıyla temsiliyetinde önemli görmektedir. Atina’ daki 18. Olimpiyat Oyunları 200 ülkeden sporcuyu ağırladı. “ Tüm evrensel özelliğine rağmen, gerçekte olimpiyat yayınları, kazananlar için çalınan ulusal marşlar ve dalgalanan bayraklarla, bağımsız ulusların kültürel farklılıklarını ve politik yanlarını aslında güçlendirmek için varolur. Olimpiyatlar gibi uluslararası spor yarışmaları ulusal kimlikleşmeyi ve sahiplenmeyi öne çıkarırlar. Spor olayları ulusların zarar vermeden rekabet ettikleri az sayıda halka açık alanlardan biridir. Uluslararası arenada bir milletin duruşunun fiziksel hareketi gibi ulusal spor bu bağlamda savaş için vekil olarak görülebilir. Kazanan ya

da birçok madalya alan ülke üst dereceye basitçe yükselir. Her ülkenin olimpiyat yayınları kendi atletleriyle ilgilenir. Çünkü medya “evdekilerin” ne görmek istediğiyle ilgilendiğini düşünür. Yorumcular ulusal takımları ‘bizim takımız’ ya da ‘bizim atletimiz’ olarak tanımlar ki evdekiler de aynı şekilde ulusal temsilcileri için bunu yapma gereksinimi duysunlar. Aynı şekilde atletlere ve takımlara kendi uluslarının anlayacağı şekilde, onlardan takma isimler vererek izleyicinin onlarla ulusal bir bağ kurmasına yardım ederler. TV ekranının bir köşesindeki ulusal bayraklar kullanılarak olimpiyat oyunlarının ulusal farklılıklarla beslenmesini sağlarlar”. (198)

İki yılda bir yapılan 11-22 Ağustos 2005’te İzmir’de gerçekleşen “ Ünierversiade 2005” başvuruları 1999 yılında yapılmıştır. “23. Yaz Üniversite Oyunlarına 131 ülke katılmış, oyunlar 14 spor dalında ve yaklaşık yedi bin sporcuyla gerçekleştirilmiştir”. (199)

Küreselleşme literatüründe, küreselleşmenin yetkiyi, özerkliği, modern ulus-devlet yetisini tehlikeye düşürdüğü öte yandan bu tehlikeden uzak olduğu tartışılmaktadır. “Olimpiyatlar bakımından küreselleşme, ulusal bakımdan yerellik kavramı literatürde iki temel yönde keşfedildi. İlk yön küreselleşmeye (birleşik dünya ulusları) doğru giden uluslararası anlayışı artırma umudunda ulusları bir araya getiren oyun idealleri arasındaki gerginliktir ve oyunların ulus-devletler arasında bir yarışmanın medya tarafından tasvir edilmesidir. İkinci açı farklı ulusların, yerel oyunları açılış töreninin medya yayınında gösterdiği gibi algılamasındaki farklı yollardır. Bu bakış açısı oyun görüntülerinin küresel olmadığını gösterir, bu yüzden küreselleşme içinde yerelliğin önemini vurgular. Deneysel çalışmalara dayanan her iki taraf, Olimpiyat oyunları dünya çapında bildirilen bir küresel olay olmasa da yerellikte (ulusallıkta) önemli bir merkezi güçlendirir. Bu açıdan birinin, ulus-devletin sonunun gerileme tasavvurunun bir şekilde vakitsiz görüldüğü düşüncesiyle aynı fikirde olabildiğini söylemek gerekir. Aslında sporun içeriğinde varsaymak için çok kanıt vardır; 1998 Fransa futbol dünya kupasında tekrar gösterildiği gibi ulus-devlet ölümünden çok uzaktır ”. (200)

Ulus devletin küreselleşme sürecinde yok olduğu tezi futbolda göçmen oyuncu tartışmalarında da kendisini göstermektedir. “ Temelde sermayenin tüm dünyayı sarma yöntemi, tekelciliğin ‘çok uluslu şirketler’ olarak dünya ekonomisine egemen olmasına hizmet eden küreselleşme olgusu, ulus devletleri yok etmek için ulusal bilinci öldürmeyi hızla sürdürüyor. Bu amacına hizmet eden her kanalı kullanmaktan da geri kalmıyor. Toplumun her kesimine ulaşan futbolu da bu amaç için kullanıyor. Futbol iletişim çağını yaşadığımız günümüzde ‘küreselleşme’ olgusunun en önemli silahlarından biri durumunda” . (201) Ulusal bilincin son kalelerinden biri olarak görülen “ulusal takım” da yer alan göçmen oyuncular üzerinden, küreselleşme sürecinde bir yetenek avcılığı mı yapıldığı yoksa ulusal takımların ne kadar “ulusal” olduğu sorgulanmaktadır.

Medya ve sponsorluk ilişkilerinin, küreselleşme ve yerelleşme tartışmasında Yeni Zelanda Ragbi Ligi’nde 1995 yılından sonra değişime neden olduğu ifade

edilmektedir. Türkiye’de de bir özel Tv kanalını satın alarak adını değiştiren Robert Murdoch’un haber şirketi tarafından 10 yıllığına Yeni Zelanda’da üç ragbi ligini 555 milyon Yeni Zelanda Doları karşılığında satın alınmıştır. Bu gelişmeler oyunun kontrolünün de Yeni Zelanda’dan alındığı tartışmalarına neden olmuştur. “ Çoğu insan temel TV sözleşmesinin Yeni Zelanda Ragbi Futbol Birliğinin (NZRFU) mali dengesi için gerekli olduğuyla aynı fikirdeydi, özellikle kazançlı deniz aşırı sözleşmeleri tarafından alınan en iyi oyuncuları kaybetme zorlukları çekildiğıyle aynı fikirdelerdi. Ama Murdoch’un milyonları sağlıklı bir para getirisi sağlamasına rağmen, 1995’de ulusal oyuna emsalsiz değişikliklerin küresel ekonomide Yeni Zelanda’yla ilgili bir uyanış olarak hizmet verdiğı de tartışılabilir ki buna göre, ulusal oyun şimdi daha fazla yabancı etkileri ve kontrolüne bağlıydı ”. (202)

Spor ve küreselleşmenin anahtar noktası olarak tanımlanan medya platformlarının; spor üzerindeki kontrolünün demokratik bir sürece benzemediğı gözlenmektedir. “Demokratik hareketlerin ulusal ve küresel seviyeleri mümkün kılınmadığı sürece, spor medya tüketicilerinin, küresel medya/eğlence kontrolünün basit hedefleri olarak kalacağı sonucu ortaya çıkmaktadır”. (203) Çok uluslu medya şirketleri tarafından başlıca spor olaylarının dış yayın haklarını satın alarak, kontrol etmeleri ve dolayısıyla spor izleyicisi üzerindeki etkisinden kurtulmanın yolu ulusal yayınlarını güçlendirmeleri olarak görölmektedir. “ Kazanç teknolojisi olarak ortak yapıyla gruplandırılan sembollerin akışı yüzünden, ulusal kültürel hakimiyet için küçük bir yer gibi görünür ve böylece eleştiri yazısının devlet-merkezli politikasına bir giriş olur. Belki de ölkeler için ayrılan tek seçenek eğer ulusal olarak üretilen film ve TV yayınlarının ulusal/yerel üretimi desteklemezse – stratejik bir noktada ilerlemenin turlarından geçer. Dahası, Kanada, Fransa, Almanya, İngiltere ve Çin gibi dünya ekonomisinde yeni güçler ortaya koyan 3. Dünya ölkeleri için, medya şirketleri ulusal kültür politikalarını ve hatta son tasarruflarına daha geniş ulusal kitle iletişim politikalarını ekliyorlar. Aslında, ulusal bölgeler onlar için mevcut olmadığından, uydu televizyonu ve internet teknolojileri ile medya/eğlence bu politikalardan hiç etkilenmiyor” . (203)

Çok uluslu şirketlerin, ölkelerindeki yatırımlarını kaybetmek istemeyen devletler, çalışma koşullarında yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen çalışan haklarını korumaktan yana tavır almamaktadırlar. Küresel pazarını yaratmış spor giyim firması Nike bu konuda bir örnektir. Nike merkezi firması sadece ürünlerinin tasarımını yapan ve pazarlayan bir firmadır. Çok uluslu şirketlerin genel üretim tarzında olduğı gibi tüm üretimini Güney Kore ya da Tayvan’daki taşeron şirketlerinin fabrikalarında kötü koşullarda çalışan ve ağırlıklı kadın işçilere yaptırır. Merkezi New York’ta bulunan “ Niketown yalnızca bir dükkan değildir. Nike ses bombardımanı ile birlikte hem video ekranlarında, hem de binanın üç katından uzatılan perdede gösterilen çizgi film bileşenlerini, spor ile yüksek teknolojiyi kullanarak gençleri çekmektedir. Her spor takımının gösterisinin ayrı bir akustik, görsel yansıması vardır:

Monica Seles ile Mary Joe Fernandes'in karşılıklı top vuruşları, bir basketbol yıldızının topu sürüşü, atletlerin koşması, atlaması, rap ve tekno müzik. Aralarında Steffi Graf, Michael Schumacher, Uta Pippin gibi yüzlerce yıldızın fotoğrafı sürekli olarak tek bir şeyi çağrıştırmaktadır: Başarılı olan, başarısını Nike ile gerçekleştirmiştir". (204) Bununla birlikte, Michael Jordan ve Le Thi adındaki Vietnamlı kadın arasında ortak olan tek nokta Nike için çalışmış olmalarıdır. Ama "1996' da Jordan gerçekleşmesi o kadar da zor olmayan reklâm çalışması için 20 milyon dolar alırken, Le Thi çok zor bir iş karşılığında 500 dolardan az kazandı. Nike ise o yıl rakipleri Reebok ve Adidas'a epey fark atarak cirosunu 6.5 milyar dolar yaptı ". (204)

Pekin 2008 Olimpiyatlarının spor dışında olan rekabetleri nedeniyle Çin ve ABD arasında çekişmeli olacağı iddia edilmektedir. Çin pazarı sponsorlar için önemli bir pazar olarak görülmekle beraber, uluslararası ilişkilerdeki etkisinde saygınlık payının artacağı beklentisi de bulunmaktadır. "Amerikan 'imparator olgusu' pek çok form almıştır. Seçilmiş sporlarda millet ve kültürlerin hakimiyeti bunlardan sadece biridir. Buna Olimpik Oyunlardan daha iyi bir örnek verilemez. Çin'in açık amacı Amerika'yı Pekin 2008'de 'gömmek' tir. Geçen Batı'nın ellerinde politik küçük düşürme teşvik eden şeylerden biriydi" . (206)

Küresel spor emek göçlerinin, göç veren ve göç alan devletlerde spor üzerinde yarattığı etkiler de bulunmaktadır. "Yabancı oyuncular spora yetenekleri, tecrübeleri ve izleyici sayısını artırarak katkı yaparken, aynı zamanda genç oyuncuların gelişmesini engelleme ve tecrübeli yaşlı oyuncuların yerini alma riski de taşıyorlar. Üstüne üstlük, ulusal takımların başarısı da yabancı sporcu göçünden olumsuz etkilenebilir. Son olarak hızlanan sporcu göçü dalgası yerel kulüpler arası eşitsizliği arttırıcı bir rol oynuyor. Zengin kulüpler, Avrupa çapında turnuvalar için birçok yabancı oyuncuyu kadrolarında bulundururken, buna karşın diğer kulüpler ya iflas riskini göze almak ya da daha başlamadan başarısızlığı kabullenmek zorunda kalıyorlar ". (207) Daha geniş bir çerçevede içinde ise çok uluslu şirketler ulus- devlet ve sporcu arasındaki bağı kendi lehlerine döndürüldüğü, az gelişmiş ülke sporcularının ulusal kimliklerinden uzaklaşmaları da ifade edilmektedir.

Sovyetler Birliği dağılmadan önce sporcularının yurt dışına gitmesi ve yurtdışından sporcu transferi de yasaktı. SSCB'nin dağılmasından sonra oluşan ulusal sistemler ise sportif yatırımlarını, önemli değerlerini Avrupa'ya kaptırdılar. Rusya, Ukrayna, Azerbeycan ve diğer cumhuriyetlerdeki sporcular hızla Avrupa'ya ya da kendilerine daha çok ücret verilen ülkelere gittiler. Aynı şekilde Afrika'dan ve Avrupa'dan pek çok sporcu da bu ülkelere transfer oldu. Dünyadaki sporcu göçü Batı ülkelerinin sporda kazanma isteğine bağlanmaktadır: "Batı kazanmaya eğilimlidir. Aslında daha geniş göç işlemiyle birlikte son on yıl Batılı uluslar tarafından toplamayı sadece önceki Sovyet bloğundan antrenör ve spor bilim adamları değil, aynı zamanda da Afrika ve Güney Amerika'daki atletik yeteneklerin akını görülmüştür. Bu futbolda ekonomik açıdan daha fazla güçlenmiş Avrupa lig ve

klüplerinde daha fazla belirgindir. Merkezde olmayan ligler Avrupa liglerinin baskınlığıyla bağımlılık ilişkisinde sabit kalmışlardır. Koşu gibi sporlar ve beyzbolda bu yetenek akımını ABD'ye borçludur. Uluslararası seviyede Avrupa ve Kuzey Amerika'da kriket, buz-hokeyi, koşu ve futbol gibi sporlarda oyuncuların toplanması ve sonra alıkonulmasının ayırt edilebilir örnekleri vardır. Benzer bir eğilim kıtalararası seviyede de açıktır. Spor emek gücünün hareketi Kuzey Amerika'dan Avrupa'ya; basketbol, Amerikan futbolu ve buz hokeyi gibi sporlarda meydana gelmektedir. Aynı zamanda ters yönde de bir spor emek gücü akışı vardır. Kuzey Amerikalı buz-hokeyi kulüpleri İskandinavyalı ve önceki Sovyet bloğu oyuncularını işe almaktadır. Amerikan üniversiteleri de aktif bir şekilde, Afrikalı koşucuları ve futbol, ragbi, basketbol ve yüzme gibi sporlardaki Avrupalı kadın ve erkek sporcuları işe almaktadır. Kıtalararası seviyede spor emek gücünün hareketi aynı zamanda Avrupa ve Afrika arasında da belirir. Afrikalılar İngiltere, Fransa, İtalya ve İspanya'nın ana Avrupa futbol liglerinde önemlidirler ". (98)

Günümüzde kendi ülkesinde sporcuyu yetiştirmenin pahalı ve zaman isteyen bir süreç olduğunu ancak sporda 'yarın' ı düşünenler için geçici bir sorundan çıkış yöntemi olduğu ifade edilmektedir. " Bugün çoğu ülkede olduğu gibi altyapı yatırımıyla oyuncuyu kazanmak hem çok zaman hem de para istiyor. Bu süreçte futbolculara harcanacak tutar ise en az 200 bin dolar. Bu maliyetlere katlanıyor olsak bile altyapıya gerekli bütçeleri ayırmadan başarıya ulaşılma şansı çok zor. Bu sorunu biz Türkiye'de en can alıcı şekilde yaşıyoruz. Bu alternatifin maliyetli ve zahmetli oluşu, kulüpleri ve ulusal takımları 'devşirme futbolcu' yaratma politikasına götürüyor. Ulusal takıma yabancı oyuncu alınması, futbolumuzun önünü açacak bir gelişme gibi görünmüyor. Kısa vadede olumlu sonuçlar alınsa da günü kurtarmaya yarayan 'palyatif bir çözüm' olmaktan öteye gidemez" . (207)

2. 9. Küreselleşme Sürecinde Sporda Kültürel Etkiler

Sporun doğal bir olgu olmadığı, yapay olduğu ve bir kültür olduğu ifade edilmektedir. " Spor yapan insan varlık yapısıyla bio- psiko- sosyal bir bütünlüktür. Onu yalnızca beden olarak ya da tinsel yanıyla incelemek eksik olacaktır: O aynı zamanda toplumsal bir olgudur ve giderek özel bir kültürdür. Spor bir insanlaştırma olayı, dolayısıyla bir kültürdür. Bir kültür olarak spor beden kültüründen başlar olimpik kültüre doğru gelişir. Olimpik kültür spor kültürünün doruğunu oluşturur. Spor yapan insan hem bu kültürün yaratıcısıdır, hem de bu kültür tarafından belirlenir ". (186) Eco'nun sözleri Batı kültür ve uygarlığının kültürel fermanı ve varoluş ilkesi olarak yorumlanmaktadır: " Spor insandır, spor toplumdur ". (208)

Seksenli yıllar "beden" üzerinden çok kârlı bir sürecin başladığı bir milat olarak da düşünülebilir. Bu süreçte, bütün dünyada aerobiğin popüler olduğu, aerobik yapan popüler sinema yıldızlarının video kasetleri hızla tüketildiği, bedeni güzelleştirme çabasının sosyo- ekonomik farklılıklara bakılmaksızın tüm toplum katmanlarına ve özellikle kadınlara ulaştığı gözlemlendi. Aerobik, ardından step, fitness salonları ve halı

sahaların sayıları giderek artan bir hızla açıldı. Bu hızlı değişimin küreselleşmenin kültürel değerleriyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. “ Küreselleşmenin pompaladığı kültürel öğelere baktığımızda, bedenün güzelliği, temiz görünümü ve düzgünlüğü esas alınmaktadır. Bu bağlamda, küreselleşme zihniyetinin egemen olduğu toplumlarda vücut bakım ve güzelleştirme merkezleri ile vücut geliştirme ve spor merkezlerinin çoğalması raslantısal değildir ”. (209)

Rowe bu tarz kampanyaların içeriğinin iktisadi olduğuna işaret ederek , bu tarz yaklaşımların sporun içsel değerleriyle ilişkisinin zayıf olduğu vurgusunu yapmaktadır. “ Günümüzün ‘herkes için spor’ ve ‘hayatın içinde olun’ gibi sağlık kampanyalarının metalaşmamış sporcu orduları ürettiği iddiasına karşı, devletin insiyatifinde ve ticari olarak desteklenmiş bu tip kampanyaların ardındaki gerekçenin aslında iktisadi olduğunun işaret edilmesi gerekir. Sağlıklı bir işgücü ve kendi kendine daha yeterli olabilen bir yaşlı nüfus üretme amacı takdire değer olabilir, ama bunun sporun ve sporla ilintili hazların içsel değeriyle pek az ilgisi var. Benzer şekilde, son yirmi yıl civarında görülen sağlık – zayıflama kampanyaları patlaması, zayıflama, boş zaman değerlendirme, kozmetik, reklâm ve diyet endüstrilerine bir ilave olarak ticari açıdan kışkırtılmıştır. Bu argümanlar günümüzde spora giderek artan sayıda ve bedene özen gösterme eğilimlerini yadsımayı değil, spor alanındaki gelişmelerin profesyonel atletler ve izleyiciler arasındaki; seçkin, istekli ve taban atletleri arasındaki; tüketiciler, devlet ve iş dünyasındaki girişimciler arasındaki bilinçli, iradi ve bireysel sözleşmelere yaslandığını belirten atomistik önermeyi çürütmeyi amaçlıyor ”. (183)

Spor sanayisinin hızla büyüyor olması nedeniyle tüketiciye olan ihtiyacın toplumu spor yapmaya yönelttiği düşünülmektedir. “ Üretimin bir alanı olarak spor, sanayisi hızla büyüyen bir sektördür. Bugün bu sektör; sporun amatör, profesyonel olarak hangi düzeyde ve nasıl yapılacağına yön vermeye çalışmaktadır. ‘Herkes spor yapabilir’, ‘Aerobik yaparak genç kalın’, ‘Step her yerde yapılabilir’, ‘ Uzun yaşamın sırrı düzenli spor yapmaktan geçer.’ Bu ve benzeri sloganlarla satacağı ürünü pazarlayan sektör, kullanılan ürünün ortaya çıkarabileceği olumsuzlukları görmek istemez. Amatör bir sporcu, kullanım değeri az olan, çabuk yıpranan malzemelerle spor yapar. Profesyonel bir sporcu ise kendisi için özel yapılan malzemeler kullanır ”. (210)

Sporun; popüler kültürün ve “tüketicilerin reklâmlar yoluyla kazanılması” sürecinde bir araç haline geldiği düşünülmektedir. “ Spor ve sporcu tüketim kültürünün teşvikinde yoğun bir şekilde kullanılır. Bu kullanımla satılan, sporun kendisi dahil, kısaca ‘işte bu iyi hayat’ bilincidir ”. (77)

Spor ve rock müzik, popüler kültürün iki yaşamsal ögesi olarak analiz edilmektedir. “Rock ve spor, toplumsal ve kültürel değişimin metaforları olarak işlev gören beden imajları deposunu sürekli türeten bedene ilişkin anahtar niteliğinde iki kültür endüstrisidir ”. (183)

Sporun kültürün bir parçası olarak hem kültürü etkilediği hem de popülerleştirilmesi nedeniyle kültürden etkilendiği görülmektedir: “Sporun popüler kültür ürünü olarak ele alındığı ve bu ürünün, kitlelerin onayı alınarak kitle iletişim araçlarından sunulduğu

görülmektedir. Pazar ekonomisi anlayışının, bu araçlara da egemen olması, sporun sosyo-kültürel yapıya uygun kullanılmasını doğurmuştur”.(211)

Son yirmi yılda toplumsal değerlerde yaşanan değişimden sporda etkilenmekte spor kültürü de değişime uğramaktadır. Çünkü “ Spor, içinde yapıldığı toplumun belli bir andaki durumunu yansıtan, tüm çelişkileri, kötülükleri, olumlu ve olumsuz yönleriyle sergileyen bir aynadır”. (212) Sporun, reklâm, rekabet ve ticari yönü dolayısıyla tüm dünyaya hızla yayılması, kâr amacının öne çıkması ile sporda toplumların korumaya çalıştığı kültürel değerlerine zarar verici aykırı davranışlar artmaya başlamıştır. “ Spora yüklenen misyon değişip, sporda değerler toplumda değişen değerlerle aynı doğrultuda gelişince spor ahlâkının da sorunları artmaya devam eder. Bu doğrultuda; ‘her ne pahasına olursa olsun kazanmalıyım’, ‘ kaybetmek her şeyin sonudur’ mantığı yatmaktadır. Böylesi bir yaklaşım, başarıya giden yolda her türlü çirkin girişimi (şike, doping, şiddet) olağan saymaktadır”. (210) Türkiye’de 03.01.2006 yılında spordan sorumlu devlet bakanının yaptığı bir konuşma: “ ‘Doping yapan sporcular bundan böyle milli formayı giyeceklerini sanıyorlarsa yanılıyorlar. Gerekirse sonuncu oluruz ama; itibarımızı koruruz’ demektedir. Nurcan Taylan doping nedeniyle ömür boyu ceza almış bir sporcuydu ve bakanın konuşmasından 15 ay sonra halter dalında Taylan, Avrupa Şampiyonasına katılarak iki gümüş ve bir bronz madalya kazandı. Özel izinlerle katıldıkları yarışmalarda ülkemizi temsil eden doping cezası almış sporculara, Süreyya Ayhan ve Pekin 2008’e katılacak olan Halil Mutlu gibi farklı örnekler de bulmak mümkündür ”. (213)

Sporda başarı kavramının olumlu içerikten, olumsuz içerikli performans kavramına dönüşme nedeni olarak, biyolojik sınırların aşılma çabasına karıştırılan hile olduğu düşünülmektedir. “ Spor beden için bir olanaklar alanıdır, ama gene de ve elbette olanaklar sonsuz değildir, biyolojik sınırlanmıştır. Yalnız kol ve bacak değil, beyindeki nöronların hareketi de doğanın çizdiği son biyolojik sınırı zorlayamaz, aşamaz. İnsan buna girişirse, ölçülülük tanrıçası onu cezalandırır, bedenini aldatmaya kalkıştığı için,- dopingle veya başka türlü bir hileyle. Bedenin bilgeliği, aklın bilgeliği gibi, kendi sınırlarını bilmektir. Bu bilgi kazanılmadıkça, olumlu içerikli başarı kavramı, günümüzdeki olumsuz içerikli performans kavramına dönüşür. Bu kavramı yeniden olumlu kılmak, öncelikle spor etiğinin görevidir”. (214)

Spora katılımın değil kazanmanın öne çıkması, spor kültürünün değişime uğramasının ticarileşmesi ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. “ Spor ve ticari ilişkiler iç içe geçince spor ahlâki olumsuzluklar yaşamaya başladı. Bu olumsuzluklar ülkeden ülkeye geçebileceği gibi, ülke içinde bölgeden bölgeye de geçebilmektedir. Değişmeyen tek şey ise, sporda ahlâksızlıkların yapılış gerekçesi, aynı araç değer olan parayı, amaç saymaktır ”. (210)

Gelişen spor endüstriyel kompleksinin, *sporda performans verimliliği görüşünün*, küreselleşmeyle birlikte sporda değer yitimine neden olduğu düşünülmektedir. “ Bu kompleks veya şekillenme birkaç boyuta sahiptir - yapısal, kurumsal, ideolojik

ve kültürel-. Devlet daireleri, uluslararası kuruluşlar, hükümet dışı acentalar ve spor kurumlarını içeren birkaç önemli gruptan oluşur. Bu kompleksin kurumsal çerçevesi en az dört unsur içerir: Spor tıbbi, spor bilimi, spor bilimi destek programları ve üstünlüğün bölgesel/ulusal merkezleri. Bu kompleksin ilk olarak spor başarısına amatör tutumda uyum sağlayan bir oyunun ve oyuncunun mirasıyla daha az sınırlanmış batılı/gelişmiş uluslarda ortaya çıkması bizi şaşırtmamalıdır. Başarı sporunun küresel tek kültür sistemi başarı için araştırmaya bağlıdır ve İngiltere sporunun dünya spor gündemi tarafından gösterildiği gibi spor statüsü için uluslararası güç yarışını içerir. Başarı sporunda performans etkinliği üzerine bu vurgu bize insan olmak hakkında bir şeyi de anlatır. Rasyonel ve etkili performans, özelleşme, bilimselleşme, yarışma ve profesyonelleşme üzerindeki önemiyle, başarı sporu 'Süpermen' efsanesini güçlendirir. Var olan eğilim seçkin atletlere makine ve makine olmaları gerekmiş gibi davranmaktadır. Yüksek oranda rasyonelleşen ve teknolojiyeleşen, fiziksel ve zihinsel eğitim örnekleri ve bilimsel olarak değerlendirilerek programlanan uygunluk rejimleri, en yüksek performansı üretmek için tasarlanır. Son performansa ulaşmak için gerekli durumları belirlemeyle ilgili olan spor biliminin ideolojisi ve buluşları *Süpermen* efsanesini sürdürür". (89) Sporda 'oyun' unsurunun azaldığı ve sporun konu alanının insan gelişimi potansiyeli kaybaldığı ifade eden Maguire eleştirilerine ek olarak bazı sorular sormaktadır: " Küresel sporda – hem oyun sahası içinde hem de dışında, sporun farklı seviyelerinde ve hareket kültürünün farklı tarzlarında – kazananlar ve kaybedenler kimlerdir? Bir bütün olarak, birey, halk ve toplum için yapılandırılan sisteme yararlar kadar bedeller nedir? ". (89)

Bazı yazarlar Amerikanlaşmayı küreselleşmeden ayrı ele almaktadırlar. Sporda Amerikanlaşma, moderleşme, kültürel sömürgecilik ve kültür egemenliği kavramlarını sporda küreselleşmeden ayrı değerlendirmektedirler. Sporda, küreselleşmeden daha çok emperyalist Amerikanlaşma olarak gelişmeler olduğunu öne süren Bernstein bu tezini Olimpiyatlar ve ekonomik etkiler üzerinden açıklamaktadır. " Basketbol aslında 1992 Barselona Olimpiyat Oyunlarına Amerikan Rüya Takımının girmesiyle zirveye oturan Amerikan basketbolunda dünya çapında bir ilgiye sebep olan NBA tarafından yönetilen Amerikan pazarlamasının bir örneğidir. Bu, sporun kapasitesinin dikkat çeken çoğunluktaki seyirciler için bir araç olduğundan daha az önemli olduğu fikrini doğurur; hatta daha çok sporun yarışma, mükemmeliyet, ortak etkinlik kazanmak için gerekli olan şey – kökleri Amerika'da olan fikirler- hakkındaki düşünceleri ifade etmek için bulunduğu gösterileri de. Amerikan spor tarzı, sponsor çekmek için yeteneği ve hiç yoktan iyi TV yayımları için gerekli özellikleri içeren tüm dünyada kolektif bir spor için uluslararası bir örnek olmuştur ". (200)

Olimpiyatların Amerikanlaşmış olduğu iddiaları, UOK Başkanının sözleri ve Amerikan televizyonu ilişkileriyle açıklanmaktadır. " UOK Başkanı Samaranch' ın eğer Amerikan temel lig oyuncularına Sydney'deki 2000 Olimpiyatlarına katılmalarına izin verilmezse bir olimpiyat sporu olarak beysbolu kaldıracağı tehdidini yaptığı söylentileri vardır. Olimpiyat oyunlarıyla ilgili çoğu kanıt yıllardır gelişmeler için açıklayıcı bir kavram olarak Amerikanlaşma yönünü işaret eder. Olimpiyatların küresel bir olay olması, televizyona, özellikle Amerikan televizyonuna atfedilir. Bu en

önemli etken yalnızca yayın hakları üzerinde mücadele veren Amerikan ağlarından Olimpiyat oyunlarına kolaylıkla elde edilen büyük para miktarları olmuştur. Spor tarihinde en büyük TV işi 7 ağustos 1995'de bildirilen; ki o zaman Amerikan TV ağı NBC New York'ta UOK'nin Amerikan hakları için 2000 Sydney Olimpiyat oyunlarına ve Tuz Gölü şehri Utah'ta 2002 kış olimpiyatlarına 1. 250.000.000 dolar ödemişti. Amerikan parasının karşılığında ona gittikçe bağlanan UOK üzerinde büyük bir etki sarf ettiğini açıklar. Bunun bir yönü Olimpiyat oyunlarının kendi yeridir çünkü temel olayların prime-time canlı yayını TV için çok önemlidir. Bu yüzden, hiç şaşırtıcı değildir ki, oyunlar 1984'teki Los Angeles'dan beri sadece iki Olimpiyat için Amerika'dan uzak olmasına rağmen, Atlanta, (Coca-cola ve CNN şehri) 1996 oyunları için tercihti. Aynı zamanda küçük bir merak vardır ki oyunlara bir Afrika ulusu tarafından hiç ev sahipliği yapılmamıştır. Dahası, 1984 Los Angeles olimpiyatlarından beri ticari sponsorluk UOK için merkezi gelir kaynağı ve onun üzerinde iddialı bir etki olmuştur. Bu bağlamda 'temel oyuncuların' yani, en önemlisi Coca Cola olan ana sponsorların Amerikan olması vurgulanmalıdır". (200)

Amerika'da futbolun "soccer" gördüğü ilgisizlik Amerikalı olmakla da açıklanabilmektedir. " Dünyanın geri kalanı futbolu sever. Kesinlikle biz bir şeyleri kaçırmıyor olmalıyız. Futbol hakkında umursamamak için iyi bir sebep var. Çünkü siz bir Amerikalısınız ve futboldan nefret etmek annenizin elmalı turtasından ve cumartesi öğleden sonra uzaktan kumandayla kanal taramakla harcamaktan daha fazla Amerikanca bir şeydir". (205)

Amerikan sermayesi ve medyası ise "soccer" futbola ilgisiz değildir ve bunun için geçerli nedenleri olduğu gözlemlenmektedir. " Amerika futbolunun karanlık sosyal tarihine rağmen, ABD, yönetici liderlik, turnuva başarıları, antrenörlük teknikleri veya oyuncu hareketliliği gibi, futbolun küresel yayılımında ve uluslararası akımlarda çok az rol oynadı. Aslında, bazı Amerikan sermayesi ve medya üretim teknikleri futbola nüfuz ederken, Amerikanlaşma tezinin hızını belirler, ABD futbolun ve genelde sporun küreselleşmesine nispeten kenardan bakmaktadır. 19. yy.ın sonlarında, Amerikalılar beysbol ve Amerikan futbolunda yeni ulusal gelenekler icat etmek için sporla ilgili modellerin dışındakileri bilinçli olarak reddetmişlerdir. Çoğu Amerikalı için, 'futbol' Amerikan futbol sahasının kendi oyunu anlamına gelir; oysa soccer /futbol net olarak Amerikalı olmayan geçmiş bir zamanı belirtir. Son 20 yılda, 1994 Dünya Kupası finallerinin Amerika ev sahipliğiyle sağlanan ABD'deki futbol, 18 milyon oyuncuyla bir kitle katılım sporu olmuştur ama soccer/ futbolun profesyonel kulüp ligi düşük izleyici ve televizyon seyircisiyle kötü etkilenmiştir. Aslında futbol, ulusal sporlara geleneksel olarak uzak olan Amerikalılar; oyuncu kadınlar ve Avrupalı, Latin Amerikalı kültürel kimliklerine sahip etnik gruplar arasında en popüler olanıdır. Daha sonraki toplumlar Avrupalı ve Güney Amerikalı kulüpler Kuzey Amerika şehirlerinde fikstür oynadığı zaman, dikkat çeken büyük kalabalık tarafından, belirtildiği gibi çoğunlukla kendi yurt kulüplerini uzaktan desteklerler. Bu süreçler çeşitli toplum, etnik ve sosyal kimliklerin üretiminde futbolun öneminin altını çizer ve çok etnik olan bir 'dünya yeri' olarak Amerikan ulusunu gösterir". (90)

Küreselleşmenin belirleyici yönünün ekonomik olduğu vurgulanmıştı. Ekonomik gücün yerel kültürlere olan etkileri söz konusudur. Maori halkı ve Haka

dansı, NZRFU, Tv kanalları ve küresel sponsorlara (Adidas) satışıyla küresel ticaretin nesnesi olmuşlardır. “Yeni küresel teknolojiler hem kurtarıcı hem yerli kültür düşmanı olarak hizmet etmek için potansiyeli tutacak gibi görünüyor. Bir taraftan internet ve uydu televizyonu gibi yeni teknolojiler uzağı, çoğunlukla sınırdaki kalmış kabilelere iletişim kurmayı ve diğer yerli gruplarla dayanışma hissini kazanmalarını mümkün kılar. Aynı şekilde, medya sosyal değişiklik için bir uyarıcı sağlayarak bazı grupların ciddi durumuna dünyanın dikkatini çekmede önemli bir rol oynayabilir. Fakat bu aynı teknolojiler isteyerek ya da istemeyerek istismara belki de yerli ilginin yok olmasına iştirak edebilir. NZRFU ve Adidas tarafından Maori *hakının* yanlış ayırım durumu yerli kültürlerle karşılaşan meydan okumaların birçok örneğinden sadece biridir. Hem Murdoch hem Adidas’ın yatırım yaptıkları marka üzerinde çeşitli kontrol biçimleri talep ettiğine bakılırsa küreselliğe gidiş için ödenecek bir fiyat vardı. Bu markanın bir kısmı tüm siyahların tarihi, geleneği ve kültürüdür. Yerel bağlamda, Yeni Zelanda toplumunun ve onun ortak hafızasına sahiplik anlamına gelir. Bu yüzden, ulusal sporda uluslararası yatırım, geçmişe, şu ana ve geleceğe sadece oyun anlamında değil aynı zamanda ulus anlamında da ayrıcalıklı bir geçiş sağlar. Yeni Zelanda’da takım sporları, özellikle ragbi, Maori’nin eşitlik duygusunu başardığı birkaç kültürel yerden biriydi”. (202)

Medyaspor kültür kompleksinin oluşumu ve sonraki gelişimi ragbi liginin kültürünü değiştirerek oyunun metalaşmasını hızlandırdığı ve kollektif kapitalizmden ayrılmaz hale geldiği ifade edilmektedir. Belki de bu nedenle Ragbi liginin satın alan medya devine tepkiler gelişmektedir. ‘Bize ragbi liginin halkın oyunu olduğu söylendi. Ama değil. Bu Murdoch’ un oyunu’ ”.(84) Yeni Zelanda yerlilerinin “oyun”u, serbest piyasa koşullarında onlara da söz verildiği gibi “marka” ya dönüşmüştür. “ Pek çok insan ‘Yeni Zelanda’ kültürüne bir tehdit olarak gördüklerinden, All Blacks’ten bir marka ve ragbiden bir ürün olarak söz edildiğinde rahatsızlık hisseder. Kültürel bakış açısı, profesyonelleşmenin kendi yararı için olan kârların arkasından çabalamaktan çok yeni ve amatör oyuncu yetiştirmeye kullanıldığı müddetçe korunabilir”. (195)

Yerli oyunların devre dışı bırakılmasında modern başarı sporunun etkisi olduğu düşünülmektedir. “ Başarı sporunun ortaya çıkması ve yayılması hem batı hem de batılı olmayan halk bedeni kültürlerinin azaldığını kanıtladı. Zaman evresine ve topluma bakmaksızın modern başarı sporunun etkisi yerli oyunları bir kenarda bıraktı. Bu gibi halk uygulamaları kaybolmazken ve bazı toplumlarda yeniden uyanışa doğru giderken, tüm niyet halk oyunları için beden kültürlerinin kalan özellikleri olmaktadır ”. (89)

LaFeber, Amerikan kültürünün olduğu kadar dünya kültürünün de önemli bir parçası olarak görülen basketbol, Michael Jordan, Nike firması ve uluslararası medya arasındaki ilişkiyi incelemektedir. “ Nike ve Jordan; Amerikan kültürünün, ABD’ nin küreselleşmesinin, pazarlama yöntemlerinin, zenginliğinin, ABD merkezli medyanın ve ulus ötesi firmaların Soğuk Savaş sonrası imgeleri, hatta olguları haline gelmişti ”. (88)

Ulusötesi şirketler aracılığıyla Amerikan popüler kültürünün dünya geneline yayıldığına dikkat çekilmektedir. “ Ulusötesi şirketler Amerikan popüler kültürünü yalnızca yaratma ve tanımlama gücünü ellerinde tutmakla kalmıyorlar bu kültürün cazibesini bütün dünyanın dil, yemek, giyim ve TV seyretme alışkanlıklarını etkilemek için kullanıyorlardı. İngiliz kolonisi olan Batı Hint Adaları’nda ulusal spor kriketin yerini basketbol almaya başlamıştı. Bu bölge ve özellikle de adalar televizyonun en çok izlendiği yerlerdi”. (88)

Amerikan basketbolunun reklâm isimlerinden M. Jordan, medya şirketleri aracılığıyla dünyanın her yerinden insanları etkilemiştir. “ Uzun yıllardır, dünyada akan su ve elektriğin bulunmadığı yerlerinde arkalarında 23 sayısı -Jordan’in forma numarası- yazan şeyleri giymeleri oldukça şaşırtıcıdır”. (195) Kanadalı tarihçi Geoffrey Smith Amerikalılaşmış küresel sporlarda yepyeni ve sinsi bir emperyalizm ile karşı karşıya olduklarını savunmaktadır. Bu emperyalizmi şöyle açıklamaktadır: “ Berlin ve Madagaskar’ da yerel alışkanlıklarını değiştiren çocuklar, tepeden tırnağa Michael Jordan ve Chicago Bulls anımsatmaya başlamışlardı. Basketbol, hokey ve beyzbol yıldızları, ABD’de üslenmiş olan küresel medya önünde oynayabilmek için evlerini yurtlarını terk ediyordu. Smith, ‘uluslararası sermayenin serbestçe dolaşımı alışlagelmiş siyasal yapıları tehdit ederken, spor ürünleri ve yıldızlarının büyük önem kazanmasında şaşacak bir şey yok’ diyordu”. (88)

Gelişmiş ülkelerarası göçü tercih eden sporcuların kriterleri arasında “kültürel yakınlık, dil gibi” öğelerin önemi belirtilmişti. İngiliz birinci futbol ligindeki Kuzey Avrupalı/İskandinav oyuncularını işe alan yöneticiler açısından da kültürel benzerlik önemli görülmektedir. “ Bir İngiliz yöneticisi, bir Norveçli oyuncudan neler aldığını bilir. O İngiliz diliyle hiçbir sorunu olmayacak bir yabancı oyuncu alıyordu. İhtiyacı olmayan sorunları almıyordu, diğer bir anlatımla kendine ve kendisi etrafındakilere saygı duyan bir sporcu alıyordu”. (103)

Maguire, 1960’ların sonlarından başlayarak, küreselleşme süreçlerinin beşinci evresinin ortaya çıkmaya başladığını ve küresel ölçüde modern sporun çıkışı ve yayılımının küreselleşme/ medenileşme süreçleriyle yakından ilişkili olduğunu ifade etmektedir. “ Gücün değişen dengesi 1960’ların sonunda başlayan sporlaşmanın beşinci evresinde yoğunlaşarak, badminton, kriket, futbol, masa tenisi oyun alanı ve sahasını içeren bir dizi sporda görülmektedir. Bu alanlarda, Afrika, Asya ve Güney Amerika ulusları öndeydi ve hala öyledir. Diğer taraftan Doğu askeri sanatları halk oyunları alanı Batı bölgesinin içine ve etrafına yayılmaya devam eder. Medya sporu üretim karmaşası özellikle Amerikan sporu şeklinde aynılığı pazarlar. Küresel akışı düzenleyen küresel ekonomi politik, yerelciliğin, kültürel ürünlerinin tüketildiğini, özgürce seçmediğini kesinleştirir. Ama bunun küresel pazarlama stratejilerinin de farkı, övdüğü noktaya göz yummak için çözümlenmeye rehberlik etmemesidir. Kültürel sanayiler sürekli olarak yeni etnik mağazalar araştırmaktadırlar. Bu etnik mağazalar yerel kültürde belirli uygun mevkilerde hedeflenir. Daha genel olarak Japonya sumo’sunun İngiltere’ye ve Asya askeri sanatlarına yayılması bunun örnekleridir. Aynı

zamanda bu süreçlerden en çok etkilenen ulusal kültürlerin ve kimliklerin küresel sistemin çevresinde değil merkezinde göründüklerini belirtmek için bir sebeptir. Sporda küresel sporlaşmanın bu beşinci evresi spor kültürlerinin bileşimini içerir. Hem ulusal kimliğin kendisi- hem bir bütün olarak kültürün spor şekilleri çoğullaşma süreci altına girerken, tek bir sporun ulusu temsil ettiği düşüncesini korumak gittikçe zordur. Sporun küresel hareketi çok kültürlülük ve etnikçilik problemlerini güçlendirir”. (80)

Küreselleşme sürecinin spora olan etkileri, birbirine ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda bağımlı olan bir küresel ilişkiler ağı olarak bütünlük göstermektedir. 1980 öncesinde uluslararası spor iki farklı ekonomik sistemin rekabetinde, özellikle olimpiyatlar üzerinden “başarı ve başarısızlık” olarak payına düşen çekişmeyi almıştır. Soğuk savaş sonrası dönemde yani “yeni dünya spor düzeni” nde ise spor yeni teknolojilerle gelişen medya yapılanmasıyla birlikte kapitalist ilişkilerin içine yerleştiği büyük şirketler dünyasındaki rekabet mantığıyla ilerlemektedir.

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Önemi

Ülkemizde spor bilimleri alanında küreselleşmeyle ilgili söylemler ve uygulamalar artmasına rağmen henüz kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamış olması bu araştırmanın en belirgin önemi olarak belirlenmiştir.

Konumuzla ilgili daha önce bütünlüklü bir araştırmanın yapılmamış olması, çalışmamızın bundan sonraki çalışmalara da mütevazî bir katkı sunmasını sağlayacaktır.

3.2. Araştırmanın Alt Problemleri

1. Küreselleşmenin spora ekonomik, siyasal, kültürel etkileri var mıdır?
2. Küreselleşmeden atletizm, basketbol, futbol ve voleybol spor branşları nasıl ve hangi düzeylerde etkilenmektedir?
3. Küreselleşme ve spor endüstrisinin gelişimi arasında bir ilişki var mıdır?
4. Sporun ticarileşmesinin spor etkinliğine, sporcuya ya da spor yapma isteği olan insanlara etkisi olmuş mudur?
5. Küreselleşme spor yapan insan sayısını mı yoksa sporda izleyici sayısını arttırmaktadır?
6. Küreselleşmeyle spor emek göçü ve esnek çalışma artmakta mıdır?
7. Sponsorluk uygulamalarının spora etkileri nelerdir?
8. Küreselleşme sporu ticarileştirdi mi?
9. Küreselleşme spor ahlâkını nasıl etkilemektedir?
10. Küreselleşmeyle medyanın spora etkileri nelerdir?

3.3. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, küreselleşmenin spora olan ekonomik, siyasal, kültürel etkilerinin olup olmadığını tespit etmek, etkileri sınıflandırarak sistematik hale getirmek, etkilerin açıklanması, sonuçların değerlendirilmesi ile küreselleşme kavramının sporda edindiği yerin anlaşılmasını sağlamak amacıyla yapılmış analitik bir çalışmadır.

3.4. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni küreselleşmenin sporu etkilediği Amerika'dan İngiltere'ye, Afrika'dan Türkiye'ye uzanan bir coğrafyayı kapsamaktadır. Örneklem grubu ülkemiz sporunda öne çıkan spor dalları, atletizm, basketbol, futbol ve voleyboldan oluşmaktadır.

3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Türkiye' de spor kulüplerinin ekonomik, sosyolojik analizler yapmaya elverişli verileri yayınlamamaları ve spor bilimleri alanında çalışan araştırmacıların çeşitli iletişim araçlarıyla kendilerinden istenilen veri taleplerini yanıtsız bırakmaları bu araştırmanın en önemli sınırlılığı olarak tespit edilmiştir. Diğer bir sınırlılık araştırdığımız konu başlıklarından özellikle spor emek göçünün bugüne kadar düzenlenmemiş verilere ait olmasıdır. Geçmiş sezonlara ait göçmen sporcu sayıları futbolda bulunmakla beraber bu verilerin nasıl elde edildiğinin yanıtı kaynakta belirtilmemiştir. Atletizm, basketbol ve voleybol da ise önceki yıllara ait göçmen sporcu sayısı bulunamamıştır. GSGM ve spor kulüplerinin dökümantasyon işlemlerinin genellikle ulusal ve uluslararası spor organizasyonları sonuçları düzeyinde yapılmış olması, katılım düzeylerinin belirlenmemiş olması, araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır.

3.6. Veri Toplama Aracı

Kulüp bütçeleri ve spor emek göçü alanında GSGM, DİE, İMKB, atletizm, basketbol, futbol ve voleybol federasyonlarının ve spor kulüplerinin resmi internet siteleri, istatistikler, spor tesisleri, alanları, gazetelerin resmi internet siteleri arşivleri, ulusal ve uluslararası akademik review ve dergi makaleleri, indexler, kitaplar, iktisat, felsefe, hukuk, maliye alanlarında yapılmış yüksek lisans ve doktora tezleri, çalışmayla ilgili e postalarla sorulan sorular, sempozyum kitapları, bağımsız akademik çalışmaların yapıldığı internet sitelerindeki makaleler, DPT kalkınma raporları, devlet kurumlarının ve AB' nin raporları veri toplama araçları olarak kullanılmıştır.

3.7. Veri Toplama Süreci

Atletizm, basketbol, futbol ve voleybol federasyonlarının ve belirtilen spor kulüplerinin resmi internet sitelerindeki veriler karşılaştırılarak profesyonel ve faal olan sporcu uyrukları belirlenmiş, bu ekseninde ülkemize sezonluk göç yapan sporcular tespit edilmiştir. Karşılıklı olarak yurt dışındaki spor kulüplerinin resmi internet sitelerinde oyuncu kadrolarında yer alan Türk uyruklu sporcular tespit edilmiştir. Atletizm verileri e posta yoluyla istenilmiş, gelen verilere karşılaştırmalı eklemeler yapılmıştır. Kulüp bütçelerinde; bütçelerin yayınlandığı spor kulüplerinden BJK, GS, FB ve TS, İMKB işlem gören halka arz edilen şirketlerin mali yapıları bilançoları ve TFF, TVF resmi internet sitelerinde yayımlanan bilançoları bir muhasebe uzmanının katkılarıyla düzenlenmiştir. Sponsorluklar; ilgili spor kulüplerinin ve sponsorluk yaptığı belirtilen firmaların resmi internet siteleri karşılaştırılarak en doğru verilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Güncel bulunamayan veriler yerine daha önce yapılmış olan çalışmalar kullanılmıştır.

3.8. Verilerin Analizi

Araştırmada toplanan verilerin değerlendirilmesinde analitik yaklaşımlar kullanılmıştır.

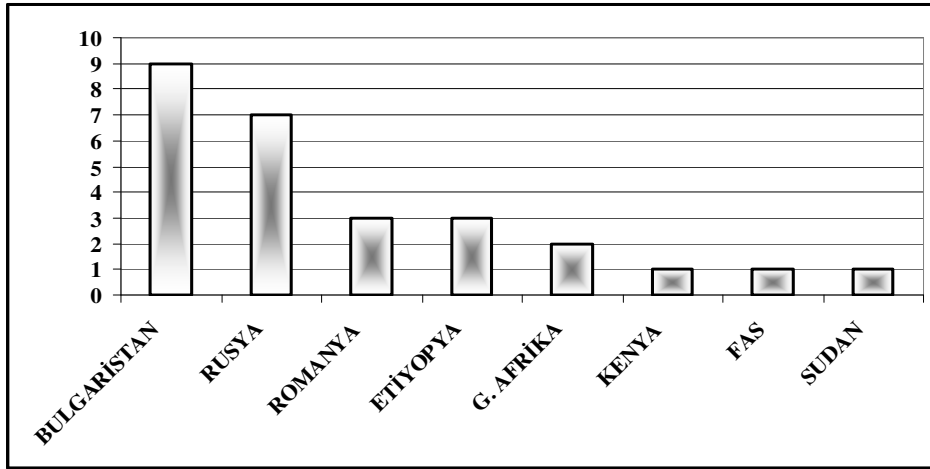
4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmada belirlenen hipotezlere yönelik toplanan verilerin analizleri sonucunda elde edilen bulgular ve bu bulgulara ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

4.1. Spor Emek Göçü

Türkiye’de 2006/07 sezonunda atletizm, basketbol, futbol ve voleybol branşlarında bulunan göçmen sporcular tespit edilmiştir.

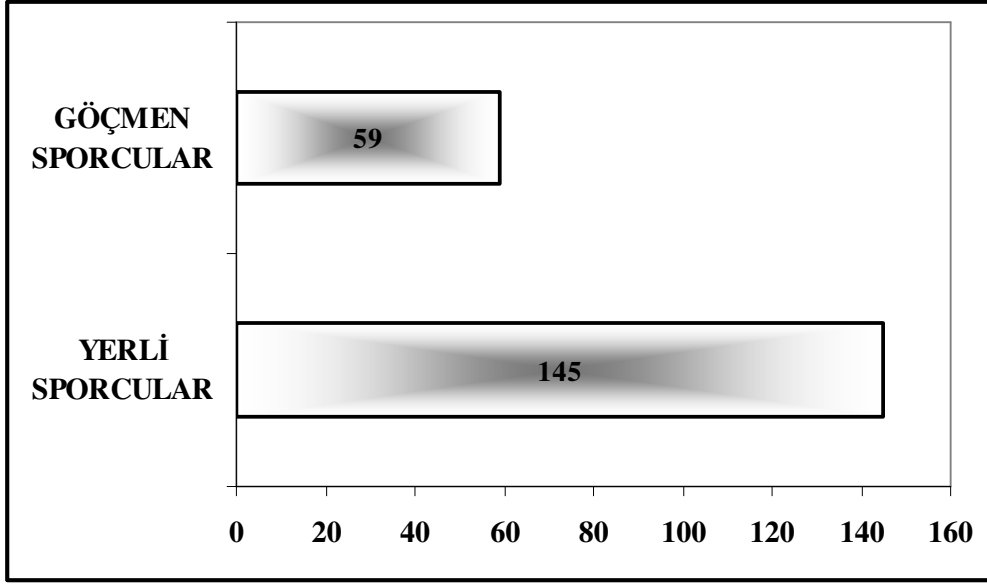
Şekil 2. Atletizm 1. Lig Göçmen Sporcuların Ülkeleri (Kadın-Erkek)



Kaynak: Tafolar M. (215)

Atletizm branşında sadece göçmen sporcular belirlenebilmiştir. Bulgaristan 9, Rusya 7, Romanya ve Etiyopya 3'er, G.Afrika 2, Kenya, Fas ve Sudan'dan 1'er olmak üzere, toplam 27 göçmen sporcu Türkiye adına ve çoğunlukla vatandaşlık değiştirerek uluslararası yarışmalara katılmaktadırlar.

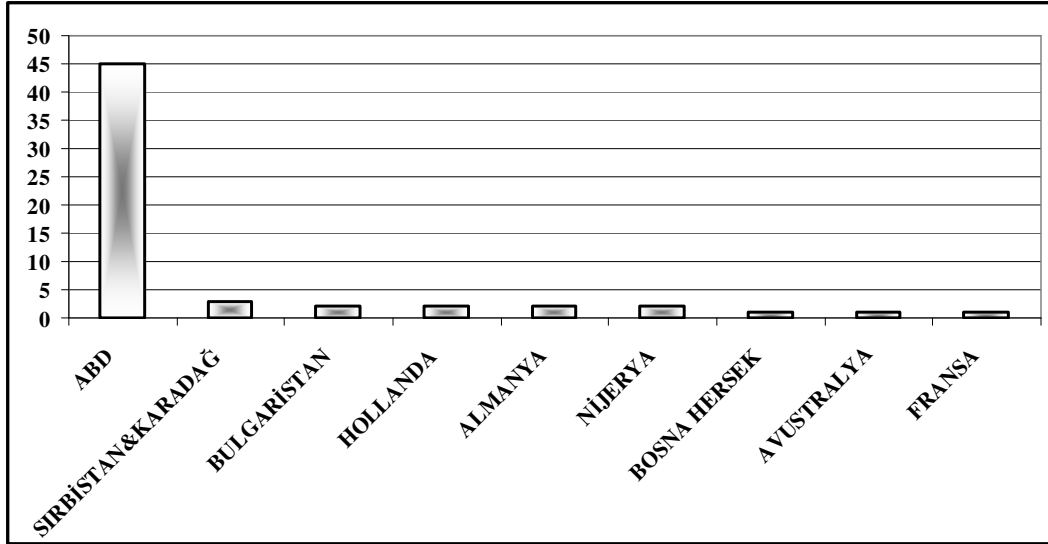
Şekil 3. Basketbol 1. Lig Göçmen- Yerli Kadın Sporcular



Kaynak: 216

Basketbol 1. Liginde göçmen kadın sporcular ligin % 29' unu, yerli sporcular ise %71' ini oluşturmaktadır.

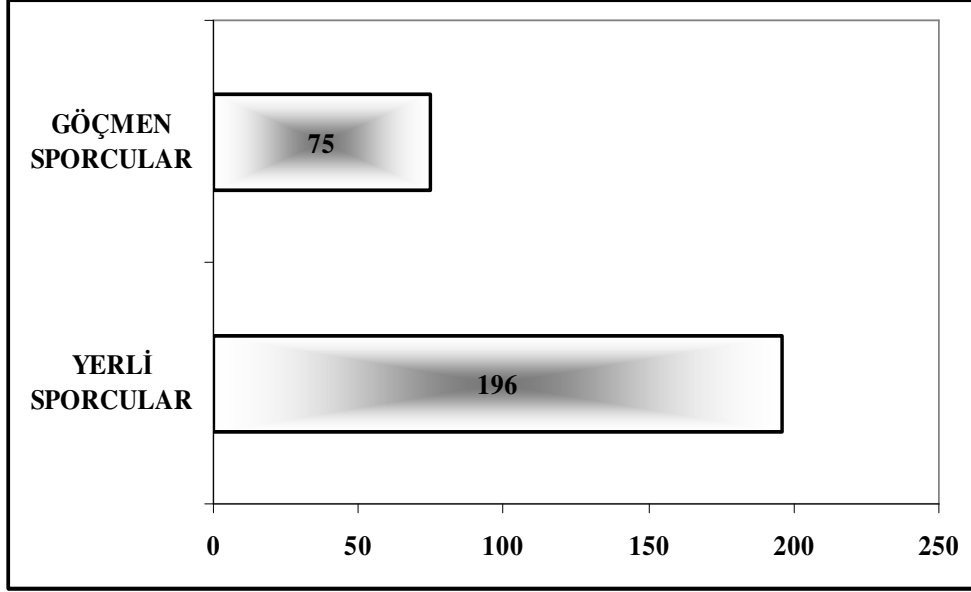
Şekil 4. Basketbol 1. Lig Göçmen Kadın Sporcuların Ülkeleri



Kaynak:216

Göçmen kadın sporcuların toplam sayısı 59 olup, en yüksek rakam 45’le ABD’dir.

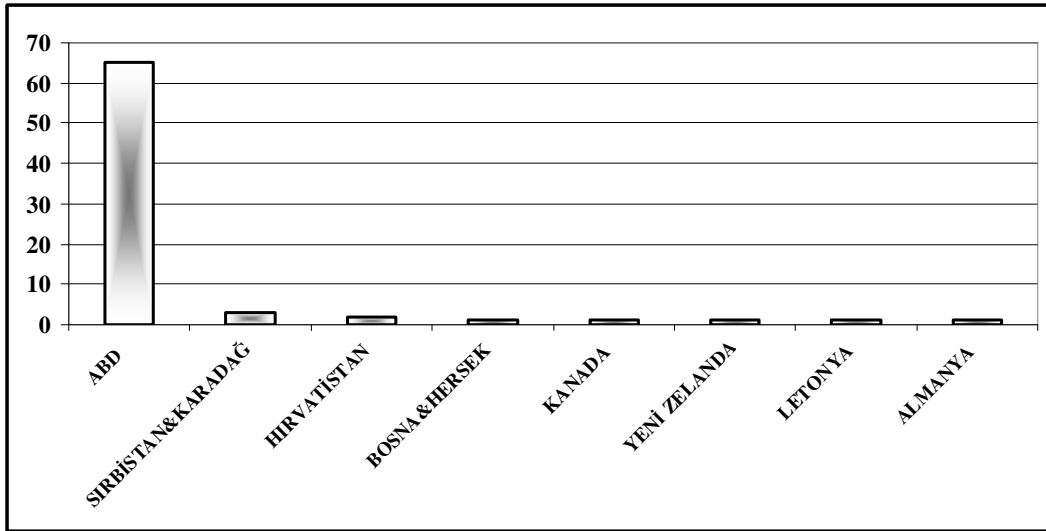
Şekil 5. Basketbol 1. Lig Göçmen – Yerli Erkek Sporcular



Kaynak: 216

Basketbol 1. Liginde göçmen erkek sporcular ligin % 28’ ini, yerli sporcular ise %72’ sini oluşturmaktadır.

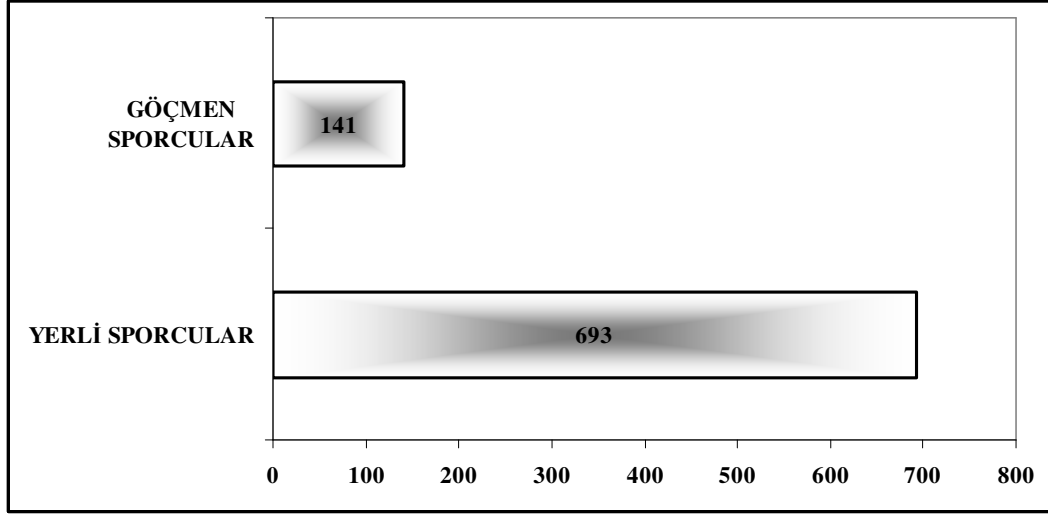
Şekil 6. Basketbol 1. Lig Göçmen Erkek Sporcuların Ülkeleri



Kaynak: 216

Şekil 6'da göçmen erkek sporcuların toplam sayısı 75 olup, en yüksek rakam 65'le ABD'dendir.

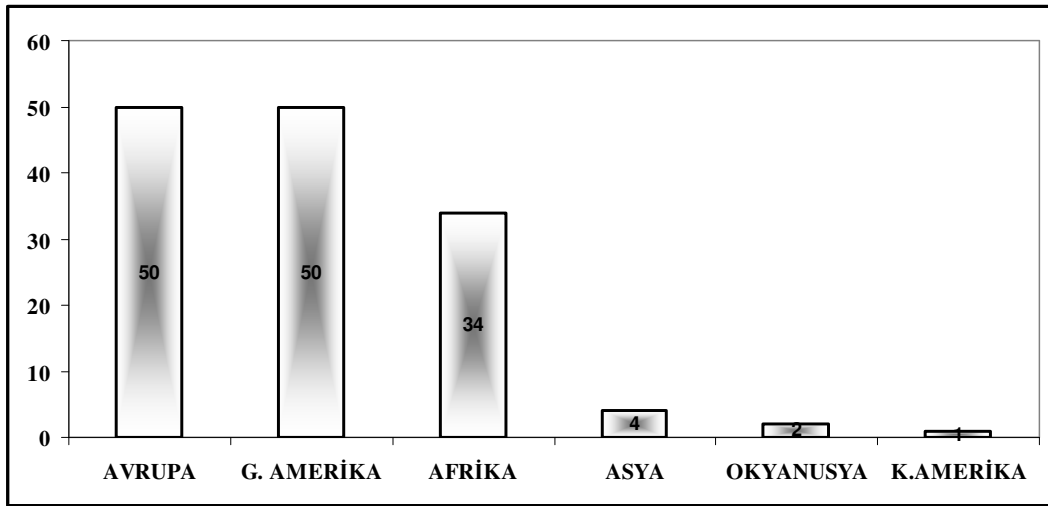
Şekil 7. Futbol 1. Lig Göçmen- Yerli Sporcular



Kaynak: 216

Futbol 1. Liginde göçmen sporcular ligin % 17' sini, yerli sporcular ise % 83' ünü oluşturmaktadır. Göçmen futbolcuların toplam sayısı 141'dir.

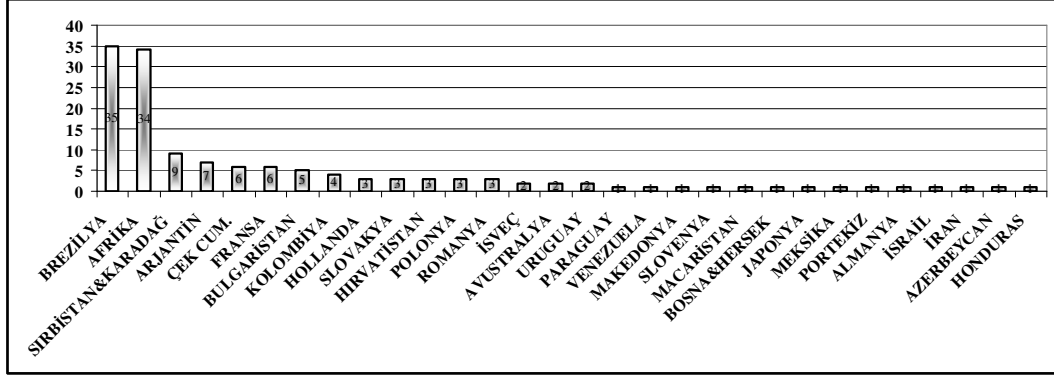
Şekil 8. Futbol 1. Lig Göçmen Sporcuların Kıtalaraya Göre Dağılımı



Kaynak: 216

Şekil 8’de Avrupa kıtasında görülen; 50 sporcunun 36’ sı Slovakya, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Sırbistan&Karadağ, Romanya, Makedonya, Bulgaristan, Slovenya Cumhuriyeti, Macaristan, Bosna&Hersek ve Polonya’dan ülkemize gelmiştir. Güney Amerika kıtasında; 50 sporcunun 35’i Brezilya’dan gelmiştir.

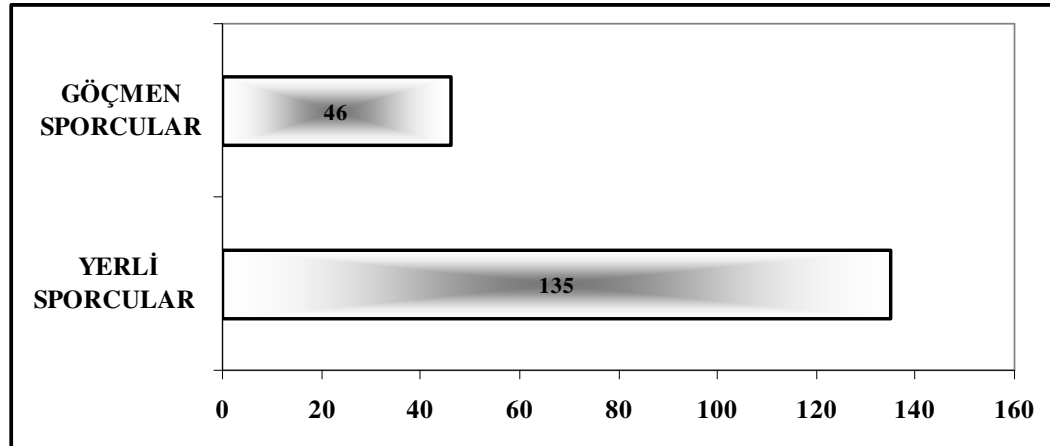
Şekil 9. Futbol 1. Lig Göçmen Sporcuların Ülkeleri



Kaynak: 216

Afrika Ülkeleri; Tunus, Mısır, Gine, Namibya, Nijerya, Kongo Cumhuriyeti, Gana, Gine, Zimbabve, Burkina Faso, Senegal, Kamerun’dan oluşmaktadır.

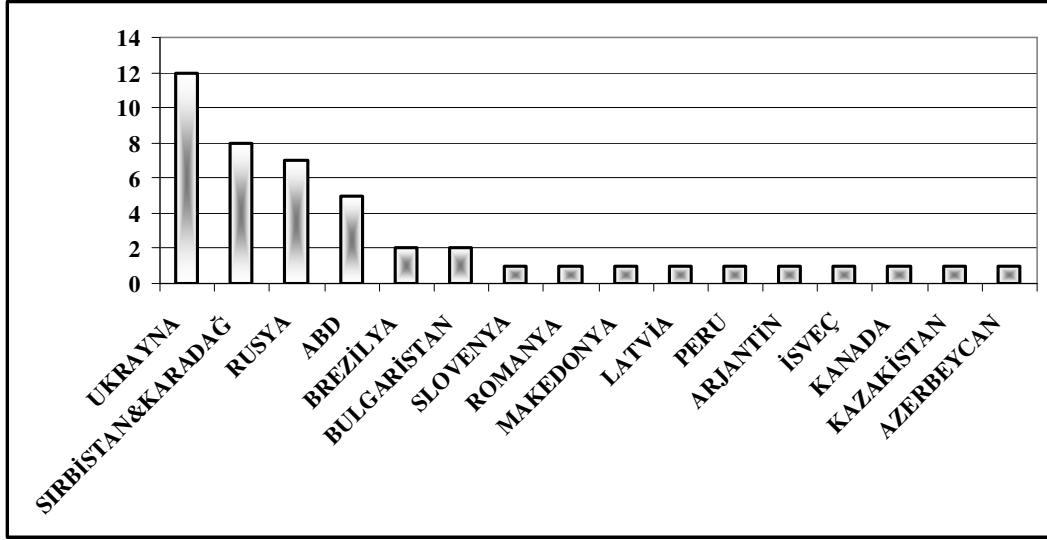
Şekil 10. Voleybol 1. Lig Göçmen- Yerli Kadın Sporcular



Kaynak: 216

Şekil 10’da, Voleybol 1. Liginde göçmen kadın sporcular ligin % 25’ ini, yerli sporcular ise %75’ ini oluşturmaktadır.

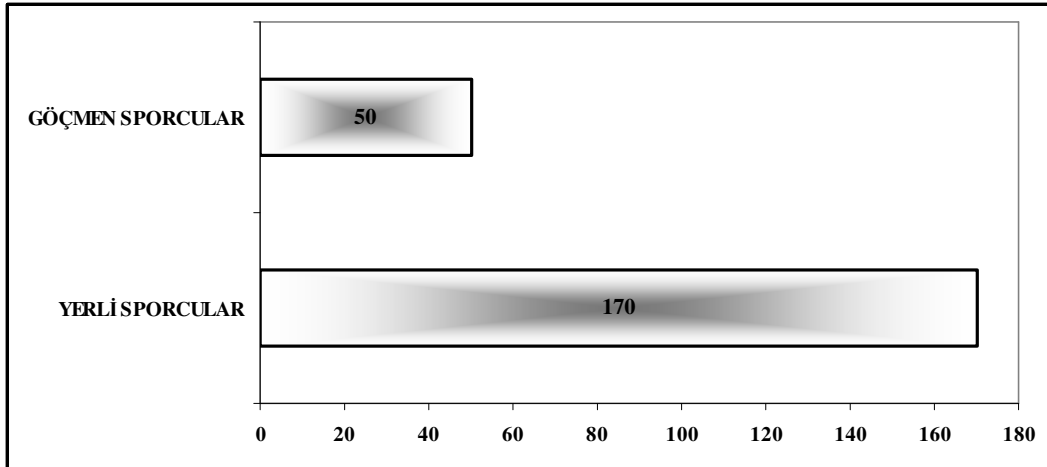
Şekil 11. Voleybol 1. Lig Göçmen Kadın Sporcuların Ülkeleri



Kaynak: 216

Göçmen kadın sporcuların toplam sayısı 46 olup, en yüksek rakam 12’ yle Ukrayna’ dandır.

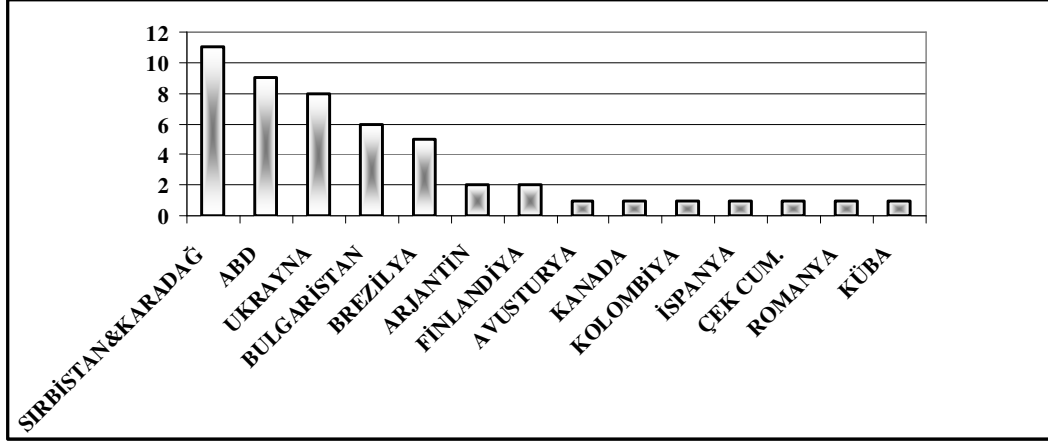
Şekil 12. Voleybol 1. Lig Göçmen – Yerli Erkek Sporcular



Kaynak: 216

Şekil 12’de Voleybol 1. Liginde göçmen erkek sporcular ligin % 23’ ünü, yerli sporcular ise %77’ sini oluşturmaktadır.

Şekil 13. Voleybol 1. Lig Göçmen Erkek Sporcuların Ülkeleri



Kaynak: 216

Göçmen erkek sporcuların toplam sayısı 50 olup, en yüksek rakam 11’ le Sırbistan&Karadağ’ dandır.

Çizelge 21. Yurt Dışında Oynayan Basketbol Oyuncuları

No	Ülke	Lig	Kulüp	Ad Soyad
1	İspanya	1. Lig (ACB)	Tau Ceramica Victoria	Serkan Erdoğan
2	İspanya	1. Lig (ACB)	Tau Ceramica Victoria	Kaya Peker
3	İspanya	1. Lig (ACB)	Tau Ceramica Victoria	Ender Aslan
4	İspanya	1. Lig (ACB)	Real Madrid	Kerem Tunçeri
5	ABD	1. Lig (NBA)	Milwaukee Bucks	Ersan İlyasova
6	ABD	1. Lig (NBA)	Utah Jazz	Mehmet Okur
7	ABD	1. Lig (NBA)	Orlando Magic	Hidayet Türkoğlu
8	ABD	(ACC)	North Carolina State Wolfpack	Engin Atsür
9	Polonya	1. Lig	Prokom Trefil Sopot	Hüseyin Beşok

Kaynak: 216

Basketbol oyuncularını Avrupa ülkelerinde ve ABD’de görmektedirler.

Çizelge 22. Yurt Dışında Oynayan Futbol Oyuncuları

No	Ülke	Lig	Kulüp	Ad Soyad
1	İngiltere	1. Lig	Newcastle United	Emre Belözoğlu
2	İngiltere	1. Lig	Blackburn Rovers	Tugay Kerimoğlu
3	Almanya	1. Lig	FC Schalke 04	Halil Altıntop
4	Almanya	1. Lig	FC Schalke 04	Hamit Altıntop
5	Almanya	1. Lig	FC Schalke 04	Mesut Özdil
6	Almanya	1. Lig	Borussia Dortmund	Nuri Şahin
7	Almanya	1. Lig	Hertha Berlin	Yıldıray Baştürk
8	Almanya	1. Lig	1.FC Köln	Alpay Özalan
9	Yunanistan	1. Lig	Olimpiyakos	Erol Bulut
10	Belçika	1. Lig	RSC Anderlecht	Serhat Akın
11	İspanya	1. Lig	VillarrealFC	Nihat Kahveci
12	Rusya	1. Lig	Zenit St. Petersburg	Fatih Tekke

Kaynak: 216

Futbol oyuncuları Avrupa ve Rusya ülkelerinde görülmektedirler.

Çizelge 23. Yurt Dışında Oynayan Voleybol Oyuncuları

No	Ülke	Lig	Kulüp	Ad Soyad
1	İspanya	1. Lig	Spar Tenerife Marichal	Neslihan Demir Darnel
2	Rusya	1. Lig	Dinamo Moskova	Özlem Çelik
3	Rusya	1. Lig	Urulackaya	Neriman Özsoy
4	İtalya	1. Lig	Orsola Asystel Novara	Bahar Mert

Kaynak: 216

Voleybol oyuncuları Avrupa ülkeleri ve Rusya'da görülmektedirler.

4.2. Sponsorluk *

Çizelge 24. Atletizmde Bireysel Sponsorluklar

No	Firma	Sporcu
1	Vestel	Burcu Şentürk
2	Vestel	Candeğer Oğuz
3	Vestel	Dilek Esmer
4	Vestel	Eşref Apak
5	Vestel	Filiz Kadağan
6	Vestel	Halil Aktaş
7	Vestel	Nevin Yanıt
8	Vestel	Özge Gürler
9	Vestel	Pınar Saka
10	Vestel	Selahattin Çobanoğlu
11	Vestel	Şevket Taş
12	Vestel	Tuğçe Şahutoğlu
13	Vestel	Tuncay Örs
14	Vestel	Türkan Erişmiş
15	Vestel	Yeliz Ay

Kaynak: Vestel Atletleri. (217)

Çizelge 25. Basketbol 1. Lig Kadın Takım- Kulüpler ve Sponsorlar

No	Takım	Sponsorlar
1	As Akyazı Spor	Belediye/ yerel
2	Beşiktaş	Kulüp takımı
3	Botaş Spor	Firma takımı
4	Ceyhan Belediye	Belediye/ yerel
5	Çankaya Üniversitesi	Kurum takımı
6	Galatasaray	Kulüp takımı
7	Fenerbahçe	Kulüp takımı
8	İstanbul Üniversitesi	Kurum takımı
9	Mersin B.Şehir Belediye	Belediye/ yerel
10	Migros Spor	Firma takımı
11	Tarsus Belediye	Belediye/ yerel
12	T.E.D. Kayseri Koleji	Kurum takımı

Beşiktaş, GS ve FB'nin genel sponsorlarının kadın basketbol takımınlarına sponsorluk yaptıklarına dair bir veriye ulaşılamamıştır. Kadın basketbol liginde 2 tane firma takımı, 3 tane kurum takımı ve 4 tane belediye takımı bulunmaktadır.

Çizelge 26. Basketbol 1. Lig Erkek Takım- Kulüpler ve Sponsorlar

No	Takım	Sponsorlar	Sponsor Sayısı
1	Alpella	Firma takımı.	
2	Banvit	Firma Takımı.	
3	Beşiktaş Cola Turka	Cola Turka(Ülker)	1
4	Beykoz S.K.	Ana sponsor: Türk Barter. Diğer sponsorlar: AksuMevsim, ClubSporium, Demirdöküm, Emilio Guido,Kozz, Metro.	7
5	Darıüşşafaka	Özel kurum	
6	Efes Pilsen	Firma takımı. Diğer sponsorları: Anadolu Grup, Faber Castell, GNC- Live Well, Lee, Mc Donald's, Powerade,Samsung,Sarar	8
7	Fenerbahçe Ülkerspor	Ülker	1
8	Galatasaray Cafe Crown	Cafe Crown (Ülker), Isuzu (Anadolu grup)	2
9	Pınar Karşiyaka	Firma takımı	
10	Mersin B.Şehir Belediye	Belediye/ yerel	
11	Oyak Renault	Firma takımı	
12	Mutlu Akü Selçuk Üniveristesi	Firma takımı. Ulaşım sponsoru: Metro Turizm	1
13	Casa T.E.D. Ankara Kolejliler	Firma takımı	
14	Tekelspor	Firma takımı	
15	Tofaşspor	Firma takımı. Ulaşım sponsoru Kamil Koç	1
Toplam Sponsor Sayısı			21
Toplam Firma Takımı			10

Basketbol 1. lig erkek takımlarının lig adı 2006/07 sezonundan itibaren Beko Basketbol Ligi'dir. "Basketbol Federasyonu ve Arçelik A.Ş. arasında yapılan 4 yıllık anlaşmayla, lig yeni sezonundan itibaren BEKO Basketbol Ligi" ismiyle oynayacak ". (218) Basketbol 1. ligi Türkiye Kupası sponsor adıyla "Tadım Türkiye Kupası" olarak yapılmaktadır.

Çizelge 27. Futbol 1. Lig Takımlar ve Sponsorlar

No	Takım	Sponsorlar	Sponsor Sayısı
1	Ankaraspor A.Ş.	Akay Hastanesi, Anfa, Türkiye Finans Katılım Bankası, Turkcell	4
2	Antalyaspor A.Ş.	Turkcell	1
3	Beşiktaş A.Ş.	Acıbadem, Avea, Cola Turka, Dentİstanbul, Doğuş Otomotiv, Doubleyou, GNC- Live Well, İntercity Rent A car, Johnson Diversey, Medline	10
4	Bursaspor	Acıbadem, Cola Turka, Doğuş Otomotiv, GNC- Live Well, Kamil Koç, Pa-int, Puma, Seat Auto Emocion, Turkcell	9
5	Çaykur Rizespor	Firma takımı. Anasponsorlar: Çaykur, Turkcell. Aksa jeneratör, Cengizgroup inşaat sanayi, Çakır yapı sanayi, Doğuşçay, GNC- Live Well, Kıran Holding, Memorial hastanesi, Sungate hotel, Taşyapı inşaat	11
6	Denizlispor	Turkcell	1
7	Fenerbahçe A.Ş.	Avea, Acıbadem, Adidas, Alpella, Aras kargo, Arçelik, Audi, Aygaz, Coca- Cola, Cola Turka, Denizbank, Doğuş Otomotiv, Efes Pilsen, GNC- Live Well, Pınar, Siemens, Vakıfbank, Wdouble you	18
8	Galatasaray A.Ş.	Ana sponsor: Avea, Teknik sponsor: Adidas. Resmi sponsorlar: Cola Turka, Doğuş Otomotiv, Ankarasigorta, Efes Pilsen, Samsung, Acıbadem, e- kolay net, Sarar. Resmi Tedarikçiler: Cola- Turka, GNC Live Well, Temsa	12
9	Gaziantep spor	Gatorede, Honda, Lotto, Nippon, PierreCardin, Sanko, Turkcell.	7
10	Gençler birliği	Ana sponsor: Turkcell, Malzeme sponsoru: Lotto, Moda sponsoru: Sarar, Sağlık sponsoru: Çankaya Hastanesi, Teknoloji sponsoru: Meteksan Sistem, Hijyen sponsoru: Johnson Diversey, İnternet sponsoru: F-IT, Araç sponsoru: Pasifik Long Term Rental, E- Store sponsoru: Spor12, İçecek sponsoru: Gatorade, Konaklama sponsoru: Ramada	11
11	Kayseri erciyespor	Forma sponsoru: Pansu	1
12	Kayserispor	Turkcell	1
13	Konyaspor	Turkcell	1
14	MKE Ankaragücü	Turkcell, Lotto	2
15	Sakaryaspor	Turkcell	1
16	Sivasspor	Acıbadem, Coca- Cola, Diadora, GNC- Live Well, Güven Sigorta, Kışılı, Turkcell	7

Çizelge 27.(Devam) Futbol 1. Lig Takımlar ve Sponsorlar

No	Takım	Sponsorlar	Sponsor Sayısı
17	Trabzonspor A.Ş.	Avea,Aras kargo,Cola Turka, Daniel Hechler, Doğu Otomotiv, E - kolay net, Efes Pilsen, İstikbal, Marshall, Memorial, Puma	11
18	Vestel Manisaspor	Firma takımı. Diğer sponsorlar: Temsa, uptown (tekstil)	2
	Toplam		110

Profesyonel futbol 1.liginin adı 2005/06 sezonundan 2010 yılına kadar sponsor adı “Turkcell Süper Lig” dir. “Turkcell, Süper Lig'deki 12 Anadolu Kulübünün de sponsoru olmuştur: Gençlerbirliği ,Sivasspor, Kayserispor, Denizlispor, Gaziantepspor, Rizespor, MKE Ankaragücü, Ankaraspor, Konyaspor, Bursaspor, Sakaryaspor, Antalyaspor ”. (219) Futbol Türkiye Kupasının adı sponsor adıyla “Fortis Türkiye Kupası” olarak yapılmaktadır.

Çizelge 28. Voleybol 1. Lig Kadın Takım- Kulüpler ve Sponsorlar

No	Takım	Sponsorlar
1	Beşiktaş J.K.	Kulüp takımı
2	Dicle Üniversitesi Spor K.	Kurum/ kamu takımı
3	DYO Karşıyaka Spor K.	Firma takımı(Yaşar Holding)
4	Eczacıbaşı Spor K. Derneği	Firma takımı(Eczacıbaşı Holding)
5	Emlak- Toplu Konut İdaresi Spor K.	Kurum/ kamu takımı
6	Fenerbahçe	Kulüp takımı
7	Galatasaray	Kulüp takımı
8	Gaziantep Şahinbey Belediye Spor K.	Belediye/ yerel
9	İller Bankası Gençlik Spor K.	Kurum/ kamu takımı
10	Polisan Değirmendere Spor K.	Firma takımı
11	Türk Telekom Gençlik Spor K.	Kurum takımı
12	Vakıfbank Güneş Sigorta Gençlik Spor K.	Kurum/ kamu takımı
13	Yalova Spor K.	Kulüp takımı
14	Yeşilyurt Spor K.	Kulüp takımı. Sponsor: Winergy

Voleybol 1. Lig kadın takımlarında 1 sponsor bulunmaktadır. Yeşilyurt Spor Kulübünün Winergy (Şölen çikolata ürünü).

Çizelge 29. Voleybol 1. Lig Erkek Takım- Kulüpler ve Sponsorlar

No	Takım	Sponsorlar
1	Arçelik	Firma takımı
2	Arkas	Firma takımı
3	Beşiktaş	Kulüp takımı
4	Erdemirspor	Firma takımı
5	Fatih Hastanesi	Firma takımı
6	Fenerbahçe	Kulüp takımı
7	Galatasaray	Kulüp takımı
8	Halk Bankası	Kurum / kamu takımı
9	İstanbul B.Şehir Belediye	Belediye/ yerel
10	Maliye Gençlik ve Spor	Kurum/ kamu takımı
11	Manavgat Spor	Özel kurum takımı
12	Meram Belediye Spor	Belediye/ yerel
13	Polis Akademisi Koleji	Kurum/ kamu takımı
14	SSK Voleybol İhtisas	Kurum/ kamu takımı
15	Tofaş Spor	Firma takımı
16	Tokat Belediye Plevne Spor	Belediye/ yerel
17	Ziraat Bankası Spor	Kurum/ kamu takımı

Voleybol erkek ve kadın takımlarında, firma takımları dışında sponsor bulunmadığı görülmektedir.

Çizelge 30. Federasyonların Sponsorları

Federasyon Adı	Sponsorlar	Sponsor Sayısı
Türkiye Atletizm Federasyonu	Spor toto, Vestel	2
Türkiye Basketbol Federasyonu	Adidas, Anadolu sigorta , GNC- Live Well Mercedes benz, Sarar, Spor toto ,THY	7
Türkiye Futbol Federasyonu	Teknik Sponsorlar: Nike. Ana Sponsorlar: Coca-Cola, Efes Pilsen, Turkcell, Mercedes Benz. Resmi sponsorlar: İddaa, Sarar. Resmi tedarikçiler: Yurtiçi Kargo, Acıbadem, Powerade, Teknosa. Giyim: Sarar	12
Türkiye Voleybol Federasyonu	Avea, GNC- Live Well, Mikasa, Orkid, Spor Toto	5
TOPLAM		26

Dört federasyonun toplam sponsor sayısı 26'dır.

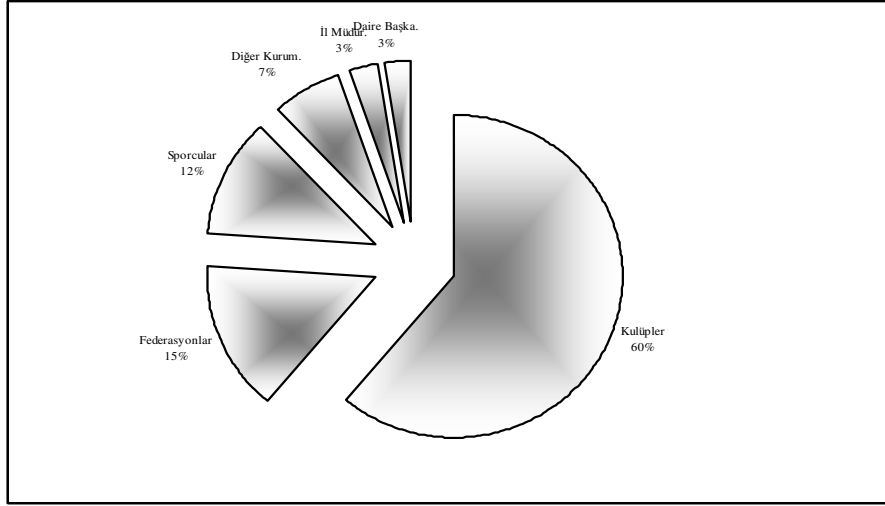
Çizelge 31. Firmalara Göre Sponsorluklar

Firma	Sektör	Spor Branşı	Sponsorluk Türü	Kulüp/Takım	Sponsorluk Sayısı
Avea	İletişim	Futbol	Takım	FB,GS, BJK,TS	4
Acıbadem	Sağlık	Futbol	Takım	Bursaspor,Sivas spor, FB,GS, BJK.	5
Adidas	Spor giyim	Futbol	Takım	FB, GS	2
Beko	Elektronik	Basketbol Erkek	Lig	Lig adı	1
Cola-Turka (Ülker)	Gıda	Futbol	Takım	Bursaspor,FB,GS, BJK,TS	5
Cola-Turka (Ülker)	Gıda	Basketbol Erkek	Takım	BJK	1
Cafe Crown (Ülker)	Gıda	Basketbol Erkek	Takım	GS	1
Efes Pilsen	Alkol	Futbol	Takım	FB,GS, TS	3
Fortis	Finans	Futbol	Türkiye Kupası	Kupa adı	1
GNC Live Well	Gıda ürünleri	Futbol Basketbol Erkek	Takım Kulüp	Bursaspor, FB, GS, TS Efes Pilsen	5
Johnson Diversey	Hijyen (temizlik)	Futbol	Takım	BJK, Gençlerbirliği	2
Kamil Koç	Ulaşım	Futbol Basketbol Erkek	Takım Takım	Bursaspor Tofaşspor	2
Lotto	Spor giyim	Futbol	Takım	MKE Ankaragücü, Gaziantepspor, Gençlerbirliği	3
Memorial	Sağlık	Futbol	Takım	TS, Çaykur Rizespor	2
Puma	Spor giyim	Futbol	Takım	Bursaspor, TS	2
Sarar	Giyim	Futbol Basketbol Erkek	Takım Kulüp	Gençlerbirliği, GS Efes Pilsen	3
Tadım	Gıda	Basketbol Erkek	Türkiye Kupası	Kupa adı	1
Turkcell	İletişim	Futbol	Lig Kulüp	Lig adı 12 Anadolu kulübü	13
Ülker	Gıda	Basketbol Erkek	Takım	FB	1
Vestel	Elektronik	Atletizm	Bireysel	Bireysel	15 sporcu

Vestel (elektronik) firmasının atletizm branşında 15 ve Turkcell (iletişim) firmasının futbol branşında 14 sponsorluğunun olduğu görülmektedir.

* İlgili spor kulüplerinin, ilgili firmaların ve federasyonların resmi web sitelerinden 22. 12. 2006 tarihinde derlenerek düzenlenmiştir.

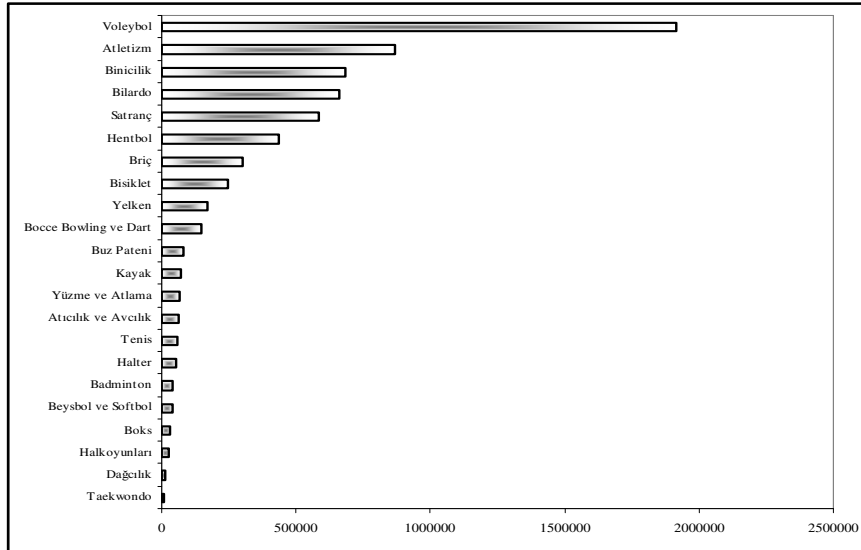
Şekil 14. Sponsorluk Miktarının Sponsorluk Alanlara Göre Dağılımı (YTL)



Kaynak: www.sponsorluk.gov.tr. 16.06.2004-07.03.2007/YTL (133)

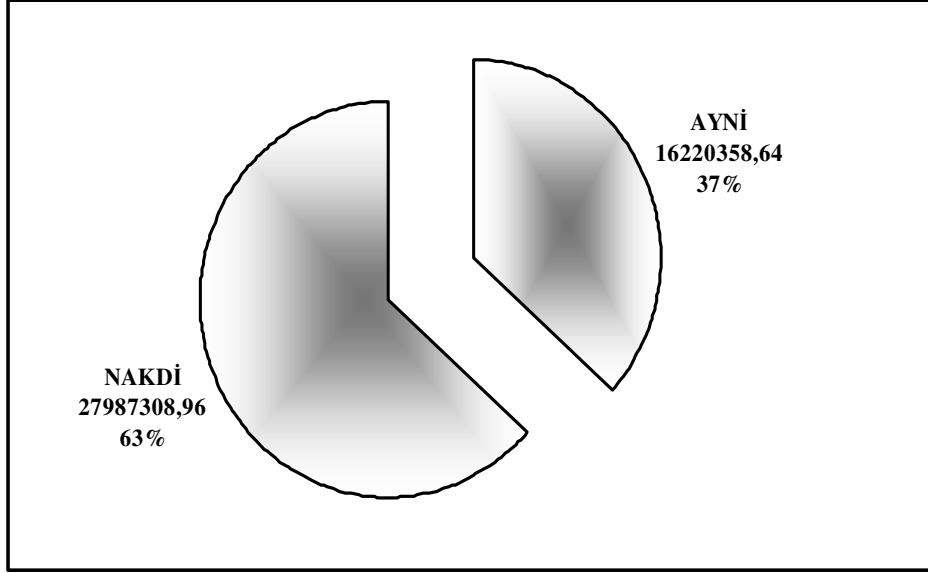
Kulüplerin en yüksek sponsorluk rakamına 27.060.920,3YTL sahip olduğu görülmektedir. 2. sırada Federasyonlar 6.579.072,37 YTL, Sporcular 5.368.241,85 YTL, Diğer Kurumların 2.969.647,37YTL, İl Müdürlüklerinin 1.137.636,64 YTL, Daire Başkanlıklarının 1.136.520,7 YTL olduğu ve toplamda 44.252.039,2 YTL'dir.

Şekil 15. Federasyonlara Yapılan Sponsorluklar



Kaynak: www.sponsorluk.gov.tr. 16.06.2004-07.03.2007/YTL (133)

Şekil 16. Türüne Göre Sponsorluk Miktarının Dağılımı



Kaynak: www.sponsorluk.gov.tr. 16.06.2004-07.03.2007/YTL (133)

Türüne göre sponsorlukta aynı 16.220.358,64YTL, nakdi 27.987.308,96 YTL'dir.

4.3. BÜTÇELER

Borsada hisseleri halka arz edilen spor kulüplerinin bütçelerine ulaşmak mümkün olmuştur. Bu nedenle sadece dört kulübün bütçe verileri sunulmuştur. Futbol 1. Liginde Antalyaspor kulübü şirketleşmiş kulüplerden olmakla beraber kulüple ilgili veriler bulunamamıştır. BJK verileri konsolide bütçe verilerinden, diğer üç kulüp, GS, FB ve TS konsolide olmayan bütçe verilerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

Çizelge 32. Beşiktaş Futbol Yatırımları Sanayi ve Ticaret AŞ Gelir Öğeleri

GELİR ÖGESİ (Satışlar)	YTL
TV Yayın Gelirleri	29.503.588
Sponsorluk Gelirleri	10.141.237
Maç Hasılatları	2.130.844
İsim Hakkı Gelirleri	4.363.314
Lisans Geliri	707.971
Futbolcu Kira Gelirleri	2.260.760
Futbolcu Cezaları	559.340
Kombine Kart Hasılatı	7.708.976
Futbolcu Satış Geliri	7.796.984

Çizelge 32.(Devam) Beşiktaş Futbol Yatırımları Sanayi ve Ticaret AŞ Gelir Öğeleri

GELİR ÖGESİ (Satışlar)	YTL
Futbolcu Satış Zararı	(899.383)
Sigorta Satışı	66.310
Seyahat Satışı	804.355
Lisanslı Ürün Satışı	6.228.109
Diğer	2.450.531
İndirimler	(1.195.048)
Satış Gelirleri (Net)	72.627.888

Kaynak: İMKB (156) 01 Haziran 2005 – 31 Mayıs 2006 / YTL
Konsolide Bütçe

Çizelge 33. FB Sportif Hizmetler Sanayi ve Ticaret AŞ Gelir Öğeleri

GELİR ÖGESİ	YTL
FB Spor ÜrünleriSan. Tic.A.Ş.alt lisans bedeli	1.778.621
FB Spor ÜrünleriSan. Tic.A.Ş.faiz geliri	8.125.169
FBSK / faiz geliri	28.236
FBSK / hasılat gelir payı	11.489.620
FBSK / spor toto isim hakkı geliri	-
FBSK / Şampiyonlar ligi gelir payı	2.271.863
FB Tv / alt lisans bedeli	175.654
FB Tv / stad içi reklâm alanları	52.356
TOPLAM GELİRLER(BRÜT)	23.921.519

Kaynak: İMKB (156) 01 Haziran 2005 – 31 Mayıs 2006 / YTL
Konsolide Olmayan Bütçe Rakamları

Çizelge 34. GS Sportif Sınai ve Ticari Yatırımlar AŞ. Gelir Öğeleri

GELİR ÖGESİ	YTL
Yayın hakkı	23.457.625
Sponsorluk	8.476.503
İsim hakkı	4.290.063
Reklâm	6.496.366
TOPLAM GELİRLER(BRÜT)	42.720.557

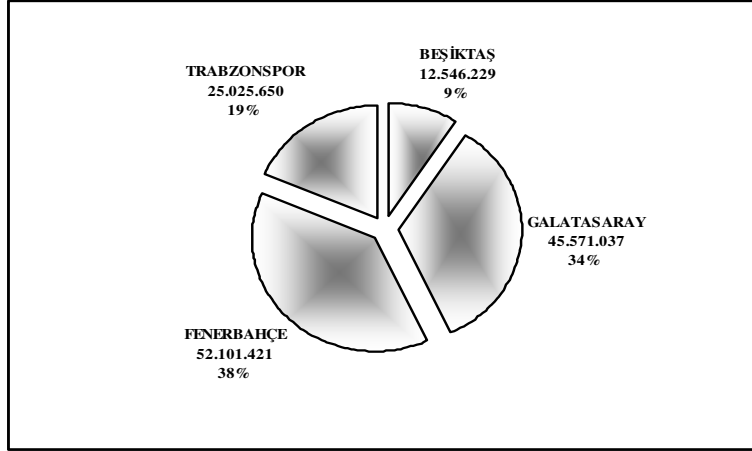
Kaynak: İMKB (156) 01 Haziran 2005 – 31 Mayıs 2006 / YTL
Konsolide Olmayan Bütçe Rakamları

Çizelge 35. TS Sportif Yatırım ve Ticaret AŞ. Gelir Öğeleri

GELİR ÖGESİ	YTL
Turkcell Super Ligi naklen yayın gelirleri	15.402.387
Reklâm ve sponsorluk	3.585.258
Maç hasılatları	2.165.346
İsim hakkı – Spor Toto	2.147.643
Sezon açılış ve diğer naklen yayın gelirleri	411.202
Diğer isim hakkı gelirleri	1.384.278
TOPLAM GELİRLER (BRÜT)	25.096.114

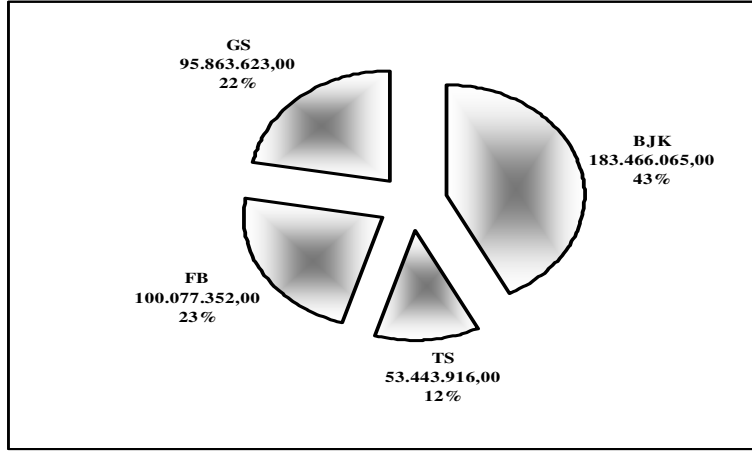
Kaynak: İMKB (156) 01 Haziran 2005 – 31 Mayıs 2006 / YTL
Konsolide Olmayan Bütçe Rakamları

Şekil 17. BJK, FB,GS ve TS AŞ'nin Net Dönemsel Kâr Oranları



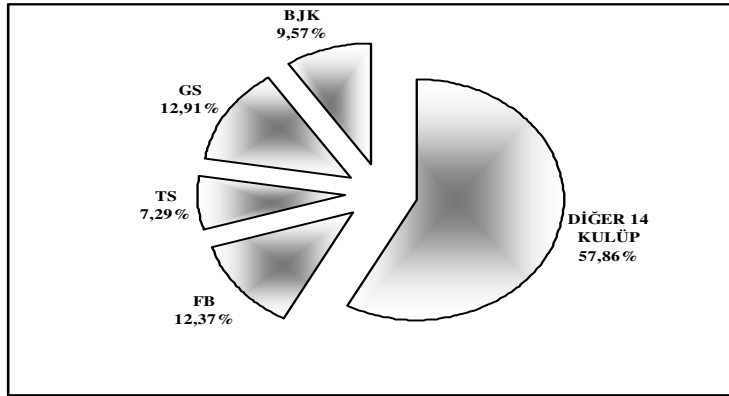
Kaynak: İMKB (156) BJK, GS, FB, TS/ 01.06.2005 - 31.05.2006

Şekil 18. BJK, FB,GS ve TS AŞ'nin Toplam Varlıkları



Kaynak : İMKB (156) BJK, GS, FB, TS/ 31.05.2006

Şekil 19. 2005/06 Naklen Yayın Gelirlerinin Futbol 1. Liginde Dağılımı



Kaynak: Akşar T.(220)

Çizelge 36 . Türkiye Futbol Federasyonu Gelirleri

GELİRLER	YTL
Eğitim	1.128.878
Milli Takımlar Gelirleri	11.568.877
Prof. Futbol Gelirleri	54.398.846
Amatör Futbol Gelirleri	6.732.429
UEFA Gelirleri	6.774.825
Sponsorluk Gelirleri	11.148.461
Cari Gelirleri	7.802.923
Şampiyonlar Ligi Final Maçı Gelirleri	4.084.321
TOPLAM	103.639.560

Kaynak: Türkiye Futbol Federasyonu (01.06.2005- 31.05.2006)

Türkiye Futbol Federasyonunun mali yapısı ile ilgili sunulan verilerde; 01.06.2005- 31.05.2006 tarihleri arasında toplam gelirleri 103.639.560 YTL'dir. Gider ögeleri toplamı ise 79.239.110 YTL'dir. Gelir fazlası 24.400.449 YTL olarak belirtilmiştir.

Çizelge 37. Türkiye Voleybol Federasyonu Gelirleri

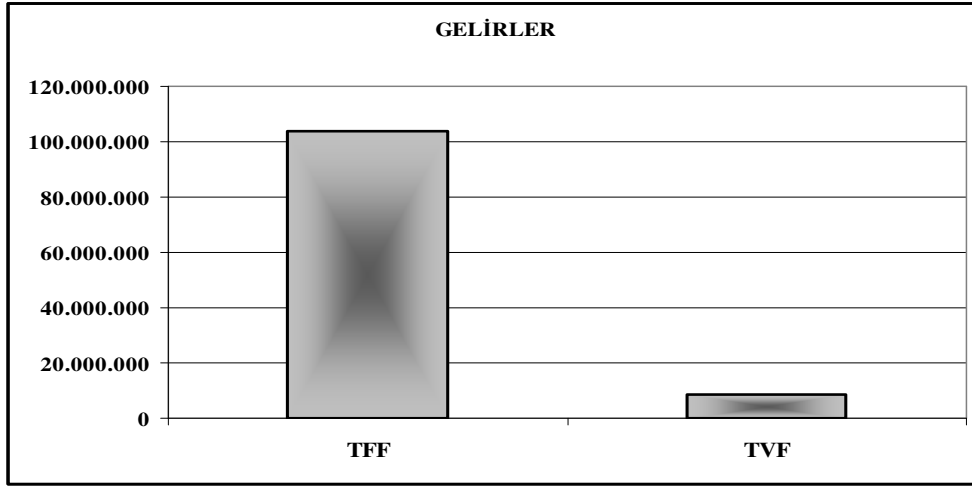
NO	GELİRLER	YTL
1	25.02.2006 Devralınan	1.414.605,98
A	Başlangıç Bütçesi	1.383.555,98
B	Personelden İş Avansı Alacaklar	31.050,00
2	GSGM Bütçesinden Aktarılan Pay	1.350.000,00
3	Katılım Payı- Başvuru Harçları	675.033,89
4	Sporcu, Antrenör Hakem, Vize, Transfer	2.483.010,85
A	Sporcu Lisans Ücretleri	981.275,22
B	Sporcu Transfer Ücretleri	47.443,34
C	Yabancı Oyuncu Lisans Ücretleri	881.694,24
D	Antrenör Lisans Ücreti	47.362,28
E	Hakem Vize Ücreti	92.829,47
F	Kulüpler Eski Tescil, Katılım Bedeli Borç Tahsilatı	432.406,30
5	Milli ve Temsili Müsabaka Gelirleri	192.333,41
6	Sponsorluk ve Reklâm Gelirleri	1.908.135,47
A	Poaş Sponsorluk Geliri	350.000,00
B	Fin Spor (Mikasa) Sponsorluk Geliri	43.930,50
C	Procter (Orkid) Sponsorluk Geliri	317.246,04
D	Spor Toto Teşkilat Müdürlüğü	1.000.000,00
E	Aydınlığı Hazır Giyim San.Tic.A.Ş.	8.943,08
F	Avrupa Gençler Reklâm Geliri	79.971,75
G	Balkan Şampiyonası Reklâm Geliri	16.666,66
H	Forma Reklâm Geliri	60.973,47
I	Avrupa Ligi Reklâm Gelirleri	30.403,97
7	Alınan Bağışlar	34.327,71
8	Kira ve İşletme Gelirleri (Kira, antrenman, bilet satış)	68.393,68
9	Diğer Gelirler (faiz, fon satış, kur farkı, hesap yuvarlama)	333.048,81
	GELİRLER TOPLAMI	8.458.889,80

Kaynak: Türkiye Voleybol Federasyonu

Çizelge 37’de Türkiye Voleybol Federasyonunun mali yapısı ile ilgili sunulan verilerde; 01.03.2006 – 29.12.2006 tarihleri arasında toplam gelirleri 8.458.889,80 YTL’dir. Gider öğeleri toplamı ise 3.235.131,14 YTL ’dir. Gelir fazlası : 5.223.758 YTL olarak belirtilmiştir.

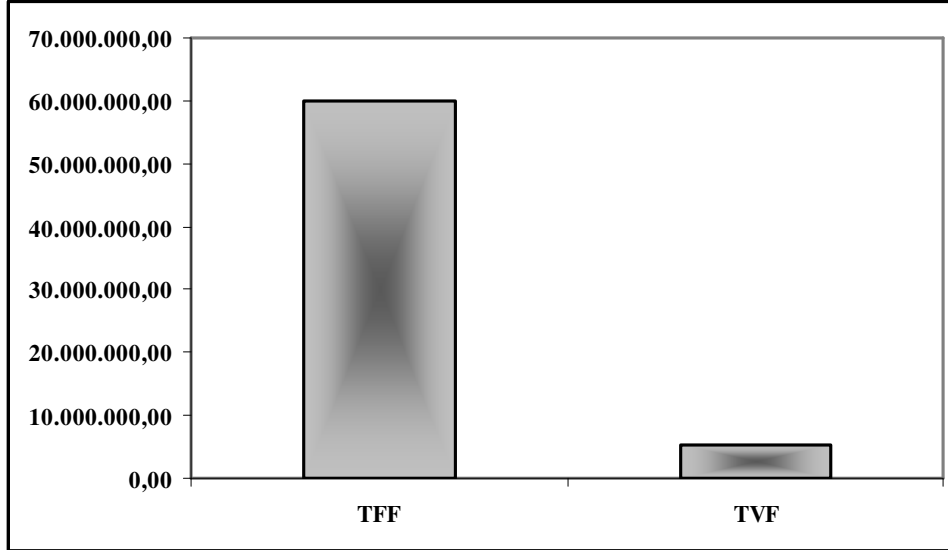
Tahmini bütçe 2007 gelirleri 7 ögede ve 14.123.760 olarak belirtilmektedir. 2008 ise aynı ögede 13.400.000 YTL olarak belirtilmektedir.

Şekil 20 . TFF ve TVF Karşılaştırmalı Gelirleri (YTL)



Kaynak: TFF, TVF

Şekil 21. TFF ve TVF Aktif Varlıklar Toplamları Karşılaştırması (YTL)



Kaynak: TFF, TVF

5. TARTIŞMA

Bu araştırma; küreselleşmenin spora olan ekonomik, siyasal, kültürel etkilerinin olup olmadığını tespit etmek, etkileri sınıflandırarak sistematik hale getirmek, etkilerin açıklanması, sonuçların değerlendirilmesi ile küreselleşme kavramının sporda edindiği yerin anlaşılmasını sağlamak amacıyla yapılmış analitik bir çalışmadır.

Bu amaçla bulgular ve bulguların değerleri, literatür bilgileri ile karşılaştırılacak, literatüre uyan ve uymayan sonuçlar nedenleri ile birlikte tartışılacaktır.

5.1. Spor Emek Göçü

Atletizm 1. Lig kulüplerinin ve Türkiye Atletizm Federasyonunun resmi internet sitelerinde tüm sporcu kadrosu verileri sağlıklı değildir. Bu nedenle örneklem grubundan sadece atletizm branşında ülkemizde kadın ve erkek göçmen sporcu sayıları belirlenebilmiştir. Bulgaristan 9, Rusya 7, Romanya ve Etiyopya 3'er, G.Afrika 2, Kenya, Fas ve Sudan'dan 1'er olmak üzere, toplam 27 göçmen sporcu bulunmaktadır. 14 atlet Türk vatandaşlığı statüsü alarak isim değiştirmişler; T.C. adına ulusal ve uluslararası yarışmalara katılmaktadırlar. Diğer 13 atlet ise kendi uyruklarında ulusal yarışmalara kulüplerinden doğru katılım göstermektedirler. Hatta Romanya asıllı Adelina Gavrilă, üç adım da tek bir yarış için Türkiye'ye getirilmiştir. En iyi bilinen örnek 5000 m Dünya Rekorunu 2004 yılında Türkiye adına kıran asıl adı Hevan Abaylegesse olan Elvan Abaylegesse'dir. Etiyopya asıllı atlet kendisine Türkiye'de sunulan cazip ekonomik şartlar nedeniyle pistlerde Türkiye adına yarışmaya devam etmektedir.

Atletizm örnekleri incelenince ekonomik nedenlerin güçlü olduğu görülmektedir. Atletizm branşında Dünya da vatandaşlık değiştirerek yarışmalara katılan sporcuların çok olması ve özellikle Afrika ülkelerinden bu göçlerin yaşanmasına tepki olarak UAAF uygulamalarının değiştirildiği de gözlenmektedir. (109)

Basketbol 1. Lig kadın ve erkek takımlarının tüm kadrolarından elde edilen bulgular şu şekildedir:

Basketbol 1. Liginde kadın takımlarında; 12 takım toplam 204 sporcu tespit edilmiştir. Göçmen kadın sporcular 9 ülkeden toplamda 59' la ligin % 29' unu, yerli

sporcular ise 145 kişiyle ligin %71' ini oluşturmaktadır. Göçmenler verilerini kendi içinde değerlendirince 45 kişiyle en yüksek rakam ABD'den olup, %77 göçmen oranına sahiptir. Diğer verici ülkeler Sırbistan&Karadağ 3, (%5); Almanya, Bulgaristan, Hollanda, Nijerya 2'şer (%12), Avustralya, Bosna&Hersek ve Fransa'dan 1'er (%6) sporcu bulunmaktadır. Afrika'dan 2 göçmen sporcu (Nijerya) gözlenmiştir.

Göçmen oyuncu sayısı en fazla 7 kişi ile GS (%70 yerli, %30 göçmen) takımındadır, göçmenlerin tamamı ABD'dendir.

Basketbol 1. Liginde kadın takımlarında ağırlıklı olarak göçmenlerin ABD'den geldiği görülmektedir.

Basketbol 1. Liginde erkeklerde; 16 kulüp takım 271 sporcu tespit edilmiştir. Göçmen erkek sporcular 8 ülkeden toplamda 75 kişiyle ligin % 28' ini, yerli sporcular ise 196 kişiyle %72' sini oluşturmaktadır. Göçmenler içinde en yüksek rakam ABD'den 65 kişidir. Göçmenler içinde oranı %88'dir. Diğer verici ülkeler Sırbistan&Karadağ 3 (%4), Hırvatistan 2'dir (%3). Almanya, Bosna&Hersek, Kanada, Letonya ve Yeni Zelanda'dan 1'er sporcu (%5) bulunmaktadır.

Basketbol 1. ligi erkek takımları oyuncu kadrolarında Afrika kıtasından göçmen yoktur.

Göçmen oyuncu sayısı en fazla 7 kişiyle Mersin Büyükşehir Belediye (%68 yerli, %32 göçmen) takımındadır, göçmenlerin tamamı ABD'dendir.

Basketbolda erkek ve kadın takımlarında göçmen sporcuların çoğunlukla ABD'den gelen sporculardan oluştuğu görülmektedir.

NBA sporcularının diğer ülkelere gitmesi ve diğer ülkelerden oyuncu almayı bir NBA politikası olarak belirlemiştir. Bu sayede izleyiciyi ABD liglerine çekmektedir. “ Spor emek göçünün hareketi Kuzey Amerika'dan Avrupa'ya; basketbol olarak gerçekleşmektedir”.(98) NBA Liginde de, 36 ülkeden 83 göçmen basketbolcu bulunmaktadır.

Futbol 1. Liginde Türkiye Futbol Federasyonunun resmi internet sitesinde kulüp oyuncu kadrolarında profesyonel/faal belirlediği isimler üzerinde yaptığımız araştırma sonucunda bulgularımız incelenince ortaya çıkan tablo şöyledir: 18 takım toplam 834 sporcu tespit edilmiştir. Göçmen futbolcular 141 ile ligin %17'sini, yerli sporcular ise 693 ile % 83'ünü oluşturmaktadır. Göçmenler içinde en yüksek rakam 35 ile Brezilya'dan gelmektedir. Buna karşılık 13 Afrika ülkesinden gelen sporcu sayısı 34'tür.

Avrupa kıtasından gelen 50 sporcunun 36' sı; Bosna&Hersek, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Hırvatistan, Macaristan, Makedonya, Polonya, Romanya Sırbistan&Karadağ, Slovenya Cumhuriyeti ve Slovakya gibi eski Doğu Bloku ülkeleri ve SSCB'den, Avustralya'dan 2, Azerbeycan, İsrail, İran, ve Honduras'tan 1'er olmak üzere 13 Afrika ülkesi de dahil edilince Türkiye'ye 6 kıta/ 42 ülkeden futbol branşında sporcu gelmiştir.

Türkiye'de tüm göçmenler içinde Brezilya'nın oranı %25, Afrika ülkelerinin oranı %24, eski doğu bloku ülkeleri %26'dır.

Türkiye'de futbol 1. Liginde göçmenlerin toplam iş gücüne oranları şu şekildedir: Afrika ülkeleri %4 ve Brezilya % 4.

En yüksek göçmen oyuncu kadrosu 10 kişi Gaziantepspor(%82 yerli, %18 göçmen) ve Sakaryaspor (%75 yerli, %25 göçmen) takımlarındadır. Her iki takımda da göçmen oranı ağırlığında Afrika ülkeleri vardır.

Genel olarak değerlendirince basketbolda göçmen oyuncunun en fazla olduğu ülke ABD'den futbolda hiç göçmen yoktur. "ABD'de futbol, 18 milyon oyuncuyla bir kitle katılım sporu olmuş ancak futbolun profesyonel kulüp ligi düşük izleyiciye ve televizyon seyircisine sahiptir. (90) Bu ifadeler Amerika'da futbolun katılımında yüksek, izleyici de düşük olduğunu dolayısıyla akla Samaranch'ın "Televizyonu ilgilendirmeyen bir sporun geleceği yoktur" sözlerini tekrar ama "Televizyonu ilgilendirmeyen bir sporun göçü de yoktur" olarak anımsatmaktadır. Çünkü dünya futbol piyasasında tanınırlık belli bir ligin, kulübün/takımın televizyonda izlenme oranıyla ilişkilidir.

Literatürde spor emek göçünde yapılan araştırmalar, en çok öne çıkan dalın futbol olduğu ve 1990'lı yıllar boyunca arttığı yönündedir. Ayrıca Dünya Kupalarında oynayan profesyonel futbolcuların göçmenlikleri incelenmiştir. Örneğin Fransız profesyonel futbolda, Afrikalı oyuncuların toplam futbol iş gücünün 1955 yılında % 6.7'sini, 1998'te %18.0' ini oluşturduğu, eski Doğu Bloku ülkelerinin çöküşüyle birçok futbolcusunun futbol pazarına çıktığı, (101) kıtalararası seviyede spor emek gücünün hareketinin diğerleriyle birlikte aynı zamanda Avrupa ve Afrika arasında da belirdiği, Afrikalıların, İngiltere, Fransa, İtalya ve İspanya'nın ana Avrupa futbol liglerinde önemli olduğu (98) ifade edilmiştir. Aynı oranda futbolcu göçlerinin artışında Bosman Davası'nın etkileri de gözlenmektedir.

Türkiye’de futbol göçleri ile ilgili tek veri Dorukkaya ve arkadaşlarından elde edilmiştir. (164) Futbol kulüplerinin şirketleşmesi, halka açılması, finansmanı ve vergilendirilmesi başlığında yayımladıkları kitapta kur farkı giderlerini tespit amaçlı olarak göçmen futbolcuların sayısını belirlemişlerdir. 1996/97 sezonunda futbol 1. ligindeki 18 kulüpte belirledikleri toplam göçmen kadrosu sayısı 64’tür. Ancak çalışmanın amacı göçmen belirleme olarak tespit edilmediğinden yerli oyuncu sayısı da verilmemektedir.

Bununla birlikte başkaca bir verimiz olmadığı için 1996/97 sezonundaki 64’ün 2006/07’de ve 10 sezonda 141’e çıkışı önemli bir artış olarak kaydedilebilir.

Voleybol 1. Lig kadın ve erkek takımlarının tüm kadrolarından elde edilen bulgular şu şekildedir:

Voleybol 1. Liginde kadınlarda; 15 kulüp toplam 181 sporcu tespit edilmiştir. Göçmen kadın sporcular 16 ülkeden toplamda 46’yla ligin % 25’ini, yerli sporcular ise 135’le ligin % 75’ini oluşturmaktadırlar. Göçmenler içinde en yüksek rakam Ukrayna’ya ait olup 12’dir. Göçmenler içinde oranı % 27’dir. İkinci sırada Sırbistan&Karadağ 8 (%18), üçüncü Rusya 7 (%16) ve dördüncü sırada ABD 5 (%11)’le gelmektedir. Diğer verici ülkeler Brezilya ve Bulgaristan 2’şer, Arjantin, Azerbeycan, İsveç, Kanada, Kazakistan, Latvia, Makedonya, Peru, Romanya ve Slovenya’dan 1’er oyuncuyla yer almaktadır.

Göçmen oyuncu sayısında en yüksek rakam 4’er sporcu ile FB(% 71yerli,%29 göçmen) İller Bankası (%64 yerli, %36 göçmen) ve Türk Telekom Gençlik Spor (% 67 yerli, % 33 göçmen) takımlarında bulunmaktadır.

Voleybol kadın göçmenlerin tüm göçmenler içinde dağılan SSCB ve eski Doğu Bloku ülkeleri olarak toplamda %70’ini oluşturduğu görülmektedir.

Voleybol 1. Liginde erkeklerde; 17 takım toplam 220 sporcu tespit edilmiştir. Göçmen erkek sporcular 14 ülkeden toplamda 50’yle ligin %23’ünü, yerli sporcular ise 170’le ligin %77’sini oluşturmaktadırlar. Tüm göçmenler içinde en yüksek rakam Sırbistan&Karadağ’a ait olup 11’dir (%22). Diğer verici ülkeler ABD 9(%18), Ukrayna 8(%16), Bulgaristan 6(%12), Brezilya 5(%10), Arjantin ve Finlandiya 2’şer(%8), Avustralya, Kanada, Kolombiya, İspanya, Çek Cumhuriyeti, Romanya ve Küba’dan 1’er (% 12) oyuncu olarak bulunmaktadır.

Göçmen oyuncu sayısında en yüksek rakam 4'er sporcu ile Arkas(%69 yerli,%31 göçmen), Fatih Hastanesi(% 67 yerli, %33 göçmen), FB(%71yerli, 29 göçmen),GS(%71 yerli, %29 göçmen) ve Halk Bankası (%67 yerli, %33 göçmen) takımlarında bulunmaktadır.

Voleybol 1. Liginde erkekler göçmenlerinin %72'si dağılan SSCB ve eski Doğu Bloku ülkeleri ve %28'i diğer ülkeler olarak da gözlenmektedir.

Türkiye dışına giden sporcularımızın branşlarında atletizmde (kadın-erkek) ve basketbolda yurtdışına giden kadın sporcu ve voleybolda yurtdışına giden erkek sporcu verisi yoktur. Erkek basketbol sporcu verisi toplamda 9'dur. Ağırlık Avrupa ülkeleri ve ABD'dir. Futbolda yurtdışında oynayan oyuncuların sayısı 12'dir. Tercihleri ve onları tercih edenler Avrupa ligleridir. 11 oyuncu Avrupa ülkelerinde, 1 tanesi Rusya'dadır. Buna rağmen kadın voleybol oyuncularının 2'si Avrupa'ya, 2'si Rusya'ya olmak üzere toplamda 4 oyuncu yurtdışına gitmişlerdir.

Yurtdışında oynayan oyuncuların hepsi Milli Takım düzeyinde ve 1. Lig oyuncularını olduğu ve gittikleri ülkelerde de 1. Ligde oynamakta oldukları gözlenmektedir. Sporcuların yurtdışı tercih nedenleri ve ülkemizdeki göçmenlerle ilgili bir bilimsel çalışma yapılmamıştır. Literatürde yer alan Maguire'nin İngiltere futbolunda Kuzey Avrupa/ İskandinav göçmen futbol oyuncularını ile ilgili çalışması medya çözümlenmeleri üzerinedir.

Genel olarak; göç veren ülkelere bakıldığında; dağılan SSCB ve eski Doğu Bloku ülkelerinin atletizmde, kadın ve erkek voleybol oyuncularında, futbolda Avrupa kıtasının ağırlıklı oranında yer aldığı, bu sonucun literatür tespitleriyle uyumlu olduğu, futbolda Afrika ve Güney Amerika ülkeleri kıta olarak öne çıkarken, basketbolda ise yoğunluğun ABD'den olduğu görülmektedir. Afrika'dan voleybolda göç olmama nedeni uluslararası tanınırlığının olmamasına ve kıtada sporun belli branşlarında yoğunlaşma yaşanmasına bağlanabilir. Türkiye' den ve gelişmiş diğer ülkelerden örneklem grubumuzdaki spor branşlarında, bir Afrika ülkesine gidip spor yaşamına devam eden sporcu bulunmamaktadır.

Küreselleşme sürecinde Afrika üretimin gelişmemesi ve diğer ülkeler açısından da tüketim pazarının olmaması nedeniyle üstü çizilen bir kıta olduğu gerçektir. Örneğin Gine'de 2001 yılında kişi başına düşen gelir yıllık 1.970 dolar ve ortalama insan ömrü 46.28 yıldır. Afrika ülkelerinde spor tesisleri yetersiz görülmektedir. 16 Afrika ülkesinin

toplam atletizm pisti 213, basketbol sahası 474, voleybol sahası 490, futbol sahası 1.130'dur. Beysbol, boks, bisiklet, binicilik, tenis sporlarının ise hiç alanı yoktur. (10) Bu bağlamda Afrika ülkeleri sporcuları kendi ülkelerinde yeteneklerini geliştirememeye kaynaklı olarak, başka ülkelere yönelmekte oldukları, ancak kıtadaki spor yatırımlarını göz önüne alınca karşımıza küreselleşmenin belirleyici ögesi olarak ekonomiyi çıkarmaktadır. Afrika ülkeleri sporcularının göç tercihi başta Avrupa ülkeleri olmaktadır. Sporda küreselleşme yetenek göçleri ile belirginleşmektedir.

Bununla beraber sporcu göçünün benzer sosyo-ekonomik- kültürel seviyelerdeki ülkeler arasında ekonomik kazanç yanında kişisel gelişimin de önemli olduğu literatürde belirtilmektedir. Kas göçü gerçeğinin beyin göçünden farkı yoktur. Az gelişmiş yada gelişmekte olan ülkelerin yokluklar içinden yetişen- çünkü devletlerin genel anlamda bir spor politikası ve dolayısıyla yatırımı yoktur- yetenekleri gelişmiş ülkelere giderler. Gidilen ülke ve bırakılan ülkede bir dizi spor sorununa yol açan gelişmeler yaşanır. Ülkemizde özellikle spor alt yapı yetersizliği ve eğitim sürecinde spora önem verilmemesi göz önüne alınca yeteneğin nasıl gelişeceği sorusu karşımıza çıkar. Özellikle atletizmde vatandaşlık değişimiyle yapılan bir spor politikası olarak yorumlanabilir. Sporda katılıma değil kazanmanın değerli olması ise olimpiyat ilkeleriyle açıkça ters düşmektedir. Çünkü literatürde, siyasal etkiler bölümünde belirtildiği gibi özellikle uluslararası spor başarıları ülkeler nezdinde önemlidir. Kazanmanın tek amaç olması, ödüller sonucunda spor ahlâkında bozulmalar olmakta ve sporda şiddet, şike, doping bu işin gerçek sorumluları tarafından sorgulanmaktadır.

Göçmen oyuncu konusunda farklı düşünceler bulunduğu literatürde de belirtilmektedir. Futbolda yerli oyuncuların ulusal takımda oynama şanslarının yabancı oyuncular nedeniyle azaldığı, liglerde ise altı yabancı futbolcu oynatma hakkının çok fazla olduğu, ülkenin kendi futbolcusunu yetiştirme kaynaklarının kurumasına neden olacağı, diğer taraftan futbolda göçmen oyuncuların gittikleri ülkelere yetenekleriyle katkı yaptıkları da düşünülmektedir.

Seksenli yıllar öncesinde de sporcular farklı ülkelerde spor yaşamlarına devam ettiklerini kabul etmekle birlikte küreselleşme sürecinde arttığını görmekteyiz.

5.2. Sponsorluk

Atletizm branşında Vestel firması 15 atletin sponsorudur. Adı geçen sporcular firmanın tanımlamasıyla “Vestel Atletleri” olarak anılmaktadır.

Basketbol 1. lig kadın takımlarının sponsorları incelendiğinde; GS, FB, BJK kulüplerinin ana sponsorlarının kadın basketbol takımına sponsor olduklarına dair bir veri bulunamamıştır. 2 tane firma takımı, 3 tane kurum takımı, 4 tane belediye takımı vardır. Firma takımlarının kendi takımlarına isimlerini vererek sponsor oldukları görülmektedir. Botaş AŞ, Botaş; Migros(Koç Holding), Migros gibi.

Basketbol 1. lig erkek takımlarının sponsorları incelendiğinde; 8 sponsorla en fazla sponsorun aynı zamanda içki firması olan Efes Pilsen’ de, özel bir kulüp olan Beykoz Spor Kulübünün 7 sponsoru olduğu, GS, FB, BJK takımlarının aynı sponsor firmanın (Ülker) farklı ürünlerinin isimleriyle de ana sponsorlarının olduğu, 10 takımında sponsor ismiyle anılan takımlar olduğu tespit edilmiştir. Bu firma takımları; Alpella (gıda), Banvit (et ürünleri firması), Casa TED Ankara Kolejliler (mobilya aksesuar tasarım), Efes Pilsen (bira), Pınar Karşiyaka(gıda), Mutlu Akü Selçuk Üniversitesi(akü ürünleri), Oyak Renault (otomotiv), Tekelspor (tütün), Tofaşspor(otomotiv), Türk Telekom(iletişim).

Basketbol 1. lig erkek takımlarının sponsoru (Koç Holding) Beko’dur. Ligin adı “Beko” Basketbol Ligi’dır. Türkiye Kupası ise, “Tadım” Türkiye Kupası’ dır.

Futbol 1. Ligi sponsoru en fazla olan ligdir. 18 futbol kulübünün toplam 110 sponsoru olduğu tespit edilmiştir. Argan’ın 2000/ 01 sezonunda Türkiye 1. ve 2. Futbol Ligi’nde yer alan takımlara sponsorluk yapan kuruluşlara ilişkin yaptığı araştırmasında; 69 futbol takımına sponsorluk yapan firma/ kurum sayısının 102 olduğu belirlenmiştir. (155) Aradan geçen altı yıl karşılaştırılınca sadece 1. Ligde 18 kulübün sponsorlarının sayısının iki ligi geçtiği görülmektedir.

Futbol liginin adı sponsoru iletişim şirketinin adıyla “Turkcell” Futbol Ligi, Türkiye Kupası sponsoru finans sektöründe banka adıyla “Fortis” Türkiye Kupası olarak anılmaktadır.

Avrupa’da futbol takımlarının/ kulüplerinin sponsorlarına bakıldığında Fortis adı sıklıkla karşımıza çıkar. Bununla beraber Avrupa’da iletişim sektörünün de sponsorlukları vardır. 2004/05 sezonunda Real Madrid CF, Manchester United, Olympique Marseille, RC Lens, Bayern Munich ve Borussia Dortmund’un sponsorları

iletişim sektöründen, FC Schalke 04, Feyenoord, Hamburg SV, Newcastle United ve Kaiserslautern'nin sponsorlarıysa finans sektöründen olmakla beraber bu sponsorlar ana sponsordur, ana sponsorlar ise aynı zamanda forma sponsorlarıdır. Hollanda kulübü Feyenoord'un ana sponsoru da Fortis'tir. Küreselleşme sürecinde ulus ötesi şirketlerin sınırları aşan yapısını literatür bilgileriyle doğrulamaktadır. Spor dışı sektörlerin spor sponsorlukları gözlenmektedir. (160)

Avrupa takımlarının sponsorlarının teknik malzeme ve ana sponsor biçiminde olduğu ve büyük rakamlarla sponsorluk anlaşmaları yapıldığı gözlenirken Türkiye'de sponsor firmaların sayısının çok, buna rağmen forma sponsorluğunun öne çıktığı gözlenmektedir. Sponsorluk anlaşmalarında ortalama 3 yıllık sözleşmelerin yapıldığı ve belirlenen rakamlar sezonlara bölünerek kulüplere ödendiği literatürde İMKB şirket bilgilerinden BJK, GS ve FB'nin sponsorluk anlaşmalarıyla görülmektedir.

Voleybol 1. Liginde sadece kadın takımlarında 1 sponsor adı vardır: Yeşilyurt Spor Kulübünün Winergy (Şölen çikolata ürünü), bunun dışında diğer kadın ve erkek takımlarında firma takımları dışında sponsor verisi bulunamamıştır.

Voleybolun en az sponsora sahip olduğu görülmektedir. Voleybol kulüpleri maddi sıkıntı içinde olduklarını belirterek, sıkıntılarını ortadan kaldırmak için tüm vergi mükelleflerini sponsor olarak desteğe çağırılmaktadırlar.

Federasyonların sponsorlarında 12 ile TFF birinci sıradadır. İkinci sırada Türkiye Basketbol Federasyonu 7 sponsor ile gelmektedir. Dört federasyonun toplam 26 sponsoru vardır.

Firmalara göre sponsorluklarda 15 bireysel sponsorlukla Vestel/ elektronik, 14 ile Turkcell/iletişim (futbol lig adı, futbol kulüp), 9 ile Ülker/ gıda (futbolda 5 takım, erkek basketbolda firma adı dahil 4 takım), GNC Live Well/ gıda 6 (futbolda 5, basketbol erkek 1), Acıbadem/ sağlık 5 (futbolda 5 takım), Efes Pilsen/ içki 4 (futbol 3, basketbol 1) sponsorlukları göze çarpmaktadır.

Bu firmalar Türkiye'nin büyük firmalarıdır. "İso 500 Büyük Sanayi Kuruluşu 2005 raporunda; 2004/ 05'de en çok ihracatı gerçekleştiren 10 firmanın 6. olan Beko, 500 sanayi kuruluşu içinde 8. sırada olan Vestel'dir".(221) Türkiye'nin 2005/ 06 en büyük 50 firması içinde Ülker ve Coca- Cola yer almaktadır.

Kulüplerin 16.06.2004-07.03.2007 tarihleri arasında en yüksek sponsorluk rakamına 27.060.920,3YTL sahip olduğu görülmektedir. Diğerleri sırasıyla

Federasyonlar 6.579.072,37 YTL, Sporcular 5.368.241,85 YTL, Diğer Kurumların 2.969.647,37YTL, İl Müdürlüklerinin 1.137.636,64 YTL, Daire Başkanlıklarının 1.136.520,7 YTL ve 44.252.039,2 YTL'dir. Aynı tarihler arasında Federasyonlara yapılan sponsorluklar YTL cinsinden ve voleybol federasyonu 1. sırada 1.914.459,01 YTL, son sırada ise Taekwondo 10.000YTL ve türüne göre sponsorlukta aynı 16.220.358,64YTL, nakdi 27.987.308,96 YTL'dir.

Genel olarak; sponsorluk kriterlerinden söz ederken kulüp başarısına vurgu yapıldığı literatürde mevcuttur. Bu durumda FB, GS, BJK başarılı ve bilinen takımlardan oluşan kulüpler olarak sponsorluklarda başarıyı doğrulamaktadır. Tanınırlığı az, izleyici kitlesi az olan spor ve kulüplerin sponsoru da az olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneklem grubundan atletizm de başarılı sporcuların, basketbolda sadece erkek takımlarının, futbolda bilinen takımların sponsorlarının çokluğu, voleybolda ise sponsor desteğinin arandığı gözlenmektedir. Ülker firması adına yapılmış bir yetkili açıklaması şöyledir: “ Tüketici ile iletişimdeki en önemli araçlardan birinin spor olduğunu düşünüyoruz. İletişim alanındaki kaynaklarımızın en önemli bölümünü bu nedenle spora ayırıyoruz”. (150) Sponsorluk sporu firmaların amaçlarına ulaşmak için araçsallaştırmaktadır. Sponsorluk hibe değildir. Ticari bir sözleşmedir ve her sözleşme gibi karşılıklı çıkar ilişkisi belirleyicidir.

Argan'ın çalışmasında da belirtildiği gibi firmalar sponsorluğa yapılan giderlerin gelir ve kurumlar vergisinden bir gider olarak düşülmesinin sponsorluğa olumlu katkı sağlayacağına inanmakta olduklarını belirtmektedirler. Firmaların istekleri 2004 yılında sponsorluk yasasıyla gerçekleşmiştir. Yasayla firmalar profesyonel kulüplere sponsorluklarında % 50, amatör kulüplere tamamında, kurumlar ve gelir vergisinden muaf tutulmaktadır.

Devlet spora yatırımlarını çok uluslu şirketlere devrederken yasayla da sponsorluğu arttırmaktadır. Ancak amatör kulüplere büyük firmaların sponsorluk yapmasının bu sponsorluk mantığında gerçekleşmesi olası değildir. Hatta “gözden düşen” atletizm sporcularına olan sponsorlukların kesildiğine örnekler bulmak mümkündür. Küreselleşme sürecinde “nesne” olan yüksek performans sporcusu spor dışındaki firmalara yönlendirilince ‘özel sponsorluk anlaşmaları’ yapmaktadır. Sponsorluğun sporda yarattığı en büyük eşitsizliklerden biri ünlü sporculara yapılan bireysel sponsorluktur. Ünlü sporcular profesyonel- yarı profesyoneldir. Amatör

sporcuların bu durumda hiçbir şansları bulunmamaktadır. Diğer taraftan sponsorların isteklerinin karşılamak gerekmektedir. Sponsorun tanınırlığı açısından; başarının somutlanması ve devamı en önemli isteklerinden biridir.

Küreselleşme sürecinde bireysel sponsorluk bağlamında sporcunun madalya ve birincilikleriyle değerlendirilen “başarı” yı sağlama yolundaki en temel yaşamsal gereksinimlerine kimin “ sponsor” olacağı sorusunun yanıtı küreselleşmenin ticari yaklaşımıyla “Nasıl olursa olsun, başar, kazan” olmaktadır. Başarı ve kazanma dürtüsünün son noktası spor ahlâkında yaşanan olumsuzluklardır. Dün Maradona’nın “fair play” dışındaki golünü reddeden spor etiği, bugün endüstriyelmiş sporda tecimsel kaygılarla pek çok sporcunun dürüstlüğünden şüphe edilmesine neden olacak bir sürecin spor ahlâkına olan olumsuzluklarını gözlemlemektedir. Çünkü profesyonel spor kulüpleri yöneticileri ve sporcuları da; paraya, üne, daha rahat bir yaşam biçimine giden yolda sponsorlar ve medyanın olduğunu görmektedirler.

Bununla birlikte sponsorluk sayesinde her iki tarafın da durumdan memnun olduğu görülmektedir. Sponsorları olmadan tesadüfi yakalanan başarılarına devam edemeyeceklerini ifade eden sporculara örnekler bulmak mümkündür. Devletin spora yapmadığı yatırım sponsorlar tarafından yapılmaktadır. Devlet ancak “sosyal” olma durumunda halk için yatırımlar yapmaktadır. Sosyal devlet kalelerinin küreselleşme ile yıkıldığı gözlenmektedir. Yatırım yapılan alanlarda ancak süreç önemli olabilir. Oysa atletizm bireysel örneklerinde daha önce de vurgulandığı gibi devletin spor politikasının sürece değil, sonuca odaklandığı açıktır.

5.3. Bütçeler

Bütçeler bölümünde İMKB şirket mali yapılar bölümünde bilanço verileri incelenen dört kulüp BJK, FB, GS ve TS 01 Haziran 2005- 31 Mayıs 2006 tarihleri arası ve BJK konsolide bütçesi, FB, GS ve TS konsolide olmayan bütçeleri incelenmiştir. BJK’nın konsolide olmayan bütçe verisi bulunamamıştır.

Beşiktaş Futbol Yatırımları sanayi ve Ticaret AŞ’nin, konsolide bütçesinde gelir öğelerinin Tv yayınları, sponsorluk, maç hasılatları, isim hakkı, lisans, futbolcu kirası, sigorta satışı, seyahat satışı, lisanslı ürün satışı, futbolcu cezaları ve diğerlerinden oluşarak toplam net satış gelirlerinin 72.627.888 YTL, GS Sportif Sınai ve Ticaret

Yatırımlar AŞ'nin konsolide olmayan bütçesinde gelir öğelerinin yayın hakkı, sponsorluk, isim hakkı ve reklâmdan oluşarak brüt toplam gelirlerinin 42.720.557 YTL olduğu, FB Sportif Hizmetler sanayi ve Ticaret AŞ'nin konsolide olmayan bütçesinde gelir öğelerinin FB Spor Ürünleri San. Tic.A.Ş.alt lisans bedeli, FB Spor Ürünleri San. Tic.A.Ş.faiz geliri, FBSK / faiz geliri, FBSK / hasılat gelir payı, FBSK / spor toto isim hakkı geliri, FBSK / Şampiyonlar ligi gelir payı, FB Tv / alt lisans bedeli, FB Tv / stad içi reklâm alanlarından oluştuğu brüt toplam gelirlerinin 23.921.519 YTL olduğu, TS Sportif Yatırım ve Ticaret AŞ'nin konsolide olmayan bütçesinde gelir öğelerinin Turkcell Super Ligi naklen yayın gelirleri, reklâm ve sponsorluk, maç hasılatları, isim hakkı – spor Toto, sezon açılış ve diğer naklen yayın gelirleri ile diğer isim hakkı gelirlerinden brüt toplam 25.096.114 YTL olduğu görülmektedir.

Beşiktaş'ın rakamları konsolide bütçe ve net satış rakamlarından, FB,GS ve TS'un bütçeleri konsolide olmayan bütçe ve brüt rakamlarından oluşması nedeniyle gelir öğeleri arasında sağlıklı bir karşılaştırma yapılamaz. Ancak gelir öğelerinden en fazla görülen öğeler belirlenebilir durumdadır. Dört büyük kulüpte; FB'nin yayın gelirlerinin görülmeme nedeni bilançosunda da belirtildiği üzere Ticari Alacaklar bölümünün 517.753 YTL'lik kısmının TFF'nundan olan süper lig yayınlarına ilişkin alacakları olduğu göz önünde bulundurulunca, dört kulübün gelirlerinde birinci sırada “yayın hakları” , ikinci olarak sponsorluk ve reklâm öğesi, üçüncü olarak; BJK'da futbolcu satış geliri, GS'da isim hakkı geliri, FB'de maç hasılat gelirleri, TS'da maç hasılatları görülmektedir.

Gelir öğelerinde; yayın hakları, sponsorluk ve reklâm, maç hasılatları, bahis oyunlarından elde edilen isim hakkı ve ticari (lisanslı ürün satışları) satışlardır.

Avrupa futbolunun 20 kulübünde 2003/04 sezonunda gelir kaynaklarını incelediğimizde sırasıyla Yayın Gelirleri (maçların TV, radyo, ulusal ve uluslararası karşılaşmaların yayını), Ticari Gelirler (reklâm ve sponsorluk anlaşmaları, ürün satışları) ve Maç Günü Gelirleri (gişe makbuzları ve sezonluk bilet satışlarından) öğeleri görülmektedir. (152)

Literatürde de belirtildiği gibi lisanslı ürün satışları aynı zamanda kulüplerin sermayeleri ve dolayısıyla borsada halka arz nedenlerinden en önemlisidir. (165) Türkiye Futbol Federasyonuna lisans hakkı için başvurular hızla artmaktadır. Ancak bu artışta şirketin halka açılması temel neden olarak değerlendirilemez.

Futbolda taraftar kitlesinin ağırlığının dört büyük kulüpte görülmektedir. (178) Lisanslı ürünleri satın alanların taraftar kitlesi olduğuna dikkat edilirse taraftarlar aynı zamanda bu kulüplerin borsaya açılmalarında etken bir rol oynayan tüketicilerdir. Ayrıca şirketleşen spor kulüplerinin kurumlar vergisi muafiyetinde taraftar etkisi gözlenmektedir (165). Literatürde küreselleşmenin etkileri olarak belirlenen taraftarın “tüketiciye” dönüşmesi ve spor kulüplerinin şirketleşerek borsada halka arzı ile bulgularımız sonuçlar uyumluluk göstermektedir.

Tüm bunlara ek olarak maç günü gelirleri kastedilerek büyük kalabalıkların büyük kazançlar garanti etmediği, Avrupa’da en yüksek ortalama yerel lig katılımı seviyesine sahip olmasına rağmen Borussia Dortmund’un 2005 Para Liginde yer almadığı ve seyirciyi paraya çevirmenin formülünün sadece maça getirmek olmadığı ifade edilmektedir. Seyirciyi paraya çevirme konusunu en iyi analiz edenlerin İngiltere kulüpleri olduğu belirtilmektedir. (152)

Futbol 1. liginde diğer 14 kulübün bütçelerine ulaşamamıştır. Kulüplerin bütçelerini herhangi bir bağımsız denetim şirketi aracılığıyla denetlenmesini sağladıkları tahmin edilmekle beraber bu bilgileri kamuoyu ile yada bilimsel çalışmalarla paylaşmamakta oldukları nettir. Bu durumun nedenleri ayrı bir araştırma konusudur. Türkiye’nin 1903, 1905, 1907 yıllarında kurulmuş olan “İstanbul Kulüpleri” nin ve TS’nin bütçeleri bulunduğu göz önüne alınınca; kulüplerin borsa da işlem görüyor olması ile mali yapılarının şeffaflaştığı görülmektedir. Bununla beraber hem ticaret ve vergi kanunları daha kolay uygulanacağı da ifade edilmelidir. Ancak Türkiye gerçeğine bakıldığında küçük ölçekli kulüpler ve büyükler arasındaki fark oldukça açılma tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır.

Ticari ve diğer alacaklar ve giderler (maliyet ögeleri) çıkınca net dönemsel kâr oranlarında FB %38, GS %34, TS %19 ve BJK % 9’luk bir yüzdellik dilimdedir.

Dört sportif AŞ’nin toplam varlıklarında (aktif büyüklük) ise BJK %43’le birinci sıradadır. Sırasıyla diğerleri FB % 23, GS %22 ve TS % 12’dir. Dört sportif A.Ş. nin toplam aktif büyüklükleri 432.850.956 YTL’dir. Bu rakamı 22.05.2007 tarihli saat.15.30 Merkez Bankası Euro (1.776) kurundan hesaplayınca Dört sportif AŞ’nin toplam varlıkları yaklaşık 244 milyon avro olmaktadır. Toplam varlıklar ve gelir karşılaştırması sağlıklı olmamakla beraber Avrupa’da 2004/05 sezonunun 1. sırasında Real Madrid’in sadece gelirlerinin 275.7 milyon avro olduğuna (170) dikkat edilince

aradaki farkın açık olduğu sonucuna varabiliriz. Ancak literatürde verilmeyen diğer Avrupa kulüpleri ile düşünülünce gelirlerin Avrupa kulüplerine yaklaştığı söylenebilir.

Gelir ögelerinin önemli bir kısmını oluşturan naklen yayın gelirlerinin 2005/06 sezonunda havuz içinde dağılımı incelenince %12.91 GS, %12.37 FB, %9.57 BJK, %7.29 TS'un ve diğer 14 kulübün %57.86'yı paylaştığı görülmektedir.

Naklen yayın gelirleri kulüp bütçelerinin en önemli gelir ögelerinden biri olmakla beraber, dağılımı eşit değildir. Diğer 14 kulüp yönetimlerinin şikayetlerine neden olmakta ve futbolun en önemli tartışmalardan biri olarak gündemdeki yerini korumaktadır.

Küreselleşme sürecinde spor kulüpleri bir yandan naklen yayın gelirleri kavgasını vermekte, diğer yandan taraftar "tüketiciye" şifreli kanallarda parayla bu hizmeti sunmaktadırlar. Seksenli yıllar öncesinde kamu televizyonunda yayınlanan maçlar, doksanlı yıllarla birlikte dijital kanallara taşındı. Herkesin izleyebildiği bir etkinlik kamusaldır. Şifreli yayınlarla bu hizmet parayı verene sunulmaya başladığında özele sunulan bir hizmet halini alır. Günümüzde spor ve şimdilik futbol tıpkı özel okullar, özel hastahaneler gibi ücretini verenin yararlandığı bir etkinlik haline getirilmiştir. Basketbolun NBA pazarlama yöntemiyle ilerleyen yıllarda şifreli yayına geçebileceğini öngörmekteyiz.

Futbol açısından yeni bir gelir ögesi olan naklen yayın gelirlerinin spor kulüpleri için gerekli olduğu, bu ögenin yerine başkaca konulacak bir gelir olmadığı için önemlidir. Ancak futbolunda kendi içinde yaşadığı eşitsiz rekabet ortamı düşünülünce, karşımıza eşitsizlik içinde eşitlik arayamayacağımız çıkmaktadır. Spor kulüplerinin diğer firmalar gibi rekabet unsurunu içinde taşıyamayacağı da bu noktada önemlidir. Literatürde spor kulüplerinin ne kadar şirketleşseler de, onları diğer firmalardan ayıran özelliğin rakiplerini ortadan kaldırarak kârını arttırmasından ziyade, iyi rakipleriyle var oldukları yani, maçın sonucu önceden belli olmadığı zaman kâr edebildikleri belirtilmişti. (96)

Federasyonların karşılaştırmalı bilançoları incelenince TFF (12 aylık) 01.06.2005- 31.05.2006 tarihleri arasında gelirlerinin toplam 103.639.560 YTL, gider ögeleri toplamının 79.239.110 YTL ve gelir fazlasının 24.400.449 YTL olduğu gözlenmektedir. TFF'nu bir sonraki yılın tahmini bütçe verilerini sunmamaktadır.

Türkiye Voleybol Federasyonu (10 aylık) 01.03.2006– 29.12.2006 tarihleri arasında gelirlerinin toplam 8.458.889,80 YTL, gider öğeleri toplamının 3.235.131,14 YTL ve gelir fazlasının 5.223.758 YTL olduğu gözlenmektedir. TVF 2007 tahmini bütçesi gelirleri 7 öğede ve 14.123.760 YTL olarak belirtilmektedir. 2008 ise aynı öğede 13.400.000 YTL olarak belirtilmektedir.

Bu durumda iki federasyon arasında 12 ve 10 aylık gelirler üzerinden belirlediğimiz gelir farkı 95.180.670,2 YTL dir. TVF'nunun 2008 bütçesi dahil bu fark kapanacak gibi görünmemektedir. Çünkü aynı oranlarda TFF gelirleri de artma gösterecektir.

İki federasyonun aktif varlıklar toplamının TFF 79.426.976,25 YTL, TVF 5.261.767,98 YTL olduğu, iki federasyon arasındaki farkın 74.165.208,27 YTL olduğu gözlenmektedir.

Sponsorluklar paralelinde TVF'nun en fazla sponsorluk desteği alan federasyon olduğu (1.914.459,01 YTL) gözlenmekte ancak bu rakamın 16.06.2004- 17.03.2007 tarihleri arasındaki toplamı yansıttığı göz önüne alınmalıdır. Bir karşılaştırma yapacak olursak BJK'nın 4.875.000 avro ile Cola Turka sponsorluğunda tek bir futbolcu transferi bulunmaktadır. Voleybol federasyonu ve Voleybol 1. Liginde sponsorluk firma takımları dışında karşımıza çıkmamakta, dolayısıyla bu gelir hanesinde de düşüklüğe neden olmaktadır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşmenin spora etkileri başlıklı araştırmamız sonucunda; küreselleşmenin spora etkilerinin olduğu; küreselleşmeden örneklem grubumuzdaki spor branşlarının farklı oranlarda etkilendiği, bu etkilerin hem olumlu hem olumsuz yönleri olduğu ve küreselleşmenin gerçekte kapitalizmin kendisi olduğu görülmektedir.

Bulgulara ilişkin ayrıntılı sonuçlar şu şekildedir:

6.1 . Sonuçlar

1. Küreselleşme ile uluslararası spor emek göçünün önceki yıllara oranla arttığı; göçlerin sırasıyla futbol, basketbolda, voleybol ve atletizm branşlarında gerçekleştiği,
2. Ağırlıklı olarak atletizm de sporcuların vatandaşlık değiştirdikleri ve bu sorunun uluslararası gündeme taşındığı,
3. Bununla birlikte Türkiye’de atletizmde en fazla Bulgaristan’dan gelen sporcuların bulunduğu,
4. Türkiye Basketbol 1. Liginde göçmen kadın ve erkek basketbolcuların ülkesinin ağırlıklı oranının ABD olduğu,
5. Türkiye Futbol 1. Liginde göçmen sporcuların ağırlıklı olarak Afrika, G. Amerika ve dağılan SSCB ve eski doğu bloku ülkelerinden geldiği,
6. Türkiye Voleybol 1. Ligi kadın ve erkek göçmen sporcuların dağılan SSCB ve eski Doğu Bloku ülkelerinden geldiği,
7. Yurtdışına giden Türk vatandaşı sporcuların Ulusal takım düzeyinde olduğu ve gittikleri ülkelerde 1. Ligde spor yaşamlarına devam ettikleri,
8. Türkiye’ de Afrika ülkelerinden gelen sporcuların futbol ve atletizmde görüldüğü,
9. Futbol 1. liginde ABD’den oyuncu olmadığı,
10. Atletizm örneklem verilerinden Türkiye’de spora katılımın değil, kazanmanın devletin spor politikası haline geldiği,
11. Sponsorluk ve reklâm uygulamalarının küreselleşme sürecinde arttığı ,
12. Sponsorluk ve reklâm öğelerinin kulüp bütçelerinde bir gelir ögesi olduğu,

13. Türkiye’de atletizm sponsorluğunun bireysel ve tek firma tarafından 15 sporcuya yapıldığı,
14. Türkiye Basketbol 1. Liginde erkek takım sponsorlarının 21, firma takım sayısının da 10 olduğu ve bu oranın kadın takımlarından fazla olduğu,
15. Türkiye Basketbol 1. Liginde kadın takımlarında 2 firma takımı dışında sponsor olmadığı,
16. Türkiye Futbol 1. Liginin örneklem grubu içinde 110’ la en fazla sponsora sahip olduğu,
17. Türkiye Voleybol 1. Ligi kadın ve erkek takımlarının sponsorlarının örneklem grubunda en az sponsora sahip olduğu,
18. Federasyon sponsorlarında TFF’nun en fazla sponsora sahip olduğu, Türkiye Atletizm Federasyonu’nun en az sponsora sahip olduğu,
19. Federasyonların toplam sayısının 26 olduğu,
20. Firma sponsorluklarında elektronik sektörünün 1. sırada olduğu,
21. Lig ve kupa sponsorluklarının Basketbol 1. Lig erkek ve Futbol 1. Ligine yapıldığı,
22. Sponsorluk yasasından sonra (16.04.2004- 07.03.2007) en fazla sponsorluğun kulüplere yapıldığı, federasyonlar içinde voleybol federasyonunun birinci sırada olduğu, nakdi sponsorlukların aynı sponsorluklardan fazla olduğu,
23. İzleyicisi, taraftarı çok, bilinen kulüp/ takım ve sporculara sponsorluk yapıldığı,
24. Sponsorluk yasasında yer alan kurumlar ve gelir vergisi indirimlerinin sporla ilişkili, ilişkisiz sponsor firmaların istediği bir uygulama olduğu ve devletin yasayla sponsor firmaları koruduğu,
25. Kulüplerin şirketleştiği ama hepsinin borsada halka arz edilemediğini,
26. Spor faaliyetlerinde bulunan anonim şirketlerin devlet tarafından korunarak kurumlar vergisinden muaf olduğu,
27. Taraftarın, kulüpler için “tüketici, müşteri” kavramlarına karşılık geldiği,
28. Taraftarının çok ve dolayısıyla ürün satışları olan kulüplerin şirketleşerek, borsa da halka arz edilebildiği,

29. Borsa da işlem göreyek halka arz edilen dört büyük kulübün (BJK, FB, GS, TS) gelir öğelerinin; naklen yayın, sponsorluk ve reklâm, maç günü hasılatları ve isim hakkı olduğu,
30. Bu gelir öğelerinin 1980 öncesinde kulüp gelirlerinde görölmediği,
31. Dört büyük kulübün (BJK, FB, GS, TS) toplam varlıklarının Avrupa'nın en zengin kulübünün gelir toplamından az olduğu,
32. Futbol 1. Liginde 2005/06 sezonunda naklen yayın gelirleri dağılımının eşit olmadığı, dört büyük kulübün (BJK, FB, GS, TS)'un toplam naklen yayın gelirinin %42.14 iken, diğer 14 kulübün %57.86 olduğu,
33. Sadece Futbol 1. Lig maçlarının şifreli kanaldan yayın yaptığı,
34. Futbol 1. Lig maç yayın günleri ve saatlerinin belirlenmesinde Tv etkisinin olduğu,
35. Türkiye Futbol Federasyonunun, TVF'dan fazla gelire ve aktif varlıklar toplamına sahip olduğu aradaki gelir farkı açığıının 2008'e kadar kapanmayacağı,
36. Seksenli yıllarla birlikte medya sektörünün, toplumun spor etkinliklerine olan ilgisini "tecimsel mantık"la yeniden keşfettiği,
37. Farklı ekonomi politik analizlerle karşılaştırınca sporun 1960'lı yıllarda kâr amacı gütmeyen yararlı rasyonelliği benimsemekte olduğu ve spordan kazanılan paranın tekrar oyunun gelişimi için harcandığı, ama küreselleşme süreciyle spordan kâr elde etmek isteyen şirketler dünyasının spora yöneldiği görölmektedir.
38. Küreselleşmenin sporda geldiği son noktada tükenen insani değerler öne çıkmaktadır. Doping kullanımının her geçen yıl artması, şike ve şiddetin spor etkinliğinde bir kabus gibi çöktüğü görölmektedir. Sporcu göçleriyle kültürel erozyon artmakta, ticari kaygılarla yönetilen spor, zevk almaktan, zevk vermekten uzaklaşmaktadır.

6.2. Öneriler

Küreselleşmenin spora etkileri başlıklı araştırmamız Türkiye'de sporla ilgili verilerin gelişigüzel kayıt altına alındığını, hatta bazı verilerin hiç olmadığını da

göstermiştir. Diğer taraftan araştırmacıların sağlıklı verilerle çalışabilmeleri ve istatistiksel bazı verilerin zaman ve maliyet açısından araştırmacılar tarafından değil, kurumlar tarafından yapılacağı açıktır. Bu nedenle devlet kurumlarının da bu konuda üzerine dūřen gevleri yapması beklenmektedir. Araştırmamız doğrultusunda aşağıdaki öneriler yapılabilir:

1. Spor emek göçü artmaktadır. Bu nedenle başta GSGM ve spor kulüpleri transferlerinde göçmenlerin sezonluk verilerinden oluşan istatistik çalışmalarının yapıldığı bilim insanlarının da içinde yer aldığı dokümantasyon merkezlerinin yapılanması ve kurumsallaştırılması sağlanmalıdır.
2. Spor kulüpleri mali yapılarını resmi internet sitelerinden yayınlamalı.
3. Avrupa'da ve dünyada bir spor kulübünün tek bir resmi internet sitesi varken, ülkemizde bu siteler gelişigüzeldir. Gayri resmi internet sitesi ile resmi internet sitesi ne olduğunun ayırđına vararak hazırlanan web sayfaları düzenlenmeli.
4. Basketbol sporu küreselleşmenin bundan sonraki yıllarda etkisini daha fazla göstereceği bir spor branşı olarak öngörüldüğü için bu konuda veriler kayıt altına alınmalı.
5. DİE hane halkı tüketim harcamalarını hazırlarken "spor" u bu harcamalara dahil etmeli, veri yoksa olmadığını belirtmeli.
6. Türkiye'de spor kulüplerinin yönetim kurullarının ve tüm federasyonların bilimsel araştırma taleplerine yanıt vermeleri gerekmektedir. Araştırmacıların bu kurumlarda olan kişilerle "bireysel yakınlık" ları aranmamalıdır.
7. Sponsorluktan ne anlaşıldığı netlik kazanmamıştır. Bu nedenle spor kulüpleri sponsor sayılarını ve isimlerini belirtmelidirler.
8. Sporda sponsorluk değil sporda sosyal devlet ilkesi benimsenmeli.
9. Devlet uluslararası spor organizasyonlarının sonucuna odaklanmaktan vazgeçmeli.
10. Devlet spora katılımı sponsorluklar kanalıyla değil, genel btçeden pay ayırarak yapmalı.
11. Tüm spor tesisleri ücretsiz ve halka açık olmalı.
12. Spordaki değer yitimi engellenmeli ve spordaki "zne" insan merkeze alınmalı.

7. KAYNAKLAR

1. **Oran B.** Küreselleşme Emperyalizm (mi)dir Tartışması Üzerine Düşünceler, Çok Kültürlülük İş Göçü ve Küreselleşme Uluslararası Sempozyumu, Mersin: **1997**
2. Anonim. Globalleşme Nedir. Çeviren: Ersan Öz. Erişim: [http:// www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2001/ersan.htm](http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2001/ersan.htm). Dış Ticaret Dergisi, 2001. Erişim tarihi: **23.10.2006**
3. **Timur T.** *Türkiye Nasıl Küreselleşti*. 1. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, **2004**: 11-12
4. **Bülbül K.** Türkiye Küreselleşme Literatürü: 1990-2004. Erişim: [http://strateji.cukurova.edu.tr / ULUSLARARASI/kuresellesme.pdf](http://strateji.cukurova.edu.tr/ULUSLARARASI/kuresellesme.pdf) Erişim tarihi:**10.07.2006**
5. **Akşar T.** *Endüstriyel Futbol*. 1. Baskı, İstanbul: Literatür Yayıncılık, **2005**: Sayfa 339
6. **Özer A.** *11 Eylül ABD Türkiye ve Küreselleşme*. 1. Baskı, Ankara: Elips Kitap, **2005**: 255-260
7. **Kazgan G.** *Küreselleşme ve Ulus- Devlet Yeni Ekonomik Düzen*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 3. Baskı, **2002**:32-50
8. **Çetintaş H, Barışık S.** , Küreselleşme ve beyin göçü. Erişim: http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=229 Erişim tarihi:**11.12.2006**
9. **Maguire J.** Sport Labor Migration Research Revisited. *Journal of Sport & Social Issues*, **2004**; 28 (4) : 477-482
10. **Andreff W.** Sport in developing countries final revised version **2005**. Erişim: [http:// www.sportanddev.org/data/document/document/143.pdf](http://www.sportanddev.org/data/document/document/143.pdf). Erişim tarihi: **09.10.2006**
11. **Simmel G.** *Modern Kültürde Çatışma*. Çevirenler:Tamlı Bora, Nazile Kalaycı, Elçin Şen. 3. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, **2005**:48
12. **Kızılçelik S.** *Küreselleşme ve Sosyal Bilimler*. 1. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, **2001**: 2- 15
13. **Akkaya.Y.** Küreselleşme sendikasılaştırma ve yoksullaştırma. Erişim : [www .geocities .com / ceteris_tr2/y_akkaya6.doc](http://www.geocities.com/ceteris_tr2/y_akkaya6.doc). Erişim Tarihi:**19.10.2006**
14. **Yıldızoğlu E.** Hegemonyadan imparatorluğa. Ed: Köse AH, Şenses F, Yeldan E. *Küresel Düzen Birikim Devlet ve Sınıflar*. 1. Baskı. İstanbul: İletişim, **2003**: 539- 549
15. **Başkaya F.** *Küreselleşmenin Karanlık Bilançosu*, Ankara:Maki Basın Yayın, 2. Baskı, **2002**: 9-33
16. **Boratav K.** Emperyalizm mi Küreselleşme mi. *Küreselleşme Emperyalizm Yerelcilik İşçi Sınıfı*. 2. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, **2004**: 21- 31
17. **Manisalı E.** Ulusal politikalar izlenmesin diye Türkiye batı kapitalizmine bilinçli olarak tek yanlı bağlanmıştır. Erişim: [http : // www. 2023. gen .tr / mart03 / erolmanisali. htm](http://www.2023.gen.tr/mart03/erolmanisali.htm). Erişim tarihi:**16.10.2006**
18. **Önder İ.** Küreselleşme ve ulusal ekonomiler açısından egemenlik sorunu. Erişim: [http : // www . uzaklar . net / html / egemenlik_sorunu-izzettin_nde.html](http://www.uzaklar.net/html/egemenlik_sorunu-izzettin_nde.html). Erişim tarihi: **19-10-2006**
19. **Ercan F.** Sınıftan kaçış. Ed: Köse AH, Şenses F, Yeldan E.*Küresel Düzen Birikim Devlet ve Sınıflar*. 1. Baskı. İstanbul: İletişim, **2003**:650-651

20. **Wallerstein I.** Immanuel Wallerstein ile söyleşi. *Birikim*, **1997**; (104):36
21. **Işık A.** Küreselleşme emperyalizmin kamuflajı. Erişim: http://www.evrensel.net/01/12/23/gundem.html_3k_EkSonuç. Erişim tarihi: **23.12.2001**
22. **Kızılçelik S.** Kapitalizmin Diasporası Olarak Küreselleşme. *Eğitim Araştırmaları*, **2002**; (6): 15-16
23. **Tanilli S.** *Yüzyılların Gerçeği ve Mirası 16-17 Yüzyıllar Kapitalizm ve Dünya*. 3. Baskı, İstanbul: Adam Yayınları, **1999**: 13-14
24. **Marx K, Engels F.** *Komünist Parti Manifestosu*. Çeviren: Yılmaz Onay. 1. Baskı, İstanbul: Evrensel Basım Yayın, **1998**: 47- 50
25. **Amin S.** *Kaos İmparatorluğu Yeni Kapitalist Küreselleşme*. Çeviren: Işık Soner. 1. Baskı, İstanbul: Analiz Basım Yayın, **1993**: 11-12
26. **Gerger H.** Amerikan emperyalizminin ayırtdedici özellikleri. *Praksis*, **2004**; (11): 11-12
27. **Köse AH, Öncü A.** İktisadın piyasası kapitalizmin ekonomisi. Ed: Köse AH, Şenses F, Yeldan E. *Küresel Düzen Birikim Devlet ve Sınıflar*. 1. Baskı, İstanbul: İletişim, **2003**: 112-114
28. **Şenses F.** Neoliberal küreselleşme kalkınma için fırsat mı engel mi. Erişim: http://www.erc.metu.edu.tr/menu/sayfa.php?icerik=04_09&lang=eng&nav=yes. Erişim tarihi: **07.09.2006**
29. **Yeldan E.** Neoliberal küreselleşme ideolojisinin kalkınma söylemi üzerine. Erişim: <http://www.bilkent.edu.tr/~yeldane/Praksis-2002.pdf>. Erişim tarihi: **03.11.2006**
30. **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Küreselleşme Özel İhtisas Komisyonu Raporu**. DPT Yayını No: 2544, Ankara, **2000**. Erişim: <http://ekutup.dpt.gov.tr/dunya/oik560.pdf>. Erişim tarihi: **28.09.2006**
31. **Amin S.** *Kaos İmparatorluğu Yeni Kapitalist Küreselleşme*. Çev. Işık Soner. 1. Baskı, İstanbul: Analiz Basım Yayın, **1993**: 11-12
32. **Taşkale RA.** Amerika nereye demokrasiden muhafazakârlığa dönüşüm. *Felsefelogos*, **2005**; 3-4 (27-28): 113-114
33. **Coşkun R.** Küreselleşme çelişkiler beklentiler. Erişim: http://web.sakarya.edu.tr/~coskun/sunular/sunum_kuresellesme_beklentiler_celiskiler.ppt. Erişim tarihi: **19.09.2006**
34. **Held D, McGrew A, Goldblatt D, Perraton J.** Küresel dönüşümler siyaset ekonomi ve kültür. Çeviren: İsmail Aktar. *Küreselleşme Okumaları Ekonomi ve Siyaset*. 1. Baskı. Ankara: Kadim Yayınları, **2006**:188-189
35. **Başkan N.** Çeşitli bağlamlarıyla küreselleşme sözcüğünün anlamları küreselleşme olgusuna felsefi bakış. “Yayınlanmamış” yüksek lisans tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, **2005**
36. **Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Mini Sempozyum**. Erişim: www.sakarya.edu.tr/hbradmin/index.php?page=dosya&id=962. Erişim tarihi: **08.11.2006**
37. **Enerji Yapı Yol Sendikası.** IMF politikalarının çeşitli ülkelerdeki sonuçları. Erişim: <http://www.antimai.org/eko/eyapiyol1.htm>. Erişim tarihi: **08.11.2006**
38. **Sivrekli Demircan E, Ener M.** IMF'nin gelişmekte olan ülkeler ve Türkiye'de uygulanan istikrar programları üzerine etkileri. Erişim: <http://biibf.comu.edu.tr/edemircanmenerm.pdf>. Erişim tarihi: **08.11.2006**

39. **Arar AA.** Yeni dünya düzeni eskiyor mu. *Ekonomik Sorunlar* (Elektronik Dergi) Türk Dışişleri Bakanlığı Yayını, 2004; (15):1-5 Erişim: [http://www.mfa.gov.tr / MFA_ tr /Yayinlar /DisisleriBakanligiYayinlari /EkonomikSorunlarDergisi/Sayi15/AsimArar.htm](http://www.mfa.gov.tr/MFA_tr/Yayinlar/DisisleriBakanligiYayinlari/EkonomikSorunlarDergisi/Sayi15/AsimArar.htm). Erişim tarihi: **01.12.2006**
40. **Yılmaz G.** Sermayenin küreselleşmesi ve bölgesel küresel anlaşmalar. Erişim: [http://www.antimai.org /mkl /gy99aciksayf. htm](http://www.antimai.org/mkl/gy99aciksayf.htm). Erişim tarihi: **08.11.2006**
41. **Wallerstein I.** Kalkınmacılık ve küreselleşmeden sonrası ne. Çeviren:Yusuf Okan Kavuncu. *Küreselleşme Okumaları Ekonomi ve Siyaset*. 1. Baskı. Ankara: Kadim Yayınları, **2006**:125- 157
42. **Yaman S.** Küreselleşme. Erişim: <http://w3.gazi.edu.tr/web/syaman/kuresellesme1.htm>. Erişim tarihi: **20.03.2007**
43. **Şenses F.** *Küreselleşmenin Öteki Yüzü Yoksulluk*, 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, **2002**: 13- 319
44. **Türkmen İ.** Bir yanılısama olarak değişim yönetimi ve çalışma ilişkileri. *95-96 Türkiye Petrol Kimya Lastik İşçileri Sendikası Yıllığı*, 1. Baskı. İstanbul: Omaş, **1995**: 743-744
45. **Thomas H, Rawaswamy EA, Chhacch A, Hendriks M.** Çok farklı üç yörünge. *Küreselleşme ve Üçüncü Dünya Sendikaları Hızlı Ekonomik Değişimin Getirdiği Sorunlar*. Çeviren: Oğuz Toprak. 1. Baskı, Türk Harb-İş Sendikası Yayınları Ankara: Pastel Ofset, **1999**: 44- 65
46. **Avrupa Komisyonu Türkiye 2006 İlerleme Raporu.** Erişim: <http://www.mfa.gov.tr>. Erişim tarihi: **02.05.2007**
47. **Gerger H.** “Yayımlanmamış” Eğitim Bilim Emekçileri Sendikası Kadın Eğitimcilerin Eğitimi Seminer notları. Ankara, **2002**
48. **Tonak A.** Çok taraflı yabancı sermaye yatırım anlaşması. Erişim: [http://www.odtu.edu.tr /home /wwwoed/documents/AhmetTonak.doc](http://www.odtu.edu.tr/home/wwwoed/documents/AhmetTonak.doc). Erişim tarihi: **02.09.2006**
49. **Merih K.** Küreselleşme değil küreselleştirme. Erişim: [http://www.turkab.net/ kure / wkuretehdit.htm](http://www.turkab.net/kure/wkuretehdit.htm). Erişim tarihi: **19.10.2006**
50. **Stiglits EJ.** Küreselleşme nasıl olmalı. Çeviren: Mehmet Erdem Fidangül. *Ekonomik Forum TOBB Yayınları*, **2006**; (10) 68-69
51. **Başkaya F.** *Çığrından Çıkmuş Bir Dünya*. 2. baskı, Ankara: Maki Basın Yayın, **2004**: 294- 296
52. **Şaylan G.** *Postmodernizm*. 3. Baskı, Ankara: İmge Yayınevi, **2006**: 303-305
53. **Güler BA.** Türkiye’de Kamu Hizmetleri ve Yeniden Yapılandırma Politikaları. Değişim Sürecinde Kamu Hizmetleri ve Sendikal Politikalar. Ankara, 1-2 Şubat **2003**: 68-71
54. **Küresel Oluşumlar.** Türkiye Mai Karşıtı Platform. Erişim: <http://www.antimai.org>. Erişim tarihi: **05.11.2006**
55. **Başkaya F.** *Sömürgecilik emperyalizm küreselleşme*. 3. Baskı, Ankara: Maki Basın Yayın, **2003**: 92-93
56. **Manisalı E.** Yeni dönemde kapitalizm. Erişim: [http://www.teori.org / index. php ? option = com _ content & task = view & id =73&Itemid=2](http://www.teori.org/index.php?option=com_content&task=view&id=73&Itemid=2). Erişim tarihi:**19.10.2006**
57. **Koray M.** Küreselleşme süreci ve ulus devlet ekonomi siyaset tartışmaları. Erişim: [http://www.stratejik.yildiz.edu. tr / makale1.htm](http://www.stratejik.yildiz.edu.tr/makale1.htm). Erişim tarihi: **13.11.2006**

58. **Tağraf H.** Küreselleşme süreci ve çok uluslu işletmelerin küreselleşme sürecine etkisi. Erişim: <http://www.cumhuriyet.edu.tr./dergi/makale/146.pdf>. Erişim tarihi: **18.10.2006**
59. **Harris J.** Küreselleşmenin diyalektiği. Çeviren: Faik Kanatlı. *Felsefelogos*, **2005**; 3-4 (27-28): 71- 72
60. **Köse Ö.** Küreselleşme sürecinde devletin yapısal ve işlevsel dönüşümü. Erişim: <http://www.sayistay.gov.tr/yayin/dergi/icerik/der49m1.pdf>. Erişim tarihi: **09.10.2006**
61. **Arıboğan DÜ.** Globalleşme senaryosunun aktörleri uluslararası ilişkilerde güç mücadelesi. Erişim: <http://www.turkab.net/kure/wglobaktor.htm>. Erişim tarihi: **19.10.2006**
62. **Yılmaz G.** *Kapitalizmin Kaleleri II*. 1. Baskı, İstanbul: TMMOB Mimarlar Odası Yayınları Özdil Basımevi, **2001**:14
63. **Hirst P, Thompson G.** *Küreselleşme Sorguluyor*. Çev: Çağla Erdem, Elif Yücel. 3. Baskı, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, **2003**: 225
64. **Şaylan G.** *Değişim Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi*. 2. baskı, Ankara: İmge Kitabevi, **2003**: 181-314
65. **Erdemli A.** Profanlaşan dünyamızda demokrasi. *Felsefelogos*, **2000**; 3 (11): 57-79
66. **Giddens A.** *Elimizden Kaçıp Giden Dünya Küreselleşme Hayatımızı Nasıl Yeniden Şekillendiriyor* Çev. Osman Akınhay.1. Baskı, İstanbul: Alfa Basım Yayın, **2000**: 26-27
67. **Erdoğan İ.** Popüler kültürde gasp ve popülerlerin gayri meşruluğu. *Doğu Batı*, **2001**; (15) 2: 65-106
68. **Erdoğan İ.** Popüler kültürün ne olduğu üzerine. Erişim: [http:// yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm](http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm). Erişim tarihi: **03.12.2006**
69. **Çalış N.** Popüler kültür bağlamında rock müziğinin analizi. “Yayımlanmamış” Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, **2006**
70. **Jay M.** *Adorno* Çeviren: Ünsal Oskay. 1. Baskı, İstanbul: Der yayınları, **2001**:164-167
71. **Adorno W.T.** *Minima Moralia*. Çeviren: Orhan Koçak, Ahmet Doğukan. 2. Baskı, İstanbul: Metis yayınları, **2000**: 207
72. **Sandıkçı Ö, Ger G.** Türban tesettür ve moda. Erişim: [http:// www.milliyet.com.tr/2005/02/14/guncel/agun.html](http://www.milliyet.com.tr/2005/02/14/guncel/agun.html). Erişim tarihi: **12.10.2006**
73. **Dağtaş B.** *Reklâmı Okumak*. 1. Baskı, Ankara: Ütopya Yayınları, **2003**: 77
74. **Konyar H.** Basında tüketici yurttaş kimliği yaratma çabaları. Erişim: <http://www.istanbul.edu.tr/4.boyut/tuketiciyurttas-hurriyet.asp>. Erişim tarihi: **12.10.2006**
75. **Çaplı B.** *Medya ve Etik*. 1. Baskı, İstanbul: İmge yayınevi, **2002**: 46-47
76. **Oskay Ü.** *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*. 1. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, **1998**: 264
77. **Erdoğan İ, Alemdar K.** *Popüler Kültür ve İletişim*. 2. Baskı, Ankara : Erk yayınları, **2005**: 299
78. **Amin S.** *Kapitalizmin Hayaleti* Çeviren: Cengiz Alkan. 1. Baskı, İstanbul: Sarmal Yayınevi, **1999**: 101

79. **Timur T.** *Küreselleşme ve Demokrasi Krizi*. 2. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, **2000**: 58
80. **Maguire J.** Global sport identities societies and civilizations. Erişim: <http://www.sport.gov.tr/2/24/243/2431/24313/e243138.html>. Erişim tarihi: **07.11.2006**
81. **Maguire J.** Sport and Globalisation. Erişim:<http://www.sportanddev.org/en/issues/globalisation.html>. Erişim tarihi: **12.06.2006**
82. **Rowe D.** Sport and the repudiation of the global. *International Review for the Sociology of Sport*, **2003**; 38 (3): 281–294
83. **Wong LL, Trumper R.** Global celebrity athletes and nationalism futbol hockey and the representation of nation. *Journal of Sport & Social Issues*. **2002**; 26 (2): 168-194
84. **Phillips MG, Hutchins B.** Losing control of the ball the political economy of football and the media in Australia. *Journal of Sport & Social Issues*. **2003**; 27 (3): 215-232
85. **Hone P.** Assessing the contribution of sport to the economy. Erişim: http://www.deakin.edu.au/buslaw/aef/publications/workingpapers/swp2005_02.pdf. Erişim tarihi: **10.08.2006**
86. **Berber S.** Bir marka genişletme aracı olarak lisans uygulamaları Türk futbol endüstrisine yönelik bir araştırma. “Yayınlanmamış” Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, **2006**
87. **Bambery C.** Marksizm ve Spor. *Felsefelogos*, **2005**; (1-2): 351
88. **LaFeber W.** *Michael Jordan ve Yeni Küresel Kapitalizm* Çeviren: Aysel Morin. 1. Baskı, İstanbul: Cep Kitapları 156 Kurtiş Matbaası, **2001**: 50
89. **Maguire J.** Challenging the sports industrial complex human sciences advocacy. *European Physical Education Review*, **2004**; 10(3):299–322
90. **Giulianotti R, Robertson R.** The globalization of football. *The British Journal of Sociology*, **2004**; 55(4): 1468- 4446
91. **Sönmez M.** Futbolun ekonomi politiği. *Toplumsal Tarih*, **2002**; (102): 60-63
92. **Daşdan EN, Çamlıyer H, Yılmaz S, Çamlıyer H.** Küreselleşme postmodernizm ve beden eğitimi. Spor Eğitiminin ve Performansının Felsefi Temelleri Sempozyumu. Manisa, 8-9 Nisan **2005**: 113
93. Kaynak:**Doğan C.** Gönderen: cemdogan@mail.mku.edu.tr (**17.04.2007**). Küreselleşmenin spora etkileri. Alıcı: **İnal R.** rahsan.inal@gmail.com
94. **Şahin M.** “Yayınlanmamış” Ders Notları. Adana, **1998**
95. **Doruk B, Şenduran FS.** *Futbolun Anatomisi*. 1. Baskı, İstanbul: Ötüken Yayınevi, **2006**: 149
96. **Filiztekin A.** Türkiye Birinci Futbol Ligi’nde Rekabet, 1990- 2004. Erişim: <http://www.ekonometriderneği.org/bildiriler/o6s1.pdf>. Erişim tarihi: **12.12.2006**
97. **Authier C.** *Futbol A.Ş.* Çeviren: Ali Berktaç. 1.Baskı, İstanbul: Kitap Yayınevi, **2002**: 55-56
98. **Maguire J, Pearton R.** The impact of elite labour migration on the identification, selection and development of European soccer players. *Journal of Sports Sciences*, **2000**; (18): 759- 769

99. **Topçuoğlu N.** Gelişmekte olan ülkeler oynuyor ama kazanamıyor. Referans Gazetesi. **18.06.2006**: 31
100. **Rüyanın Sonu.** Erişim: <http://www.vestelatletizm.com/haberler/default.aspx?yiID=2006&ayID=11>. Erişim tarihi: **29.11.2006**
101. **Andreff W.** The taxation of player moves from developing countries. In: Fort R, Fize J. eds, *International Sports Economics Comparisons*, 1 st Ed. Westport: Praeger, **2004**: 87-103
102. **Koç MN.** Futbol ve globalleşme. Erişim: http://www.dream.gen.tr/toplum/futbol_ve_globallesme.php. Erişim tarihi: **18.05.2006**
103. **Stead D, Maguire J.** Rite de passage or passage to riches. *Journal of Sport & Social Issues*, **2000**; 24 (1): 36-60
104. **Kızıyalın A.** 32 Ulusal takım teknik direktörü. Cumhuriyet Gazetesi. **13.06.2006**; Sayı: 29469: 18
105. **Özdemir Y.** Göçmenler şampiyonası. Erişim: <http://www.evrensel.net/06/06/28/kose.html#5>. Erişim tarihi: **22.12.2006**
106. **Hödl G.** The second globalisation of soccer. Erişim: <http://www.ftng.org/news/index.php?op=read&articleid=1237>. Erişim tarihi: **17.10.2006**
107. **Odabaşı Y.** Çocuk Emeğini Sömürmeye Son. Radikal İki Gazetesi, **23.07.2006**; 511: 11
108. **Bairner A.** Globalization and sport the nation strikes back. Erişim: http://www.findarticles.com/p/articles/mi_qa4026/is_200310/ai_n9316272. Erişim tarihi: **20.11.2006**
109. Vestel atletizm haberleri. Kenya eski vatandaşlarına sertleşiyor. Erişim: http://www.vestelatletizm.com/haberler/pop_haber.aspx?haberID=275. Erişim tarihi: **11.12.2006**
110. **Akcan S.** Türk basketbolunun güç aldığı coğrafya. Erişim: <http://sporvizyon.zaman.com.tr/?bl=59&hn=12676>. Erişim tarihi: **25.04.2007**
111. **Ergenç E.** Bir Amerikan mucizesi olarak NBA modeli. Erişim: http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=14599&ForArsiv=1. Erişim tarihi: **03.07.2006**
112. NBA players from around the world. Erişim: http://www.nba.com/players/int_players_0607.html. Erişim tarihi: **20.01.2007**
113. **Simson V, Jennings A.** *Olimpiyatlar Sahtekârlık ve Medya Çeviren*: Mehmet Harmancı. 1. Baskı, İstanbul: Şefik Matbaası Milliyet Yayınları, **1994**: 306
114. **Rekabet Kurulu Raporu. 6.2.2001. Karar Sayısı: 01-07/62-19.** Erişim: <http://www.rekabet.gov.tr/pdf/01-07-62-19.pdf>. Erişim Tarihi: 10.09.2006
115. **Günaydın KR.** Futbol Sadece Futbol Değil. *ActiveLine*, Elektronik Dergi, **2002**: 6. Erişim: http://www.makalem.com/Search/ArticleDetails.asp?&where=true&nARTICLE_id=1805
116. **Digitürk.** Erişim: <http://www.digiturk.gen.tr/package/?id=6>. Erişim tarihi: **02.05.2007**
117. **Çukurova Holding.** Erişim: http://www.cukurova.com.tr/turkce/group_comp.htm. Erişim tarihi: **26.04.2007**
118. **Deloitte Türkiye 2007. Avrupa Birliği Sürecinde Türk Futbolu.** Erişim: <http://www.deloitte.com/dtt/research/0,1015,cid%253D150374,00.html>. Erişim tarihi: **22.03.2007**

119. **Rekabet Kurulu Kararı. 22. 9. 2005.** Karar Sayısı: 05-59/880-237. Erişim: [http:// www.rekabet.gov.tr/pdf/05-59-880-237.pdf](http://www.rekabet.gov.tr/pdf/05-59-880-237.pdf). Erişim tarihi: **24.04.2007**
120. **Klose A.** Televizyon futbolu. Ed: Horak R, Reiter W, Bora T. *Futbol ve Kültürü*. 1. baskı. İstanbul: İletişim Yayınları, **1993**: 374-375
121. **Bilgiç UA.** Top artık dikdörtgen. Radikal İki Gazete Eki, **29.04.2007**; Sayı: 551: 10
122. **Demirkol M.** Süper lig ilk yarı fikstürü. Milliyet Gazetesi. **08.07.2006**; 20
123. **McGill C.** Futbolun Kârhanesi. Çeviren: Can Cemgil. 1. Baskı, İstanbul: İthaki Yayınları, **2006**: 115
124. **Ulagay O.** Futbolun arka yüzü 2 futbol nasıl küreselleşti. Erişim: [http:// www.milliyet.com.tr / 2006/06/21/yazar/ulagay.html](http://www.milliyet.com.tr/2006/06/21/yazar/ulagay.html). Erişim tarihi: **23.06.2006**
125. **Gökçe A.** FIFA'nın da Wild Card'ı olmalı. Milliyet Gazetesi; **07.06.2006**: 22
126. **Sugden J, Tomlinson A.** Football and Fifa in the postcolonial world. In: John Bale J, Cronin M. Eds. *Sport and Postcolonialism*. 1.st Ed. Oxford: Berg, **2003**: 186
127. **Cambridge Econometrics.** *The Value of the Sports Economy in England in 2000 Final Report*. England: June **2003**. Erişim: http://www.sportengland.org/sporteng_sw_june03.pdf Erişim tarihi: **12.10.2006**
128. Sports participation, % of population playing football UK Canada Australia. Erişim: http://www.footballeconomy.com/stats/stats_att_x.htmMiscellaneous. Erişim tarihi: **05.12.2006**
129. **Açıkada C, Ergen E.** *Bilim ve Spor*. 1. Baskı, Ankara: Büro-tek ofset Matbaacılık, **1990**:2
130. **GSGM.** Federasyonlara Göre Sporcu Sayıları. Erişim: <http://www.gsgm.gov.tr>. Erişim tarihi: **18.05.2007**
131. **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Beden Eğitimi, Spor ve İstanbul Olimpiyatları. Özel İhtisas Komisyonu Raporu.** DPT Yayını No: 2513, Ankara, 2000 Erişim: <http://ekutup.dpt.gov.tr/egitim/beden/oik530.pdf>. Erişim Tarihi: **02.02.2007**
132. **DİE.** İllere Göre Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'ne Ait Spor Tesisleri. Erişim: <http://www.tuik.gov.tr/veribilgi.do>. Erişim tarihi: **15.01.2007**
133. **Sponsorluk** Hakkında. Erişim: [http : //www.sponsorluk.gov.tr/sponsorluk.htm](http://www.sponsorluk.gov.tr/sponsorluk.htm). Erişim tarihi: **28.11.2006**
134. **Spor servisi.** Cumhuriyet Gazetesi, 29.06.2006; Sayı: 29485: 18
135. **Akdağ K.** Spor Sponsorluğu. Erişim: [http://www.makalem.com/Search /ArticleDetails.asp? Narticle_id=4110](http://www.makalem.com/Search/ArticleDetails.asp?Narticle_id=4110) Erişim tarihi: **02.02.2007**
136. **Üzüm B.** Sporun kitlelere etkisi ve sponsorluk. "Yayınlanmamış" yüksek lisans tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde, **2003**
137. **I. Sponsorluk Kongresi.** Erişim: [http://www.sponsorlukkongresi.org / amacimiz.html](http://www.sponsorlukkongresi.org/amacimiz.html). Erişim tarihi: **28.11.2006**
138. **Şahin HM, Koç S, Yılmaz A.** *Beden Eğitimi ve Sporda Sponsorluk*. 1. Baskı, Ankara: Gaziantepspor Kulübü Spor Eğitim Yayınları Nobel Yayın Dağıtım, **2003**: 72

139. **Sınır tanımayan basketbolcular Türkiye’de.** Erişim: <http://www.nba.com/media/bwbturkpr.pdf>. Erişim tarihi: **12.06.2006**
140. **Spor Servisi.** Çok uluslu şirketler gözünü Beiijing 2008’e dikti. Erişim: http://www.dunyagazetesi.com.tr/news_display_prn.asp. Haber tarihi: 09.08.2004. Erişim tarihi: **06.05. 2006**
141. **Perryman M, Marquseel M.** Milli Takımımız Kazanmasın da Hangi Takım Kazanırsa Kazansın. Birgün Gazetesi, **09.06.2006**; 787: 6
142. Coca-Cola renews olympic torch sponsorship. Erişim: <http://www.sportbusiness.com/news/161760/coca-cola-renews/olympic-torch/sponsorship>. Erişim tarihi: **27.04.2007**
143. **Kireççi YS.** Satışlara Kupa Dopingi. Radikal Gazetesi, **16.04.2006**: 16
144. **Spor servisi.** Futbola değil paraya gidiyor. Vatan Gazetesi, **13.01.2007**: 5
145. Adidas 11 yıllığına NBA’in sponsoru. Erişim: http://www.hurriyetusa.com/haber/haber_detay.asp?id=8535. Erişim tarihi: **25.04.2006**
146. NBA yönetimi Çin’li Mengniu süt ürünleri grubu ile sponsorluk anlaşması yaptı. Erişim: <http://www.ntvspor.net/pages/7059.asp>. Erişim tarihi: **25.04.2006**
147. **Spor Servisi.** Sekiz takıma reklâm desteği. Radikal Gazetesi, **21.07.2006**; Sayı 3569: 20
148. **Spor Servisi.** Ve huzurlarınızda Fenerbahçe Ülkerspor. Radikal Gazetesi, **25.07.2006**; 3573:18
149. **Dindar N.** Galatasaray’ı Transfer Böldü.Cumhuriyet Gazetesi, **13.07.2006**; Sayı: 29499: 18
150. Ülker’in spora yatırımı Fenerbahçe’yi bile aştı. Erişim: <http://www.ulker.com.tr/ulkerportal/haberler/info.cfm?iid=875>. Erişim tarihi: **23.01.2007**
151. Major European clubs kit suppliers and shirt sponsors 2004/05. Erişim: http://www.footballeconomy.com/stats/stats_turnover_04.htm. Erişim tarihi: **05.12.2006**
152. **Elstone R, Houlihan A, Parkes R, Roberts M.** Football Money League 2005. In: Jones D. Deloitte & Touche. <http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/DeloitteFootballMoneyLeague2005.pdf>. Erişim Tarihi: **22. 12. 2006**
153. English premier league clubs shirt sponsors 2004/05. Erişim: http://www.footballeconomy.com/stats/stats_turnover_05.htm . Erişim tarihi: **06.01.2007**
154. Italy Serie A Clubs Shirt Sponsors Season 2005/06. Erişim: http://www.footballeconomy.com/stats/stats_turnover_15.htm. Erişim tarihi: **06.01.2007**
155. **Argan M.** “Yayınlanmamış” doktora tezi. Spor pazarlamasında sponsorluk ve futbol branşında sponsorluk yapan kuruluşlara ilişkin bir araştırma. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Eskişehir Ağustos **2001**
156. **İMKB.** Erişim: <http://www.imkb.gov.tr>. Erişim tarihi: **01.01.2007**
157. **Akşar T.** Futbolun sponsoru sponsorun futbolu. Erişim: http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=2&url=uzman/ta037.htm. Erişim tarihi: **03.05. 2006**
158. **Kahveci M.** Metin Tükenmez ile söyleşi. Evrensel Gazetesi Genç Hayat, **07.06.2006**; sayı 10: 13
159. Manufacturer shares of football boots market UK 2000. Erişim: http://www.footballeconomy.com/stats/stats_oth_1.htm. Erişim Tarihi: **05.12.2006**

160. **Doğan C.** Türkiye’de futbolun ekonomisi. “Yayınlanmamış” yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, **1999**
161. **Akşar T, Merih K.** *Futbol Ekonomisi*. 1. Baskı, İstanbul: Literatür Yayıncılık, **2006**:3
162. **Güreş T.** Futbol ekonomisinde naklen yayın gelirlerinin bölüşümünün analizi. “Yayınlanmamış” yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, **2006**
163. **Merih K.** Futbolun küreselleşmesi 2004. Erişim: <http://www.ntvmsnbc.com/news/294049.asp>. Erişim tarihi: **15.11.2006**
164. **Dorukkaya Ş. Ebiçlioğlu FK. Kıratlı A.** *Türkiye’de Futbol Kulüplerinin Şirketleşmesi Halka Açılması, Finansmanı ve Vergileme*. 1. Baskı, İstanbul: Dünya Yayıncılık, **1998**: 17- 22
165. **Hacıköylü C.** Türkiye’de profesyonel spor kulüplerinin ve sporcuların vergilendirilmesi. “Yayınlanmamış” yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, **2001**
166. **Devecioğlu S.** Halka arz edilen spor kulüplerinin sportif başarıları ile piyasa değerleri arasındaki ilişki. *Sportmetre*, **2004**; 2(1): 11-18
167. **Arı Ö.** Futbol baronlarına 'UEFA' freni. Erişim: <http://www.zaman.com.tr/webapp-tr/haber.do?haberno=468112>. Erişim tarihi: **01.01.2007**
168. **Kuper S.** Petrol kralları futbolun da kralları oluyor. *Sporist*, **2006**; Özel Yayın(1): 78- 79
169. **MsPherson BD, Curtis JE, Loy JW.** *The Social Significance of Sport*, 1.st Ed. Champaign: Human Kinetics Books, **1989**:180-182
170. **Deloitte Football Money League 2006.** Deloitte & Touche Erişim: <http://www.deloitte.com/dtt/research/0,1015,sid%253D54002%2526cid%253D110868,00.html>. Erişim tarihi: **23.12.2006**
171. **Deloitte & Touche.** Annual Review of Football Finance Europe’s Premier Leagues 2006. Highlights. Erişim: http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/ARFF_2006_Highlights%281%29.pdf. Erişim tarihi: **05.01.2007**
172. **USSports Teams income comparisons top 10.** The Deloitte rich list the world’s top football clubs. Erişim: http://www.deloitte.com/dtt/press_release/0,1014,sid%253D7485%2526cid%253D41010,00.html. Erişim Tarihi: **12.12. 2006**
173. **Forbes .** NBA Team Valuations. Erişim: http://www.forbes.com/lists/2006/32biz_06nba_NBA-Team-Valuations_Rank_print.html Erişim: **03.03.2007**
174. **Tekinoktay H.** Adidas Nike finali mi. Birgün Gazetesi, **17.06.2006**; 14
175. **Kazancı MN.** Profesyonel futbolcu transfer sözleşmesi. “Yayınlanmamış” yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, **2002**
176. **Top 30 European Clubs by Attendances- 2005/ 06.** Erişim: http://www.footballeconomy.com/stats/stats_att_06.htm. Erişim Tarihi: **05.12.2006**
177. **Türkiye Futbol Federasyonu.** Erişim: www.tff.org.tr/Default.aspx?pageID=119. Erişim tarihi: **12.05.2007**
178. **TFF.** Futbol Kamuoyu Araştırması. Temmuz **2005**

179. **Kupanın seyirci ortalaması.** Erişim: <http://www.ntvmsnbc.com/news/161259.asp> 20.05.2003. Erişim tarihi: **10.05.2006**
180. **Transfer Spending by English Premier League Clubs in 2004.** Erişim:http://www.footballeconomy.com/stats/stats_turnover_10.htm. Erişim tarihi: **05.12.2006**
181. **Most Expensive Player Transfers in English Football- up to August 2006.** Erişim: http://www.footballeconomy.com/stats/stats_turnover_07.htm. Erişim tarihi: **05.12.2006**
182. **Watson JC.** Sport and economy. Erişim: www.wvu.edu/~physed/sportpsych/watson/SportandtheEconomy.ppt. Erişim tarihi: **14.07.2006**
183. **Rowe D.** *Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası.* Çeviren: Mehmet Küçük. 1. Baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, **1996**: 189- 192
184. **İnal R.** Küreselleşen futbol. *Evrensel Kültür*, **2006**; (177): 25-27
185. **Werron T.** Globalization and world sport a conceptual analysis. The 37. World Congress of the international institute of sociology. Stockholm Sweden, **July 5. 9. 2005**: 32. Erişim: <http://www.scasss.uu.se/iss2005>. Erişim tarihi: **11.10.2006**
186. **Erdemli A.** *Spor Felsefesi.* 1. Baskı, İstanbul: E Yayınları, **2002**: 88- 90
187. **Fernando D.** The fusing of sport and politics. *Journal of Sport & Social Issues*, **2003**; 27 (3): 293-307
188. **Kuper S.** *Futbol Asla Sadece Futbol Değildir.* Çeviren: Sinan Gürtunca. 1. Baskı, İstanbul: Sabah Kitapları, **1996**: 213-214
189. **Uluslararası Basketbol Federasyonu.** Erişim: http://tr.wikipedia.org/wiki/Uluslararası_Basketbol_Federasyonu. Erişim tarihi: **02.11.2006**
190. **Merih K.** FIFA ekumenliği ve futbolda yolsuzluk 2007. Erişim: <http://www.fesam.org>. Erişim tarihi: **02.02.2007**
191. **Jennings A.** *Faul Fıfa'nın Karanlık Yüzü.* Çeviren: Elif Böke. 1. Baskı, Ankara: Bilgi Yayınevi, **2007**: 85-95
192. **Wikipedia the free encyclopedia.** G-14. Erişim: <http://wikipedia.org/wiki/G-14>. Erişim tarihi: **02.05.2007**
193. **Spor servisi.** Domenech' ten G- 14 uyarısı. Erişim: <http://www.radikal.com.tr/haber.php?Haberno=219588>. Erişim tarihi: **27.04.2007**
194. **Annan K.** Secretary General of the United Nations Olympic Aid Roundtable Forum, Salt Lake City Olympic Games **2002**. Erişim:<http://www.un.org/themes/sport/>. Erişim tarihi: **16.11.2006**
195. **Miller T, Lawrence G, McKay J, Rowe D.** Modifying the sign sport and globalization. Duke University Press Social Text. Erişim: http://muse.jhu.edu/demo/social_text/v017/17.3miller.html#authbio4. Erişim tarihi: **12.10.2006**
196. **Şahin M.** Olimpizm ideolojisi ve eleştirisi. *Özgür Üniversite Forumu*, **2004**; (25): 71-72
197. **Amara M.** 2006 Qatar Asian Games a modernization project from above. *Sport in Society*, **2005**; 8(3):493-514
198. **Wensing E.** Olympics in an age of global broadcasting 2004. Erişim: <http://yaleglobal.yale.edu/display.article?id=4340>. Erişim tarihi: **11.08.2006**

199. **Universiade 2005**. Erişim: <http://www.deu.edu.tr/atiksu/ana62/ana62.html>. Erişim tarihi: **22.12.2006**
200. **Bernstein A.** Things you can see from there you can't see from here globalization media and the olympics. *Journal Of Sport&Social Issues*, **2000**; 24(4):351- 369
201. **İzbul A.** Küreselleşmenin ulusallıkla imtihanı. Cumhuriyet Spor Gazetesi. **27.03.2007**: 10
202. **Jackson SJ, Hokowhitu B.** Sport tribes and technology the New Zealand all blacks Haka and the politics of identity. *Journal of Sport & Social Issues*, **2002**; 26(2): 125-139
203. **Law A, Harvey J, Kemp S.** The global sport mass media oligopoly. *International Review For The Sociology Of Sport*, **2002**; 37(3-4): 279-302
204. **Wichterich C.** *Küreselleştirilen Kadın Eşitsizliğin Geleceğinden Notlar*. Çev. Tunç Tayanç, Füsün Tayanç. 1. Baskı, Ankara: Türk Sosyal Bilimler Derneği, **2004**:39-42
205. **Mangan JA.** Epilogue empire in denial an exceptional kind of imperialism. *The International Journal of the History of Sport*, **2005**; 22(6): 1194- 1197
206. **Emrence C.** Marksizmden Küreselleşme Okuluna: Spor Sosyolojisi, 1970- 2005. *Toplum ve Bilim*, **2005**;(103): 99-100
207. **Kızık S.** Marcio Mert oldu. Cumhuriyet Spor Gazetesi. **27.03.2007**; 9
208. **Trifonas PP.** *Umberto Eco ve Futbol*. Çeviren: Derya Kömürcü. 1. Baskı, İstanbul : Everest Yayınları, **2004**: 22
209. **Kızılçelik S.** *Zalimler ve Mazlumlar*. 1. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, **2004**: 51- 68
210. **Şahin M.** *Spor Ahlakı ve Sorunları*. 1. Baskı, İstanbul: Evrensel Basım Yayın, **1998**: 74-75
211. **Kültür ve Spor**. Erişim: <http://www.sporbilim.com /index.php?s= icerik&katid= 83& id= 149>. Erişim tarihi: **02.04.2006**
212. **Fişek K.** *Sporun Anatomisi*. 1. Baskı, İstanbul: YGS Yayınları, **2003**: 41- 47
213. **Çok Z.** O duruşa ne oldu. *Zaman Gazetesi*. **25.04.2007**; 30
214. **Nutku U.** *Daha Güncel Felsefe*. 1. Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, **2006**: 111- 114
215. Kaynak: **Tafolar M.** Gönderen: tafolar@yahoo.com (**21.02.2007**).İsteğiniz. Alıcı: Oğuz H. haliloguz58@mynet.com
216. Türkiye Atletizm, Basketbol, Futbol, Voleybol Federasyonu.Erişim: <http://www.tff.org.tr>, www.taf.org.tr, www.voleybol.org.tr, www.tbf.org.tr Erişim tarihi: **10.05.2007**
217. **Vestel Atletleri**. Erişim: <http://www.vestelatletizm.com>. Erişim tarihi: **22.01.2007**
218. **Gökmen S.** Beko Türkiye Basketbol Ligi'nin Sponsoru Oldu. Erişim: http://www.sportturk.com/icerik.php?haber_id?= 2740. Erişim tarihi: **25.01.2007**
219. Turkcell, Süper Lig'e 5 Yıl Boyunca Adını Verecek. Erişim: <http://www.turkcell.com.tr/index/0,1028,300658,00.html>. Erişim tarihi: **19.12.2006**
220. **Akşar T.**2005-06 Sezonunda Havuz Gelirleri Nasıl Dağıldı?. Erişim: http://www.fesam.org_makale.php?kod=28url=uzman/ta032.htm. Erişim tarihi: **12.12.2006**
221. **TOBB Yayınları**. İso 500 Büyük Sanayi Kuruluşu. *Ekonomik Forum* **2006**: 53.

ÖZGEÇMİŞ

09 Kasım 1973' te Artvin' de doğdu. 1995 yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği bölümünden mezun oldu. Halen Mersin' de Milli Eğitim Bakanlığına bağlı bir ilköğretim okulunda görev yapmaktadır.