

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**SÜPER LİG'DEKİ SEYİRCİ AZALMASININ
NEDENLERİ İLE FUTBOL TARAFTARLARININ
E-BİLET UYGULAMASINA BAKIŞ AÇILARININ
ARAŞTIRILMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gökhan ÇAKMAK

Enstitü Anabilim Dalı: Spor Yöneticiliği

Tez Danışmanı: Dr.Öğr.Üyesi Sevda ÇİFTÇİ

HAZİRAN – 2018

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

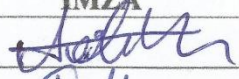
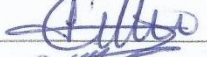

SÜPER LİG'DEKİ SEYİRCİ AZALMASININ
NEDENLERİ İLE FUTBOL TARAFTARLARININ
E-BİLET UYGULAMASINA BAKIŞ AÇILARININ
ARAŞTIRILMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gökhan ÇAKMAK

Enstitü Anabilim Dalı: Spor Yöneticiliği

"Bu tez 01.06/2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği / Geçerliliği ile kabul edilmiştir."

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Doc.Dr.Ahmet Tekmeler	Olumlu	
Dr. Öğr. Üyesi Sevdâ CİFTÇİ	Olumlu	
Dr. Öğr. Üyesi Ersin EKİLER	Olumlu	



SAKARYA
ÜNİVERSİTESİ

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ SAVUNULABİLİRLİK VE ORJİNALLİK BEYAN FORMU

Sayfa : 1/1

Öğrencinin

Adı Soyadı :	Gökhan Çakmak
Öğrenci Numarası :	1560Y69001
Enstitü Anabilim Dalı :	Spor Yöneticiliği
Enstitü Bilim Dalı :	
Programı :	<input checked="" type="checkbox"/> YÜKSEK LİSANS <input type="checkbox"/> DOKTORA
Tezin Başlığı :	SÜPER LİG'DEKİ SEYİRCİ AZALMASININ NEDENLERİ İLE FUTBOL TARAFTARLARININ E-BİLET UYGULAMASINA BAKIŞ AÇILARININ ARAŞTIRILMASI
Benzerlik Oranı :	%15

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,

Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi beyan ederim.

09/05/2018
Öğrenci İmza

Sakarya Üniversitesi Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez çalışması ile ilgili düzenleme tarafımda yapılmış olup, yeniden değerlendirilmek üzere@sakarya.edu.tr adresine yüklenmiştir.

Bilgilerinize arz ederim.

...../...../20.....
Öğrenci İmza

Uygundur

Danışman
Unvanı / Adı-Soyadı: Dr.Öğr.Üyesi Sevda ÇİFTÇİ

Tarih: 09.05.2018

İmza:

KABUL EDİLMİŞTİR

REDDEDİLMİŞTİR

EYK Tarih ve No:

Enstitü Birim Sorumlusu Onayı

ÖNSÖZ

Bu tezin yazılması aşamasında, lisans eğitimim boyunca hem akademik çalışmalarıyla hem de insani ve ahlaki değerleriyle örnek edindiğim, onu tanımaktan onur ve gurur duyduğum, çalışmamı sürekli takip eden, benden yardımlarını hiçbir zaman esirgemeyen ve aynı zamanda tez danışmanlığımı da yapan değerli hocam Dr.Öğr.Üyesi Sevda ÇİFTÇİ' ye değerli katkıları ve emekleri için gönülden teşekkürlerimi sunarım.

Tezin son halinin verilmesine yaptıkları katkılardan dolayı değerli jüri üyeleri Ahmet TALİMCİLER ve Ersin ESKİLER'e gönülden teşekkürlerimi sunarım.

Verilerin analizi ve sunum hazırlığı kısmında katkıları bulunan değerli hocam İhsan SARI'ya gönülden teşekkürlerimi sunarım.

Tez hazırlığı, yazımı ve sonraki süreçlerde hep yanımda olan ve beni sürekli destekleyen sevgili Pelin YEŞİLYURT'a sonsuz teşekkürler.

Verilerin toplanması sırasında sabırla ve samimiyetle çalışmaya katılım gösteren bütün futbol taraftarlarına, son olarak da bu süreç boyunca farklı bir şehirde olmalarına rağmen her an yanımda hissettiğim *Aileme* sonsuz teşekkürler.

Gökhan ÇAKMAK

04.06.2018

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iii
TABLO LİSTESİ	iv
ŞEKİL LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	viii
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: KAVRAMSAL ÇERÇEVE	6
1.1. Futbolun Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	6
1.2. Futbol Endüstrisi	9
1.3. Futbol Yönetimi	12
1.3.1. Futbolda Genel Yönetim Modelleri	15
1.4. Futbol Ekonomisi	17
1.4.1. Futbol Ekonomisinin Gelir Kaynakları	19
1.4.1.1. Yayın Gelirleri	21
1.4.1.2. Ticari Gelirler	26
1.4.1.3. Maç Günü Gelirleri	31
1.5. Futbol Taraftarlığı	33
1.5.1. Taraftar Tipleri	36
1.6. Futbol-Şiddet İlişkisi	37
1.6.1. Modern Futbolda Dünya’da Yaşanan Önemli Şiddet Olayları	40
1.6.2. Modern Futbolda Türkiye’de Yaşanan Önemli Şiddet Olayları	42
1.7. Süper Lig	44
1.8. Türk Futbolunda E-Bilet Uygulaması: Passolig	45
1.8.1. Passolig Benzeri Uygulamalar	46
BÖLÜM 2: YÖNTEM	47
2.1. Araştırmanın Modeli	47
2.2. Evren ve Örneklem	47
2.3. Veri Toplama Aracı	49
2.4. Verilerin Elde Edilmesi ve Analizi	49
2.5. Geçerlik ve Güvenirlilik	50

BÖLÜM 3: BULGULAR	51
BÖLÜM 4: TARTIŞMA	71
BÖLÜM 5: SONUÇ VE ÖNERİLER	83
KAYNAKÇA	86
EKLER	94
ÖZGEÇMİŞ	100



KISALTMALAR

- AB** : Avrupa Birliği
- A.Ş.** : Anonim Şirket
- FIFA** : Federation Internationale de Football Association
(Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği)
- TFF** : Türkiye Futbol Federasyonu
- TKYD** : Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği
- UEFA** : Union of European Football Associations
(Avrupa Futbol Federasyonları Birliği)



TABLO LİSTESİ

Tablo 1 : Yönetim Modelleri	15
Tablo 2 : 2015-2016 Futbol Sezonunda Avrupa’da En Fazla Gelir Elde Eden Futbol Kulüpleri.....	20
Tablo 3 : Avrupa Ve Türkiye’deki Bazı Kulüplerin Sponsorları	28
Tablo 4 : 4 Büyük Kulübün 2014-2015, 2015-2016 Ve 2016-2017 Futbol Sezonları Maç Günü Gelirleri.....	32
Tablo 5 : Süper Lig’deki 4 Büyük Kulübün Passolig Öncesi Ve Sonrası Seyirci Ortalamaları	36
Tablo 6 : Kmo Ve Bartlett Küresellik Testi Tablosu.....	47
Tablo 7 : Katılımcıların Kişisel Bilgileri	48
Tablo 8 : Katılımcıların Passolig Uygulamasına Bakış Açıklarına İlişkin Sorulara Verdikleri Cevapların Sayısal Ve Yüzdesel Dağılımları.....	51
Tablo 9 : Katılımcıların Seyirci Azalmasının Nedenlerine İlişkin Sorulara Verdikleri Cevapların Sayısal Ve Yüzdesel Dağılımları	53
Tablo 10 : Katılımcıların Passolig Uygulaması Hakkındaki Görüşlerinin Sayısal Dağılımları.....	58
Tablo 11 : Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına Ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Mann Whitney-U Testi Sonuçları.....	59
Tablo 12 : Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına Ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	60
Tablo 13 : Yaş Değişkenine Göre Passolig’e Bakış Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları.....	61
Tablo 14 : Yaş Değişkenine Göre Seyirci Azalmasının Nedenleri Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları	62
Tablo 15 : Katılımcıların Eğitim Durumu Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına Ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Kruskal Wallis Testi Sonuçları	63

Tablo 16 : Katılımcıların Stadyumda Maç İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına Ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	64
Tablo 17 : Stadyumda Maç İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Passolig'e Bakış Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları.....	65
Tablo 18 : Stadyumda Maç İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Seyirci Azalmasının Nedenleri Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları	66
Tablo 19 : Katılımcıların Taraftarı Oldukları Takım Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına Ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Kruskal Wallis Testi Sonuçları.....	67
Tablo 20 : Taraftarı Olunan Takım Değişkenine Göre Passolig'e Bakış Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları.....	68
Tablo 21: Taraftarı Olunan Takım Değişkenine Göre Seyirci Azalmasının Nedenleri Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları.....	69
Tablo 22 : Katılımcıların Yayıncı Kuruluş Aboneliği Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına Ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Mann Whitney-U Testi Sonuçları	70

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1 : Türk Futbol Kulüplerinin Klasik Örgütsel-Kurumsal Yapılanması	12
Şekil 2 : Genel Olarak Avrupa'da Şirket Statüsünde Örgütlenmiş Futbol Kulüplerinde Kurumsal Yapılanış Şeması.....	14
Şekil 3 : 2015-2016 Futbol Sezonu Naklen Yayın Gelirleri	25
Şekil 4 : 2016-2017 Futbol Sezonu Naklen Yayın Gelirleri	25
Şekil 5 : Araştırmanın Modeli.....	47



Tezin Başlığı: Süper Lig'deki Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenleri İle Futbol Taraftarlarının E-Bilet Uygulamasına Bakış Açılarının Araştırılması	
Tezin Yazarı: Gökhan ÇAKMAK	Danışman: Dr.Öğr.Üyesi Sevda ÇİFTÇİ
Kabul Tarihi: 01.06.2018	Sayfa Sayısı: 12(ön kısım) + 93(tez) + 7(ek)
Anabilim Dalı: Spor Yöneticiliği	
<p>Bilindiği üzere Türkiye Futbol Süper Ligi'nde e-bilet uygulaması ihaleyi kazanan şirket tarafından Passolig adıyla kullanıma sunulmuştur. Bu araştırma, Türkiye Futbol Süper Ligi'ndeki seyirci sayısının Passolig öncesi dönemlere oranla daha düşük olmasının nedenleriyle ve futbol taraftarlarının Passolig uygulamasına bakış açılarının araştırılması amacını taşır.</p> <p>Araştırmanın örneklemini Sakarya ilinde yaşayan futbol seyircileri oluşturmuştur. Katılımcıların Süper Lig'deki takımlardan herhangi birinin taraftarı olmasına ve karşılaşmaları tribünlerde izleyen ya da izleme eğilimi olan kişilerden olmasına önem verilmiştir. Toplam katılımcı sayısı 500'dür. Araştırmada veri toplamak amacıyla 3 bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların kişisel bilgilerini, ikinci bölümde Passolig uygulamasına bakış açılarını, üçüncü bölümde ise seyirci sayısındaki azalmanın nedenlerine ilişkin görüşlerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anket formu 5'li likert şeklinde hazırlanmış 37 soru ile katılımcıların Passolig uygulaması hakkında düşüncelerini belirlemek için hazırlanmış 1 adet açık uçlu soru olmak üzere toplam 38 sorudan oluşmaktadır. Araştırmada elde edilen nicel veriler IBM SPSS 25.0 paket programıyla değerlendirilmiş, nitel verilerin kodlama ve analizleri araştırmacı tarafından yapılmıştır.</p> <p>Araştırmanın sonunda katılımcıların görüşleri doğrultusunda; Passolig'in seyirci sayısını arttırmak, şiddet olaylarını azaltmak, karaborsa biletin önüne geçmek gibi işlevleri yerine getiremediği, katılımcılar tarafından rant sağlama aracı olarak görüldüğü ve seyirci azalmasının nedenleri ile ilgili ifadeler arasından en çok tercih edilen olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Passolig uygulamasının yanı sıra, bilet fiyatlarının yüksek olması, taraftarların ekonomik durumlarının yetersiz oluşu, medyanın taraflar arasında şiddeti körükleyici yayın yapması da seyirci sayısının azalmasının nedenleri arasında önde gelen diğer ifadelerdir.</p>	
Anahtar Kelimeler: Futbol, Taraftar, Süper Lig, E-Bilet, Passolig	

Title of the Thesis: The Investigation of The Reasons for The Decrease in The Number of Spectators in Super League and The Viewpoints of Football Fans' E-Ticket Application	
Author: Gökhan ÇAKMAK	Supervisor: Assist. Prof. Sevda ÇİFTÇİ
Date: 01.06.2018	Nu. of pages: 12(pre text) + 93(main body) + 7(App.)
Department: Sport Management	
<p>As it is known, in Turkey Football Super League was presented with the name of Passolig by the winner of the e-ticket application company. This research aims to investigate reasons why the number of spectators in the Turkish Football Super League is lower than before Passolig and what is the point of view of football fans to the application of Passolig.</p> <p>The sample of the research is formed by spectators who are living in Sakarya province. It is important that the participants were supposed to be fans of any of the teams in the Super League and those who had a tendency to watch the football on the tribune. The total number of participants is 500. In order to collect data in the survey, a questionnaire consisting of 3 sections was used. In the first part of the questionnaire, there are some questions about personal information of the participants, in the second part the views of spectators for Passolig application and in the third part the questions are about the reasons of the decrease in the number of spectators. The questionnaire list consisted of total 38 questions, 37 questions are consisting of 5 likert and 1 open-ended questionnaire to determine the participants' opinions about Passolig practice. The quantitative data obtained in the study were evaluated with the IBM SPSS 25.0 package program, and the coding and analysis of the qualitative data were performed by the researcher.</p> <p>At the end of the research, with the opinions of the participants; Passolig's attitude has never been reached functions such as increasing the number of spectators, reducing violence incidents, leading the black market ticket. It has seen as a means of providing rent by the participants, and being the most preferred among the expressions related to the reasons for the decrease in spectators. In addition to the Passolig, other highlights include the high ticket prices, the poor economic situation of the fans, and the broadcasting violent of media.</p>	
Keywords: Football, Fan, Super League, E-Ticket, Passolig	

GİRİŞ

Futbol, tarihi çok eski zamanlara dayanan bir spor dalıdır. Eski dönemlerde çeşitli toplumlarda çeşitli isimlerle futbola benzeyen oyunlar oynandığına dair bilgilere kaynaklarda rastlamak mümkündür. Futbolun günümüzdeki modern hali ise 18.yüzyıl Britanya'sında ortaya çıkmıştır. Önceleri sıradan insanlar tarafından amatör bir ruhla oynanan futbol, toplumların değişmesi ve gelişmesiyle birlikte yaşanan endüstriyelleşme sürecinden payına düşeni almıştır. Huizinga (2015: 246)'ya göre, 19.yüzyılın son yıllarından itibaren sporun bir zatiyet olarak gelişimi, giderek daha ciddi bir oyun kavramı içinde meydana gelmiş, kurallar belirginleşmiş ve çok daha detaylandırılmış ve zenginleştirilmiştir. Huizinga'nın 19. Yüzyıl'ın son çeyreği olarak tanımladığı dönem Sanayi Devrimi'nin etkisiyle toplumların hızla değiştiği döneme rastlamaktadır. Hemen hemen bütün spor dallarının bu dönemden payına düşeni aldığını ve kurallarında köklü değişikliklerin yapıldığını söylemek mümkündür.

Futbolun da bu endüstriyelleşme sürecinden payına düşeni aldığı söylenebilir. Bu endüstriyelleşme süreciyle beraber eski futbol sahaları terkedilerek daha büyük stadyumlar inşa edilmiş ve daha fazla insanın bu spor dalını izlemesi sağlanmıştır. Böylece futbol, kitleleri peşinden sürükleme gücüne ve dünyada büyük bir izleyici kitlesine sahip olan bir spor dalı haline gelmiştir. Büyük stadyumlarla beraber taraftarlık duygusu da zirve yapmıştır. Futbol özelinde ele alırsak taraftarlık basit tabiriyle, kendini bir takıma ait hissetme ve o takımı tribünde desteklemektir. Taraftarlığın anlamlı hale gelmesi için öteki olarak görülen rakip taraftar imgesine ihtiyaç vardır (Demir ve Talimciler, 2015: 33). Yaratılan "öteki" olma durumu ise şiddet eylemlerinin oluşmasına zemin hazırlamaktadır.

Kalabalık taraftar gruplarının bir arada olduğu yerler olan tribünlerde zaman zaman kavgalar ve izdihamlar yaşanmış, hatta bu olayların sonu çok sayıda insanın yaşamını kaybettiği facialara bile ulaşmıştır. Zaman içerisinde stadyumlarda yaşanan olay sayısında artış yaşanmış ve bu olaylar neticesinde de hükümetler bir takım kanuni önlemler almak zorunda kalmışlardır. Çeşitli ülkeler tarafından alınan farklı önlemler içerisinde futbolun yasaklanması, huzuru bozan davranışlarda bulunanlara çok sert cezalar verilmesi ve tribünlere giren insanları daha rahat takip edebilmek adına çeşitli kartlar kullanılmasına dair uygulamalar ilk etapta göze çarpan önlemlerdir.

Türkiye’de son dönemlerde tribün olaylarında ciddi bir artış olduğu gözlemlenmiştir. Bu tribün olaylarına mevcut kanunların yeterli olmadığı kamuoyunca kabul edilmiş ve bunun neticesinde yeni önlemler alınması gerektiği dile getirilmiştir. Bu gelişmelerin akabinde 14.04.2011 tarihinde Resmi Gazete ’de yayınlanan 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun yürürlüğe girmiştir (www.resmigazete.gov.tr, Erişim Tarihi: 06.02.2017). Bu kanun ile şiddet eylemlerinde bulunanlara ciddi cezalar öngörülmüş ve tribünlerde futbol müsabakası izlemek isteyen her bireyin kendi adına çıkarılmış bir elektronik karta sahip olması zorunluluğu getirilmiştir. Bu zorunluluğun ardından TFF, ülke çapındaki en üst lig olan Süper lig ve bir alt düzeydeki lig olan 1.Lig’te yer alan futbol kulüplerinin stadyumlarında E-Bilet sisteminin tasarımı, tedariki ve entegrasyonu amacıyla ihale sonucu özel sektörde faaliyet gösteren bir banka ile sözleşme imzalamıştır.

Bu özel banka E-Bilet kartının ve sistemin adını “Passolig” olarak belirlemiştir. Türkiye’de en üst seviye futbol ligi olan Süper Lig ve bir alt ligi olan 1.Lig’te uygulanması zorunlu olan bu sistem ile her futbol seyircisinin Passolig sistemine kaydolması, kendisine ait, üzerinde T.C. kimlik numarası ve fotoğrafı yer alan bir kart sahibi olması ve bu kartın yıllık ücretini ödemesi karşılığında futbol müsabakalarına bilet alabilmesi mümkün kılınmıştır. Bu karta sahip olmayanlar ise futbol müsabakalarına girememektedir. Stadyumlarda futbol müsabakası izlemek isteyen her seyircinin bu sistem üzerinden izlemek istedikleri müsabakaya ait biletlerini elektronik olarak satın alması ve Passolig kartına tanımlatması gerekmektedir.

Passolig’in yürürlüğe konulmasının ardından geçen sezonlarda ise tribünlere futbol karşılaşması izlemek için gelen insan sayısında önceki sezonlara kıyasla ciddi bir düşüş yaşandığı gözlemlenmiştir. Ayrıca yetkililer tarafından dile getirilen cezaların bireyselleşeceği, stadyum kapatma cezalarının ortadan kalkacağı, caydırıcı cezaların verileceği, karaborsanın önüne geçileceği gibi söylemlerinde altının doldurulamadığı açıktır. Tüm bu nedenlerle bu çalışmanın yapılması taraftar sayısındaki bu azalışın nedenleri bilimsel yöntemlerle ortaya koymak adına önem arz etmektedir.

Çalışmanın Amacı

Bu araştırma, Türkiye Futbol Süper Ligi'ndeki seyirci sayısının Passolig öncesi dönemlere göre düşük olmasının nedenlerini ve futbol taraftarlarının Passolig uygulamasına bakış açılarının araştırılması amacını taşır.

Problem

Konu hakkında bilgi sahibi, aktif olarak futbol maçlarını stadyumdan ya da dışardan takip eden katılımcıların, Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşleriyle, cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, maç izleme sıklıkları, yayıncı kuruluş abonelikleri ve tuttıkları takımlar arasında fark var mıdır?

Alt Problemler

- Katılımcıların Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşlerinde eğitim durumlarına göre fark var mıdır?
- Katılımcıların Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşlerinde maç izleme sıklıklarına göre fark var mıdır?
- Katılımcıların Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşlerinde yaşlarına göre fark var mıdır?
- Katılımcıların Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşlerinde cinsiyetlerine göre fark var mıdır?
- Katılımcıların Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşlerinde yayıncı kuruluş aboneliklerine göre fark var mıdır?
- Katılımcıların Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşlerinde tuttıkları takımlara göre fark var mıdır?
- Katılımcıların Passolig uygulaması ile ilgili farklı görüşleri bulunmakta mıdır?

Çalışmanın Önemi

Yapılan araştırmalara göre 2013-2014 futbol sezonunda Türkiye Futbol Süper Ligi'nde stadyumların doluluk oranı %46,7 olarak tespit edilmiştir. Futbolda E-Bilet uygulamasının, yani bilinen adıyla Passolig uygulamasının 2014-2015 sezonu itibariyle tam olarak uygulanmaya başlamasıyla stadyumlardaki doluluk oranının ciddi bir düşüş

gösterdiği ve 2015-2016 sezonunda bu düşüşün devam ettiği görülmüştür. Seyirci ortalamalarında yaşanan bu düşüşte Passolig uygulamasının ciddi bir etkisinin olduğu toplumun büyük bir kesimince kabul edilen bir görüştür. Passolig uygulaması başlangıçta tribünlerdeki şiddet olaylarını azaltacağı, cezaları bireyselleştireceği, şiddete meyilli taraftarları stadyumlardan uzaklaştıracağı, maç bileti satın almayı kolaylaştıracağı, karaborsa bilet satışının önüne geçeceği gibi hedeflerle uygulamaya konulmasına rağmen bu hedefleri ne kadar yerine getirebildiği ciddi bir tartışma konusu olarak varlığını sürdürmektedir. Tribünlerdeki doluluk oranının ciddi bir düşüş içerisinde olması ve yukarıda bahsedilen hedeflerin yerine getirilip getirilmediğinin tespiti bu konunun araştırılmasını önemli kılmaktadır.

Çalışmanın Yöntemi

Araştırmada nicel ve nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz ve içerik analizi tekniklerinden yararlanılmıştır. Veriler Sakarya ili sınırları içinde yaşayan ve Türkiye Futbol Süper Ligi takımlarından herhangi birinin taraftarı olan ya da takım tutmayan ancak futbol ve Passolig uygulaması hakkında bilgi sahibi olan kişiler arasından kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılmış 500 katılımcıdan toplanmıştır. Nicel veriler IBM SPSS 25.0 paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Nitel verilerin kodlama ve deşifre işlemleri araştırmacı tarafından analiz edilmiştir.

Sayıtlar

1. Araştırmaya katılan katılımcıların içtenlikle ve samimi bir şekilde anket formunu doldurduğu ve doğru bilgiler verdiği varsayılmıştır.
2. Araştırmada kullanılan anket formunun araştırmanın amacına hizmet ettiği varsayılmıştır.

Sınırlılıklar

Çalışmanın evrenini Passolig sisteminin uygulandığı ligler olan Süper Lig ve 1.Lig takımlarının taraftarları oluşturmaktadır. Bu takımların taraftar sayısının tam olarak tespit edilmesi mümkün değildir. Bu nedenle çalışma Sakarya ili sınırları içinde yaşayan ve Süper Lig takımlarından herhangi birinin taraftarı olan ya da takım tutmayan ancak futbol ve Passolig hakkında bilgi sahibi olan kişilerle sınırlı tutulmuştur.

Tanımlamalar

Taraftar: Hayatını bir takıma bağıllık, bu takıma bağılı bulunan öteki insanların varlığı, takımının macerası ve başarısı ile anlamlandıran kişidir (Kıvanç, 2001 Akt; Demir ve Talimciler, 2015: 31).

Süper Lig: Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray, Trabzonspor gibi takımların mücadele ettiği Türkiye'nin en üst seviye futbol ligidir.

Passolig: 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun'a dayanarak Türkiye Süper Ligi ve 1.Futbol Ligi'nde uygulanan e-bilet uygulamasının mevcut adıdır.

Yayıncı Kuruluş: Türkiye Futbol Süper Ligi karşılaşmalarını kendisine ait bir dijital yayın platformu aracılığıyla televizyondan yayınlayan kuruluştur.

BÖLÜM 1: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde araştırma konusu ile ilgili kavramların literatür taraması yer almaktadır.

1.1. Futbolun Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Futbolun ilk kez nerede ve kimler tarafından oynandığı tam olarak bilinmemektedir. Ancak dünyanın farklı coğrafyalarında farklı toplumlar tarafından futbola benzer oyunlar oynandığını söylemek mümkündür. Amerika kıtasında Maya ve Aztek uygarlıklarının, Asya'da Çin ve Japonların, Avrupa'da ise olimpiyat geleneğini başlatan Antik Yunan site devletlerinin yanı sıra Roma İmparatorluğunda da topla oynanan oyunlar icra edilmiştir (Talimciler, 2014: 43).

M.Ö. 2500 yılında Çin imparatoru Huany-Ti'nin askerlerinin çevikliği için onları iki direk arasından geçirilen bir top ile oynattığı eski Çin kaynaklarında belirtilmektedir. Stemmler (2000: 13-14)'e göre, Çinliler bu oyuna “ts'u kü” adını vermişlerdir. Çünkü kendi dillerinde ts'u kü, Topu (kü), ayakla oynamak (ts'u) anlamına gelir. Çinliler bu oyunu, her birinde yaklaşık 10 kişi yer alan iki takım halinde, dört köşeli bir oyun sahasında, başlangıçta içi tüy dolu masif bir topu bambudan yapılmış ve fileyle örülmüş olan yaklaşık beş metre yüksekliğindeki bir kaleye sokmaya çalışarak oynamışlardır. Hızla yaygınlaşan askerlerin yanı sıra rahipler, generaller ve imparatorların da müptelası oldukları bir oyun haline gelmiştir.

Orta Asya Türklerinin de “tepük” (tepmek, tekmelemek anlamında kullanılan bir sözcük) denilen bir oyunu oynadıkları Kaşgarlı Mahmud'un Divan-ı Lügat-ı Türk adlı eserinde yer almıştır (Talimciler, 2014: 44). Ayakla tepmek esasına dayandığı için Türk spor tarihi çalışmalarında futbol oyununun önceli olarak gösterilen “tepük” oyununun, gerek oyun aracı cismin formu, gerekse oyunun oynanış biçimi bakımından futbola köken teşkil edemeyeceği anlaşılmaktadır (Yıldıran, 1997: 60).

Günümüzde oynanan modern futbolun kökeni ise Roma'da askerler arasında oynanan Harpastum'a dayanmaktadır (Talimciler, 2014: 44). Hem ayakla hem de elle oynanabilen bir futbol olan Harpastum, topu kapma ve el-ayak vuruşları ile rakip savunma alanına taşımaktan ibaret bir oyundur. (Çamdereli ve Gürer, 2008: 137). Ortaçağ'da futbol benzeri oyunlar oynanmakla birlikte, oyunu icra edenler farklılık göstermekteydi. Örneğin İtalya'da oynanan “calcio” adlı oyun yalnızca soylular

tarafından oynanmasına karşın Kuzey Fransa’da “la soule” adı verilen oyun köylüler tarafından oynanıyordu (Talimciler, 2015: 96).

Futbola belirli kurallar getirilmesi 1848 yılında Cambridge Üniversitesi’ndeki öğrencilerce geliştirilen Cambridge kurallarının hayata geçirilmesi ve öğrenciler arasında ilk futbol maçının oynanması ile başlamıştır (Demir ve Talimciler, 2015: 19-20). Hükümet tarafından görevlendirilen Calerendon Komisyonu’nun 1864 tarihli raporuna göre: “Kriket ve futbol sahaları salt vakit geçirmeye yarayan yerler değildir. Bu sahalar, toplumun en değerli vasıflarının ve erkeklerin erdemlerinin geliştirilmesine yardımcı olurlar. Bu nedenle eğitim konusunda derslikler ve yurtlar kadar önemlidirler” (Stemmler, 2000: 87). Futbol, iyi bir gençlik yetiştirilmesi amacı ile dönemin hükümeti ve eğitim kurumu tarafından kullanılmıştır (Demir ve Talimciler, 2015: 20).

İlk futbol kulübü olan Sheffield, 1855 yılında İngiltere’de kurulmuştur. 1863 yılında İngiltere’de faaliyet gösteren 11 kulübün yöneticileri bir araya gelerek İngiltere Futbol Birliği’ni kurmuşlardır. Futbolun günümüzdeki haline gelmesi ise, 1866 yılında İngiltere, İskoçya, Galler ve İrlanda Futbol Federasyonlarının bir araya gelerek “International Board” adı altında ilk uluslararası futbol kuruluşunu oluşturmalarıyla başlamıştır (İnal, 1998: 22). İngiltere kupası (1871) ve dünyanın ilk futbol liginin (1888) kurulmasının ardından oyuncularla aynı sınıfı paylaşan, bu yüzden de onları destekleyen seyirci sayısı hızla artmıştır (Demir ve Talimciler, 2015: 20). Stemmler’in (2000: 99-100) tabiriyle “Bu seyirciler daha o zamanlarda, günümüzdeki futbol taraftarlarının bütün özelliklerini taşırdı: Deplasmanda oynayan takımlarının gittiği yere gider, kulüp renklerine bürünür ve maalesef kavga ve alkole düşkün olurlardı. Seyirci sayısı muazzam bir hızla artarken Güneyin kupaya egemen olduğu dönemde final maçlarına en az 4-5 bin seyirci gelirken, bu rakam 1884 yılında 12 bine, 1888’de 27 bine, beş yıl sonra 45 bine, 1901’de ise tam tamına 110 bine ulaşır. O dönemdeki seyirci kitlesi ağırlıklı olarak, oyun hakkında her şeyi bilen ama oynamayan insanlardan oluşuyordu. Futbol daha o zamanlarda, seyircilerin ödediği paraya karşılık olarak onlara bir şey sunması gereken bir gösteri olma yolundadır.”

Evrensel bir spor haline gelen futbolda uluslararası müsabakaların artmasıyla 1904 yılında Uluslararası Futbol Federasyonu (FIFA) kurulmuştur. Böylece futbol, temelinde her ülkenin federasyonunun yer aldığı ve en üstte FIFA’nın bulunduğu bir piramit

şeklinde örgütlenmiştir (Aladanlı ve Çördük, 2009: 15). Futbolun, 1908 yılında Londra Olimpiyatları'nda ilk kez yer alması ve 1955 yılında Avrupa Futbol Birliği'nin (UEFA) kurulmasıyla beraber kurumsallaşma sürecini tamamladığını ve mevcut haliyle günümüze kadar ulaştığı söylenebilir (Devecioğlu, Çoban ve Karakaya, 2014: 38).

Tüm dünyada olduğu gibi modern futbolun Türkiye'ye gelişi İngiliz denizcilerin, diplomat ailelerinin, tüccarların katkılarıyla olmuştur (Sert, 2000: 85). Selanik, İzmir ve İstanbul gibi futbolun ilk oynandığı liman şehirlerinde bu sporla tanışanlar İngilizlerle ilişkileri olan elitlerdir (Irak, 2013: 24). 1894 yılında İzmir'de "Football Club Smyrna" kulübü İngilizler tarafından kurulmuştur. Türkiye'de kurulan ilk futbol takımı olarak bilinen Siyah Çoraplılar (Black Stocking Football Club) ise 1899 yılında Reşat Danyal ve arkadaşları tarafından kurulmuştur. Bu takımların ardından 1902 yılında Kadıköy Futbol Kulübü, 1903 yılında Moda Football Club ve İngiliz Elçiliği'nin "Imogine" takımı, 1904 yılında Kadıköy'de "Elpis" futbol takımı kurulmuş ve bu gelişmeleri takiben 1904'de İstanbul Futbol Ligi isimli ilk futbol ligimiz kurulmuştur (Devecioğlu, Çoban ve Karakaya, 2014: 38).

1905'te Mekteb-i Sultani öğrencilerinden olan Ali Sami (Yen) öncülüğünde kurulan ve izleyenler tarafından "Galatasaray Efendileri" olarak isimlendirilen bir takım kurulmuştur (Gökaçtı, 2008: 34). 1905'te ilk Müslüman-Türk takımı olarak İstanbul Futbol Ligi'ne katılmışlardır (Irak, 2013: 38). İkinci Meşrutiyet'in ilanı ile başlayan millileşme süreci, Fenerbahçe'nin başını çektiği kulüpler için büyük bir fırsat olmuş ve Vefa, Üsküdar Anadolu, Beykoz ve Altınordu gibi birçok kulüp birbiri ardına kurulmuştur (Gökaçtı, 2008: 37). Takım sayısının artmasıyla 1910 yılında ligin yönetimi sağlamak amacıyla İstanbul Futbol Kulüpleri Birliği kurulmuştur (Devecioğlu, Çoban ve Karakaya, 2014: 39). Beşiktaş ise 1903 yılında çoğunluğunu Saray mensuplarının oluşturduğu bir heyet tarafından kurulmuş ve daha çok jimnastik, halter, güreş ve eskrim gibi bireysel sporlara yönelmiştir. 1923 yılında Yusuf Ziya ÖNİŞ başkanlığında Türkiye Futbol Federasyonu'nun (TFF)'nin kurulmasıyla yabancı takımların faaliyetlerine son verilerek 1924'de ilk kez Türkiye Futbol Şampiyonası düzenlenmiştir (Devecioğlu, Çoban ve Karakaya, 2014: 39). Türkiye Futbol Federasyonu (TFF), aynı yıl FIFA tarafından üyeliğe kabul edilmiştir (Aladanlı ve Çördük, 2009: 19).

1938 yılında Beden Terbiyesi Genel Müdürlüğü kurulmuş ve futbol federasyonu merkezi bir teşkilat olan bu müdürlüğe bağlanmıştır (Devecioğlu, Çoban ve Karakaya, 2014: 39). 1951 yılında futbolda profesyonellik kabul edilmiş, 1959'dan sonra ise dış saha usulü ile lig maçları başlamıştır (Aladanlı ve Çördük, 2009: 19). Profesyonelliğin kabul edilmesiyle lig statüleri yeniden yapılandırılmış, İstanbul, İzmir ve Ankara'da olmak üzere üç ayrı futbol ligi kurulmuştur (Sert, 2000: 114). 1959 yılında ilk kez Milli ligin oynanmasıyla futbolun ülke çapında yayılma süreci hızlanmış ve ulusal futbol kültürünün oluşmasının önü açılmıştır (Talimciler, 2015: 121). 1963-1964 futbol sezonunda ikinci ligin, 1967-1968 sezonunda da üçüncü ligin kurulmasıyla dikey ulusal lige dönüşüp, Anadolu kentlerini de kapsayan geniş bir yapı oluşturulmuştur (Sert, 2000: 115). Günümüzde ise Türkiye Futbol Federasyonu tarafından futbol faaliyetleri yönetilmekte, Anadolu'nun en ücra köşelerine kadar amatör ve profesyonel düzeyde futbol ligleri oynanmaktadır (Aladanlı ve Çördük, 2009: 19).

Günümüzde futbol, bir spor dalı olmasının dışında, birçok insan için iş olanağı yaratan güçlü bir sosyal olgudur. Bu bağlamda futbol artık spor olmaktan çıkmış, endüstriyel bir iş kolu haline dönüşmüştür. Günümüzde en yaygın spor dalı olarak kabul gören futbolun, her geçen gün var olan kitlesini genişleteceği bütün futbol otoriteleri tarafından kabul görmektedir (Özgen, 2015: 2).

1.2. Futbol Endüstrisi

Spor dalları ticarileşme yolunda yürüdükçe, iş kolu olarak değerlendirilen sporlar ile oyun niteliği taşıyan sporlar arasında bir farklılaşma meydana gelmektedir. Ticari anlayışa bürünen spor dallarında milyarlarca dolar dönmekte, spor bir ürün olarak algılanmakta, taraftarlar ise bir tüketici olarak değerlendirilmektedir (Güngör, 2014: 7). Bir spor oyunu olan futbol, milyarlarca insanı etkilemesinden dolayı sadece bir oyun olarak nitelendirilmemektedir (Kuper, 2003: 34).

1980'lerden sonraki dönem hem dünya kapitalizmi için hem de futbol adına bir dönüm noktası olmuştur (Yücesoy, 2009: 32). 1980'li yılların ortalarına kadar sadece bir spor oyunu özelliği olan futbol, hızlı bir değişim ve gelişim süreciyle 1990'ların başından itibaren kendi ekonomisini yaratmaya başlamıştır (Güngör, 2014: 8). Futbolun gösteri

özelliğinin gelişen süreç içerisinde endüstriyel bir özelliğe dönüşmesi ise onu ticari bir iş kolu haline getirmiştir (Akşar, 2005: 2).

Futbolun bir spor dalı olarak profesyonelleşmesi, futbolcuların futboldan ciddi gelirler elde etmelerine zemin hazırlamıştır. Futbol endüstrisinde serbest piyasa kuralları hakim olmakla birlikte, futbolcular istedikleri kulübe, istedikleri ücretle transfer olabilmektedir. Bu sürece zemin hazırlayan faktör 15 Aralık 1995'te Lüksemburg'daki Avrupa Adalet Divanı'nın kulübünden şikâyetçi olan Belçikalı futbolcu Jean Marc Bosman lehine verdiği karardır. Bosman kararı ile futboldaki işgücü pazarının serbestleşmesine zemin hazırlanmış, yeni düzenlemeler yapılarak kulüplerin istedikleri kadar AB vatandaşı oyuncu oynatmasına ve futbolcuların da istedikleri kulüple rahatlıkla sözleşme imzalamasına olanak sağlanmıştır (İyem, 2012: 93-94).

Futbolun televizyon aracılığıyla kendini yeniden üretmesi ve hitap ettiği kitleyi arttırması, kapitalist sermayenin tüketim politikasını devam ettirmesine zemin oluşturmuştur (Özgen, 2015: 4). 1960'lardan 1980'lerin ortalarına kadar televizyonlar aracılığıyla pazarlanan bir ürün olan futbolun, günümüzde artık pazarlanan değil, pazarlayan, satan konumuna gelmesiyle medya patronları futbolun basit bir oyun olmaktan çıkartılıp, endüstriyel hale getirilmesine büyük katkı sağlamışlardır (Gözcü, 2011: 77). Günümüzün küreselleşme süreci, bütün sektörleri etkilediği gibi futbolu da etkileyerek futbolu metalaştırıp, ticari bir olgu haline getirmiş ve böylece futbol devasa bir endüstriye dönüşmüştür (Doğru, 2010: 110).

Akşar (2005: 5)'a göre, "Futbolun endüstriyel bir niteliğe bürünmesiyle, futbol kulüpleri birer ekonomik organizasyon haline gelmiştir. Milyon dolarlık bütçelere sahip kulüpler, birçok mali yatırımcının da ilgisini çekmiştir. Yatırımcıların ilgisinin artmasıyla büyük futbol kulüpleri borsaya açılmış, sermayelerinin belirli bir miktarını halka arz etmiş ve böylece kendilerine önemli gelirler yaratmışlardır. Sadece stadyumlardan elde edilen gelirle yetinmeyen futbol kulüpleri, sermaye piyasalarına da bu şekilde girmişlerdir. Bu gelişmeler, futbol ekonomisinin günümüzde ulaştığı seviyeyi ifade etmektedir."

Paranın ön planda olduğu bu yeni dönemde, hayatın her alanında yaşanan metalaşma, spora ve futbola ait bütün değer ve yargıların yeniden yapılanmasına sebep olmuştur. Dünyanın büyük şirketlerinde olduğu gibi, büyük kulüplerinde “CEO”ları bulunmaktadır. Henüz Türkiye’deki kulüplerde bu uygulama başlamamış olsa da yakın bir gelecekte benzer uygulamaların başlaması kaçınılmazdır (Talimciler, 2008: 104).

Başlangıçta hemen hemen bütün futbol kulüpleri, tek amaçları spor yapmak olan, seyircilerden bilet ücreti almak ya da futbolculara maaş vermek gibi düşünceleri olmayan kulüpler olarak ortaya çıkmıştır (Gözcü, 2011: 78). Talimciler’e (2008: 104) göre “Profesyonelleşme aşaması, sportif etkinlikleri bir oyun olma özelliğinden çıkarıp, ekonomik sektöre dönüştürmüştür. Bunun sonucunda ise, kapitalist düzenin değerleri sporda egemen hale gelmiş ve sporu bu değerlerin gerekleri doğrultusunda biçimlendirmeye başlamıştır. Sürekli kazanma isteğı her türlü sportif değerın önüne geçmiştir. Yeni dönemin meydana getirdiğı ekonomik çıktıların kitlelere ulaştırılıp yaygınlaştırılmasında ve benimsetilmesinde futbol, oldukça etkili bir araç haline gelmiştir.”

Akşar (2005: 6)’a göre, “Futbol A.Ş.’nin, endüstrileşebilme süreci içinde geçirdiğı evrimsel değışikliklerin tamamlanabilmesi için üstlenmek durumunda kaldığı en önemli misyonu, markayı pazarlayabilme görevidir. Bu görev doğrultusunda, zamanla gerekli değışimlerin tamamlanmasından sonra, belirli bir satış stratejisiyle, bir futbol kulübüyle bütünleşmiş somut bir ürün olan markanın, yani kulüp logosunun evrensel bir şekilde pazarlanabilmesi, Futbol A.Ş.’nin en büyük görevidir.”

Ay (2016: 13)’a göre, örnek olarak Türkiye Süper Ligi’nde 2014 yılında uygulamaya konulan Passolig uygulaması kararı ile taraftarların maç alışkanlıkları üzerinde bir takım değışiklikler yapılmıştır. Passolig kartı olmayanların maçlara gidememesi, kâğıt biletlerin yerini elektronik kartlara bırakması gibi durumları ortaya çıkaran bu uygulama birçok taraftarın tüketici davranışları üzerinde etkide bulunmuştur. Seyircilerin stadyumlarda futbol maçı izleme sayılarının oldukça düşmesinin başlıca sebepleri arasında gösterilmiş, güvenlik amaçlı ortaya konan bu uygulamanın futbol seyircisini olumsuz etkilediğı konusunda tartışmalara yol açmıştır.”

1.3. Futbol Yönetimi

Günümüzde futbol, gelişmelere açık profesyonel bir uğraşı, bilimsel bir araştırma konusu, seyredenler açısından heyecanlı bir gösteri, sosyolojik açıdan dünya çapında devasa boyutlara ulaşan ticari bir faaliyet durumundadır. Bütün bu gelişmelere rağmen futbolu herkesin katılabildiği bir spor dalı haline getirebilmek ve geliştirip yaygınlaştırmak futbol yönetimi ile ilgilidir (Akşar ve Merih, 2008: 143).

Türk futbol kulüplerinin yönetim yapısının, modern futbol endüstrisinin gerektirdiği, çok yönlü mekanizmaya henüz ulaşmadığını yapılan araştırmalar ortaya koymaktadır. Nitekim Türk futbolunun kurumsal yönetiminde kulüplerimizin ekonomik başarısızlıklarını tetikleyen en önemli unsurlardan birisi de bu faktördür (TKYD, 2010: 65).

Türk spor sisteminin ve özellikle futbol sektörünün yönetiminin sosyal, ekonomik ve kültürel boyutlar içeren geniş çaplı sorunlarla uğraştığı bilinmektedir. Bu nedenle spor yönetimi ile ilgili kuruluşların da sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel kurumlara benzer şekilde yapılandırılması gerekmektedir. Sözü edilen bu kuruluşların etkili ve verimli çalışabilmeleri için öncelikle yönetimlerinin iyileştirilmeleri zorunludur (Akşar ve Merih, 2008: 144).



Şekil 1: Türk Futbol Kulüplerinin Klasik Örgütsel-Kurumsal Yapılanması

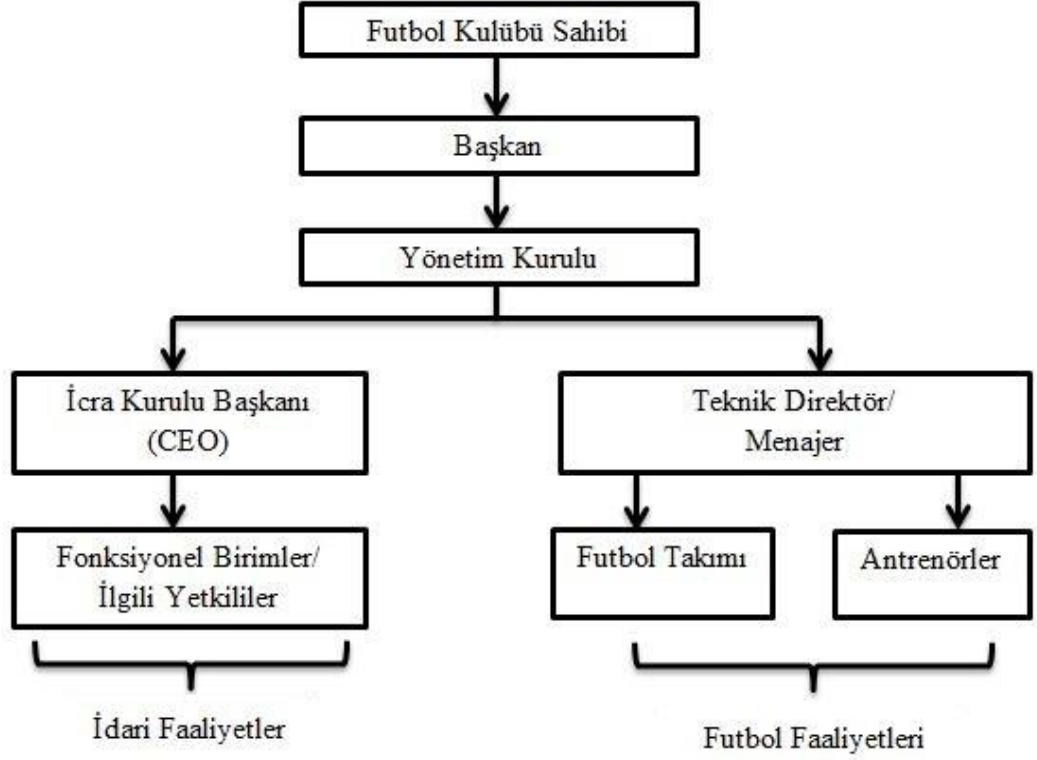
Kaynak: TKYD, 2010: 65.

Şekil 1’den de anlaşılacağı üzere, Türkiye’deki futbol kulüplerine bakıldığında, finansal veya sportif faaliyetlerde yanlış yönetilme ihtimalini arttıran bir yapı görülmektedir. Profesyonel yöneticilerden kulüp bünyelerinde yeterince yararlanılmamaktadır; kulüp yönetimleri, takımlarını, endüstrileşen futbol yapılanması içerisinde çağın gelişmelerine ayak uydurabilecek çalışmalara yeterince yönlendirememektedir (TKYD, 2010: 65).

Akşar ve Merih (2008: 280-281)’e göre, mevcut yapılanma, bugüne kadar Türk futbol kulüplerinin ekonomik, yönetsel ve sportif alanlarda başarılı olmalarına imkan sağlayan bir yapı olma görevini yerine getirememiştir. Ayrıca bugünün endüstriyel değişim dinamiklerine uygun bir yapı konumundan da uzaktır. Büyük maddi kaynakları yönetsel yeterliliği bulunmayan, amatör zihniyetli kulüp yöneticilerinin emrine veren bu yapı, uzun süreli ve sürekli başarılarındansa, daha kısa vadeli çözüm yollarıyla ilerlemeyi benimsemiştir. Maalesef mevcut yapılanma Türk futbolunun gelişimini sekteye uğratan bir konuma gelmiştir.

Mevcut yönetim modelinde kulüp yönetimleri önceliklerini sportif başarı olarak belirledikleri ve yöneticiler devamlı değiştiği için uzun vadeli sportif başarı, kurumsal yönetim anlayışı, sürdürülebilir ticari başarı bir hayli zordur (Samur, 2013: 87).

İmamoğlu ve arkadaşlarına (2007: 54-55) göre, kulüplerin çoğu profesyonel bir yönetim anlayışına sahip değildir. Bu doğrultuda kulüpler açısından en önemli nokta mevcut mevzuatı çok iyi bilen profesyonel bir yönetim anlayışına sahip olmak olmalıdır. Profesyonel bir yönetim tarzına sahip olmayan kulüplerde çok sesli kulüp yönetimleri, yöneticilerin tutumları nedeniyle kulübün kamuoyunda itibar kaybetmesi, karar alma aşamasında sağlıklı ve yerinde kararlar alınamaması, yöneticilerin görev, yetki ve sorumluluklarının net olarak belirlenememesi, kulüp organizasyonunun profesyonellerce gerçekleştirilememesi, mali sorunların çözülememesi, gelir kalemlerinin arttırılamaması, mevcut gelirlerin verimli kullanılamaması, giderlerin azaltılamaması, gerçekçi bir bütçe ile orta ve uzun vadeli plan/program yapılamaması gibi pek çok sorun ortaya çıkmaktadır.



Şekil 2: Genel Olarak Avrupa'da Şirket Statüsünde Örgütlenmiş Futbol Kulüplerinde Kurumsal Yapılanış Şeması

Kaynak: Sevgör, 2005 Akt; Akşar ve Merih, 2008: 284.

Şekil 2'den de anlaşılacağı gibi bir futbol kulübünün mülkiyet yapısından kaynaklanan özellikler nedeniyle ekonomik ve yönetsel faaliyetler ile sportif faaliyetler arasında ikili bir yapı vardır ve bu yapıların başında CEO ve teknik direktör yer almaktadır. Yani temelde Avrupa futbol kulüpleri iki temel fonksiyona göre yapılanmaktadır: idari faaliyetler ve futbol faaliyetleri. İdari faaliyetler kulübü ekonomik ve yönetsel açıdan, futbol faaliyetleri de sportif açıdan yönetir. Futbol faaliyetleri bölümünün başında genelde menajer olarak nitelendirilen teknik direktör yer alır. Bu model daha çok, İngiliz, İtalyan ve Fransız kulüplerinde görülmektedir (Akşar ve Merih, 2008: 284-285).

1.3.1. Futbolda Genel Yönetim Modelleri

Yönetim olgusunun ilk örnekleri toplumsal yaşam kadar eskidir. Ancak örgüt ve yönetim teorilerinin oluşturulması ve geliştirilmesi 1900'lü yıllardan itibaren gerçekleşmiştir. Başlangıçtaki yönetim kuramları genellikle endüstriyel kuruluşların sorunlarına yönelik modern yaklaşımlarda etkili yönetim gerçekçi bir yapıyı, amaçları ve çeşitli işlevleri gerektirir. Yönetimsel işlevlerin her birinin etkili olabilmesi diğer işlevlerin gerçekleştirilmesine bağlıdır. Bu öğeler, fonksiyonel (işletmesel) yönetim süreçleri ve profesyonel (sportif) süreçler olarak düşünülür. Bu yaklaşımın özünde; yönetimin, belli amaçları katılımcı aktörlerin organik ilişkiler sistemi içinde gerçekleştirmesi yatmaktadır (Akşar ve Merih, 2008: 144).

TKYD (2010: 36-37)'e göre klasik dernek modelinden günümüze, dünyada beş ana şirketleşme modelinden bahsedilebilir: Klasik model yönetimsel sorunlardan dolayı başarısızdır; bugün değilse bile bir gün başarısız olacaktır. Diğer modeller ise duruma özeldir:

Tablo 1
Yönetim Modelleri

Klasik Modeller	Şirketleşme Modelleri
<u>1-Üye Kayıt Sistemi/Dernek</u> Klasik spor kulübü modelidir: Üyelerden oluşan genel kurul ve aday olan yönetimler. Bu modelde kurumsal yönetim, yönetim devamlılığı ve sürdürülebilir ticari başarı bir hayli zordur. Üyeler kulübün finansal ortağı olmadıklarından kulüple ticari bir bağlantıları da yoktur. Sportif başarılar doğrultusunda yönetimler değişir. Kulüp, yöneticilerin maddi güçlerine ve yönetim becerisine bağlıdır. Bazı örnekler: Köln, Kayserispor, Bursaspor, Ankaragücü.	<u>1-Aile Şirketi</u> Tek sahip ya da aileye bağlı modeldir. İngiltere'de çok popülerdir. Tek artışı en azından kulübü kendi işiymiş gibi gören bir pay sahibinin olmasıdır. Bazı örnekler: Chelsea, AC Milan, Liverpool, Manchester United.
	<u>2-Ara Model</u> Klasik modelin devamı denilebilir. Kulübün bir kısmı; örneğin sadece gelirleri halka açıktır. Bazı örnekler: Galatasaray, Fenerbahçe, Borussia Dortmund, Bayer Leverkusen.

Tablo 1'in devamı

Klasik Modeller	Şirketleşme Modelleri
<p><u>2-Alman Modeli-Denetim ve Yönetim Komiteleri Olan Profesyonel Yönetimli Klasik Model</u></p> <p>Klasik modelin ekonomik konuları da içeren şeklidir. Temel faydası genel kurul tarafından seçilen ve genellikle profesyonellerden oluşan denetim ve icra kurullarının varlığıdır. Bunu tüzüğüne yazarak uygulayan ilk kulüp Schalke 04'tür. İşleyiş açısından kulüp kendini tipik bir Alman limitet şirketi haline getirmiştir. Bu yapı, genel kurul, seçim kurulu ve seçim kurulunun aday göstermesi sonrası genel kurulun seçtiği denetim kurulu ve denetim kurulunun atandığı yönetim kurulundan oluşmaktadır. Bazı örnekler: Schalke 04, Werder Bremen, 1860 Münih, Hamburg.</p>	<p><u>3-Borsa/A.Ş.</u></p> <p>Kulüp normal bir şirket gibi borsaya açılır veya A.Ş. olur. Finansal olarak dalgalanmalar yaşasa da futbolda pek çok A.Ş. vardır. Bazı örnekler: Beşiktaş, Juventus, Arsenal, Ajax, Celtic</p>
	<p><u>4-Geniş Tabanlı Taraftar A.Ş.</u></p> <p>Klasik modele yakın bir yapı olmasına rağmen bu modelde genel kurul katılımcı sayısı çok olduğundan rasyonel kararlar alınıp, kulüp şirket gibi yönetilebilir. Bu modeli ağırlıklı İspanyollar uygulamaktadır. Bazı örnekler: Real Madrid, Barcelona, Athletic Bilbao, Osasuna.</p>
	<p><u>5-Supporters Direct</u></p> <p>Kulüpleri kar odaklı sosyal kulüp haline getirmeye çalışan taraftar gruplarının kulübe ortak oldukları ve İngilizlerin 2000 yılında başlattıkları hükümet destekli modeldir. Taraftar gruplarında geniş katılım, demokratik yapı, iş planı ve uygun katılım şartları aranmaktadır.</p>

Kaynak: TKYD, 2010: 37.

Klasik yönetim tarzıyla futbol kulüplerini yönetmek artık mümkün değildir. Ticarileşen futbol, kulüplerin örgütsel yapısını dernek yapılanmasından şirketleşmeye çevirmiştir. Bu ticari ve ekonomik yapılanmanın dışında, saha içinde oynanan futbol da değişmiştir. Futbol daha hızlanmış, sürat, güç ve kondisyona dayalı, endüstriyel görseelliğin daha ağır bastığı bir gösteri halini almıştır (Akşar ve Merih, 2008: 147).

1.4. Futbol Ekonomisi

Futbol, tüketim kalıplarını belirleme özelliğine sahip olan ve günümüzün en yaygın ticari iş kollarından biridir. Yani futbol, gelişen ve değişen şartlarla, her açıdan ciddi bir değişim geçirmiş ve bu süreçler sonunda alınıp satılan bir meta haline gelmiştir (İnan, 2007: 19).

19. yüzyılın ortalarında başlayan modern futbolun macerası modernleşme ve sanayileşme süreçleri ile üretim ve organizasyon modelleri arasında bir paralellik gösterir. Futbolun endüstrileşme ya da iş haline dönüşme süreci hızlandıkça, futbol ekonomisi büyümüş ve buna karşın ise futboldan almakta olduğumuz doyum ve heyecanın seviyesi değişmiştir (Talimciler, 2008: 90). Futbolun endüstriyelliğe geçiş sürecinde spor kulüplerinin de değişen şartlar doğrultusunda değişime uğradığı hemen her futbol kulübünde gözlemlenebilmektedir (İnan, 2007: 19). Bu haliyle futbol, tüketim kalıplarımızı belirleyerek her geçen gün oyun özelliğini kaybetmekte ve daha çok işe dönüşmektedir (Talimciler, 2008: 92).

Futbol, 1980'li yıllara kadar taşıdığı gösteri niteliğine 1990'lı yılların başında iş niteliğinin de eklenmesiyle milyarların büyük bir ilgiyle izlediği "show-business" haline dönüşmüştür. Futbolun gösteri olma özelliğinin, değişen şartlarla endüstriyel bir niteliğe evrilmesi, futbolu ticari bir sektör haline getiren ana faktördür. Bu niteliksel değişim ve gelişimle futbol, kendi ekonomisi de yaratmıştır. Küreselleşmenin bir sonucu olarak dünyanın her yerine kendi mali değerlerini taşımıştır (Akşar, 2005: 2).

Günümüzdeki haliyle yani endüstriyelleşmiş haliyle futbol, dört farklı grubun ilgi alanındadır. Kulüpler, futbol talebini karşılamakla görevlidirler. Buna karşın bu talebi pazarlayan futbol federasyonları ve dijital yayıncı kuruluşlar bulunmaktadır. Futbol ürününü satın alıp izleyecek tüketiciler/seyirciler/taftarlar ya da müşteriler de söz konusudur (Talimciler, 2008: 93). Çağımızda, taraftar kulüp dergisine üye olmakta, kulüp mağazasından alışveriş yapmakta, maçları televizyondan izleyip destekledikleri kulübün maçlarının izlenme oranını arttırmakta ve günlük hayattaki alışverişlerini bile kulübün kredi kartıyla yapmaktadır. Taraftarların sergiledikleri bu davranış kalıpları da kulüplerin gelirlerini önemli ölçüde arttıran faktörler olmaktadır (İnan, 2007: 20).

Geleneksel anlamda futbol kulüplerinin ana gelir kaynağı, maç günü gelirleridir. Ancak kulüplerin giderek artan giderlerini karşılama noktasında bu gelir kaynağının yetersiz kalmaya başlaması, zaman içerisinde çok çeşitli gelir kalemlerinin yaratılmasına zemin hazırlamıştır. Televizyon yayını gelirleri, lisanslı ürünlerin satışıyla elde edilen gelirler, reklam ve sponsorluk gelirleri, sezonluk bilet ve stadyumların loca satışlarının gelirleri vb. bunlardan bazılarıdır. Kulüplerin gelir kalemleri detaylı incelendiğinde, gelirlerin arttırılması konusunda odak noktayı taraftarların oluşturduğu görülmektedir (Orçun ve Demirtaş, 2015: 114).

Maç günleri sabahın erken saatlerinde uyanıp stadyumlara giden, maç bileti alan, karnını stadyum önlerinde satılan köfte ekmekle doyuran seyircilerin kulübe bıraktığı paranın yerini maçlarını daha rahat ve lüks localarda izleyip, kulübe binlerce dolar hasılat bırakan “müşteriler” almıştır. Eskiden yalnızca televizyonlarda yayınlanan maçlara sponsorluk yapan az sayıda firmadan sağlanan düşük miktardaki gelirlerin yerini, değeri milyon dolarlarla ifade edilen yayın gelirleri almaktadır. Bu anlamda bir yandan seyirci profili değişirken, diğer yandan da parasal gelirlerin yapısı değişmektedir. Her maç öncesi satılan biletlerden elde edilen maç hasılatının yerini, bugün yıllık olarak satılan ve tüm sezonun maçlarına katılmayı sağlayan kombine kart gelirleri almaya başlamıştır (Akşar, 2005: 3-4).

Futboldaki hızlı değişim, stadyumları da etkilemektedir. Stadyumlar artık taraftarın toplandığı basit alanlar olmaktan çıkıp, içinde otellerin, restoranların, pubların, alışveriş merkezlerinin yer aldığı birer ticaret kompleksine dönüşmektedir (İyem, 2012: 96).

Futbolda üretimin gerçekleştirildiği yerler statlar olmasına rağmen bu ürün esas itibariyle televizyon ve dijital platformlar aracılığıyla paraya çevrilir. Lig ekonomisini oluşturan kulüpler aslında futbol ekonomisinin gelir üreten ana dinamolarıdır. Bu parasal geliri yaratan enerji kaynakları sonuçta iki çıktı üretirler. Bunlardan birisi sportif performans iken, diğeri sportif imajdır. Bu iki çıktı sonuçta seyirci/taraftar tüketiciye, medyaya, sponsorlara dijital platformlar aracılığıyla servis yapılır ve buna bağlı olarak futbol kulübü maç günü geliri, sponsorluk geliri, reklam ve medya geliri, naklen yayın geliri ve ticari gelir elde eder (Akşar, 2010: 5).

1.4.1. Futbol Ekonomisinin Gelir Kaynakları

Futbolda rekabetçi dengenin sağlanması, futbolun kalitesini ve izlenebilirliğini arttıracaktır. Bu dengenin kurulabilmesinin önündeki en önemli engel, futbol kulüplerinin gelirleri arasındaki farktır. Bosman kanunlarının kabul edilmesi ile birlikte Avrupa’da futbolcu hareketlilikleri artmaya başlamıştır. Düşük bütçeli futbol ülkelerinin en iyi oyuncularının, zengin Avrupa futbol liglerine transfer olmaya başlaması ile kulüplerin gelirleri arasındaki fark büyümeye başlamıştır. Gelirler arası bozulan denge, futboldaki başarının bağımlılıklarını ortaya koymuştur. Sportif anlamda büyük olmak için, mali anlamda da büyük olmak gerekliliği ortaya çıkmıştır (Kesenne, 2007, Akt; Özgen, 2015: 20).

Kulüplerin futbolcu maaşı giderleri ile yakaladıkları sportif başarılar arasında güçlü bir ilişki vardır. Ancak sportif başarı ile finansal başarı arasında güçlü bir ilişki olduğu söylenemez. Yani ekonomik başarı için sportif başarılar şart değildir. Finansal başarıda sportif başarıdan daha ziyade doğru yönetimin etkisi vardır. İyi yönetim, doğru stratejik model ve uygulama ile hem sportif, hem de finansal başarı sağlanabilir (Acar, 2008: 1).

1992 yılında Türkiye Futbol Federasyonu’nun özerkliğe kavuşması, endüstriyel futbola eklenme sürecinin başlangıcını oluşturmaktadır. Bu dönemde futbolun sadece sportif alanda değil, aynı zamanda endüstriyel gelişim aşamasının da gerisinde kalmamaya çalışan bir çaba içerisinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu dönem, gerek dünyada gerekse ülkemizde futbolun parasallaşmasının, ticarileşmesinin ve buna bağlı olarak da endüstriyelleşmesinin başlangıç yıllarıdır. Bu dönemde, Avrupa futbolunun yönetsel yapılanmasında, başta İngiliz Futbol Federasyonu olmak üzere çoğu federasyonda değişime gidilmiştir. Bu süreçte İngiltere 1.Ligi Premier League’e dönüşürken; Alman Bundesliga, Doğu Alman ligi DDR-Oberliga ile birleşip yeni bir yapılanmaya yönelmiştir (Akşar ve Merih, 2008: 9).

Spor kulüplerinin kaynakları, herhangi bir işletmeden farksız olarak para ve sermaye piyasalarından yapılacak borçlanmalar, öz sermayeleri ve faaliyet kârlarıdır. Bunlara ek olarak varsa çeşitli devlet yardımı ve destekleri de kaynak kalemleri arasında yerini alabilir (Soygüden, 2016: 22).

Tablo 2
2015-2016 Futbol Sezonunda Avrupa’da En Fazla Gelir Elde Eden Futbol Kulüpleri

Sıralama	Kulüp	Ortalama Seyirci Sayısı	Maç Günü Gelirleri	Yayın Gelirleri	Ticari Gelirler	Toplam Gelirler
1	Manchester United	75.327	€137.5m	€187.7m	€363.8m	€689m
2	FC Barcelona	79.724	€121.4m	€202.7m	€296.1m	€620.2m
3	Real Madrid	71.280	€129m	€227.7m	€263.4m	€620.1m
4	Bayern Münih	75.017	€101.8m	€147.6m	€342.6m	€592m
5	Manchester City	54.013	€70.2m	€215.8m	€215.8m	€524.9m
6	PSG	46.160	€92.5m	€123.1m	€305.3m	€520.9m
7	Arsenal	59.980	€133.6m	€192m	€142.9m	€468.5m
8	Chelsea	41.500	€93.2m	€191.1m	€163.1m	€447.4m
9	Liverpool	44.108	€75.9m	€168.1m	€159.8m	€403.8m
10	Juventus	39.106	€43.7m	€195.7m	€101.7m	€341.1m
11	Borussia Dortmund	80.760	€61.1m	€82.6m	€140.2m	€283.9m
12	Tottenham	35.839	€54.6m	€147.6m	€77.5m	€279.7m
13	Atletico Madrid	43.087	€36m	€139.4m	€53.2m	€228.6m
14	Schalke 04	61.076	€51.2m	€75m	€98.3m	€224.5m
15	AS Roma	35.321	€28.4m	€154m	€35.8m	€218.2m
16	AC Milan	37.777	€25.9m	€88m	€100.8m	€214.7m
17	FC Zenit	16.813	€10.3m	€40.4m	€145.8m	€196.5m
18	West Ham United	34.873	€36m	€115.9m	€40.4m	€192.3m
19	İnternazionale	45.538	€25.7m	€98.6m	€54.9m	€179.2m
20	Leicester City	32.024	€15.4m	€126.6m	€30.1m	€172.1m
TOPLAM: €7.4 milyar						

Kaynak: Deloitte Futbol Para Ligi Raporu, 2017

(Parasal veriler “milyon euro” cinsinden ifade edilmiştir.)

Avrupa’da kazandığı gelirler açısından en iyi 20 kulübün belirlendiği “Deloitte Football Money League (Deloitte Futbol Para Ligi)” adlı araştırma, 1996-1997 sezonundan beri yapılmaktadır. İlk yapıldığı yıl, listede olan 20 kulübün toplam geliri 1.2 milyar Euro iken, 2015-2016 sezonunda bu rakam 7.4 milyar Euro’ya ulaşmıştır. Söz konusu sıralamada ilk 30 kulüp içerisinde yer alan Türk takımları yıllık 157.7 milyon Euro toplam geliriyle 25.sırada yer alan Fenerbahçe ve yıllık 155.9 milyon Euro toplam geliriyle 26.sırada yer alan Galatasaray’dır (Deloitte, 2017).

1.4.1.1. Yayın Gelirleri

Futbolun endüstriyelmesi 70’li ve 80’li yıllarda televizyonla girdiği ortaklık ilişkileriyle hızlanmıştır. 1990’lardan sonra teknoloji gelişip şifreli yayınlar devreye girince, ülkelerin futbol liglerinin naklen yayın hakkını çoğunlukla şifreli kanallar/dijital yayıncılık çok büyük paralar ödeyerek almıştır. Bu paraların büyük kısmı da kulüplere gidince, futbol takımları stat gelirlerinden daha çok gelire kavuşmuş, futbolun esas endüstriyelmesi ve küreselleşmesi de işte bu dönemden sonra başlamıştır (Tokalak, 2015: 60).

Bugün futbolu bu denli takip edilen bir spor dalı yapan, ona evrensel bir kimlik edindiren en önemli unsurun televizyon ve canlı maç yayınları olduğunu söylemek mümkündür. Bu doğrultuda günümüzde futbolu milyarlarca insanın severek takip etmesini sağlayan ve onu endüstriyel gelişim aşamasına taşıyarak daha da küreselleştiren iki önemli araç bulunmaktadır: Bunlardan ilki televizyonlar, ikincisi ise uydu üzerinden dijital olarak yayın yapan, televizyonun klasikleşmiş yapısını ortadan kaldıran, yüksek kalitede ses ve görüntü kalitesi, çok sayıda kanal ve sayısız program fırsatı sunan dijital yayın platformlarıdır (Akşar, 2010: 108).

Televizyonun görevi bir futbol maçını canlı olarak izleyiciye sunmanın yanında yakın çekim görüntüler, pozisyon tekrarları, en değerli oyuncu, maçtan hemen sonra canlı röportajları ve yorumlar ile heyecanı zirvede tutarak, seyirciyi televizyon başından kaldırmadan müsabakaya dair ürünleri sunmaktır (Doruk ve Şenduran, 2006 Akt; Soygüden, 2016: 29).

Televizyon ve dijital platformlar özellikle son 15 yılda teknolojik açıdan çok ciddi gelişmeler yaşamışlardır. Dijital yayın platformları ve televizyonlar bir yandan kendilerini geliştirirken, diğer yanda da futbolu etkileyerek onun da gelişip değişmesini sağlamışlardır. Bugün futbolu televizyon yayınsız, televizyonları da futbol maçı yayınsız düşünmek neredeyse olanaksız bir hale gelmiştir (Akşar, 2010: 108).

Endüstriyel futbolun dağıtım kanalı gibi çalışan televizyon ve internet, aynı zamanda futbolun yaygınlaşmasına, gelişmesine ve kendini yeniden üretmesine de olanak sağlamıştır. Her geçen gün daha fazla gelişen teknoloji sayesinde günümüzde maç yayınları çok daha fazla sporsevere ulaşır hale gelmiştir. Buna bağlı olarak futbolun ana gelir kaynakları içerisinde yer alan naklen yayın gelirleri ve ticari gelirler de hızlı bir artış kaydetmiştir (Ekolig, 2016: 2).

Kısacası televizyon, halen futbolun endüstrileşmesindeki en önemli araçtır. Televizyonun endüstriyel futbola sağladığı naklen yayın fırsatları ve dijital olanaklar, yeni futbol ekonomisinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Naklen yayınlar ve dijital platformlar, yeni futbol ekonomisinde en temel gelir kaynaklarından biri olmayı sürdürmektedir (Akşar, 2010: 108-109).

Ekolig raporuna (2016: 10-11) göre; günümüzde tüm ülkelerin futbol karşılaşmaları farklı yayın ve dağıtım modelleri ile televizyon seyircisine ulaştırılmaktadır. Bu modeller, ülkelerin sosyo-ekonomik dinamiklerine, lige olan talebe, sportif doyuma ve ligin marka değerine, uluslararası alandaki seyir talebine, reklam ve abone gelirlerine ve yayın kalitesi gibi birçok farklı unsura göre değişiklik göstermektedir.

İngiltere'ye bakıldığında canlı yayın gelirleri, "50-25-25" kuralına göre Premier League kulüplerine dağıtılmaktadır. Bu modelde başlangıçta toplam canlı yayın gelirlerinin %50'si bütün kulüplere eşit olarak pay edilmektedir. Toplam canlı yayın gelirlerinin %25'i sportif performansa, diğer %25'i ise takımların popülaritelerine bağlı olarak dağıtılmaktadır (www.futbolekonomi.com/avrupada-naklen-yayin, Erişim Tarihi: 13.04.2017).

Fransa Ligue 1’de canlı yayın gelirlerinin %83’ü, “*Dayanışma Primi*” adıyla ligde mücadele eden 20 kulübe eşit olarak paylaştırılmaktadır. Toplam yayın gelirin %10’luk bölümü kulüplerin sportif performansına, kalan %7’si ise her hafta yayınlanan maçlar içinde en yüksek izlenme oranına sahip üç maçı oynayan kulüpler arasında pay edilmektedir (Ekolig, 2016: 10-11).

Avrupa’nın en fazla seyircili ligi unvanına sahip olan Almanya Bundesliga’da ise elde edilen toplam canlı yayın gelirlerinin yarısı ligdeki tüm takımlara eşit olarak dağıtılmaktadır. Kalan gelirin $\frac{3}{4}$ ‘ü son 3 yıl içindeki sportif performansa, kalan gelirler ise takımların genel başarı durumuna göre paylaştırılmaktadır (www.futbolekonomi.com/avrupada-naklen-yayin, Erişim Tarihi: 13.04.2017).

İtalya Serie A’da toplam canlı yayın gelirinin %40’ı ligde mücadele eden bütün takımlara eşit olarak dağıtılırken, %30’u sportif performansa, diğer %30’u ise kulüplerin televizyonda canlı yayınlanan maçlarının sayısına göre paylaştırılmaktadır (Ekolig, 2016: 10-11).

İspanya, Avrupa futboluna liderlik eden kulüpler içerisinde havuz sistemi uygulamayan tek ülkedir. La Liga’daki kulüpler kendi maçlarını kendileri pazarlamaktadır (www.futbolekonomi.com/avrupada-naklen-yayin, Erişim Tarihi: 13.04.2017).

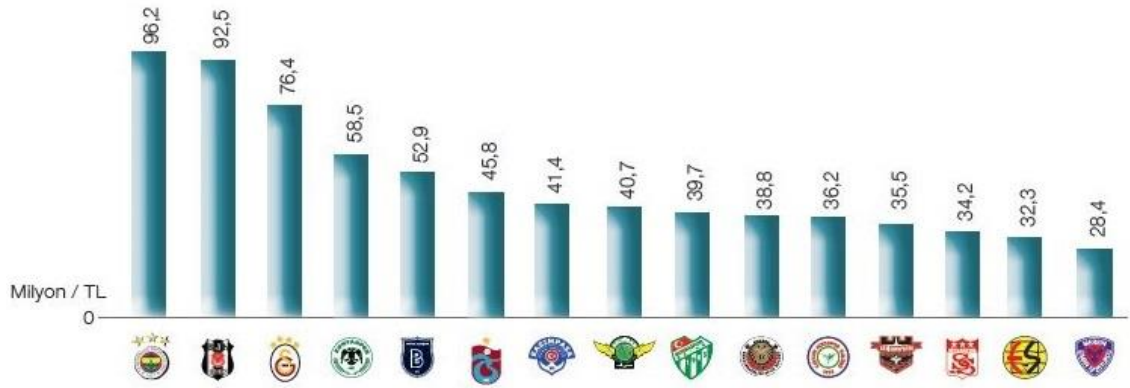
Türkiye’de ise naklen yayın gelirlerinin Süper Lig takımlarına dağıtımı, %35’i lige katılım payı olarak ligdeki 18 takıma eşit şekilde, %45’i performansa (puan durumuna), %11’i takımların toplam şampiyonluk sayılarına, %9’u ise lig sonunda ilk altı sıradaki takımlara dağıtılacak şekilde gerçekleşmektedir (Ekolig, 2016: 10-11).

Avrupa ligleri arasında maddi açıdan en yüksek canlı yayın gelirleri İngiltere’ye aittir. 2015 yılında SKY ve BT televizyonları ile yapılan yeni canlı yayın anlaşması ile Premier Lig’in yayın gelirlerinde %71 oranında yükselme yaşanmıştır. 2016-2017 futbol sezonundan itibaren geçerli olan ve 3 sezon devam edecek anlaşmaya göre, Premier Lig ekiplerinin kazanacağı yayın geliri toplam 5.136.000.000 pound olacaktır (Ekolig, 2016: 11).

Ülkemizdeki ilk futbol ihalesi 1994-1995 sezonunda 7,2 milyon dolar bedelle, Cine5, ATV, Show TV, Kanal D ve TGRT'den oluşan şirketler birliğine verilmiştir. 1995-1996 sezonu ihalesinde aynı şirketler birliğinde TGRT'nin yerini Star TV almıştır ve yıllık canlı yayın bedeli %219 artarak 23 milyon dolara yükselmiştir. 1996-1997 sezonunda yapılan ihaleyi Cine5 kanalının kazanmasıyla Türk futbolseverler ilk kez şifreli yayınla tanışmışlardır. 3 sezon için toplam 140 milyon dolarlık bir teklifle ihaleyi kazanan Cine5 bir sonraki yayın hakkı ihalesini 2 yıllığına 120 milyon dolar teklif veren Teleon'a kaptırmıştır. Teleon'un ödemelerinde yaşanan sıkıntılar nedeniyle TFF yeni bir ihale açmış ve bu ihaleyle beraber Digiturk devri de başlamıştır. Digiturk 2001-2004 dönemine ilişkin ihaleyi bir önceki ihale bedeline göre %288'lik bir artışla toplamda 465 milyon dolar gibi bir ücret ödemeyi taahhüt ederek kazanmıştır. 2004-2008 yılları için yapılan ihaleyi Digiturk-TRT işbirliğiyle kazanmış ve ihale bedeli yıllık 94,4 milyon dolardan 4 yıl için toplam 377,6 milyon dolar olmuştur (Akşar ve Merih, 2008: 10).

Digiturk 2008-2010 yıllarını kapsayan ihaleyi 2 yıl için 280 milyon dolarlık bir teklifle, 2010-2014 yıllarını kapsayan ihaleyi ise yıllık 321 milyon dolarlık bir teklifle kazanmıştır (Akşar, 2010: 146-148). İlk 3 yılın sonunda hali hazırda geçerli olan anlaşma 2017 yılına kadar uzatılmıştır. Kasım 2016'da yapılan ve 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021 ve 2021-2022 futbol sezonlarının yayın haklarını içeren ihaleyi 500 milyon dolar + KDV'lik teklifle kazanmıştır (www.ntv.com.tr/ekonomi/futbolda, Erişim Tarihi: 17.3.2017).

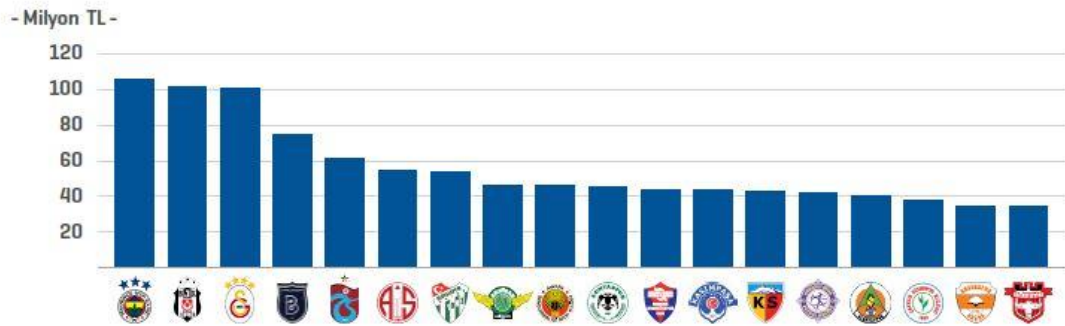
Avrupa liglerinde olduğu gibi Türkiye'de de naklen yayın gelirleri, kulüplerin en büyük gelir kalemini oluşturmaktadır. Performans primi, şampiyonluk katsayısı primi, ayakbastı parası ve lig sonunda ilk 6 sırada yer alma kriterlerine göre dağıtılan havuz gelirleri, 2015-2016 futbol sezonunda toplam 871 milyon TL'ye ulaşmıştır. TFF, 2015-2016 futbol sezonu başlamadan önce ligde mücadele edecek 18 takımın her birine 18 milyon TL katılım payı ödemiştir (Ekolig, 2016: 28).



Şekil 3: 2015-2016 Futbol Sezonu Naklen Yayın Gelirleri

Kaynak: Ekolig - Futbol Ekonomisi Raporu, 2016

Şekil 3'ten de anlaşılacağı üzere, 2015-2016 futbol sezonunu 2.sırada bitiren Fenerbahçe, sezonu şampiyon olarak tamamlayan Beşiktaş'tan daha fazla yayın geliri elde etmiştir. Benzer bir şekilde sezonu 6.sırada tamamlayan Galatasaray, sezonu 3.sırada bitiren Konyaspor'dan, sezonu 4.sırada bitiren Başakşehir'den ve sezonu 5.sırada bitiren Osmanlıspor'dan daha fazla yayın geliri elde etmiştir. Bu durumun temel nedeni de dağıtım modelidir.



Şekil 4: 2016-2017 Futbol Sezonu Naklen Yayın Gelirleri

Kaynak: Ekolig - Futbol Ekonomisi Raporu 2, 2017

Şekil 4 incelendiğinde 2016-2017 futbol sezonunu şampiyon olarak tamamlayan Beşiktaş'ın naklen yayın gelirleri sıralamasında 2.sırada yer aldığı görülebilir. 3 büyük takım olarak tanımlanan Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray 100 Milyon TL'nin üzerinde naklen yayın geliri elde ederken aynı sezonda ligi 2.sırada tamamlayan Başakşehir Futbol Kulübü 80 Milyon TL'nin altında gelir elde etmiştir.

1.4.1.2. Ticari Gelirler

Günümüzde futbol; sırtımızdaki forma, boynumuzdaki kaşkol, soframızdaki tabak, yatağımızdaki çarşaf, cebimizdeki kredi kartı, yıllık kombine kartı, evimizdeki televizyon, aylık aboneli olduğumuz dergi, umudumuzu bağladığımız bir şans oyunu, milyon dolarların döndüğü yayın ihaleleridir. Üç milyarın üzerinde insandan aynı yoğunlukta ilgi ve talep görebilen, küreselleşen dünyamızın en tanınmış markası Coca Cola'yı bile popüleritede gölgede bırakan, bir tüketim ekonomisidir (Akşar, 2005: 3).

Kulüpler, logolu ürünleriyle dünyanın birçok ülkesinde ticari pazar oluşturarak gelirlerini küreselleştirmek amacı doğrultusunda, değişik ülkelerin oyuncularından oluşan bir oyuncu kadrosu oluşturma arayışı içerisine girmiştir. Bu sayede hem dünya genelinde bilinirlikleri artacak hem de yeni gelirler elde etmiş olacaklardır (Authier, 2002 Akt; Özgen, 2015: 32).

Futbolda kulüpler hayatta kalmak ve belirsizliği sürdürmek için birbirlerine muhtaçtır. Bu belirsizlik işi heyecanlı kılar ve futbolun pazarlanabilir bir ürün olmasına yardım eder (McGill, 2006: 138). Ulusal ve uluslararası profesyonel kulüplerin rekabet alanları içinde sadece sportif başarıları değil, ürün satışları da bulunmaktadır. Daha fazla para, daha nitelikli sporcuya sahip olmak demektir. Güçlü bir ekonomik yapı sportif başarıyı etkilemekte, sportif başarı ise kulüp ile bağlantılı her şeye karşı talebi arttırmaktadır (Satur, 2013: 52).

Futbol endüstrisi, yaşanan yeni döneme has taraftar profilini de yaratmıştır. Taraftarların/müşterilerin beğendiği yıldız futbolcuların formalarının pazarlanması ve maçlara bu formalar ile gidilmesiyle yeni bir süreç başlamıştır. Bu gelişmenin farkında olan kulüpler ise formalarını her sezon değiştirmeye ve müşterilerinin bu formalardan almaları için yeni yolları yani transferleri kullanmaya başlamışlardır (Talışciler, 2008: 101). Bu konuda birkaç örnek vermek gerekirse; Fenerbahçe'nin Roberto Carlos ile sözleşme imzalamasının hemen ardından 24 saat içinde 75.000 forma satılmıştır (Soygüden, 2016: 28). Benzer bir şekilde, 2015-2016 futbol sezonunun başında Antalyaspor'a transfer olan Samuel Eto'o, lisanslı ürün satışlarının %50 artmasında büyük pay sahibi olmuştur (Ay: 2016: 22).

Türkiye’de futbol kulüpleri açtıkları mağazalarla lisanslı ürün satışı yaparak gelir elde etmektedirler. Beşiktaş - Kartal Yuvası, Fenerbahçe – Fenerium, Galatasaray – Galatasaray Store, Trabzonspor – TS Club mağazaları ile ürün satışlarını gerçekleştirmektedirler. Bunun yanı sıra birçok kulübün kendine ait mağazası bulunmaktadır (Aydın, 2008: 56).

Değişen sosyo-ekonomik koşullar ve futbola yeni dahil olan paydaşlarla birlikte, kulüplerin ticari gelirleri de çeşitlenmiş ve yükselme göstermiştir. Ticari gelirler, sponsorluk anlaşmaları başta olmak üzere marka ortaklıkları, ticari iş birlikleri, her türlü reklam ve imaj çalışmalarını da kapsar. Avrupa’nın bir dünya markası haline gelen liglerinin ve bu liglerde mücadele eden kulüplerin en değerli ticari gelir mecralarını formalar ve stadyumlar oluşturmaktadır. Formalar üzerinden yapılan iş ortaklıklarından en fazla gelir, üretici spor markalarından ve formaların göğsünde yer alan ana sponsordan elde edilmektedir (Ekolig, 2016: 12).

Futbol pastasının giderek daha da büyümesine olanak sağlayan sponsorluk, aynı zamanda endüstrinin kendisini yeniden üretmesine de olanak sağlamaktadır. Bir yandan bir futbol kulübüne formasından başlamak üzere sportif ve mali olarak her alanda maddi destek sağlayan kurumlar, diğer yandan da kendi markalarının reklamını ve promosyonunu yaparak, futbol kulüpleri sayesinde milyarlarca kişiye ulaşmaktadırlar. Klasik futbol kulüp gelirlerinin dışında bir gelir kalemi olan sponsorluk gelirleri, futbolun gelişimine ciddi katkı sağlamıştır. Bu gelişimin sponsor kurum tarafındaki yansıması ise milyarlarca futbolsevere, kendi ürününü, kendi markasını ulaştırabilmesi şeklinde olmuştur (Akşar, 2005: 7-8).

En popüler sponsorluklardan bir diğeri de stadyum isim sponsorluğudur. Dönemin Premier Lig takımlarından Bolton Wanderes’in 1997’de stadyumunun adını Reebok Stadi olarak değiştirmesi bu alandaki ilk örnektir. 2004 yılında Arsenal takımının Birleşik Arap Emirlikleri merkezli havayolu şirketi Emirates ile yaptığı anlaşmayla 2028 yılına kadar stadyum isim hakkı ve göğüs reklamı sponsorluğundan her yıl 30 milyon pound kazanacak olması ve Manchester City takımının Birleşik Arap Emirlikleri’nin en büyük ikinci havayolu şirketi olan Etihad ile yaptığı anlaşma doğrultusunda stadyum isim hakkı ve göğüs reklamı sponsorluğundan her sezon 40

milyon pound kazanacak olması Premier Lig'deki diğer örnekler olarak gösterilebilir (Ekolig, 2016: 14).

Tablo 3
Avrupa ve Türkiye'deki Bazı Kulüplerin Sponsorları

Kulüpler	Teknik Malzeme Sponsoru	Forma Sponsoru
Manchester United	Adidas	Chevrolet
Barcelona	Nike	Qatar Airways
Real Madrid	Adidas	Emirates
Bayern Münih	Adidas	Deutsche Telekom
Manchester City	Nike	Etihad Airways
Paris Saint-Germain	Nike	Emirates
Arsenal	Puma	Emirates
Chelsea	Adidas	Yokohama Tyres
Liverpool	New Balance	Standart Chartered
Juventus	Adidas	Jeep
Borussia Dortmund	Puma	Evonik
Tottenham Hotspur	Under Armour	AIA
Atletico Madrid	Nike	Plus500
Schalke 04	Adidas	Gazprom
AC Milan	Adidas	Emirates
Zenit	Nike	Gazprom
West Ham United	Umbro	Betway
İnternazionale	Nike	Pirelli
Beşiktaş	Adidas	Vodafone
Fenerbahçe	Adidas	Nesine.com
Galatasaray	Nike	Nef
Trabzonspor	Nike	QNB

Kaynak: Deloitte Futbol Para Ligi Raporu, 2017; www.haberturk.com/kartalbank, Erişim Tarihi: 13.04.2017; www.fanatik.com.tr/fenerbahceye, Erişim Tarihi: 13.04.2017; www.fanatik.com.tr/galatasaray, Erişim Tarihi: 13.04.2017; www.aljazeera.com.tr/trabzonspora, Erişim Tarihi: 13.04.2017.

Türk futbolunda ise ticari gelirleri en fazla olan kulüpler 4 büyükler olarak adlandırılan Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor olmakla birlikte son yıllarda yenilenen stadyumları, ligdeki performansları ve seyirci potansiyelleri ile Antalyaspor, Atiker Konyaspor, Medipol Başakşehir gibi kulüplerin de ticari gelirlerini arttırdığı görülmektedir. 2015-2016 sezonunda 4 kulübün futbol takımı isim sponsoru (Çaykur Rizespor, Medicana Sivasspor, Medipol Başakşehir FK, Atiker Konyaspor) bulunurken, 5 kulübün de (Türk Telekom Arena – Galatasaray, Vodafone Arena – Beşiktaş, Ülker Stadyumu Şükrü Saraçoğlu Spor Kompleksi – Fenerbahçe, Torcu Arena – Konyaspor ve Didi Stadı – Çaykur Rizespor) stadyum isim sponsoru bulunmaktadır. 3 büyük kulübün firmalarla yaptığı sponsorluk anlaşmalarına bakacak olursak; Vodafone, stadyum isim sponsorluğu (10+5 yıl) ve forma göğüs sponsorluğu (3+2 yıl) karşılığında Beşiktaş kulübüne toplam 145 milyon dolar; Ülker, 10 yıl sürecek stadyum isim sponsorluğu karşılığında Fenerbahçe kulübüne toplam 90 milyon dolar; Türk Telekom ise, 2009-2010 sezonunda başlayan ve 10 yıl sürecek stadyum isim hakkı sponsorluğu karşılığında Galatasaray’a toplam 65 milyon dolar ödeyecektir (Ekolig, 2016: 16-17).

Futbol kulüplerinin en önemli gelir kaynaklarından biri de taraftarların oynanan müsabakalar üzerinden yaptıkları bahislerdir. Futbol kulüpleri müsabakalar üzerinde oynanan bahisler ile isim haklarından dolayı gelir elde etmektedirler. Ülkemizde bahis, Spor Toto Teşkilatı aracılığıyla yapılmaktadır. Spor Toto Teşkilatı bünyesinde “Spor Toto” ve “İddaa” olmak üzere iki oyun bulunmaktadır. Spor Toto’nun yaygınlaşmasının ardından insanlar, para kazanma umuduyla futbolla ilgilenmeye başlamışlardır. Teşkilatın kurulması ve oyununun Türkiye genelinde yaygınlaşması ile illerdeki futbol stadyumlarının sayısı bu yolla elde edilen gelirler ile artış göstermiştir (Gürsoy, 2014: 77).

Ülkemizde en yaygın bahis oyunu olan ve 2004 yılında piyasaya sürülen İddaa, bugün ülkemizde oynanan şans ve bahis oyunları içinde payını %36’ya kadar yükseltmiştir. Spor Toto Teşkilatı’nın ülke çapında 81 il 750 ilçede, toplamda 5 bine yakın bayisi bulunmaktadır (Akşar, 2010: 203-204) .

Sayıştay Denetim Raporu (2015: 1-2)'na göre, Spor Toto Teşkilatı'nın 2015 yılında toplam geliri 7.778.090.004 TL'dir. Bu gelir içerisinde TFF'ye ve isim hakkı olarak futbol kulüplerine ödenen miktar ise 387.236.985 TL'dir. TFF'ye ve futbol kulüplerine isim hakkı olarak ödenen miktar toplam gelirin yaklaşık olarak %5'ine tekabül etmektedir.

Öte yandan, kulüpler günümüzde farklı modeller ile şirketleşmekte ve finansman gücünü arttırmak için hisselerini halka açmaktadırlar (Özbay, 2016: 24). Bu şirketler borsada reklam, sponsor, isim, yayın ve ürünlerini pazarlamaktadırlar. Kulüpler, borsa şirketi olarak sermaye piyasasından kaynak temin ederek mali problemlerine çözüm bulabildikleri gibi sermaye piyasasının denetim mekanizmalarıyla kurumsallaşma süreçlerini hızlandırmakta ve modern yönetim tekniklerine daha kısa sürede kavuşabilmektedirler (Aydın, 2008: 50).

Halka açılmanın en temel amacı finansmandır. Halka açılan bir şirket, yeni ortaklarından toplayacağı fonlar ile yeni yatırımlara başlama, finansman açığını kapatma gibi aksiyonlar gerçekleştirebilir (Özbay, 2016: 44). 1983 yılında Tottenham kulübünün ilk halka arzının ardından, birçok İngiliz kulübü ve diğer bazı Avrupa kulüpleri bu yolu takip etmiştir. 1991-1997 yılları arasında borsaya açılan 26 İngiliz futbol kulübünün 11 tanesi mali performanslarının kötülüğü yüzünden 2002-2006 arası borsadan çıkarılmıştır. İngiltere'de yüksek hisse değerleriyle borsaya açılan kulüplerin çoğunun bir süre sonra hisse değerleri hızla erimiştir (Tokalak, 2015: 76-77).

Türkiye'de genellikle dernek şeklinde örgütlenen spor kulüpleri tarafından yürütülen sportif faaliyetler diğer ülkelerde olduğu gibi oldukça önemli bir ekonomik faaliyetin konusunu oluşturmaktadır. Türkiye'de ilk halka arz işlemlerini başlatan futbol kulüpleri Beşiktaş Jimnastik Kulübü (BJK) ile Galatasaray Spor Kulübü (GS)'dür. Bu kulüpler halka arz işlemlerini kurmuş oldukları şirketlerle gerçekleştirmişlerdir (Devecioğlu, 2004: 12).

Kulüplerin şirketleşerek borsaya açılması onların daha kolay ve daha ucuz borç para veya fon bulmasını kolaylaştırıyor gibi görünse de bir süre sonra kulüpleri boğazlarına kadar borç batağına sokmuş ve öz kaynaklarının erimesine neden olmuştur. Borsaya açılmak, daha çok ticari olanaklardan faydalanmak için, Türkiye'de kısmen anonim

şirket statüsüne kavuşan takımların, Futbol A.Ş.'lerin finansal yapılarına göre, kulüplerin son yıllarda gelirleri artarken, aşırı borçlanmanın etkisiyle faiz, kur farkı gibi giderleri de hızla büyümüştür (Tokalak, 2015: 77-78).

1.4.1.3. Maç Günü Gelirleri

Tribünlerin hiçbir ayırım gözetmeksizin tek bir amaç uğruna binlerce insanı bir araya toplayabilme büyüğü, futbolun endüstriye dönüşmesindeki en önemli nedendir. Çünkü futbol ırk, din, dil, meslek, ekonomik düzey gibi farklılıkları bir süreliğine silip atmış, çağdaş insanın bu oyun aracılığıyla bir arada olabilmesine olanak sağlamıştır (Bora, 1993 Akt; Özgen, 2015: 34).

Bütün futbol kulüplerinin ana amaçlarından bir tanesi statlarını doldurmaktır. Dolu statların futbol ortamında yaratacağı ortamın yanı sıra, kulüplerin bu işten elde edecekleri gelir oldukça önemlidir. 1990'lara kadar sadece kapı girişi gelirleri şeklinde ifade edilen bu gelirler, günümüzde farklı şekillerle karşımıza çıkmış ve artık yerini maç günü gelirleri ifadesine bırakmıştır. Tüm bu gelişmeler, futbol ürününü pazarlama sürecine sokmuş ve kulüplerin maç günü gelirlerini arttırmak amacıyla tribüne seyirci çekme stratejileri geliştirmelerine yol açmıştır. Çünkü maç günü gelirleri, modern futbolda önemini halen korumaktadır (Akşar, 2013 Akt; Özgen, 2015: 34-35).

Kulüplerin sportif başarılarına ve popülerliklerine dair bilgiler veren maç günü gelirleri, bilet ve kombine satışlarının yanında kurumsal ağırlama ve yeme-içme hizmetlerinden elde edilen gelirleri de kapsamaktadır. Bu gelirler aynı zamanda o ülkenin ya da o bölgenin futbol kültürlerine ve taraftarların davranışsal kimliklerini de ortaya koymaktadır (Ekolig, 2016: 6).

Deloitte tarafından hazırlanan Futbol Para Ligi Raporu'na göre; 2014-2015 futbol sezonunda genel gelir sıralamasında yedinci sırada bulunan Arsenal takımı maç başına 59.992 ortalama seyirci sayısı ve 132 milyon Euro maç günü geliriyle en fazla maç günü geliri elde eden takım konumundadır. 2014-2015 futbol sezonunda Genel sıralamada birinci sırada bulunan ve 72.969 ortalama seyirci sayısına ulaşan Real Madrid ise maç günü gelirleri açısından bakıldığında 129,8 milyon Euro geliriyle listede ikinci sırada kalmıştır. 2015-2016 futbol sezonunda ise genel sıralamada birinci sırada bulunan Manchester United takımı 75.327 ortalama seyirci sayısı ve 137,5 milyon Euro

maç günü geliriyle en fazla maç günü geliri elde eden takım durumundadır. Genel sıralamada yedinci sırada yer alan Arsenal takımı ise 59.980 kişilik ortalama seyirci sayısı ve 133,6 milyon Euro maç günü geliriyle maç günü geliri sıralamasında ikinci sırada yer almıştır (Deloitte, 2016 ve Deloitte, 2017).

Tablo 4
4 Büyük Kulübün 2014-2015, 2015-2016 ve 2016-2017 Futbol Sezonları Maç Günü Gelirleri

	2014-2015 Sezonu	2015-2016 Sezonu	2016-2017 Sezonu
Beşiktaş	25,5 Milyon TL	46,9 Milyon TL	69,9 Milyon TL
Fenerbahçe	64,8 Milyon TL	94,2 Milyon TL	67,9 Milyon TL
Galatasaray	90 Milyon TL	92,4 Milyon TL	63,5 Milyon TL
Trabzonspor	4,4 Milyon TL	3 Milyon TL	18,7 Milyon TL

Kaynak: Ekolig Futbol Ekonomisi Raporu, 2017: 38

Türkiye'ye bakıldığında 2015-2016 futbol sezonunda en fazla maç günü geliri elde eden kulüp 24.958 kişilik seyirci ortalamasına sahip olan ve toplamda 94,2 milyon TL gelir elde eden Fenerbahçe'dir. 18.745 kişilik seyirci ortalaması ve toplam 92,4 milyon TL geliriyle Galatasaray ikinci, 16.292 kişilik seyirci ortalaması ve 46,9 milyon TL geliriyle Beşiktaş üçüncü sıradadır (Ekolig, 2016: 23-25). 2016-2017 futbol sezonunda ise son iki sezonun lig şampiyonu olan Beşiktaş 30.446 kişilik seyirci ortalaması ve 69,9 milyon TL maç günü geliri ile bu alanda ilk sırada yer almıştır (Ekolig, 2017: 38- 40).

Tribünlerdeki taraftar sayısı ile doğru orantılı olan maç günü gelirleri, futbola olan ilginin ana göstergelerinden en önemlisi konumundadır. Maçların izlenme oranları sadece maç günü gelirlerini etkilemekle kalmayıp, futbol içerisinde yaratılan diğer gelirlerden önemli oranda etkilenmektedir. Bir anlamda, maçların, turnuvaların izlenme oranları, kulüplerin ve liglerin yani futbol sektörünün sürdürülebilirliği için hayati öneme sahiptir (Akşar ve Merih, 2006 Akt; Özgen, 2015: 37).

1.5. Futbol Taraftarlığı

Günümüzde futbol, milyonlarca insanı etkilemektedir. Hiçbir sanatsal etkinlik, hiçbir politik mesaj çağımızda bu heyecanı yaratamamaktadır. Futbol aracılığıyla çok büyük kitleler ortak bir heyecanı yaşamaktadır (İnan, 2007: 28). Taraftarlık kavramı, futbolun en önemli iki ögesinden birini oluşturmaktadır. Tıpkı futbolcu olmadan futbol olamayacağı gibi taraftar olmadan da futbol olamaz. Taraftarlık, kişinin hayatında önem verdiği ve kimliğini tanımlamada kullandığı önemli alanlardan bir tanesidir (Demir ve Talimciler, 2015: 30-31).

Akşar ve Merih (2008: 97) taraftarı şöyle tanımlar: *“Yağmurda, çamurda beraber yürür takımıyla kol kola. Bir cefakar, bir vefakardır. Zengini fakiri fark etmez. Sınıf farkı ve sosyal statü farkı gözetmez. Aynı tepkiyi, aynı etkiyi birlikte yaşar. Beraber hüzünlenir, beraber sevinir. Tutkuyla takımına yoldaşlık yapar. Yeri gelir teknik direktör olur takım yapar, yeri gelir başkan olur milyonlar akıtır, transfer yapar. Bazen maç kuyruklarında görürüz onu, bazen kale arkasında avazı çıktığıınca bağırırken; bazen de yüz binlerce dolar verip, bir sanatsal etkinlik izlemiş gibi vip localarına kurulurken.”*

Kıvanç’a (2001 Akt; Demir ve Talimciler, 2015: 31) göre ise taraftar: *“Hayatını bir takıma bağlılığı ile ve bu takıma bağlı bulunan öteki insanların varlığı ile birlikte takımının macerası ve başarısı ile anlamlandıran kişidir.”*

Batı’da, özellikle de modern futbolun doğduğu yer olan İngiltere’de, futbol takımları sahip oldukları taraftar kitlesiyle ortaya çıktıkları çevrenin veya kuruldukları kentin sosyal yapısını yansıtan oluşumlardır. Bu kulüpler, kuruluşlarından itibaren hitap ettikleri sosyal çevrenin özellikleriyle beraber şekillenmişlerdir (Horak, Reiter ve Bora, 2015: 277-298). Örneğin, dokuma işçilerinin takımı denildiğinde akla Manchester United, silah fabrikası işçilerinin takımı denildiğinde Arsenal, kömür işçilerinin takımı denildiğinde Nottingham Forest, liman işçilerinin takımı denildiğinde ise Liverpool gelir (Ayan, 2006: 202). “Oyundan anlayan ama oyun oynamayan” kalabalığın artması taraftarlığın ortaya çıkışında bir dönüm noktası olarak görülebilir (Aydın, Hatipoğlu ve Ceyhan, 2008: 295).

Dünyada takım taraftarlığı kentsel, bölgesel, sınıfsal, etnik ya da dinsel bir takım temeller üzerinde şekillenmiştir. Örneğin Napoli, Güney İtalyanların zengin Kuzey'e dönük temsilcisidir ve Maradona kendi takımlarında oynadığı için Dünya Kupası'nda İtalya'ya karşı Arjantin'i destekleyebilmişlerdir. Katalan bölgesinin takımı Barcelona'dır. Katalanlar için Barcelona ile kralın takımı Real Madrid arasında oynanan karşılaşmalar adeta bir bağımsızlık mücadelesi niteliğindedir. Athletic Bilbao ise Bask bölgesinin takımudur ve bu bölge dışında doğan bir futbolcu oynamamaktadır. Arjantin'de, burjuvazinin takımı denilince River Plate, işçi sınıfının takımı denilince ise Boca Juniors akla gelir. Dünya futbolundaki dinsel farklılıklar denilince İskoçya'nın Glasgow Rangers ve Celtic takımları ön plandadır. Protestanlar Rangers'ı, Katolikler Celtic'i desteklemektedir (Demir ve Talimciler, 2015: 35).

Türkiye'de ise tarihsel süreç biraz daha farklı bir yol izlemiştir. Gökaçtı (2008: 309-310) Türkiye'de taraftarlığın gelişimini şöyle anlatır: "1920'li yıllar, taraftar kitlelerinin ilk kez, kendilerini diğer takımlardan ve taraftarlarından ayırt eden bir takım yenilikleri devreye soktukları bir dönemdir. Galatasaraylılar için, Sabit Cinol'un İsviçre'den getirerek uyarladığı "Cim Bom Bom" tezahüratı, bir takım taraftarının kendine mahsus ilk sloganıdır. Sonraki on yılda ise futbol taraftarlığı bağlamında artan gerilim giderek şiddete dönüşmüştür. Futbolun profesyonelleşerek bir gösteri ve medya olayına dönüştüğü 1950'li yıllarda taraftarlık anlayışının temelinde saygın ve güçlü bir grubun üyesi olmanın okşadığı aidiyet duygusu belirleyici öge haline gelmiştir. Bu yeni mürid kitlesinin tribünlerdeki önderliğini üstelenenlere de "amigo" denmiştir. 1970'li yılların bunalımlı ve şiddetli ortamı statları etkisi altına almış ve tribünlerde önderliği, mahalle kabadayılarının bir başka versiyonu olan kişiler almıştır."

1980 sonrası Türkiye'de futbol ve futbol taraftarlığı, siyasetin depolitizasyon süreci ile birlikte yükselişe geçmiş ve futbol taraftarlığı, parti taraftarlığının yerini almıştır. Kentli genç nüfusun artması ve futbolun yükselen yeni değer haline gelmesi ile birlikte futbol taraftarlığı, bir aidiyet biçimine dönüşmüştür (Talimciler, 2014: 57).

Bugün Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Trabzonspor'un (4 büyükler) egemenliğindeki Türk futbolu ve bu kulüplerin taraftar grupları arasındaki rekabette ne paylaşılabilen bir bölge ne dini ya da sosyo-ekonomik bir fark ne de siyasi bir tercih görülebilir. Özellikle Beşiktaş, Fenerbahçe ve Galatasaray arasındaki rekabeti

gölgeleyecek tarihsel geçerliliği olan hiçbir çatışma unsuru yoktur. Ne Beşiktaş sadece halkın, ne Fenerbahçe milli burjuvazinin ne de Galatasaray sadece aristokratların takımlarıdır (Keskin, 2014:5).

Futbolun olmazsa olmazlarının başında gelen taraftar boyutu, endüstriyel futbol sonrasında daha fazla önem kazanmıştır. Metalaşma sonrasında futbol içerisinde dönen para miktarı artmış ve futbol, tüketim ekonomisi ile iç içe geçen bir alan haline dönüşmüştür. Tüketimin futbol ile kurduğu bağlantının en önemli halkası taraftarlar üzerinden sağlanmakta ve taraftarların, oyunun yaşadığı dönüşüme endeksli bir biçimde rasyonel tüketici davranışları mantığı çerçevesinde takımlarının “marka”larına sahip çıkmaları beklenmektedir (Talimciler, 2015: 154).

Taraftardan artık, sadece maç günü bilet alması ve maçı izlemeyip takımını desteklemesinden öte şeyler beklenmektedir. Taraftar, yıllık kombine bilet almalı, borsada kulübün kasasına para yatırmalı, takımının deplasman maçlarını izlemek için dijital yayınlara üye olmalı, kulübün logosunu taşıyan ürünler satın almalı ve dergisine abone olmalıdır. Kısacası taraftar, tuttuğu takım ile yaygın bir harcama ağı üzerinden de ilişki kurmalıdır (Gökaçtı, 2008: 312).

Taraftarlık seyirciliği disipline etmenin en basit yoludur. Futbolcuları, kulüp başkanları, teknik ekipler, yöneticiler, transfer paraları, yazılı ve görsel medyasıyla çok büyük bir sektör haline gelen futbolda taraftar, maddi çıkar gözetmeksizin bu sektöre destek vermeyi kolay kolay bırakmayan tek elemandır. Maddi kazanç elde etmenin ötesinde taraftar, ciddi para dönüşümünün gerçekleştiği bu organizasyonda en önemli gelir kaynağı ve tüketici konumunda bulunmaktadır (Garzan, 2009 Akt; Keskin, 2014: 3).

Kısacası taraftarların görevleri sadece maça gelmekle sınırlı kalmamakta, potansiyel bir tüketici ve müşteri olmaktadır. Türkiye Futbol Federasyonu'nun Passolig olarak adlandırılan uygulamayı devreye sokmasının ardından liglerimizde taraftarların müşteri olarak görülmesi durumu daha da netleşmiştir. Söz konusu uygulama sonrasında maçlardaki taraftar sayısında gözle görülür bir düşüş yaşanmış olmasına karşın siyasal erk ve futbol federasyonu uygulamayı sürdürmedeki kararlılıklarını sürdürmektedir (Talimciler, 2015: 155).

Tablo 5
Süper Lig'deki 4 Büyük Kulübün Passolig Öncesi ve Sonrası Seyirci Ortalamaları

<i>Takımlar*</i>	<i>Passolig Öncesi</i>		<i>Passolig Sonrası</i>			Passolig Sahibi Taraftar Sayısı
	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	
Beşiktaş	22.968	26.467	12.585	18.758	29.215	641.907
Fenerbahçe	42.255	39.219	19.389	28.857	19.019	684.183
Galatasaray	39.989	35.369	23.662	19.466	23.417	728.329
Trabzonspor	17.861	16.699	9.512	9.288	14.359	210.606

*Takım sıralaması alfabetik olarak yapılmıştır

Kaynak: www.transfermarkt.com.tr (Erişim Tarihi: 29.03.2017) ve www.passolig.com.tr/taraftar-ligi (Erişim Tarihi: 27.04.2018).

Tabloyu değerlendirirken Beşiktaş'ın 11 Mayıs 2013-12 Nisan 2016 tarihleri arasında müsabakalarını kendi stadyumunda oynamadığını, 12 Nisan 2016 tarihinden günümüze 41.903 kapasiteli Vodafone Park stadyumunda oynadığını; Trabzonspor'un da 29 Ocak 2017 tarihinden beri 41.461 kişilik yeni stadyumu Medical Park Stadyumu'nda müsabakalarını oynadığını da göz önünde bulundurmak gerekir. Fenerbahçe'nin müsabakalarını oynadığı Şükrü Saraçoğlu Stadı'nın kapasitesi 50.509, Galatasaray'ın müsabakalarını oynadığı Türk Telekom Stadyumu'nun kapasitesi ise 52.650'dir.

1.5.1. Taraftar Tipleri

Futbol taraftarı denilince hepsini bir kategoride analiz etmemek gerekir. Normal maçlara giden, takımlarını destekleyen futbol taraftarı ile takımlarının kazanma ve kaybetmesini bir ölüm kalım meselesi yapan, takımı kazansın da nasıl kazanırsa kazansın düşüncesinde olan fanatik taraftarı birbirinden ayırt etmek gerekir. Fanatik taraftarın da bir aşırı sevinç ve üzüntü duyan kısmı ile agresif ve kavgacı kısmını da birbirinden ayırt etmek gerekir. Fanatik taraftar; futbol takımı kaybettiğinde önce kabahati şanssızlıkta, hakemlerde, sahada ve hava şartlarında, sonra antrenörde bulur; en sonunda da birkaç futbolcuyu günah keçisi yapar. Bir süre sonra da hedefe yöneticileri oturturlar. Fanatik taraftar, tepkilerini aşırı şiddet ve kızgınlıkla ortaya koyar. Kısacası fanatik taraftarlar için dünya, kendi tuttuğu takımın etrafında döner (Tokalak, 2015: 31).

Taraftardan holigana doğru uzanan ayırma ve ayrıştırmada şiddeti benimseme ve bu doğrultuda çeşitli eylemler içerisinde yer alma davranışı ayırt edici olmaktadır. Fanatik, tutmuş olduğu takıma her koşulda bağlıdır ve takımının kazanması için her şeyi yapmayı göze alır. Holigan, genellikle genç yaşta, kendiliğinden oluşmuş bir grubun üyesi bulunan, stat içinde ve dışında kural dışı tutumlar sergiler. Holigan, maça sadece dövüşmeye, cesaretini tescil etmeye giden kişidir. Geçtiği yerde karışıklık çıkararak iz bırakmayı sever (Demir ve Talimciler, 2015: 39).

Holiganizm, patolojik bir durum olmayıp karşılıklı ön yargı ve düşmanlıklardan beslenen sosyo-kültürel bir süreçtir. Taraftar grupları karşı karşıya geldiklerinde bu düşmanlıklarını çatışmaya dönüştürmektedir. Futbol müsabakaları bu tür düşmanlıkların çatışmaya dönüşmesi riskini taşıyan uygun ortamı oluşturmaktadır (Okur, M, 2014: 36).

Türkiye’de taraftarlık, zaman zaman fanatizm ve holiganizm arasında, futbolun fair-play ruhuna aykırı hareketle de kendini göstermektedir. Bu durumda kişinin içinde bulunduğu ruhsal durum, kendini ispatlama isteği ve öykülenmenin yanı sıra; baskı, yönlendirme ve kışkırtma gibi dışsal faktörler etkili olmaktadır. Futbolun ruhuna anlam katan değer olan bu olguyu yaratan kişi ister holigan, ister taraftar ya da fanatik olsun o toplumun bir parçası ise parçayı bütünden ayırarak yapılacak bir değerlendirme gerçek sonuçları göstermeyecektir (Keskin, 2014: 5).

Genel yapı itibarıyla incelenecek olunursa, futbol taraftarları toplumun farklı kademelerinde yaşayan bireylerdir. Taraftarlar arasında var olan tabakalaşma pek çok yönden farklılık göstermektedir. Fakat futbol bu farklılıkları ortadan kaldırmakta ve bireyleri tek bir çatı altında birleştirmektedir (Dever, 2010: 202).

1.6. Futbol-Şiddet İlişkisi

Futbolda şiddet, değişik toplumsal ve tarihsel bağlamlarda incelenmesi gereken karmaşık ve dinamik bir olgudur. İçinde yaşanan toplumsal koşullardan, ekonomik, siyasi ve kültürel etkenlerden etkilenmekte, buna karşın yarattığı sonuçlarla toplumsal yaşamı etkilemektedir (Talimciler, 2014: 64).

Futbolu diğer spor dallarından ayıran en önemli özelliği kolay izlenebilen bir spor olması ve büyük kitleleri peşinden sürüklemesidir. Seyirciler günlük hayatlarında taşıdıkları kimliklerin dışına çıkarak farklı kimliklerle futbol müsabakalarına katılırlar.

Futbol müsabakaları özellikle kalabalık gruplarda kişiliğin kaybolması ve çeşitli dışa vurmaların etkisiyle istenilen veya istenmeyen olayların meydana geldiği bir ortam olmaktadır (Avgın, 2015: 4-5).

Günümüzde, futbol maçlarını izleyen seyircilerin kişilikleri, davranışları ve sosyal yapıları birçok ortamda tartışılmaktadır. Çeşitli fikirler ve söylemlerin yanında ortak kanı; son yıllarda tribün taraftarlığında problemlerin arttığı, seyircilerin ve taraftarların davranışlarında istenmedik davranışlar olduğu yönündedir. Taraftarlar, başarıya karşı sabırsız, takımının gerçeklerini göz ardı eden, hakeme, rakip sporculara, kendi sporcularına, kendi antrenörlerine ve karşı takım taraftarlarına karşı saldırgan bir tavır takındıkları, kamuoyu tarafından açıkça gözlenmektedir (Şahin ve diğerleri, 2014: 87).

Ülkemizde çarpık kentleşme ve gelir dağılımındaki dengesizliğin giderek artması; ekonomik, siyasal ve toplumsal olarak kültürel bir çöküntü ve yozlaşmaya neden olmuştur (Akşar, 2005: 297). Fanatik taraftarları üreten yerleşim birimleri genellikle en yüksek işsizlik oranına sahip olan yerlerdir. Ekonomik açıdan sıkıntılı dönemlerde en ağır koşullarda yaşamlarını devam ettirmek zorunda kalan bu insanlar için futbol, bir nevi hayata tutunma noktası olmaktadır (Demir ve Talimciler, 2015: 48-49). Bu olumsuzluklar alt kültürü oluşturan kitlelerde büyük bir öfke birikimine yol açmaktadır. Bu kitleler de öfke birikimlerini ifade edebilecekleri en uygun ortamlar olarak spor alanlarını ve özellikle de futbol maçlarını görmektedir (Akşar, 2005: 297).

Türkiye’de ateşli futbol taraftarı olarak tanımlanan fanatikler, genellikle 16-25 yaş arasındaki gençlerden oluşmaktadır. Sosyo-ekonomik açıdan apolitik ve asosyal bir hayat sürmekte olan bu gençler, eğitimsizlik, işsizlik ve maddi-manevi imkânsızlıklar nedeniyle herhangi bir gruba ya da topluluğa ait olup, ayrıcalık hissetme ve yalnızlık hissinden kurtulma isteklerini futbol taraftarlığında bulurlar. Öyle ki çoğu genç, maçın seyrinden ziyade, isyan dolu tezahüratlar ve şarkılar söylemekten, hakeme veya rakip oyuncuya bir şeyler atıp, küfür etmekten zevk alır (Dikici, 2008: 25).

Kendisini takımının elde ettiği başarılarla başarılı gören, takımına olumsuz herhangi bir durumu yakıştıramayan, takımını karşılık beklemeden seven taraftar; başarısızlıklarda aynı davranış kalıplarını sergilememektedir. Kötü tezahüratlar, sporculara ve yönetime

yönelik çirkin söylemler ve hatta saldırılar olarak sıralanabilecek olan yenilgi sonrası taraftar davranışları Türkiye'nin her yerinde görülebilir (Dever, 2010: 204-205).

Bugün futbolun bir gösteri endüstrisine dönüşmesi, kendi siyasal iktidarını da yaratmaktadır. Bu siyasal iktidarı paylaşanların, futbolun yığınsallığından yararlanmak ve onu kendi dümen sularına çekmek için gösterdikleri çaba ve harcadıkları her tür enerji ve tahrik, futbol izleyicisindeki içgüdüsel saldırganlık davranışının harekete geçirilmesini sağlayan temel içsel dinamiklerden en önemlisidir (Akşar, 2005: 298). Futbolun ruhundaki erkeksi öğelerin de şiddet ve saldırganlıkta payı büyüktür. Bu bakımdan ataerkil kültür ile harmanlanıp, etkin güçlerin şovenist oyunlarınca kışkırtılan tribünler, bütün bunların üzerine sosyal hayatın içindeki problemlerin ve kimlik bunalımlarının da eklenmesiyle birlikte şiddet, çözülemez bir düğüm haline gelmektedir (Dikici, 2008: 24-25).

Örgütlenmiş fanatik grupların ortaya çıkışıyla futbol seyircisinin de profili önemli ölçüde değişmiştir. Futbol maçları ölüm-kalım savaşına dönüşürken, karşı takımın taraftarları da “düşman” olarak görülmektedir. Bu gelişmeler sonucunda bugün futbol, bir spor olayı olmanın yanı sıra stadyum ve çevresinde yaşanan ve taraftarların neden olduğu sorunlar ile birlikte anılır hale gelmiştir. Başka bir deyişle şiddet kavramı, adeta sporun içinde yer alan bir unsurmuş gibi algılanmaya başlanmıştır (Demir ve Talimciler, 2015: 45).

Şiddetin her an kendisini hissettirdiği bizim gibi ülkelerde şiddete meyilli taraftarların yetişmesini sağlayacak koşullar fazlasıyla bulunmaktadır. Hayatımızın her alanı ve anı şiddetle iç içe sürüp gitmekte ve bu şiddet stadyumlara da taşınmaktadır. Stadyumlarda yaşanan şiddeti, toplumsal hayatımızda yaşanan şiddetten bağımsız bir olguymuş gibi ele almak ve tribünleri dolduran kitleleri sanki bu toplumun ürünü değillermiş gibi düşünüp, küfür ettiklerinde, olay çıkardıklarında yargılamak sorunun kökenine inememek anlamına gelir. Çünkü tribünlerde dışarıdakinden farklı insanlar yaratılmaz (Talimciler, 2014: 73).

1.6.1. Modern Futbolda Dünya’da Yaşanan Önemli Şiddet Olayları

9 Mart 1946 İngiltere; İngiltere FA Kupası için karşılaşacak Bolton Wanderers ile Stoke City maçı başlamadan önce Burden Park Stadi’nin duvarlarının çökmesi nedeniyle yaşanan panikle taraftarlar birbirini ezmiş ve 33 kişi hayatını kaybederken 400 kişi de yaralanmıştır (Avgın, 2015: 14).

5 Haziran 1953 Arjantin; Buenos Aires’te Arjantin şampiyonluğu için yapılan son maçlardan birinde çıkan kavgada 1 kişi öldürülmüş, 17 kişi de ağır yaralı olarak hastaneye kaldırılmıştır. Kavga tribünlerde başlamış ve kapışan seyircilerden bir kısmı aşağıya düşmüştür (Dever, 2013: 191).

24 Mayıs 1964 Peru; Olimpiyat eleme maçında Arjantin’in Peru’yu yenmesinden sonra taraftar ayaklanmış ve 318 kişi ölmüş, 500 kişi de yaralanmıştır. Olaylar, maçın 2.dakikasında Peru’nun attığı golün hakem tarafından geçersiz sayılması üzerine cereyan etmiştir (arsiv.ntv.com.tr/news/16956, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

23 Haziran 1968 Arjantin; River Plate - Boca Juniors karşılaşmasının ilk yarısının ardından taraftarların bir kısmı stadi terk etmek istemiş, fakat yanlış kapıdan çıkmak istedikleri için rakip takım taraftarları ile karşılaşınca izdihama yol açmışlardır. İzdiham sonucunda 74 kişi hayatını kaybetmiş 150 kişi de yaralanmıştır (www.sabah.com.tr/en_korkunc_tribun_facialari, Erişim Tarihi: 12.04.2017)

2 Ocak 1971 İskoçya; İki ezeli rakip Glasgow Rangers ve Celtic karşılaşmasındaki felakette, Ibrox Stadi’nin korkuluklarının çökmesi üzerine meydana gelen izdiham sonucu 66 kişi ölmüş, 140 kişi de yaralanmıştır. Olay, stadi terk eden Rangers taraftarının takımlarının skoru eşitleyen golü atmasıyla stada geri dönmeye çalışması sonucu ortaya çıkmıştır. (Avgın, 2015: 15).

4 Mart 1971 Brezilya; Bir futbol karşılaşmasından çıkan taraftarlar stat dışında kavga etmiş ve kavga sonucunda 4 kişi hayatını kaybederken 1500 kişi de yaralanmıştır (www.fotomac.com.tr/en_korkunc_tribun_facialari, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

17 Şubat 1974 Mısır; Bir karşılaşmayı izlemeye gelen binlerce taraftar Zemalek Stadyumu girişinde korkulukların çökmesiyle panik yaşamış ve bu panikle 49 kişi hayatını kaybetmiş, 50 kişi de yaralanmıştır (Avgın, 2015: 15).

11 Mayıs 1985 İngiltere; Bradford'ta oynanan Bradford City – Lincoln City futbol maçında bir sigara izmaritinin stadın ağaç kısımlarını yakması sonucu çıkan yangında 56 kişi hayatını kaybetmiştir (arsiv.ntv.com.tr/news/16956, Erişim Tarihi:12.04.2017)

29 Mayıs 1985 Belçika; Brüksel'in Heysel Stadı'nda Juventus ile Liverpool takımları arasında oynanan Avrupa Kupası Finali'nde İngiliz holiganların saldırısı sonrası çıkan kavgada 33'ü İtalyan olmak üzere toplam 40 taraftar ölmüş, 600 kişi de yaralanmıştır (Avgın, 2015: 14). İtiş kakış sırasında bir duvarın çökmesi sonucu arada kalanların hayatlarını kaybettiği anlaşılan maçta, sorumlu olarak yeterli tedbiri almayan Belçika polisi ve Liverpool taraftarı gösterilmektedir. Heysel faciası olarak da bilinen bu olay sonucunda, özellikle İngiliz holiganlara yönelik bir takım tepkiler oluşmaya başlamış ve dönemin İngiltere başkanı M. Thatcher, İngiliz takımlarının kupalardan çekilmesi gerektiğini ifade etmiştir (Dever, 2013: 192-193).

10 Mart 1987 Libya; Stadyuma ellerindeki bıçaklarla girmek isteyen taraftarların yaratmış olduğu panik ile duvarlar yıkılmış, Libya resmi ajansı devlet baskısı nedeniyle gerçek rakamları saklayarak 2 kişinin öldüğünü, 16 kişinin ise yaralandığını açıklamıştır (www.fotomac.com.tr/en_korkunc_tribun_facialari, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

15 Nisan 1989 İngiltere; İngiltere Federasyon Kupası yarı finalinde Nottingham Forest ile Liverpool takımları arasında oynanan maçta, Hillsborough Stadı'nda meydana gelen izdihamda 95 kişi ezilerek ölürlen, 180 kişi de yaralanmıştır. Olayın sorumlularından birinin biletsiz seyirciler olduğu ifade edilmektedir. Biletsiz seyircilerin stada alınmasıyla beraber yerlerinde oturan veya ayakta maç izleyen kişiler ön tarafa doğru sıkışmaya başlamış ve ortaya çıkan izdiham sonucunda da ölüm olayları gerçekleşmiştir. Bir diğer sorumlu olarak da İngiliz polisler gösterilmektedir. Maça daha sonradan gelen taraftarların stada girmesine izin vermesinden dolayı eleştirilen İngiliz polisinin bu davranışı uzun süre konuşulmuş ve İngiliz futbolunda birtakım tedbirlerin alınması gerektiğini bir kez daha ortaya koymuştur (Dever, 2013: 193).

16 Ekim 1996 Guatemala; Guatemala ile Kosta Rika arasında oynanacak Dünya Kupası eleme maçı öncesi çıkan panikte 78 kişi hayatını kaybetmiştir (Avgın, 2015: 17).

15 Haziran 1998 Fransa; İngiltere – Tunus maçı öncesi Marsilya kentine akın eden ve 48 saat aralıksız alkol alan 500 civarında İngiliz holigan, 2 gün boyunca kent

merkezinde polisle çatışmış ve 40 kişi yaralanmıştır. Sopalar ve zincirlerle Tunus'lu taraftarlara saldıran holiganlar, kent merkezinde barikatlar kurarak dükkanları yağmalamış, vitrinleri kırmış ve yolları ateşe vermişlerdir (gazetearsivi.milliyet.com.tr/1998/06/16, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

17 Mayıs 2000 Danimarka; 500 kadar sarhoş İngiliz holigan, Kopenhag'ın Tivoli Meydanı'nda toplanan 3000 kadar Türk'e saldırmış, ortaya çıkan çatışmada İngilizler ve Türklerin dışında bir Danimarkalı da ağır yaralanmıştır. Olaylar sırasında bir Türk'ün kulağı kesilmiş, bir diğeri de bıçaklanmıştır (Dever, 2013: 194).

11 Nisan 2001 Güney Afrika; teknik direktörlüğünü Muhsin Ertuğral'ın yaptığı Kaizer Chiefs takımıyla ülkenin en fazla taraftara sahip takımlarından Orlando Pirates arasında oynanacak maçın, federasyon tarafından hafta içine alınmasıyla taraftarlar arasında çıkan çatışmalarda 43 kişi ölürken, 250'ye yakın taraftar da yaralanmıştır (Avgın, 2015: 13).

2 Şubat 2012 Mısır; Mısır'ın ünlü takımları El Ahli ve El Masri takımları arasında oynanan maçın ardından seyircilerin sahaya girmesiyle 79 kişi ölürken, binden fazla kişi de yaralanmıştır (Dever, 2013: 195).

1.6.2. Modern Futbolda Türkiye'de Yaşanan Önemli Şiddet Olayları

7 Haziran 1965 Erzincan; Karagücü ile Şekerspor arasındaki kupa finali maçında olaylar çıkmış ve 30 kişi yaralanmıştır. Şekerspor'un 2-0 yenik durumda bulunduğu 75. dakikada Şekersporlu bir futbolcunun, Karagücü takımından bir futbolcuyu tekmelemesiyle başlayan kavgada önce futbolcular, sonra da sahaya giren taraftarlar birbirine girmiştir. Kavga sonucunda 15 kişi ağır yaralanırken, 15 kişi de hafif derecede yaralanmıştır (gazetearsivi.milliyet.com.tr/1965/06/08, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

17 Eylül 1967 Kayseri; Dünya futbol şiddeti literatüründe önemli bir yere sahip olan Kayserispor – Sivasspor maçında yaşanan olaylar, ülkemiz futbol tarihinin en kanlı olayları olarak bilinmektedir. Kimin tarafından başlatıldığı tam olarak bilinmeyen ve iki komşu kenti düşmana çeviren olaylarda 40 kişi ölürken, yüzlerce insan yaralanmıştır (Dever, 2013: 195). Olayların çıkış nedeniyle ilgili farklı görüşler ileri sürülmektedir. Bazı görüşler maçın hakeminin hatalı kararlarını ön plana çıkarırken, bazıları yetersiz güvenlik önlemlerine vurgu yapmaktadır. Kimine göre ise asıl sebep iki komşu şehir

arasındaki rekabet ve gelir farkıdır (İlhan, 2014: 189). *Sivas-Kayseri Türkiye'nin En Büyük Futbol Faciası* isimli kitabın yazarı Kenan Başaran bu olayları bir röportajında şöyle anlatır: “*Bu olaylar iki şehir arasında önceden var olan bir gerilim nedeniyle değil, tamamen maç atmosferindeki kazanıp kaybetme duygusuyla alakalıdır. Karşılaşmanın oynandığı stadyumun yanında inşaatı devam eden spor salonunda kullanılmak üzere oraya dökülen çakıl taşları taraftarlar tarafından stadyuma sokulmuş ve Kayserispor'un golüyle taraftarlar birbirlerine taş atmaya başlamışlardır. Bu panikle Sivasspor taraftarları stadyumdan çıkmak için kapılara yüklenmiş ancak kapıların içeri doğru açıldığını fark edemedikleri için insanlar ezilerek, boğularak hayatlarını kaybetmişlerdir. Bu olayların ertesi günü Sivas'ta da olaylar meydana gelmiş, Sivas'taki Kayserililerin dükkanları, mağazaları yağmalanmış, otelleri yakılmıştır* (www.gazetekadiköy.com.tr).”

25 Haziran 1969 Kırıkkale; Kırıkkalespor ile Tarsus İdman Yurdu karşılaşmasının berabere bitmesiyle Kırıkkalespor, bir alt kümeye düşüncü tribünlerde bulunan yaklaşık 10 bin taraftar arasında çıkan kavgada 4 kişi hayatını kaybederken 45 kişi de yaralanmıştır (gazetearsivi.milliyet.com.tr/1969/06/26, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

3 Şubat 1970 Diyarbakır; Diyarbakır Şehir Stadyumu'nda Diyarbakırspor ile Hatayspor arasında oynanan maçta, Hatayspor'un ev sahibi takımı 1-0 yenmesi üzerine statta taraftarlar birbirine girmiş ve güvenlik güçlerinin müdahalesi sonucu 3'ü silahla olmak üzere 34 kişi yaralanmıştır (gazetearsivi.milliyet.com.tr/1970/02/04, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

15 Eylül 1986 İstanbul; Galatasaray antrenmanını basan taraftarlar, futbolcu Arif Kocabıyık'ı düzensiz hayatından dolayı uyarmış ve “yaşantına dikkat et, seni takip ediyoruz” diyerek futbolcuya gözdağı vermişlerdir (Dever, 2013: 199).

18 Aralık 1988 İstanbul; Galatasaray ile Beşiktaş arasında oynanacak maç öncesi, yaşları 16 ile 20 arasındaki taraftarlar birbirine molotofkokteylleri, demir çubuklar, kürek sapları, döner bıçakları ve şişlerle saldırmış, olayda bir kişi ağır yaralanarak hastaneye kaldırılmıştır. Polis tarafından gözaltına alınan gençlerin üzerinden 2 döner bıçağı, 4 zincir, 3 ekmek bıçağı, 3 molotofkokteyli, 2 çakı, 42 adet kürek sapı çıkmıştır (gazetearsivi.milliyet.com.tr/1988/12/19, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

16 Kasım 1991 İstanbul; Fenerbahçe ile Beşiktaş arasında oynanacak maç öncesi çıkan olaylarda 3 taraftar bıçaklanarak yaralanmıştır. Stat içerisinde yapılan arama sonrası ise 1 balta, 2 kama, 1 şiş ve 2 döner bıçağı ele geçirilmiştir (gazetearsivi.milliyet.com.tr/1991/11/17, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

17 Aralık 1991 İstanbul; Galatasaray ve Beşiktaş arasında oynanan derbi maçın ardından Mecidiyeköy’de bir grup Galatasaraylı taraftarın saldırısına uğrayan mühendis Oktay Akdemir aldığı darbeler sonucu komaya girmiş ve hayatını kaybetmiştir (Dever, 2013: 201).

9 Mart 1999 Adana; 2.Lig’te sürekli yenilgiler almaya başlayan Adana Demirspor taraftarı, antrenmanı basmış, silahlar sıkılmış ve futbolcular dövülmüştür (gazetearsivi.milliyet.com.tr/1999/03/10, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

5 Nisan 2000 İstanbul; Galatasaray – Leeds United maçı öncesi iki takım taraftarları arasında çıkan olaylarda 2 İngiliz taraftar Taksim’de bıçaklanarak öldürülmüştür (Avgın, 2015: 19).

12 Mayıs 2012 İstanbul; Fenerbahçe – Galatasaray arasındaki maçta çıkan olaylarda gözaltına alınan kişiler arasında eğitilmiş kişilerin olması dikkat çekicidir. Aralarında doktor, öğretmen, mühendis gibi mesleklerden taraftarların da bulunduğu 47 kişi gözaltına alınmıştır. Ayrıca, bu maç öncesinde taraftarlar arasında çıkan kavgada, 3 taraftar bıçaklanarak yaralanmıştır. Yine bu maç sırasında, Giresun’da 1 kişi maganda kurşununa hedef olarak başından vurulup öldürülmüştür (Dever, 2013: 203).

1.7. Süper Lig

Türkiye 1. Futbol Ligi, günümüzdeki adıyla Süper Lig’in başlangıç tarihi 1959 olarak kabul edilir. 1959 yılında düzenlenen Türkiye 1. Futbol Ligi’nin ilk sezonunda maçlar, 8’er takımdan oluşan Beyaz ve Kırmızı adlı iki grupta oynanmıştır. O tarihteki statü gereği Beyaz Grup lideri Fenerbahçe ile Kırmızı Grup lideri Galatasaray finalde karşılaşmış ve oynanan iki karşılaşmanın sonucunda ilk şampiyon Fenerbahçe olmuştur. 1959-1960 sezonundan itibaren grup sistemi kaldırılmış ve Türkiye 1.Ligi bugünkü statüsü ile oynanmaya başlanmıştır. 2002-2003 sezonunda Türkiye Süper Ligi olarak değiştirilen lig, 2005-2006 ile 2009-2010 sezonları arasında Turkcell Süper Lig adıyla

oyunurken, 2010-2011 sezonundan itibaren Spor Toto Süper Lig adıyla oynanmaktadır (www.tff.org/pageID=401, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

Şimdiye dek 70 farklı takımın mücadele ettiği Süper Lig'de sadece 5 takım; Galatasaray (21), Fenerbahçe (19), Beşiktaş (15), Trabzonspor (6), Bursaspor (1) şampiyonluk sevinci yaşamıştır. 2015-2016 ve 2016-2017 sezonunda şampiyonluğa uzanan takım Beşiktaş olurken, 2017-2018 sezonunda şampiyon olan ve toplam 21 şampiyonluğu bulunan Galatasaray lig tarihinde en çok şampiyon olan takımdır (www.wiki-zero.net, Erişim Tarihi: 20.05.2018).

1.8. Türk Futbolunda E-Bilet Uygulaması: Passolig

Passolig, 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun ile uygulamaya konulan elektronik bilet sistemine verilen isimdir. 4 Nisan 2014 tarihi itibariyle uygulanmaya başlanan yeni yasal düzenleme ile futbol maçlarına artık yalnızca Passolig kart ile girilmeye başlanmıştır. Passolig kart, Süper Lig ve 1. Lig maçlarına girmek için kullanılan ön ödemeli kart, banka kartı veya kredi kartı gibi çeşitleri olan ve yalnızca Aktif Bank'tan temin edilebilen bir karttır (Saygın, 2016: 559).

Passolig resmi sitesi www.passolig.com.tr'ye (Erişim Tarihi: 12.04.2017) göre; 14 Nisan 2014 tarihi itibariyle uygulanmaya başlanan yeni yasal düzenleme ile kağıt biletler yerini Passolig kartlarına bırakmış, kartlandırmanın başlamasıyla basılı bilet derdi sona ermiştir. Satın alınan maç biletleri elektronik biletlere tanımlanarak müsabakalara çok hızlı bir şekilde, beklemeden girmek mümkün hale gelmiştir. Passolig kart aynı zamanda anlaşmalı şehirlerde toplu ulaşım kartı olarak da kullanılabilir. Ayrıca isteyen taraftarlar Passolig kartını banka kartı ya da kredi kartı özellikleriyle de satın alabilmektedir.

Passolig kart sahibi olmak isteyen taraftarlar Passolig internet sitesi aracılığıyla ya da başvuru merkezleri aracılığıyla kart başvurusu yapabilmektedirler. Passolig kartın ön yüzünde kart sahibinin isim, soy isim ve T.C. Kimlik Numarası, arka yüzünde ise fotoğrafı bulunmaktadır. İsteyen taraftarlar taraftarı



oldukları kulübün logosunu taşıyan kartları tercih edebilmektedir (tr.wikipedia.org/Passolig, Erişim Tarihi: 12.04.2017).

1.8.1. Passolig Benzeri Uygulamalar

Passolig benzeri uygulamaların geçmişine bakıldığında 1984 yılında İngiltere’de Margaret Thatcher’in getirmeye çalıştığı ancak kişi haklarının ihlali nedeniyle yükselen itirazlar yüzünden uygulamaya koyamadığı, sonrasında ise Heysel faciasını kullanarak uygulamaya koyduğu Futbol Taraftarlığı Kimlik Sistemi ilk örnek olarak gösterilebilir (Irak, 2013: 163).

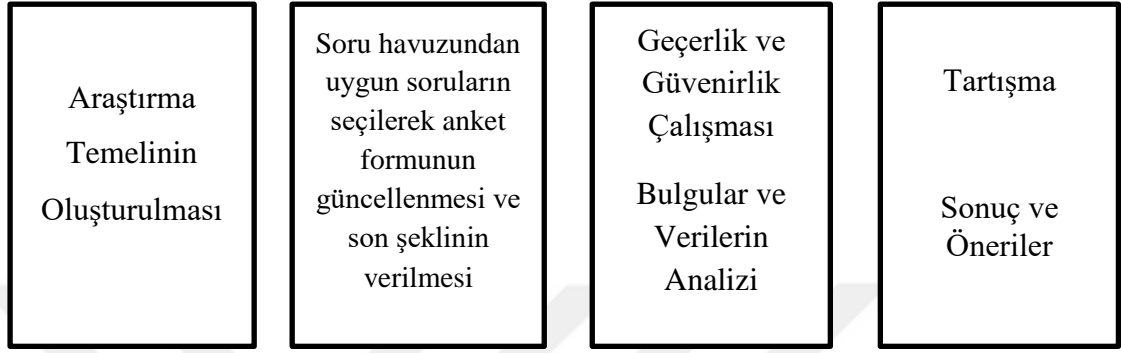
Benzer bir diğer örnek, 2009 yılında İtalya’da uygulamaya konulan Tessera Del Tifiso’dur. Taraftarlar ve futbol kulüplerinin taraftarlarının kimler olduğunun bilinmesi için İçişleri Bakanlığı tarafından 2009-2010 yıllarında çıkarılan Tessera Del Tifiso, bir taraftar kimlik belgesi olarak geçmektedir ve bu kart müsabaka sırasında şiddet içeren davranışlara karşı önlem almak için tasarlanmıştır (Dinç ve Demircan, 2016: 27). Yalnızca deplasman maçlarına giden ve sezonluk kombine bilet alan almak zorunda olduğu bu kart da tıpkı Passolig gibi bir banka tarafından banka kartı yada kredi kartı opsiyonlarıyla satılmaktaydı. (Güney, 2015: 4). Sistemin uygulamaya konulmasının ardından tribünlerdeki seyirci sayısında meydana gelen ciddi düşüşle birlikte futbol kulüpleri de uygulamaya karşı çıkınca İtalya İçişleri Bakanlığı ve Spor Bakanlığı 2012 yılında kartın kaldırılmasına karar vermiştir (Dinç ve Demircan, 2016: 27).

BÖLÜM 2: YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklem gibi bilgiler yer almaktadır.

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada nicel ve nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır.



Şekil 5: Araştırmanın Modeli

2.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Passolig sisteminin uygulandığı ligler olan Süper Lig ve 1.Lig takımlarının taraftarları oluşturmaktadır. Toplam 36 futbol takımının yer aldığı bu liglerde, bu takımları destekleyen taraftar sayısının tam olarak tespit edilmesi mümkün değildir. Çalışmanın örneklem grubunu ise Sakarya ili sınırları içerisinde yaşayan ve Süper Lig takımlarından herhangi birinin taraftarı olan ya da takım tutmayan ancak futbol ve Passolig uygulaması hakkında bilgi sahibi olan kişiler arasından kolayda örneklem metoduyla seçilen 500 kişi oluşturmaktadır.

Tablo 6
KMO ve Bartlett Küresellik Testi Tablosu

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlik Ölçümü		,851
Bartlett's Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-kare	4501,733
	Serbestlik derecesi	435
	Anlamlılık	,000

Tablo 7 incelendiğinde, Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlik Ölçümü değerinin ,851 olarak tespit edildiği görülebilir. Bu değer KMO Örneklem Yeterlik Ölçümü için iyi bir değer olduğu ve ilgili gruba analiz yapılmasının uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7
Katılımcıların Kişisel Bilgileri

Kişisel Bilgiler	Alt Gruplar	Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	74	14,8
	Erkek	426	85,2
Meslek	Futbolcu	10	2,0
	Öğrenci	279	55,8
	Akademisyen	16	3,2
	Diğer	195	39,0
Yaş	18-24	266	53,2
	25-31	145	29,0
	32-38	62	12,4
	39 ve üstü	27	5,4
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	35	7,0
	Ön Lisans	33	6,6
	Lisans	359	71,8
	Lisansüstü	73	14,6
Stadyumda Maç İzleme Sıklığı (1 sezonda)	0	131	26,2
	1-3	134	26,8
	4-8	77	15,4
	9-12	33	6,6
	13 ve üzeri	125	25,0
Yayıncı Kuruluş Aboneliği	Var	162	32,4
	Yok	338	67,6
Taraftarı Olduğu Takım	Beşiktaş	189	37,8
	Fenerbahçe	77	15,4
	Galatasaray	123	24,6
	Trabzonspor	55	11,0
	Diğer	56	11,2

2.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak, 3 bölüm 38 sorudan oluşan ve birinci bölümünde katılımcıların kişisel bilgilerini, ikinci bölümünde katılımcıların Passolig uygulamasıyla ilgili görüşlerini, üçüncü bölümünde ise katılımcıların seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşlerini tespit etmeye yönelik sorular bulunan anket formu kullanılmıştır.

Veri toplama aracının birinci bölümünde katılımcıların cinsiyetini, mesleğini, yaşını, eğitim durumunu, stadyumlarda maç izleme sıklığını, yayıncı kuruluş aboneliği olup olmadığını ve hangi takımın taraftarı olduğunu belirlemeye yönelik toplam 7 soru bulunmaktadır. Veri toplama aracının ikinci bölümünde katılımcıların Passolig uygulamasına karşı bakış açılarını tespit etmeye yönelik 5’li likert şeklinde hazırlanmış ve oluşturulan 9 soruluk havuz içerisinde seçilen 5 soru bulunmaktadır. Bu sorular belirlenirken Passolig uygulamasının kamuoyuyla paylaştığı hedeflerinden faydalanılmış ve katılımcıların bu hedeflerin yerine getirilip getirilmediği konusundaki düşüncelerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Ek olarak bu bölümde, katılımcıların Passolig uygulamasına ilişkin görüşlerini ortaya koyabilmek amacıyla açık uçlu 1 soru yer almaktadır. Veri toplama aracının üçüncü bölümünde katılımcıların Süper Lig’deki seyirci sayısının azalmasının nedenlerinin belirlenmesine yönelik Özgen (2015) tarafından 5’li likert şeklinde hazırlanmış ve araştırmacı tarafından güncellenmiş 25 soru bulunmaktadır. Özgen (2015) tarafından hazırlanan anket formu kullanılmadan önce kendisi ile görüşülerek gerekli izinler alınmıştır.

2.4. Verilerin Elde Edilmesi ve Analizi

Ölçme aracı olarak hazırlanan anket formu futbol seyircilerinin görüşlerine elden geri bildirim veya internet ortamından geri bildirim sağlayacak şekilde sunulmuştur. Süper Lig takımlarının Sakarya ilinde aktif olarak faaliyet gösteren taraftar gruplarının üyelerine ulaşmak amacıyla sosyal medya hesaplarından ve futbolla ilgili grupların sosyal medya hesaplarından anket formunun duyurusu yapılmıştır. İnternet ortamında bir kişinin birden fazla yanıt vermesinin önüne geçebilmek adına IP kısıtlaması getirilmiştir. Bu şekilde ulaşılan katılımcı sayısı 382’dir. Araştırmacı tarafından Sakarya Üniversitesi’nde ve Sakarya ilinde elden geri bildirim yoluyla uygulanan ve bu şekilde ulaşılan katılımcı sayısı 118’dir. Toplamda 500 katılımcıya ulaşılmıştır.

Elde edilen nicel veriler, IBM SPSS Statistics 25.0 paket programı kullanılarak bilgisayar ortamına aktarılmış ve analiz edilmiştir. Veriler, varyans homojenliği ve normal dağılım özelliğini yerine getirmediği için parametrik olmayan testlerden Mann Whitney-U ve Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Büyüköztürk (2018: 171), Kruskal Wallis testi sonucunda fark tespit edildiğinde farkın kaynağını tespit edebilmek için çoklu karşılaştırma testlerinin hazır olarak yer aldığı SPSS 18 ve üstü sürümleri kullanmayı bir seçenek olarak belirtmiştir. Bu bilgi ışığında Kruskal Wallis testi sonucunda fark tespit edildiği durumlarda IBM SPSS Statistics 25.0 programı içinde hazır olarak bulunan çoklu karşılaştırma testinden yararlanılmıştır. Analizler sonucunda elde edilen veriler tablolar şeklinde sunularak yorumlanmıştır. Nitel verilerin kodlama ve deşifre işlemleri ise araştırmacı tarafından yapılmıştır.

2.5. Geçerlik ve Güvenirlik

Literatür taraması, daha önceki çalışmalar ve Passolig uygulamasının hedeflerinden yola çıkılarak kapsam içerisinde yer alan hiçbir konu dışarıda bırakılmayacak şekilde soruların seçilmesine dikkat edilmiş, sorular bir uzman tarafından değerlendirilmiş ve bu şekilde kapsam geçerliği sağlanmaya çalışılmıştır.

Kişisel bilgiler ile ilgili sorular ve 30 soruluk anket formu öncelikle 150 kişiye uygulanarak güvenirlik analizi yapılmıştır. Anketin Cronbach's Alpha katsayısı **0,83** olarak bulunmuştur. Alpar (2010: 350), **0,80 – 1,00** arasındaki Alpha katsayısına sahip ölçek ya da testin yüksek güvenirliğe sahip olduğunu ifade etmektedir. Buna göre anket formu yüksek güvenirlik düzeyine sahiptir.

BÖLÜM 3: BULGULAR

Bu bölümde araştırma sonucunda elde edilen veriler tablolar halinde verilmiş ve yorumlanmıştır.

Katılımcıların Passolig uygulamasına bakış açılarının araştırılmasına yönelik hazırlanmış sorulara verdikleri cevapların sayısal ve yüzdesel dağılımları şu şekildedir:

Tablo 8
Katılımcıların Passolig Uygulamasına Bakış Açıklarına İlişkin Sorulara Verdikleri Cevapların Sayısal ve Yüzdesel Dağılımları

	Sorular	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Passolig, tribünlerde yaşanan şiddet olaylarını azaltmaktadır.	269	53,8	88	17,6	71	14,2	44	8,8	28	5,6
2	Passolig, tribünle ilgili ceza uygulamalarını azaltmaktadır (saha kapatma vs).	293	58,6	98	19,6	52	10,4	35	7,0	22	4,4
3	Passolig, şiddete meyilli taraftarların stadyumlara girişini engellemektedir.	243	48,6	99	19,8	81	16,2	46	9,2	31	6,2
4	Passolig, tribünlerdeki seyirci sayısının artmasını sağlamaktadır.	414	82,8	42	8,4	23	4,6	9	1,8	12	2,4

Tablo 8'in devamı

	Sorular	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum		Katılmıyorum		Tamamen Katılmıyorum	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
5	Passolig, maç bileti satın almayı daha kolay bir hale getirmiştir.	212	42,4	63	12,6	86	17,2	62	12,4	77	15,6

Tablo 8 incelendiğinde:

Katılımcıların %82,8'inin Passolig uygulamasının tribünlerdeki seyirci sayısını arttırmadığını ifade ettikleri görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda katılımcıların, Passolig uygulamasının tribünlerdeki seyirci sayısını arttırmadığı aksine azalttığı şeklinde bir düşünceye sahip oldukları söylenebilir.

Katılımcıların %58,6'sının Passolig uygulamasının tribün ile ilgili ceza uygulamalarını (blok ve saha kapatma vb.) azaltmadığını ifade ettikleri görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda katılımcıların, Passolig uygulamasının hedeflerinden biri olan cezaların bireyselleşeceği ve saha kapatmaların ortadan kalkacağı söyleminin işlevsiz kaldığı şeklinde bir düşünceye sahip oldukları görülmektedir.

Katılımcıların %53,8'i Passolig uygulamasının tribünlerde yaşanan şiddet olaylarını azaltmadığını ifade etmişlerdir. Bu veriler doğrultusunda katılımcıların, Passolig uygulamasının hedeflerinden biri olan suç işleyenlerin tespit edileceği ve caydırıcı cezalar verileceği söyleminin de tam olarak uygulanmadığı şeklinde bir düşünceye sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 9
Katılımcıların Seyirci Azalmasının Nedenlerine İlişkin Sorulara Verdikleri
Cevapların Sayısal ve Yüzdesel Dağılımları

	Sorular	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Tribünlerde yaşanan şiddet olaylarıdır.	178	35,6	114	22,8	111	22,2	56	11,2	41	8,2
2	Futbol kalitesinin düşüklüğüdür.	64	12,8	44	8,8	131	26,2	123	24,6	138	27,6
3	Passolig uygulamasıdır.	37	7,4	39	7,8	71	14,2	105	21,0	248	49,6
4	Maç programlarının uyumsuzluğudur.	108	21,6	119	23,8	148	29,6	72	14,4	53	10,6
5	İletişim araçlarıyla maçı takip etmenin rahatlığıdır.	109	21,8	97	19,4	149	29,8	97	19,4	48	9,6
6	Stadyumlardaki kötü koşullardır.	121	24,2	118	23,6	127	25,4	94	18,8	40	8,0
7	Takımın sık olarak seyircisiz oynama cezası almasıdır.	161	32,2	135	27,0	106	21,2	53	10,6	45	9,0
8	Bilet fiyatlarının yüksekliğidir.	25	5,0	38	7,6	83	16,6	134	26,8	240	44,0
9	T.F.F'nin politikalarına karşı tepkidir.	44	8,8	64	12,8	110	22,0	117	23,4	165	33,0
10	Taraftarların takımlarına karşı tepkisidir.	89	17,8	108	21,6	149	29,8	81	16,2	73	14,6

Tablo 9'un devamı

	Sorular	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
11	Tribünlerdeki kötü tezahürattır.	215	43,0	123	24,6	88	17,6	39	7,8	35	7,0
12	Spor salonlarının daha cazip gelmesidir.	271	54,2	124	24,8	67	13,4	21	4,2	17	3,4
13	Kulüplerin taraftarlarında aidiyet hissi yaratamamasıdır.	142	28,4	100	20,0	124	24,8	75	15,0	59	11,8
14	Futbolun gün geçtikçe sıkıcı hale gelmesidir.	174	34,8	89	17,8	106	21,2	69	13,8	62	12,4
15	Taraftarların ekonomik durumunun yetersiz olmasıdır.	47	9,4	63	12,6	91	18,2	148	29,6	151	30,2
16	Taraftarları heyecanlandıracak futbolcu olmamasıdır.	124	24,8	101	20,2	126	25,2	77	15,4	72	14,4
17	Ligin tanıtım faaliyetlerinin yetersizliğidir.	161	32,2	109	21,8	109	21,8	66	13,2	55	11,0

Tablo 9'un devamı

	Sorular	Hiç Katılıyor		Katılmıyorum		Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum		Katılıyor		Tamamen Katılıyor	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
18	Futbolda şiddet yasalarının uygulanmaya konmasıdır.	160	32,0	118	23,6	97	19,4	59	11,8	66	13,2
19	Passolig uygulamasının yaygınlaştırılmamasıdır.	261	52,2	66	13,2	71	14,2	51	10,2	51	10,2
20	Ülkemizde yerleşmiş bir futbol kültürünün olmamasıdır.	151	30,2	84	16,8	100	20,0	88	17,6	77	15,4
21	Teknik direktör ve futbolcuların sahada yarattığı gergin ortamdır.	177	35,4	129	25,8	100	20,0	58	11,6	36	7,2
22	Hakemlerin taraflı yönetim gösterdiği algısıdır.	75	15,0	72	14,4	119	23,8	98	19,6	136	27,2
23	Futbol kulüplerindeki yönetim eksikliğidir.	46	9,2	48	9,6	131	26,2	132	26,4	143	28,6

Tablo 9'un devamı

	Sorular	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
24	Medyanın taraftarlar arasında şiddeti körükleyici yayın yapmasıdır.	75	15,0	80	16,0	127	25,4	85	17,0	133	26,6
25	Futbolu yaygınlaştırmaya yönelik politikaların eksikliğidir.	84	16,8	77	15,4	110	22,0	108	21,6	121	24,2

Tablo 9 incelendiğinde şu bulgular göze çarpmaktadır:

Katılımcıların, tribünlerdeki seyirci azalmasının nedeni “*Passolig uygulamasıdır*” ifadesine %49,6 oranında tamamen katıldıklarını, %21 oranında da katıldıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Katılımcıların yalnızca %7,4’ü Passolig uygulamasını seyirci sayısının azalmasının bir nedeni olarak görmemektedir. Bu veriler doğrultusunda, katılımcıların Süper Lig’deki seyirci azalmasının önde gelen nedeni olarak Passolig uygulamasını gördükleri söylenebilir. Tribünlerdeki seyirci azalmasının nedeni “*Passolig uygulamasının yaygınlaştırılmamasıdır*” ifadesine katılımcıların %52,2’lik kısmı hiç katılmadıklarını, %13,2’lik kısmı da katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu veriler yukarıdaki seçeneğin cevaplarını daha da anlamlı kılmaktadır.

Katılımcıların %44’ü tribünlerdeki seyirci azalmasının nedeni “*bilet fiyatlarının yüksekliğidir*” ifadesine tamamen katıldıklarını, %26,8’i ise katıldıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %30,2’si taraftarların ekonomik durumunun yetersiz oluşunu seyirci azalmasının bir nedeni olarak görmektedir. Katılımcılardan elde edilen bu verilere göre, seyirci sayısının azalmasının önde gelen diğer nedenleri bilet fiyatlarının yüksekliği ve taraftarların ekonomik durumunun yetersiz oluşudur.

Araştırmaya katılanların %43'ü seyirci sayısının azalmasının bir nedeni olarak tribünlerdeki kötü tezahüratı görmediklerini; araştırmaya katılanların %35,6'sı tribünlerde yaşanan şiddet olaylarını seyirci sayısının azalmasının bir nedeni olarak görmediklerini; araştırmaya katılanların %35,4'ü teknik direktör ve futbolcuların sahada yarattığı gergin ortamın seyirci azalmasının nedeni olmadığını ifade etmişlerdir. Bu bilgiler doğrultusunda katılımcıların, futbol alanlarında yaşanan olumsuz durumları seyirci sayısının azalmasının bir nedeni olarak görmedikleri ifade edilebilir.

“*Spor salonlarının daha cazip gelmesidir*” ifadesine ise katılımcıların %54,2'si hiç katılmadıklarını, %24,8'i ise katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların yalnızca %3,4'ü spor salonlarının daha cazip gelmesini seyirci sayısının azalmasının bir nedeni olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Bu veriler doğrultusunda katılımcıların, Süper Lig'deki seyirci sayısının azalmasında spor salonlarının bir etkisinin olmadığını düşündükleri söylenebilir.

Katılımcıların seyirci azalmasının nedeni “*futbol kalitesinin düşüklüğüdür*” ifadesine %27,6 oranında tamamen katıldıkları, %24,6 oranında katıldıkları; “*T.F.F'nin politikalarına karşı tepkidir*” ifadesine %33 oranında tamamen katıldıkları, %23,4 oranında katıldıkları; “*futbol kulüplerindeki yönetim eksikliğidir*” ifadesine ise %28,6 oranında tamamen katıldıkları, %26,4 oranında katıldıkları görülebilir. Bu bilgilere göre araştırmaya katılan futbol taraftarlarının oynanan futbol kalitesinden, T.F.F.'nin politikalarından ve futbol kulüplerinin yönetimlerinden memnun olmadıklarını ve bu durumu seyirci azalmasının bir nedeni olarak gördükleri tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan taraftarların %34,8'i futbolun gün geçtikçe sıkıcı bir hale gelmediğini, dolayısıyla futbolu halen çekici bulduklarını ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılanların %32,2'si ligin tanıtım faaliyetlerinin yeterli olduğunu; katılımcıların %32'si futbolda şiddet yasalarının uygulanmaya konmasının seyirci sayısının azalmasının bir nedeni olmadığını; katılımcıların %30,2'si ülkemizde yerleşmiş bir futbol kültürünün olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 10
Katılımcıların Passolig Uygulaması Hakkındaki Görüşlerinin Sayısal Dağılımları

Anahtar Kelime	f
1 Gereksiz, kaldırılmalı	297
2 Rant sağlama aracıdır	119
3 Seyirci azalmasının nedenidir	104
4 Hedeflerini yerine getirmiyor, işlevsiz	93
5 Yetersiz, geliştirilmeli	65
6 Güzel ve gerekli	62
7 Art niyetli	58
8 Fişleme	34
9 Pratik	33
10 Karaborsa aracı	25
11 Güvensiz	20

Katılımcıların açık uçlu olarak sorulan “*Passolig uygulaması hakkındaki görüşlerinizi kısaca belirtiniz*” ifadesine verdikleri cevaplar analiz edildiğinde:

Çalışmaya katılan futbol taraftarlarının verdikleri cevaplarda 297 defa Passolig uygulamasının gereksiz olduğu ve kaldırılması gerektiği, 104 defa da Passolig uygulamasının seyirci azalmasının bir nedeni olduğu ifade edilmiştir. Bu rakamlar, “*seyirci sayısının azalmasının nedeni Passolig uygulamasıdır*” sorusuna verilen %49,6’lık tamamen katılıyorum cevabı ile “*Passolig uygulaması tribünlerdeki seyirci sayısının artmasını sağlamaktadır*” sorusuna verilen %82,8’lik hiç katılmıyorum cevabıyla birlikte düşünüldüğünde daha da anlamlı hale gelmektedir.

Çalışmaya katılan futbol taraftarları verdikleri cevaplarda 119 defa Passolig uygulamasının “*rant sağlamak*” için oluşturulduğunu ifade etmiştir. Verilen cevaplar içerisinde 58 defa Passolig uygulamasının “*art niyetli*” olduğu, 34 defa da Passolig uygulamasının insanları fişlemek adına uygulamaya konulduğu, ayrıca 93 defa da Passolig uygulamasının işlevsiz olduğu ve hedeflerini yerine getirmediği ifade edilmiştir. Bu veriler göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların Passolig uygulamasına dair görüşlerinde olumsuz fikirlerin ağır bastığı görülmektedir.

Katılımcıların verdiği cevaplarda 65 defa Passolig uygulamasının yetersiz olduğu ve daha da geliştirilmesi gerektiği, 62 defa Passolig uygulamasının güzel ve gerekli olduğu, 33 defa da pratik olduğu vurgulanmıştır. Bu veriler katılımcılarda, Passolig uygulamasına dair olumlu düşüncelerin olumsuz düşüncelere kıyasla çok daha az olduğunu net bir şekilde göstermektedir.

Tablo 11
Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Mann Whitney-U Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	Z	p
Passolig'e Bakış	Kadın	74	299,48	22161,50	12137,50	-3,180	,001*
	Erkek	426	241,99	103088,50			
Seyirci Azalmasının Nedenleri	Kadın	74	277,62	20544,00	13755,00	-1,749	,080
	Erkek	426	245,79	104706,00			

*p < 0,05

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının cinsiyet değişkenine göre Passolig uygulaması ile tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerine dair verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak fark olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda:

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının Passolig uygulamasına ilişkin görüşlerinde cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark tespit edilmiştir (p=,001). Sıra ortalamaları incelendiğinde de iki grubun düşünceleri arasında fark olduğu görülmektedir (Kadın: 299,48; Erkek: 241,99).

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinde ise cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark tespit edilmemiştir (p=,080). İki grubun sıra ortalamalarının birbirine yakın olduğu görülmektedir (Kadın: 277,62; Erkek: 245,79).

Tablo 12
Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Yaş	N	Sıra Ortalaması	Ki Kare	sd	p
Passolig'e Bakış	18-24	266	278,34	23,896	3	,000*
	25-31	145	230,37			
	32-38	62	197,49			
	39 ve üstü	27	206,09			
Seyirci Azalmasının Nedenleri	18-24	266	272,82	17,118	3	,001*
	25-31	145	231,50			
	32-38	62	197,81			
	39 ve üstü	27	253,65			

*p<0,05

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının yaş değişkenine göre Passolig uygulamasına ilişkin görüşleri ve tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerine dair verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonucunda:

Yaş değişkenine göre katılımcıların Passolig uygulamasına ilişkin görüşlerinde (p=,000) ve seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinde (p=,001) istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir.

Yaş değişkeninde “*Passolig'e bakış*” boyutunda ve “*seyirci azalmasının nedenleri*” boyutunda farkın kaynağının tespit edilebilmesi için SPSS 18 ve üstü sürümlerde Kruskal Wallis testi içerisinde hazır olarak yer alan çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Tablo 13
Yaş Değişkenine Göre Passolig'e Bakış Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi
Sonuçları

Yaş		Standart Hata	Standart Test İstatistiği	p
18-24	25-31	14,818	3,238	,007*
	32-38	20,243	3,994	,000*
	39 ve Üstü	28,993	2,492	,076
25-31	18-24	14,818	3,238	,007*
	32-38	21,782	1,509	,787
	39 ve Üstü	30,087	0,807	1,000
32-38	18-24	20,243	3,994	,000*
	25-31	21,782	1,509	,787
	39 ve Üstü	33,098	-0,060	1,000
39 ve Üstü	18-24	28,993	2,492	,076
	25-31	30,087	0,807	1,000
	32-38	33,098	-0,060	1,000

*p<0,05

Tablo 13 incelendiğinde, “*Passolig'e bakış*” boyutunda 18-24 ile 25-31 yaş gruplarındaki katılımcılar arasında (p=,007) ve 18-24 ile 32-38 yaş gruplarındaki katılımcılar arasında (p=,000) istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edildiği görülebilir.

Tablo 12’de yer alan sıra ortalamaları incelendiğinde 18-24 yaş grubundaki katılımcıların sıra ortalamasının 278,34 olduğu, 25-31 yaş grubundaki katılımcıların sıra ortalamasının 230,37 olduğu, 32-38 yaş grubundaki katılımcıların sıra ortalamasının ise 197,49 olduğu görülmüştür.

Tablo 14
Yaş Değişkenine Göre Seyirci Azalmasının Nedenleri Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

Yaş		Standart Hata	Standart Test İstatistiği	p
18-24	25-31	14,914	2,771	,034*
	32-38	20,375	3,682	,001*
	39 ve Üstü	29,182	0,657	1,000
25-31	18-24	14,914	2,771	,034*
	32-38	21,923	1,537	,746
	39 ve Üstü	30,283	-0,731	1,000
32-38	18-24	20,375	3,682	,001*
	25-31	21,923	1,537	,746
	39 ve Üstü	33,313	-1,676	,562
39 ve Üstü	18-24	29,182	0,657	1,000
	25-31	30,283	-0,731	1,000
	32-38	33,313	-1,676	,562

*p<0,05

Tablo 14 incelendiğinde “*seyirci azalmasının nedenleri*” boyutunda 18-24 ile 25-31 yaş gruplarındaki katılımcılar arasında (p=,034) ve 18-24 ile 32-38 yaş gruplarındaki katılımcılar arasında (p=,001) anlamlı bir fark tespit edilmiştir.

Tablo 12’de yer alan sıra ortalamaları incelendiğinde 18-24 yaş grubundaki katılımcıların sıra ortalamasının 278,34 olduğu, 25-31 yaş grubundaki katılımcıların sıra ortalamasının 230,37 olduğu ve 32-38 yaş grubundaki katılımcıların sıra ortalamasının ise 197,49 olduğu görülmüştür.

Tablo 15
Katılımcıların Eğitim Durumu Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	Sıra Ortalaması	Ki Kare	sd	p
Passolig'e Bakış	Ortaöğretim	35	243,17	,694	3	,875
	Ön Lisans	33	246,33			
	Lisans	359	253,74			
	Lisansüstü	73	239,98			
Seyirci Azalmasının Nedenleri	Ortaöğretim	35	259,20	5,594	3	,133
	Ön Lisans	33	215,70			
	Lisans	359	258,30			
	Lisansüstü	73	223,73			

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının eğitim durumu değişkenine göre Passolig uygulaması ile tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerine dair verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonucunda katılımcıların eğitim durumları ile verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

Tablo 15 incelendiğinde, “*Passolig'e bakış*” boyutunda ortaöğretim mezunlarının sıra ortalamasının 243,17 olduğu, ön lisans mezunlarının sıra ortalamasının 246,33 olduğu, lisans mezunlarının sıra ortalamasının 253,74 olduğu, lisansüstü mezunlarının sıra ortalamasının ise 239,98 olduğu görülebilir. Grupların sıra ortalamalarının birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 15 incelendiğinde, “*seyirci azalmasının nedenleri*” boyutunda ortaöğretim mezunlarının sıra ortalamasının 259,20 olduğu, ön lisans mezunlarının sıra ortalamasının 215,70 olduğu, lisans mezunlarının sıra ortalamasının 258,30 olduğu, lisansüstü mezunlarının sıra ortalamasının ise 223,73 olduğu görülebilir. Grupların sıra ortalamalarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 16
Katılımcıların Stadyumda Maç İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Stadyumda Maç İzleme Sıklığı (1 sezonda)	N	Sıra Ortalaması	Ki Kare	sd	p
Passolig'e Bakış	0	131	275,15	37,468	4	,000*
	1-3	134	290,15			
	4-8	77	252,36			
	9-12	33	185,61			
	13 ve üzeri	125	198,15			
Seyirci Azalmasının Nedenleri	0	131	254,73	17,377	4	,002*
	1-3	134	290,30			
	4-8	77	224,69			
	9-12	33	222,17			
	13 ve üzeri	125	226,78			

*p<0,05

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının stadyumda maç izleme sıklığı değişkenine göre Passolig uygulaması ile tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerine dair verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonucunda:

Katılımcıların, Passolig uygulamasına dair görüşlerinde (p=,000) ve seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinde (p=,002) anlamlı bir fark tespit edilmiştir.

Stadyumda maç izleme sıklığı değişkeninde “*Passolig'e bakış*” boyutunda ve “*seyirci azalmasının nedenleri*” boyutunda farkın kaynağının tespit edilebilmesi için Kruskal Wallis testi içerisinde hazır olarak yer alan çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Tablo 17
Stadyumda Maç İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Passolig’e Bakış Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

Stadyumda Maç İzleme Sıklığı (1 sezonda)		Standart Hata	Standart Test İstatistiği	p
0	1-3	17,637	-0,851	1,000
	4-8	20,613	1,106	,656
	9-12	27,958	3,203	,014*
	13 ve Üzeri	17,948	4,290	,000*
1-3	0	17,637	-0,851	1,000
	4-8	20,527	1,841	,656
	9-12	27,895	3,748	,002*
	13 ve Üzeri	17,850	5,154	,000*
4-8	0	20,613	1,106	,656
	1-3	20,527	1,841	,656
	9-12	29,866	2,235	,254
	13 ve Üzeri	20,795	2,607	,091
9-12	0	27,958	3,203	,014*
	1-3	27,895	3,748	,002*
	4-8	29,866	2,235	,254
	13 ve Üzeri	28,093	-0,447	1,000
13 ve Üzeri	0	17,948	4,290	,000*
	1-3	17,850	5,154	,000*
	4-8	20,795	2,607	,091
	9-12	28,093	-0,447	1,000

*p<0,05

Tablo 17 incelendiğinde, “Passolig’e bakış” boyutunda bir sezon içerisinde stadyumda hiç maç izlemeyenlerle 9-12 defa stadyumda maç izleyen katılımcılar arasında (p=,014) ve bir sezonda stadyumda hiç maç izlemeyenlerle 13 ve üzeri sayıda maç izleyen katılımcılar arasında (p=,000); bir sezonda stadyumda 1-3 defa maç izleyenlerle 9-12 defa maç izleyen katılımcılar arasında (p=,002) ve bir sezonda stadyumda 1-3 defa maç izleyenlerle 13 ve üzeri sayıda maç izleyen katılımcılar arasında (p=,000) anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Tablo 16’da yer alan grupların sıra ortalamaları incelendiğinde bir

sezonunda stadyumda 9-12 defa ile 13 ve üzeri sayıda maç izleyen katılımcıların sıra ortalamalarının diğer gruplara göre düşük olduğu gözlenmektedir.

Tablo 18
Stadyumda Maç İzleme Sıklığı Değişkenine Göre Seyirci Azalmasının Nedenleri Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

Stadyumda Maç İzleme Sıklığı (1 sezonda)		Standart Hata	Standart Test İstatistiği	p
0	1-3	17,751	-2,004	,451
	4-8	20,747	1,448	1,000
	9-12	28,140	1,157	1,000
	13 ve Üzeri	18,065	1,547	1,000
1-3	0	17,751	-2,004	,451
	4-8	20,661	3,176	,015*
	9-12	28,077	2,427	,152
	13 ve Üzeri	17,966	3,536	,004*
4-8	0	20,747	1,448	1,000
	1-3	20,661	3,176	,015*
	9-12	30,060	0,084	1,000
	13 ve Üzeri	20,930	-0,100	1,000
9-12	0	28,140	1,157	1,000
	1-3	28,077	2,427	,152
	4-8	30,060	0,084	1,000
	13 ve Üzeri	28,276	-0,163	1,000
13 ve Üzeri	0	18,065	1,547	1,000
	1-3	17,966	3,536	,004*
	4-8	20,930	-0,100	1,000
	9-12	28,276	-0,163	1,000

*p<0,05

Tablo 18 incelendiğinde, “seyirci azalmasının nedenleri” boyutunda bir sezonda stadyumda 1-3 defa maç izleyen katılımcılar ile 4-8 defa maç izleyen katılımcılar arasında (p=,015) ve bir sezonda stadyumda 1-3 defa maç izleyen katılımcılar ile 13 ve üzeri sayıda maç izleyen katılımcılar arasında (p=,004) anlamlı bir fark bulunmuştur.

Tablo 16’da yer alan grupların sıra ortalamaları incelendiğinde bir sezonda stadyumda 1-3 defa maç izleyen katılımcıların sıra ortalamasının diğer gruplara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 19
Katılımcıların Taraftarı Oldukları Takım Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Taraftarı Olunan Takım*	N	Sıra Ortalaması	Ki Kare	sd	p
Passolig’e Bakış	Beşiktaş	189	231,58	15,166	4	,004**
	Fenerbahçe	77	270,68			
	Galatasaray	123	284,86			
	Trabzonspor	55	245,61			
	Diğer	56	215,92			
Seyirci Azalmasının Nedenleri	Beşiktaş	189	214,99	30,099	4	,000**
	Fenerbahçe	77	286,57			
	Galatasaray	123	295,42			
	Trabzonspor	55	249,29			
	Diğer	56	223,29			

*Takım sıralaması alfabetik sıraya göre yapılmıştır.

**p<0,05

Katılımcıların taraftarı oldukları takım değişkenine göre Passolig uygulaması ile tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerine dair verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonucunda:

Katılımcıların Passolig uygulamasına (p=,004) ve seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinde (p=,000) anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Taraftarı olunan takım değişkeninde “*Passolig’e bakış*” boyutunda ve “*seyirci azalmasının nedenleri*” boyutunda farkın kaynağının tespit edilebilmesi için Kruskal Wallis testi içerisinde hazır olarak yer alan çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Tablo 20
Taraftarı Olunan Takım Değişkenine Göre Passolig'e Bakış Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

Taraftarı Olunan Takım		Standart Hata	Standart Test İstatistiği	p
Beşiktaş	Fenerbahçe	19,407	-2,015	,439
	Galatasaray	16,629	-3,204	,014*
	Trabzonspor	21,992	-0,638	1,000
	Diğer	21,839	0,717	1,000
Fenerbahçe	Beşiktaş	19,407	-2,015	,439
	Galatasaray	20,859	-0,680	,497
	Trabzonspor	25,342	0,989	1,000
	Diğer	25,210	2,172	,298
Galatasaray	Beşiktaş	16,629	-3,204	,014*
	Fenerbahçe	20,859	-0,680	,497
	Trabzonspor	23,284	1,686	,918
	Diğer	23,140	2,979	,029*
Trabzonspor	Beşiktaş	21,992	-0,638	1,000
	Fenerbahçe	25,342	0,989	1,000
	Galatasaray	23,284	1,686	,918
	Diğer	27,250	1,090	1,000
Diğer	Beşiktaş	21,839	0,717	1,000
	Fenerbahçe	25,210	2,172	,298
	Galatasaray	23,140	2,979	,029*
	Trabzonspor	27,250	1,090	1,000

*p<0,05

Tablo 20 incelendiğinde, “*Passolig'e bakış*” boyutunda Beşiktaş taraftarları ile Galatasaray taraftarlarının görüşleri arasında (p=,014) anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Galatasaray taraftarları ile 4 büyük takım haricindeki takımların taraftarları arasında da (p=,029) anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Tablo 19'dan da görüleceği üzere Beşiktaş taraftarlarının sıra ortalamasının 231,58 olarak, Galatasaray taraftarlarının sıra ortalamasının 284,86 olarak, 4 büyükler dışındaki diğer takım taraftarlarının sıra ortalamasının ise 215,92 olarak tespit edildiği görülebilir.

Tablo 21
Taraftarı Olunan Takım Değişkenine Göre Seyirci Azalmasının Nedenleri
Boyutunun Çoklu Karşılaştırma Testi Sonuçları

Taraftarı Olunan Takım		Standart Hata	Standart Test İstatistiği	p
Beşiktaş	Fenerbahçe	19,533	-3,665	,002*
	Galatasaray	16,738	-4,805	,000*
	Trabzonspor	22,135	-1,550	1,000
	Diğer	21,982	-0,378	1,000
Fenerbahçe	Beşiktaş	19,533	-3,665	,002*
	Galatasaray	20,995	-0,421	1,000
	Trabzonspor	25,507	1,462	1,000
	Diğer	25,374	2,494	,126
Galatasaray	Beşiktaş	16,738	-4,805	,000*
	Fenerbahçe	20,995	-0,421	1,000
	Trabzonspor	23,436	1,968	,490
	Diğer	23,291	3,097	,020*
Trabzonspor	Beşiktaş	22,135	-1,550	1,000
	Fenerbahçe	25,507	1,462	1,000
	Galatasaray	23,436	1,968	,490
	Diğer	27,427	0,948	1,000
Diğer	Beşiktaş	21,982	-0,378	1,000
	Fenerbahçe	25,374	2,494	,126
	Galatasaray	23,291	3,097	,020*
	Trabzonspor	27,427	0,948	1,000

*p<0,05

Tablo 21 incelendiğinde, “seyirci azalmasının nedenleri” boyutunda Beşiktaş taraftarlarıyla Fenerbahçe taraftarlarının görüşleri arasında (p=,002) ve Beşiktaş taraftarlarıyla Galatasaray taraftarlarının görüşleri arasında (p=,000) anlamlı bir fark tespit edilmiştir.

Tablo 21 incelendiğinde, “Seyirci Azalmasının Nedenleri” alt boyutunda Galatasaray taraftarları ile 4 büyük takım haricindeki takımların taraftarları arasında (p=,020) anlamlı bir fark tespit edilmiştir.

Tablo 19'dan da görüleceği üzere Beşiktaş taraftarlarının sıra ortalamasının 214,99 olarak, Fenerbahçe taraftarlarının sıra ortalamasının 286,57 olarak, Galatasaray taraftarlarının sıra ortalamasının 295,42 olarak, 4 büyükler dışındaki diğer takım taraftarlarının sıra ortalamasının ise 223,29 olarak tespit edildiği görülebilir.

Tablo 22
Katılımcıların Yayıncı Kuruluş Aboneliği Değişkenine Göre Passolig Uygulamasına ve Seyirci Sayısının Azalmasının Nedenlerine İlişkin Görüşlerinin Mann Whitney-U Testi Sonuçları

	Yayıncı Kuruluş Aboneliği	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	Z	p
Passolig'e Bakış	Var	162	229,33	37151,50	23948,500	-2,283	,022*
	Yok	338	260,65	88098,50			
Seyirci Azalmasının Nedenleri	Var	162	218,16	35341,50	22138,500	-3,465	,001*
	Yok	338	266,00	89908,50			

*p<0,05

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının yayıncı kuruluş aboneliği değişkenine göre Passolig uygulaması ile tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerine dair verdikleri yanıtlar arasında istatistiksel olarak fark olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda:

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının Passolig uygulamasına ilişkin görüşlerinde yayıncı kuruluş aboneliği değişkenine göre anlamlı bir fark tespit edilmiştir (p=,022). Sıra ortalamaları incelendiğinde de yayıncı kuruluş aboneliği olanlar ve olmayanların düşünceleri arasında fark olduğu gözlenmektedir (Var: 229,33; Yok: 260,65).

Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinde yayıncı kuruluş aboneliği değişkenine göre anlamlı bir fark tespit edilmiştir (p=,001). Sıra ortalamaları incelendiğinde de yayıncı kuruluş aboneliği olanlar ve olmayanların düşünceleri arasında fark olduğu tespit edilmiştir (Var: 218,16; Yok: 266,00).

BÖLÜM 4: TARTIŞMA

Bu bölümde, araştırmaya katılan futbol seyircilerinin hazırlanmış veri toplama aracındaki sorulara verdikleri yanıtların analizi sonucunda elde edilen bulgular tartışılmıştır.

Araştırmada kullanılan veri toplama aracının 2. bölümünü oluşturan Passolig uygulamasına ilişkin sorular TFF ve Aktif Bank tarafından açıklanan Passolig aracılığıyla sağlanacak faydalardan yola çıkılarak hazırlanmıştır. Dolayısıyla, araştırmaya katılan futbol taraftarlarının bu sorulara vermiş oldukları cevaplar Passolig uygulamasının bahsedilen bu faydaları yerine getirip getiremediği sorusuna cevap niteliğindedir.

Passolig'in resmi internet sitesindeki bilgiye göre; "*Passolig Kart, taraftarların sevdikleri ile birlikte güven içinde stadyumlara gidebilmelerini ve istedikleri karşılaşmayı her türlü olumsuzluktan uzak, huzurla izlemelerini sağlıyor*" (www.passolig.com.tr/nedir, Erişim Tarihi: 26.05.2017). Araştırmaya katılan futbol taraftarları ise veri toplama aracında yer alan "*Passolig uygulaması tribünlerde yaşanan şiddet olaylarını azaltmaktadır*" ifadesine %53,8 oranında **hiç katılmadıklarını**, %17,6 oranında ise **katılmadıklarını** belirtmişlerdir. Yani araştırmaya katılan futbol taraftarları Passolig uygulamasının yaratacağı faydalardan biri olan "*şiddet olaylarını azaltacağı*" ifadesinin amacına ulaşmadığını düşünmektedir. Benzer bir şekilde Mizrahi (2016: 103) ve Baykara (2017: 51-57)'da çalışmalarında "Passolig uygulamasının şiddet olaylarını azaltmadığı" sonucuna ulaşmışlardır.

Passolig Kart'ın temel amaçlarından biri de bireyi stadyuma girerken tanımak ve tribünlerdeki seyircileri oturdukları koltuk numaralarından teşhis etmek yoluyla cezai yaptırımlar uygulamaktır (Güney, 2015: 3). Araştırmaya katılan futbol taraftarları, "*Passolig uygulaması tribün ile ilgili ceza uygulamalarını azaltmaktadır (saha, blok kapatma vb).*" ifadesine %58,6 oranında **hiç katılmadıklarını**, %19,6 oranında ise **katılmadıklarını** ifade etmişlerdir. Bu verilere dayanarak araştırmaya katılan futbol taraftarlarının bu ifadeye katılmadıklarını söylemek mümkündür. TFF tarafından verilen tribün veya blok kapatma ve seyircisiz oynama cezaları da araştırmaya katılan futbol taraftarlarının görüşlerini destekler niteliktedir. Bu uygulama ile cezai yaptırıma sebep olan davranışlarda bulunmadığı halde stadyumdaki oturma yeri kapatılan kısımda olan

tarafklararın bir sonraki müsabakaya girişleri engellenmekte ve bu durum özellikle kombine kart sahibi taraftarlarda mağduriyetlere sebep olmaktadır. TFF tarafından 1.Lig takımlarından Sivasspor – Adana Demirsport arasında oynanan maçta kötü ve çirkin tezahürat nedeniyle bazı tribünlerde oturanların kartlarını bir sonraki maç için bloke etmesiyle, kötü ve çirkin tezahürat edilen bir tribünde bulunan doğuştan sağır ve dilsiz bir kişinin kötü ve çirkin tezahürat nedeniyle ceza almış olması da (www.fotomac.com.tr/gorulmemis-ceza, Erişim Tarihi: 26.05.2017) araştırmaya katılan futbol taraftarlarının görüşlerini desteklemektedir.

Passolig uygulamasının yaratacağını ileri sürdüğü faydalardan bir diğerisi de şiddete meyilli futbol taraftarlarının stadyumlara girişini engellemektir. Gerçekten de şiddet olaylarına karışan bazı taraftarların stadyumlara girişinin engellenmesi açasından, başkasına ait bir kartla stadyuma girilemediği için bir kolaylık sağladığı aşıkrdır. Herhangi bir nedenle ceza alan taraftarın kartı tribün gişelerinde okunmamakta ve cezalı taraftar stadyuma girememektedir. Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının “*Passolig uygulaması ile şiddete meyilli taraftarların stadyumlara girişi engellenmektedir*” ifadesine verdikleri cevaplar bu durumun aksi yöndedir. Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının %48,6’sı bu ifadeye **hiç katılmadıklarını**, %19,8’i ise **katılmadıklarını** belirtmişlerdir. Bu ifadeye **tamamen katıldıklarını** ifade eden taraftarların oranı ise yalnızca %6,2’dir. Bu verilere göre araştırmaya katılan futbol taraftarları Passolig uygulamasının yaratacağı faydalardan olan *şiddete meyilli taraftarları stadyumdan uzaklaştırmak* ifadesinin karşılık bulmadığını düşünmektedir.

Passolig uygulamasının kamuoyu tarafından olumlu olarak düşünülebilecek faydalarından biri her maç için ayrı kağıt bilet yerine bir elektronik kart vasıtasıyla tüm maçlara internet aracılığıyla bilet alıp girebilme kolaylığı sağlamasıdır. Passolig’in resmi internet sitesi incelendiğinde de bu konu hakkında “*kartlandırmanın başlamasıyla basılı bilet derdi sona erdi, maçlar elektronik biletlere tanımlanarak müsabakalara çok daha hızlı bir şekilde, beklemeden girmek artık mümkün*” (www.passolig.com.tr/nedir, Erişim Tarihi: 26.05.2017) ifadesi yer almaktadır. Buradan da anlaşılabileceği üzere Passolig, bilet satın almayı daha kolay bir hale getirdiğini ileri sürmektedir. Araştırmaya katılan futbol taraftarları “*Passolig uygulaması maç bileti satın almayı daha kolay hale getirmiştir*” ifadesine %42,4 oranında **hiç katılmadıklarını**, %12,6 oranında

katılmadıklarını ifade ederken, bu ifadeye **katılanların** oranı %12,4; **tamamen katılanların** oranı ise %15,6'da kalmıştır. Günümüzde internet kullanımının ne denli yaygın olduğu düşünüldüğünde bu sonuçlar şaşırtıcıdır. İnternet üzerinden bilet alırken sistemde yaşanan sorunlar, futbol taraftarları arasında internet kullanımının yeterince yaygın olmaması ya da futbol taraftarlarının internet üzerinden maç bileti satın almak istememesi, basılı olarak alınan maç biletini anı olarak saklamak isteyenlerin olması gibi faktörler bu durumun sebebi olabilir. Baykara (2017: 27) da yapmış olduğu çalışmada Passolig uygulamasının maç bileti satın almayı kolaylaştırmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Kamuoyunu meşgul eden en büyük tartışma konusu ise Passolig uygulamasının seyirci sayısına olan etkisidir. Uygulamayı ortaya koyan ve destekleyenler bu uygulama ile tribünlerdeki seyirci sayısının artacağını belirtmişlerdir. Yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkan veriler Passolig'in tam tersi bir etki yarattığı gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Çalışmanın 2. bölümünde yer alan "*Passolig uygulaması tribünlerdeki seyirci sayısının artmasını sağlamaktadır*" ifadesine araştırmaya katılan futbol taraftarlarının %82,8'i **hiç katılmıyorum** demiştir. Bu veriye göre, araştırmaya katılan futbol taraftarları da bu uygulamanın tribünlerdeki seyirci sayısını arttırmadığını, aksine azalttığını düşünmektedir. Araştırma içerisinde yer alan açık uçlu soruya gelen cevaplar incelendiğinde, katılımcıların Passolig uygulaması hakkında 104 defa "*seyirci azalmasının nedenidir*" ifadesini kullandıkları görülmüştür. Özgen (2015: 111) ve Baykara (2017: 51-57) çalışmalarında "Passolig uygulamasının seyirci sayısını olumsuz etkilediği" sonucuna ulaşmışlardır.

Araştırma içerisinde yer alan ve katılımcıların Passolig uygulaması hakkındaki görüşlerini belirlemeye yönelik açık uçlu soruya verilen yanıtlar incelendiğinde, katılımcıların Passolig uygulaması hakkında çoğunlukla olumsuz fikirlere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Passolig uygulamasının **kaldırılması gerektiği** fikri katılımcılar tarafından 297 defa ifade edilmiştir. Benzer şekilde, Passolig uygulamasının **hedeflerini yerine getirmediği, işlevsiz olduğu** fikri katılımcılar tarafından 93 defa ifade edilmiştir. Katılımcıların araştırmanın 2. bölümünde yer alan sorulara verdiği yanıtlar ile Passolig uygulaması hakkında belirttiği görüşler arasındaki benzerlik bulunan sonuçları kuvvetlendirmektedir.

Passolig uygulamasının **güzel ve gerekli** olduğu fikri 62 defa, **pratik** bir uygulama olduğu fikri ise 33 defa dile getirilmiştir. Buna karşın Passolig uygulamasının **yetersiz** olduğu ve **geliştirilmesi gerektiği** fikri 65 defa belirtilmiştir. Bu cevaplar katılımcıların az bir kısmının Passolig uygulaması hakkında olumlu bir fikre sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Passolig Kart başvurusu sırasında verilen kişisel bilgilerin yalnızca bankanın bilgi havuzunda saklı durmayacak olması ve federasyon tarafından reklam ve pazarlama amacıyla üçüncü kişilere devredilebilecek olması da büyük bir tartışma konusudur (Güney, 2015: 3). Passolig Kart için verilen kullanım ücretleri ve yıllık ücretlerin üzerine federasyon tarafından kişisel bilgiler üzerinden gelir yaratılması ihtimali doğal olarak birçok insanın tepkisini çekmiştir. Araştırmaya katılan futbol taraftarları da 119 defa bu uygulamanın **rant sağlamak** amacıyla oluşturulduğunu, 58 defa **art niyetli** olduğunu, 34 defa Passolig uygulamasının insanları **fişleme** amacı güttüğünü, 20 defa ise bu uygulamayı **güvensiz** buldukları fikrini belirtmişlerdir. Dinç ve Demircan (2016: 35-36) tarafından yapılan bir araştırmada “futbol taraftarlarının kişisel bilgilerinin internet ortamına aktarılması, kartların tek bir bankadan temini, senede 1 defa müsabakaya gitme tercihinde bulunulsa bile kart alma zorunluluğu” gibi nedenlerden dolayı Passolig uygulamasına mesafeli durdukları sonucuna ulaşmışlardır.

Futbol taraftarlarını mağdur eden durumlardan biri de karaborsa diye tabir edilen tükenen biletlerin el altından çok yüksek fiyatla alınıp satılması işidir. Passolig uygulamasının yaratacağını ileri sürdüğü faydalardan bir diğeri de karaborsayı ortadan kaldıracak olmasıdır. Ancak eskiden el altından yürütülen karaborsa bilet satışı faaliyetleri Passolig uygulamasıyla beraber “*bilet devri*” adıyla sosyal medya ve çeşitli internet siteleri aracılığıyla açıkça yürütülmektedir. Passolig sistemi üzerinden Passolig Kart sahibi başka bir kişiye sorgusuz sualsiz bilet devri yapabilmek mümkündür. Bilet devrinin nasıl yapılacağı da site üzerindeki “Sıkça Sorulan Sorular” bölümünde anlatılmaktadır (www.passolig.com.tr/mac-biletimi-kombinemi-nasil-transfer-ederim, Erişim Tarihi: 26.05.2017). Araştırmaya katılan futbol taraftarları da 25 defa bu uygulamanın **karaborsa aracı** olduğu fikrini ileri sürmüşlerdir.

Futbolun dünya çapında en çok izlenen ve takip edilen spor dalı olduğu kabul edilen bir gerçektir. Araştırmaya katılan futbol taraftarları Süper Lig'deki seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin sorulardan “*spor salonlarının daha cazip gelmesidir*” ifadesine %54,2 oranında **hiç katılmadıklarını**, %24,8 oranında ise **katılmadıklarını** belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan taraftarların vermiş oldukları cevapların aritmetik ortalaması $\bar{x}=1,78$ seviyesindedir. Bu veriler ışığında Süper Lig'deki seyirci sayısının azalmasında spor salonlarında gerçekleştirilen spor dallarının payı olmadığını söylemek mümkündür.

Medyanın büyük kitleler üzerindeki etkisi bir hayli fazladır. Araştırmaya katılan futbol taraftarları seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin sorulardan “*Medyanın taraftarlar arasında şiddeti körükleyici yayın yapmasıdır*” ifadesine %26,6 oranında **tamamen katıldıklarını**, %17 oranında **katıldıklarını**, %25,4 oranında **ne katıldıklarını ne katılmadıklarını**, %15 oranında **hiç katılmadıklarını** ifade etmişlerdir. Katılımcıların bu ifadeye verdiği yanıtların aritmetik ortalaması $\bar{x}=3,24$ seviyesindedir. Sporda şike, şiddet, haksız rekabet ve teşvik primi iddialarını araştırmak üzere kurulan TBMM Araştırma Komisyonu'nun raporunda, spor medyasının maçlardan önce ‘savaşmak’, ‘zafer kazanmak’, ‘parçalamak’, ‘ölümüne oynamak’ gibi ilgi çekecek başlıklar kullandığı, bunun da taraftarlar üzerinde etkili olduğu vurgulanarak, “spor gazeteciliği mesleğine ciddiyet, sorumluluk, sahiplenme duygusu kazandırılması için spor gazetecisi olabilme kriterleri getirilmesi gerektiği” ifade edilmiştir (TBMM, 2005: 51). Özsoy (2014: 297-298), televizyonda yayınlanan futbol programlarını incelediği ve 423 kişiyle gerçekleştirdiği çalışmasında futbol programlarına bakış açısının genellikle olumsuz olduğu ve futbol programlarının izlenme oranını arttırmak için gergin bir ortam yaratmaya çalıştıkları sonucuna ulaşmıştır.

Futbol stadyumlarında gerçekleşen şiddet olaylarının ve kötü tezahüratların insanların bu alanlarda bulunmayı tercih etmemesi gibi bir sonuca neden olacağı gibi bir beklenti söz konusudur. Ancak araştırmaya katılan futbol taraftarları, veri toplama aracında yer alan seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin maddelerden “*tribünlerde yaşanan şiddet olaylarıdır*” ifadesine %35,6 oranında **hiç katılmadıklarını**, %22,8 oranında **katılmadıklarını** ifade etmişlerdir. Bu ifadeye **tamamen katılıyorum** diyenlerin oranı ise yalnızca %8,2'dir. Bu ifadeye verilen cevapların aritmetik ortalaması $\bar{x}=2,34$

seviyesindedir. Seyirci azalmasının nedenleriyle ilgili olarak veri toplama aracındaki “tribünlerdeki kötü tezahürattır” ifadesine katılımcılar %43 oranında **hiç katılmadıklarını**, %24,6 oranında **katılmadıklarını** belirtmişlerdir. Bu ifadeye **tamamen katılıyorum** diyenlerin oranı ise yalnızca %7’dir. Bu ifadeye verilen cevapların aritmetik ortalaması $\bar{x}=2,11$ seviyesindedir. Seyirci azalmasının nedenleriyle ilgili olarak veri toplama aracındaki “stadyumlardaki kötü koşullardır” ifadesine katılımcıların %24,2’si **hiç katılmıyorum**, %23,6’sı ise **katılmıyorum** demişlerdir. Bu ifadeye verilen yanıtların aritmetik ortalaması $\bar{x}=2,63$ seviyesindedir. Bu verilere göre, araştırmaya katılan futbol taraftarlarının stadyumlarda gerçekleşen şiddet olaylarını, kötü tezahüratı ve stadyumdaki kötü koşulları seyirci azalmasının nedeni olarak görmedikleri söylenebilir.

Öte yandan Passolig uygulamasının tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasına açık bir etkisinin olduğu toplumun büyük kesimince kabul edilen bir olgudur. Araştırmaya katılan futbol taraftarlarının tribündeki seyirci azalmasıyla ilgili sorulardan en çok katıldıkları madde veri toplama aracında yer alan “Passolig uygulamasıdır” ifadesi olmuştur. Katılımcılar bu ifadeye %49,6 oranında **tamamen katıldıklarını**, %21 oranında da **katıldıklarını** ifade etmişlerdir. Bu ifadeye verilen cevapların aritmetik ortalaması $\bar{x}=3,98$ olarak tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan futbol taraftarları seyirci azalmasının nedenleriyle ilgili olarak “Passolig uygulamasının yaygınlaştırılmamasıdır” ifadesine %52,2 oranında **hiç katılmadıklarını** ifade etmişlerdir. Bu ifadenin aritmetik ortalaması $\bar{x}=2,13$ olarak tespit edilmiştir. Bu verilere göre araştırmaya katılan futbol taraftarlarının Passolig uygulamasını, tribünlerde yaşanan seyirci azalmasının başlıca nedeni olarak gördüklerini söylemek mümkündür. Passolig resmi sitesinde yer alan güncel Passolig sayıları incelendiğinde Passolig Kart sahibi taraftarların sayısının azımsanmayacak derecede olduğu görülebilir. 14 Nisan 2014 tarihinde uygulanmaya başlanan bu sistem ile kağıt bilet yerine Passolig Kart kullanılmaya başlanmıştır. Bu uygulamayla beraber Passolig Kart sahibi olmayan taraftarlar Süper Lig ve 1.Lig maçlarını stadyumlarda izleyememektedir. Kart sahibi olabilmek için kurucu bankaya ödenmesi gereken 16,79 TL ile 33 TL arasında değişen ücreti yatırmanız ve her yıl bu ücretler karşılığında yenileme işlemi yapmanız gerekmektedir. Toplamda 3.813.368 kişinin Passolig Kart sahibi olduğu (www.passolig.com.tr/taraftar-ligi, Erişim Tarihi: 27.04.2018) düşünüldüğünde,

Passolig'in kar sağlamak amacıyla oluşturulmuş bir sistem olduğu algısı oluşmaktadır. Maddi boyutun yanı sıra maçlara gitmek isteyen 7 yaş ve üstündeki herkesin bir banka ile kişisel bilgilerini paylaşmak zorunda olması ve bankanın kişisel bilgiler üzerinden de gelir elde edebilmesinin önünün açık olması bu uygulamaya karşı çıkanlar tarafından eleştirilmektedir. Katılımcıların Passolig hakkındaki görüşleri incelendiğinde de bahsedilen konularla benzerlik gösterdiği görülebilir. Katılımcılar, 297 defa bu uygulamanın **kaldırılması gerektiğini**, 119 defa bu uygulamanın bir **rant sağlama aracı** olduğunu, 58 defa da bu uygulamanın **art niyetli** olduğunu ifade etmişlerdir.

Ülkemizdeki yaşam şartlarının zorluğu da tribünlerdeki seyirci sayısının azalmasının bir diğer nedeni olarak görülebilir. Araştırmaya katılan futbol taraftarları seyirci azalmasının nedenleriyle ilgili veri toplama aracında yer alan "*bilet fiyatlarının yüksekliğidir*" ifadesine %44 oranında **tamamen katıldıklarını**, %26,8 oranında ise **katıldıklarını** ifade etmişlerdir. Bu ifadeye verilen cevapların aritmetik ortalaması $\bar{x}=3,97$ olarak bulunmuştur. Veri toplama aracındaki seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin "*taraftarların ekonomik durumunun yetersiz olmasıdır*" ifadesine verilen yanıtlar da bilet fiyatlarının yüksekliğini doğrular şekildedir. Katılımcılar bu ifadeye %30,2 oranında **tamamen katıldıklarını**, %29,6 oranında da **katıldıklarını** belirtmişlerdir. Bu ifadenin aritmetik ortalaması ise $\bar{x}= 3,59$ 'dur. Bu veriler ışığında araştırmaya katılan futbol taraftarlarının bilet fiyatlarının yüksekliğini ve taraftarların ekonomik durumunun yetersiz oluşunu seyirci azalmasının bir nedeni olarak gördükleri söylenebilir.

18.11.2014 tarihinde Sabah gazetesinde yer alan ve IMF verileri baz alınarak hazırlanan bir habere göre, Türkiye'de bir kişinin ortalama haftalık kazancı 284 Euro'dur. Bu parayla ortalama fiyatı 14.7 Euro olan 19 tane Süper Lig maç bileti alınabilmektedir. Bu sayı İspanya'da 20 bilet, İtalya'da 22 bilet, Almanya'da 27,3 bilete denk gelmektedir (www.sabah.com.tr/taraftarin-cebi-yaniyor, Erişim Tarihi: 28.05.2017).

17.01.2018 tarihinde Daily Mirror gazetesi verilerine dayandırılarak Fanatik gazetesince yapılan ve Avrupa'da ortalama bilet fiyatlarını içeren bir habere göre, en yüksek ortalama bilet fiyatı 390 TL ile Arsenal (*İngiltere*) kulübüne aittir. Haberde yer alan diğer takımların ortalama bilet fiyatları ise Real Madrid (*İspanya*) 294,5 TL, Bayern Münih (*Almanya*) 289 TL, Galatasaray (*Türkiye*) 256 TL, Juventus (*İtalya*) 177,5 TL,

Basel (İsviçre) 163 TL, Fenerbahçe (Türkiye) 159,5 TL ve Beşiktaş (Türkiye) 157,5 TL şeklindedir (www.fanatik.com.tr/en-pahali-biletleri, Erişim Tarihi: 09.06.2018). Bu ortalama fiyat büyük takımların maçlarında, özellikle birbirleriyle oynadıkları maçlarda daha yüksek seviyeye çıkmaktadır. Bu fiyatların daha anlamlı hale gelmesi için bahsi geçen ülke vatandaşlarının alım gücünü göz ardı etmemek gerekmektedir. Örneğin; İngiltere’de asgari ücret 1250 Sterlin yani 09.06.2018 tarihli Sterlin kuruyla yaklaşık 7500 TL iken ülkemizde asgari ücret ortalama 1600 TL’dir (paranya.com/ingilterede-asgari-ucret, Erişim Tarihi: 09.06.2018; www.haberturk.com/asgari-ucret, Erişim Tarihi: 09.06.2018).

Çalışmaya katılan futbol taraftarları veri toplama aracındaki seyirci sayısının azalmasına dair ifadelerden “*futbol kalitesinin düşüklüğüdür*” ifadesine %27,6 **tamamen katılıyorum**, %24,6 **katılıyorum** şeklinde yanıt vermişlerdir. Bu ifadeye verilen yanıtların aritmetik ortalaması $\bar{x}=3,45$ seviyesindedir. “*T.F.F’nin politikalarına karşı tepkidir*” ifadesine %33 **tamamen katılıyorum**, %23,4 **katılıyorum** demişlerdir. Bu ifadeye verilen cevapların aritmetik ortalaması $\bar{x}=3,59$ seviyesindedir. Araştırmaya katılan futbol taraftarları seyirci sayısının azalmasına dair ifadelerden “*futbol kulüplerindeki yönetim eksikliğidir*” ifadesine ise %28,6 **tamamen katılıyorum**, %26,4 oranında da **katılıyorum** şeklinde görüş belirtmişlerdir. Bu ifadeye verilen yanıtların aritmetik ortalaması $\bar{x}=3,56$ ’dır. Elde edilen bu bilgilere göre araştırmaya katılan futbol taraftarlarının, futbol kalitesinin düşüklüğünü, T.F.F’nin politikalarını ve futbol kulüplerindeki yönetim eksikliğini seyirci azalmasının nedeni olarak gördükleri söylenebilir.

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre Passolig uygulamasına ve seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinden elde edilen bulgulara göre genel perspektifte bakıldığında, futbolun erkek egemen bir yapıda olduğu söylenebilir. Günümüzde kadınların futbola olan ilgisi geçmişe oranla artmış olsa da henüz bu ilgi erkeklerin baskın egemenliğini sarsacak seviyede değildir. Örneklem grubunda yer alan kadın ve erkek oranı bu bilgiyi destekler niteliktedir. Bu araştırmaya katılanların yalnızca %14,8’i (74 kişi) kadındır. Bu durumun temel nedeninin futbolun ortaya çıktığı günden bugüne kadar geçen süreçte fiziksel temas, sertlik, kavga gibi temalar üzerinden ifade edilmesi olduğu söylenebilir. Toplumsal cinsiyet rolleri açısından bakıldığında da bu

temaların erkeklik olgusuyla örtüştüğü görülebilir. “*Passolig’e bakış*” boyutundaki sıra ortalamaları incelendiğinde kadınların sıra ortalaması puanının daha yüksek olduğu görülebilir. Bu sonuç, kadınların Passolig uygulamasına erkeklerden daha pozitif baktıkları şeklinde yorumlanabilir. Bu durumun temel nedeninin ise kadınların tribünlerde daha huzurlu bir ortam aramaları ve bu ortamında Passolig uygulaması ile geleceğini düşünmeleri olduğu söylenebilir. “*Seyirci azalmasının nedenleri*” boyutunda ise cinsiyetler arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir (Tablo 11).

Katılımcıların yaş değişkenine göre Passolig uygulamasına ve seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinden elde edilen bulgulara göre her iki boyutta da gruplar arasında anlamlı bir fark tespit edildiği görülebilir. “*Passolig’e bakış*” boyutunda yaş gruplarının sıra ortalamaları incelendiğinde 18-24 yaş grubundaki katılımcıların sıra ortalaması 278,34 olarak, 25-31 yaş grubundaki katılımcıların sıra ortalaması 230,37 olarak, 32-38 yaş grubundaki katılımcıların sıra ortalaması ise 197,49 olarak tespit edilmiştir (Tablo 12). Bu bilgilerden hareketle yaş arttıkça Passolig uygulamasına olan olumlu düşüncelerin azaldığı söylenebilir. Genç yaşlarda Passolig uygulamasını olduğu gibi kabul eden bireylerin daha sonraki yaşlarda hayata daha eleştirel baktıkları ve düşüncelerinin olgunlaştığını düşünecek olursak 25-31 ve 32-38 yaş grubundaki katılımcıların olumlu düşüncelerinin azalması anlam kazanabilir. “*Seyirci azalmasının nedenleri*” boyutunda da yaş gruplarının sıra ortalamaları incelendiğinde benzer bir durumdan bahsedilebilir.

Katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre Passolig uygulamasına ve seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinden elde edilen bulgulara göre her iki boyutta da gruplar arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir (Tablo 15). Çalışmaya başlamadan önce katılımcıların eğitim durumlarına göre vereceği cevapların farklılaşacağı öngörülmesine rağmen elde edilen sonuçlarda herhangi bir fark tespit edilememiş olması, konu futbol olduğunda farklı eğitim seviyelerinden bireylerin benzer düşüncelere sahip olduğu fikrini oluşturabilir. Kuru ve Var (2009: 152) futbol seyircilerinin spor alanındaki saldırganlık davranışlarını inceledikleri çalışmalarında seyircilerin eğitim düzeylerinin saldırgan davranışlarda bulunup bulunmama durumlarını etkilemediği sonucuna ulaşmışlardır. Bu durumun, futbol taraftarlarının

toplumsal hayatta taşıdıkları kimlikleri ikinci plana atıp takım taraftarlığı kimliklerini ön plana çıkarmalarının sonucunda ortaya çıkmış bir durum olduğu söylenebilir.

Katılımcıların stadyumda maç izleme sıklığı değişkenine göre Passolig uygulamasına ve seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinden elde edilen bulgulara göre her iki boyutta da gruplar arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. “*Passolig’e bakış*” boyutu incelendiğinde bir sezonda stadyumda hiç maç izlemeyen grubun sıra ortalamasının 275,15 olarak, bir sezonda stadyumda 1-3 defa maç izleyen grubun sıra ortalamasının 290,15 olarak, 9-12 defa maç izleyen grubun sıra ortalamasının 185,61 olarak, 13 ve üzeri sayıda maç izleyen grubun sıra ortalamasının ise 198,15 olarak tespit edildiği görülebilir (Tablo 16). Bu bilgilerden hareketle bir sezonda stadyumda maç izleme sayısı yüksek olan taraftarların Passolig uygulaması ile ilgili daha olumsuz görüş belirttiği sonucuna ulaşılabilir. Bir sezonda stadyumda maç izleme sayısı yüksek olan taraftarların olumsuz görüş belirtmesinin nedeni ise Passolig uygulamasını bir sezon içinde diğer taraftarlardan daha fazla sayıda kullanmaları şeklinde açıklanabilir. Uygulamadaki eksiklik ve sorunlara daha fazla maruz kalan taraftarların uygulamaya karşı bakış açıları diğer taraftarlardan farklıdır denilebilir. “*Seyirci azalmasının nedenleri*” boyutuna bakıldığında da buna benzer bir durumun söz konusu olduğu görülebilir.

Katılımcıların taraftarı oldukları takım değişkenine göre Passolig uygulamasına ve seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinden elde edilen bulgulara göre her iki boyutta da gruplar arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. “*Passolig’e bakış*” boyutunda sıra ortalamaları incelendiğinde Beşiktaş taraftarlarının sıra ortalamasının 231,58 olduğu, Fenerbahçe taraftarlarının sıra ortalamasının 270,68 olduğu, Galatasaray taraftarlarının sıra ortalamasının 284,86 olduğu, Trabzonspor taraftarlarının sıra ortalamasının 245,61 olduğu, Diğer takım taraftarlarının sıra ortalamasının ise 215,92 olduğu görülebilir (Tablo 19). Bu bilgiler ışığında Galatasaray taraftarlarının Passolig uygulamasına daha olumlu baktığı sonucuna ulaşılabilir. Galatasaray taraftarlarının Passolig uygulamasına görece daha olumlu görüş beyan etmelerinin nedeni marka büyüklüğü, taraftar sayısı ve sportif başarılarıyla açıklanabilir. Bu doğrultuda bakıldığında Passolig uygulamasının Galatasaray taraftarlarını çok fazla etkilemediği söylenebilir. Fenerbahçe taraftarlarının sıra ortalaması istatistiksel olarak anlamlı bir

fark oluşturmada da Galatasaray taraflarının sıra ortalamasına yakın seviyededir. Galatasaray taraftarlarının sıra ortalamaları ile Beşiktaş taraftarlarının sıra ortalamaları arasındaki farkın nedeni, Beşiktaş taraftarlarının tribünlerdeki ve toplumsal hayattaki duruşlarından ve fikirlerinden kaynaklandığı söylenebilir. Galatasaray taraftarlarının sıra ortalamaları ile 4 büyükler dışındaki diğer takımların taraftarlarının sıra ortalamaları arasındaki farkın sebebinin ise taraftar kitlesinin büyüklük açısından farklı olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Gençler ve Aycan (2008: 778) seyircilerin futbol müsabakalarına katılım kararlarını etkileyen değişkenler üzerine yaptıkları bir çalışmada, katılımcıların tuttukları takımların futbol müsabakalarına katılım kararını etkileyen en etkili faktör olduğu ve bu durumun seyircilerin takımlarına bağlılıklarından kaynaklandığı sonucuna ulaşmışlardır. “*Seyirci azalmasının nedenleri*” boyutuna bakıldığında ise, Beşiktaş taraftarlarının sıra ortalamasının 214,99 olduğu, Fenerbahçe taraftarlarının sıra ortalamasının 286,57 olduğu, Galatasaray taraftarlarının sıra ortalamasının 295,42 olduğu, Trabzonspor taraftarlarının sıra ortalamasının 249,29 olduğu, Diğer takım taraftarlarının sıra ortalamasının ise 223,29 olduğu görülebilir (Tablo 19). Bu bilgiler ışığında Galatasaray taraftarlarının seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin sonuçlara daha yüksek ortalamalı cevaplar verdiği görülebilir. Burada da Passolig’e bakış boyutunda anlatılanlara benzer bir durum söz konusu olabilir.

Katılımcıların yayıncı kuruluş aboneliği değişkenine göre Passolig uygulamasına ve seyirci azalmasının nedenlerine ilişkin görüşlerinden elde edilen bulgulara göre her iki boyutta da gruplar arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. “*Passolig’e bakış*” boyutunda yayıncı kuruluş aboneliği olanların sıra ortalaması 229,33 olarak, yayıncı kuruluş aboneliği olmayanların sıra ortalaması ise 260,65 olarak bulunmuştur (Tablo 22). Yayıncı kuruluş aboneliği olanların Passolig uygulaması hakkında daha olumsuz düşüncelere sahip olduğu söylenebilir. Yayıncı kuruluş aboneliği olanların sıra ortalamasının olmayanlara göre düşük olması yayıncı kuruluş aboneliği olanların Passolig uygulamasına tepki gösterip stadyumlara gitmemeleri ve yayıncı kuruluş aboneliği alıp karşılaşmaları evlerinden izlemeyi tercih etmeleriyle açıklanabilir. “*Seyirci azalmasının nedenleri*” boyutuna bakıldığında yayıncı kuruluş aboneliği olanların sıra ortalamasının 218,16 olarak, yayıncı kuruluş aboneliği olmayanların sıra ortalaması ise 266,00 olarak bulunduğu görülebilir (Tablo 22). Bu bilgi, yayıncı kuruluş

aboneliği olanların seyirci azalmasının nedenleri ile ilgili sorulara daha olumsuz cevaplar verdiği şeklinde yorumlanabilir.

Tanıl Bora, Kârhanede Romantizm Futbol Yazıları isimli eserinde taraftarlığın pozitif boyutunun yani başka takımlarla değil de gönül verdiği takımla ilgilenmeyi önemseyen bir taraftar kitlesinin olduğunu belirtmiş ve bu kitleyi sessiz çoğunluk olarak tanımlamıştır. Sadece asayiş temelinde şekillenmiş uygulama ve davranışlardan asıl etkilenen kitlenin de bu sessiz çoğunluk olduğunu ifade etmiştir (Bora, 2016: 189). Bakıldığında, Passolig uygulaması ile beraber futbol izlemekten zevk alan, takım ayırt etmeksizin elinden geldiğince bütün maçlara gidip futbol izleyen kişilerin de tribünlerden uzaklaştığı söylenebilir. Bu kişilerin tribünlerden uzaklaşma nedenlerinin ise birden çok takımın maçlarına gitmek istediklerinde Passolig uygulaması üzerinden bilet alırken yaşadıkları sorunlar ve bilet almak için herhangi bir sisteme kaydolmakla uğraşmak istememeleri olduğu söylenebilir.

BÖLÜM 5: SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar

Türkiye Futbol Süper Ligi'ndeki seyirci azalmasının nedenleri ile futbol taraftarlarının Passolig uygulamasına bakış açılarının araştırıldığı ve yalnızca Türkiye Futbol Süper Ligi'ndeki takımların taraftarlarından elde edilen veriler esas alınarak yapılan bu çalışma neticesinde katılımcıların görüşlerine göre aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Passolig uygulaması hedeflediği gibi tribünlerdeki seyirci sayısını arttırmamaktadır.
- Passolig uygulamasının hedeflediği gibi tribünle ilgili ceza uygulamalarını azaltmadığı belirtilmiştir (blok, tribün kapatma vb.).
- Passolig uygulamasının hedeflediği gibi tribünlerde yaşanan şiddet olaylarını azaltmadığı belirtilmiştir.
- Passolig uygulamasının hedeflediği gibi karaborsa bilet satışını ortadan kaldıramadığı ve daha da kolay hale getirdiği ifade edilmiştir.
- Katılımcıların görüşleri Passolig uygulamasının kaldırılması gerektiği şeklindedir.
- Katılımcılar tarafından Passolig uygulamasının bir rant sağlama aracı olarak uygulamaya konulduğu düşünülmektedir.
- Passolig uygulamasının tribünlerde yaşanan seyirci azalmasının nedenlerinin başında geldiği görülmektedir.
- Bilet fiyatlarının yüksekliği ve taraftarların ekonomik durumunun yetersiz olması seyirci azalmasının önde gelen diğer nedenleri olarak görülmektedir.
- Medyanın taraftarlar arasında şiddeti körükleyici yayın yapması seyirci sayısının azalmasının nedenlerinden biri olarak görülmektedir.
- Tribünlerde yaşanan şiddet olayları ve kötü tezahüratın seyirci sayısının azalmasına yol açmadığı şeklinde görüş belirtilmiştir.

Katılımcıların verdikleri yanıtlar ile değişkenler arasında anlamlı farklılık olup olmadığına ilişkin şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Katılımcıların cinsiyetleri ile Passolig uygulamasına bakış açıları arasında anlamlı bir fark vardır. Ancak cinsiyet ile seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşler arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir.
- Katılımcıların yaşları ile Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark vardır.
- Katılımcıların eğitim durumları ile Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark yoktur.
- Katılımcıların maç izleme sıklıkları ile Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark vardır.
- Katılımcıların yayıncı kuruluş abonelikleri ile Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark vardır.
- Katılımcıların taraftarı oldukları takım ile Passolig uygulamasına bakış açıları ve seyirci sayısının azalmasına ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir.

5.2. Öneriler

Bu bölümde bulgular ve sonuçlara dayalı olarak öneriler yer almaktadır.

- Taraftarları tribünlerden uzaklaştıran başlıca neden olarak görülen Passolig uygulaması ya tamamen kaldırılmalı ya da özellikle yıllık ücretler ve verilen bilgilerin gizliği konularında iyileştirmeler yapılarak taraftarların gözündeki imajı düzeltilmeye çalışılmalıdır. Ancak bu şekilde bir düzenleme ile var olan olumsuz imajın önüne geçilebilir.
- Passolig uygulamasının başlangıç hedeflerinden uzakta kaldığı düşünüldüğünde, özellikle tribün, blok ve saha kapatma cezalarından ziyade olumsuz davranışta bulunan taraftarların tek tek tespit edilerek cezalandırılması ve bu şekilde mağduriyetlerin önüne geçilmeye çalışılması gerekmektedir.
- Taraftarların ekonomik durumu göz önünde bulundurularak bilet fiyatları ve kombine fiyatlarıyla ilgili düzenlemeler yapılmalı ve fiyatlar daha makul seviyelere çekilmelidir. Az sayıda gelen taraftardan görece fazla ücret talep etmek yerine fiyat indirimi yoluna gidilip daha fazla taraftarın tribüne gelmesi sağlanmalıdır. Bu sayede taraftarın ateşleyici gücünden de yararlanılabilir.
- Medyanın kullandığı dile daha da dikkat etmesi sağlanmalıdır. Daha fazla reyting, tiraj ya da görüntüleme sayısı için kullanılan gerginliği tırmandırıcı söylem ve manşetler yerine ortamı yumuşatıcı ve konunun içeriğini anlatan söylem ve manşetler tercih edilmelidir.
- Karaborsanın önüne geçilebilmesi amacıyla bireylerin Passolig sistemi üzerinden başkalarına bilet devri yapabilme imkânı sınırlandırılmalıdır. Bilet veya kombine sahibinin gidemeyeceği karşılaşma için kulübüne ya da sisteme biletini iade edebilmesi kolaylaştırılmalı ve teşvik edilmelidir. Bu şekilde karaborsa bilet satışının önüne geçilebileceği gibi ilaveten kulüpler adına ekstra gelir sağlama imkânı da yaratılmış olacaktır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Acar, D. (2008). *Futbol Ekonomisi Prensipleri ve Başarı Örnekleri*. İstanbul.
- Akşar, T. (2005). *Endüstriyel Futbol*. 1.Baskı. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Akşar, T. (2010). *Futbolun Ekonomi Polisiği*. 1.Baskı. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Akşar, T. ve Merih,K. (2008). *Futbol Yönetimi*. 1.Baskı. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Aladanlı, B. ve Çördük, Ü. (2009). *Futbol Tarihi ve Sporda İlkler*. 1.Baskı. İstanbul: Yeşil Elma Yayıncılık.
- Alpar, R. (2010). *Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenirlik*. 1.Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avgın, K.A. (2015). *Spora Evet Şiddete Hayır*. 1.Baskı. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Bora, T. (2016). *Kârhanede Romantizm Futbol Yazıları*. 3. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. 24.Baskı. Ankara: Pegem Akademi.
- Demir, M. ve Talimciler, A. (2015). *Şiddet, Şike ve Medya Kıskaçında Futbol ve Taraftarlık*. 1.Baskı. Konya: Literatür Academia.
- Dever, A. (2010). *Spor Sosyolojisi: Tarihsel ve Güncel Boyutlarıyla Spor ve Toplum*. 1.Baskı. İstanbul: Başlık Yayınları.
- Gökçaçtı, M.A. (2008). *Bizim İçin Oyna Türkiye’de Futbol ve Siyaset*. 1.Baskı. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Horak, R., Reiter, W. ve Bora, T. (2015). *Futbol ve Kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Endüstri, Efsaneler*. 8.Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Huizinga, J. (2015). *Homo Ludens*. 5.Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Irak, D. (2013). *Hükmen Yenik – Türkiye’de ve İngiltere’de Futbolun Sosyo-Politiği*. 1.Baskı. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- İnal, A.N. (1998). *Futbolda Eğitim ve Öğretim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- İyem, C. (2012). *Kramponlu İşçiler*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.

- Kuper, S. (2012). *Futbol Asla Sadece Futbol Değildir*. 4.Baskı. İstanbul: İthaki Yayınları.
- McGill, C. (2006). *Futbolun Kârhanesi*. 1.Baskı. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Talimciler, A. (2014). *Türkiye’de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi*. 2.Baskı. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Talimciler, A. (2015). *Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporu*. 2.Baskı. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Tokalak, İ. (2015). *Futbol Dünyasında Soygun ve Sömürü – Dünya’da ve Türkiye’de Futbolun Gerçek Yüzü*. 1.Baskı. İstanbul: Ataç Yayınları.
- Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği. (2010). *Kurumsal Yönetim İlkeleri Işığında Türk Futbol Kulüpleri Yönetim Rehberi*. İstanbul: Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği Yayınları.
- Samur, S. (2013). *Kurumsal Futbol Yönetimi*. 1.Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Sert, M. (2000). *Gol Atan Galip Futbola Sosyolojik Bir Bakış*. 1.Baskı. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Stemmler, T. (2000). *Futbolun Kısa Tarihi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Şahin, H.M, Şebin, K, Yılmaz, M, Şahin, M. (2014). *Sporda Şiddetin Boyutları*. 1.Baskı. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Sürelî Yayınlar

- Ayan, S. (2006). Şiddet ve Fanatizm. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 7.2, 191-209.
- Aydın, M.B., Hatipoğlu, D. ve Ceyhan, Ç. (2008). Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 26, 289-316.
- Çamdereli, M. ve Gürer, M. (2008). Futbolda Görsel Kimlik Ögesi Olarak Kulüp Armaları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 26, 135-168.
- Devecioğlu, S. (2004). Halka Arz Edilen Spor Kulüplerinin Sportif Başarıları İle Piyasa Değerleri Arasındaki İlişki. *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 2.1, 11-18.
- Devecioğlu, S., Çoban, B. Ve Karakaya, Y.E. (2014). Futbol Yönetimi ve Organizasyonlarının Görünümü. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*. 5.1, 35-48.
- Dinç, S.C. ve Demircan, M. (2016). Tribünde Güncel Tartışma; Takıma Psikolojik Bağlılığın Passolig Uygulamasına İlişkin Taraftar Görüşleri Üzerine Etkisi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 11.2, 25-38.
- Doğru, C. (2010). Futbol Endüstrisinde Rekabetçi Dengenin Oluşturulmasına Matematiksel Bir Yaklaşım: Ücret Tavanı Modeli. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*. 2.4, 109-128.
- Gençer, R.T. ve Aycan, A. (2008). Seyircilerin Profesyonel Futbol Müsabakalarına Katılım Kararını Etkileyen Değişkenler Üzerine Bir İnceleme. *Ege Akademik Bakış*. 8.2. 771-783.
- Güney, E. (2015). Sporda Şiddet ve E-Bilet Sorunsalı: Türkiye-İtalya Karşılaştırması. *Spor Çalışmaları Merkezi Bülteni*. 18. 3-4.
- İlhan, E. (2014). Sporda Şiddetin Ulaştığı Nokta; 17 Eylül 1967 Kayserispor-Sivasspor Karşılaşması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. Özel Sayı 1. 188-196.
- İmamoğlu, A.F., Karaoğlu, E. ve Erturan, E.E. (2007). Türkiye’de Spor Kulüplerinin Yapısal Nitelikleri ve Temel Problemleri. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 3. 35-61.
- Kuru, E. ve Var, L. (2009). Futbol Seyircilerinin Spor Alanındaki Saldırganlık Davranışları Hakkında Betimsel Bir Çalışma: Kırşehir İli Örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*. 10.2. 141-153
- Orçun, Ç. ve Demirtaş, M.C. (2015). Gelişen Futbol Ekonomisinde Taraftarların Kulüp Değerlerine Olan Bakış Açıkları: Bucaspor Örneği. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 2.1, 113-126.

- Özsoy, S. (2014). Futbolun Sözel Hali: Televizyon Programları. *Global Media Journal: TR Edition*. 5.9, 280-302.
- Saygın, A.U. (2016). Futbolun McDonalddlaşmasına Katkı: Passolig. *Global Media Journal TR Edition*. 6.12, 553-569.
- Soygüden, A. (2016). Profesyonel Futbol Kulüplerinin Gelir Kaynaklarının İncelenmesi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 9.4, 21-35.
- Talimciler, A. (2008). Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. 26, 89-114.
- Yıldıran, İ. (1997). Tepük Futbol mudur? :XI. Yüzyıl Türk Spor Faaliyetlerinden “Tepük” Oyununun Mahiyeti Üzerine Bir Araştırma. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*. 2.1, 54-62.

Diğer Yayınlar

- Aktifbank.* (2016). Ekolig Futbol Ekonomisi Raporu. İstanbul.
- Aktifbank.* (2017). Ekolig Futbol Ekonomisi Raporu 2. İstanbul.
- Aydın, E. (2008). Futbol Ekonomisi: 2 Ülke Kıyaslaması (İngiltere – Türkiye). *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baykara, A. (2017). Futbol Müsabakalarındaki Elektronik Bilet Sisteminin Seyirci Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Mersin: Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Deloitte.* (2017). Futbol Para Ligi Raporu. Manchester.
- Dever, A. (2013). Endüstriyel Futbol ve Taraftarlık: Kayseri İli Örneği. *Yayınlanmamış Doktora Tezi.* Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dikici, S.T. (2008). Türkiye’de Taraftarın Sosyal ve Siyasal Profili: Beşiktaş JK Çarşı Grubu Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güngör, A. (2014). Futbol Endüstrisinde Sportif Başarı İle Finansal Performans Arasındaki İlişkinin Analizi ve Türkiye Uygulaması. *Yayınlanmamış Doktora Tezi.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürsoy, İ.G. (2014). Türkiye’de Spor Yönetimi Sorunları: Futbol Sektörü Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gözcü, E. (2011). Futbol Endüstrisinde Markalaşma ve Bir Ulusal Futbol Takımı Analizi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İnan, T. (2007). Türkiye’deki Futbol Kulüplerinin Gişe Gelirlerini Arttırmaya Yönelik Uygulamaların İncelenmesi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi.* Adana: Çukurova Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü
- Keskin, B. (2014). Futbol Taraftarlarının Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mizrahi, H. (2016). Passolig: Türk Futbolunda Bir Devrim mi Yoksa Bir Fişleme Sistemi mi?. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Okur, M. (2014). Özdeşleşme ve Bağlılık Çerçevesinde Futbol Taraftarlığı: Bozbaykuşlar. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Özbay, A. (2016). UEFA Mali Kriterlerinin Türk Futbol Kulüplerinin Finansal Raporlamasına Etkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özgen, C. (2015). 2014-2015 Sezonunda Türkiye Futbol Süper Ligindeki Seyirci Azalmasının Nedenlerinin Seyirci Görüşlerine Göre İncelenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Sayıştay, (2015). Spor Toto Teşkilat Başkanlığı Denetim Raporu. Ankara.
- TBMM (Türkiye Büyük Millet Meclisi), (2005), Türk Sporunda Şiddet, Şike, Rüşvet ve Haksız Rekabet İddialarının Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan (10/63, 113, 138, 179, 228) Esas Numaralı Meclis Araştırması Komisyonu Raporu, Ankara.
- Yücesoy, N. (2009). Futbolun Ekonomi-Politiği: 2008 Avrupa Futbol Şampiyonası. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet Kaynakları

<http://arsiv.ntv.com.tr/news/16956.asp> (*Erişim Tarihi: 12.04.2017*).

<http://www.fanatik.com.tr/2016/08/10/galatasaray-a-dev-sponsor-52-5-milyon-tl-1246844> (*Erişim Tarihi: 13.04.2017*).

<http://www.fanatik.com.tr/2016/08/11/fenerbahce-ye-dev-forma-sponsoru-1246995> (*Erişim Tarihi: 13.04.2017*).

<http://www.fotomac.com.tr/birincilig/2017/01/21/gorulmemis-ceza> (*Erişim Tarihi: 26.05.2017*)

http://www.fotomac.com.tr/galeri/genel/en_korkunc_tribun_facialari_635464622050?p_age=9 (*Erişim Tarihi: 12.04.2017*).

<http://www.fanatik.com.tr/foto-galeri/avrupa-dan-futbol/en-pahali-biletleri-hangi-kulup-satiyor-1343482/14> (*Erişim Tarihi: 09.06.2018*).

<http://futoekonomi.com/index.php/videolar/812-avrupada-naklen-yayin-gelirlernn-daitim-modeller.html> (*Erişim Tarihi: 13.04.2017*).

<http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1965/06/08> (*Erişim Tarihi: 12.04.2017*).

<http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1969/06/26> (*Erişim Tarihi: 12.04.2017*).

<http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1970/02/04> (*Erişim Tarihi: 12.04.2017*).

<http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1988/12/19> (*Erişim Tarihi: 12.04.2017*).

<http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1991/11/17> (*Erişim Tarihi: 12.04.2017*).

<http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1998/06/16> (*Erişim Tarihi: 12.04.2017*).

<http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1999/03/10> (*Erişim Tarihi: 12.04.2017*).

<http://www.gazetekadikoy.com.tr/roportaj/mac-degil-savas-sivas-kayseri-h11463.html> (*Erişim Tarihi: 08.06.2018*)

<http://www.haberturk.com/asgari-ucret-ne-kadar-oldu-2018-asgari-ucret-zam-hesaplama-1779663-ekonomi> (*Erişim Tarihi: 09.06.2018*)

<http://www.haberturk.com/spor/futbol/haber/1147547-kartalbank> (*Erişim Tarihi: 13.04.2017*).

<http://www.ntv.com.tr/ekonomi/futbolda-dev-ihaleyi-digiturk-kazandi,y3E529NDL02zG1bxPoT19g> (*Erişim Tarihi: 17.3.2017*).

http://www.ntv.com.tr/galeri/ekonomi/2017-asgari-ucet-belli-oldu-asgari-ucet-ne-kadar,0heIsSFijkCL2ILTli36hA/6yoAF7_vhUO9mJfIOkWnAA
(Erişim Tarihi: 28.05.2017)

<http://paranya.com/ingilterede-asgari-ucet-ne-kadar/> (Erişim Tarihi: 09.06.2018)

<https://www.passolig.com.tr/mac-biletimi-kombinemi-nasil-transfer-ederim>
(Erişim Tarihi: 26.05.2017).

<https://www.passolig.com.tr/nedir> (Erişim Tarihi: 12.04.2017).

<http://www.passolig.com.tr/taraftar-ligi> (Erişim Tarihi: 27.04.2018).

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/04/20110414-6.htm>
(Erişim Tarihi: 06.02.2017).

http://www.sabah.com.tr/galeri/spor/en_korkunc_tribun_facialari/7
(Erişim Tarihi: 12.04.2017).

<https://www.sabah.com.tr/spor/futbol/2014/11/18/taraftarin-cebi-yaniyor>
(Erişim Tarihi: 28.05.2017).

<http://www.tff.org/default.aspx?pageID=401> (Erişim Tarihi: 12.04.2017).

http://www.transfermarkt.com.tr/super-lig/besucherzahlen/wettbewerb/TR1/saison_id/2016/plus/1
(Erişim Tarihi: 29.03.2017).

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Passolig> (Erişim Tarihi: 12.04.2017).

<http://www.wiki-zero.net/index.php?q=aHR0cHM6Ly90ci53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvU8O8cGVyX0xpZw> (Erişim Tarihi: 20.05.2018).

EKLER

EK 1: Katılımcıların Passolig Uygulamasına Bakış Açıklarına İlişkin Sorulara Verdikleri Cevapların Ortalamaları ve Standart Sapmaları

	Sorular	\bar{x}	S
1	Passolig, tribünlerde yaşanan şiddet olaylarını azaltmaktadır.	1,95	1,240
2	Passolig, tribünle ilgili ceza uygulamalarını azaltmaktadır (saha kapatma vs).	1,79	1,151
3	Passolig, şiddete meyilli taraftarların stadyumlara girişini engellemektedir.	2,05	1,255
4	Passolig, tribünlerdeki seyirci sayısının artmasını sağlamaktadır.	1,33	0,842
5	Passolig, maç bileti satın almayı daha kolay bir hale getirmiştir.	2,46	1,508

EK 2: Katılımcıların Seyirci Azalmasının Nedenlerine İlişkin Sorulara Verdikleri Cevapların Ortalamaları ve Standart Sapmaları

	Sorular	\bar{x}	S
1	Tribünlerde yaşanan şiddet olaylarıdır.	2,34	1,286
2	Futbol kalitesinin düşüklüğüdür.	3,45	1,322
3	Passolig uygulamasıdır.	3,98	1,272
4	Maç programlarının uyumsuzluğudur (gün, saat vb.).	2,69	1,255
5	İletişim araçları ile maçı takip etmenin rahatlığıdır (TV vb.).	2,76	1,260
6	Stadyumlardaki kötü koşullardır.	2,63	1,256
7	Takımın sık olarak seyircisiz oynama cezası almasıdır.	2,37	1,278
8	Bilet fiyatlarının yüksekliğidir.	3,97	1,167
9	T.F.F'nin politikalarına karşı tepkidir.	3,59	1,300
10	Taraftarların takımlarına karşı tepkisidir.	2,88	1,290
11	Tribünlerdeki kötü tezahürattır.	2,11	1,240
12	Spor salonlarının daha cazip gelmesidir.	1,78	1,050
13	Kulüplerin taraftarlarında aidiyet hissi yaratamamasıdır.	2,62	1,347
14	Futbolun gün geçtikçe sıkıcı hale gelmesidir.	2,51	1,403
15	Taraftarların ekonomik durumunun yetersiz olmasıdır.	3,59	1,291
16	Taraftarları heyecanlandıracak futbolcu olmamasıdır.	2,74	1,365
17	Ligin tanıtım faaliyetlerinin yetersizliğidir.	2,49	1,350
18	Futbolda şiddet yasalarının uygulanmaya konmasıdır.	2,51	1,386
19	Passolig uygulamasının yaygınlaştırılmamasıdır.	2,13	1,406
20	Ülkemizde yerleşmiş bir futbol kültürünün olmamasıdır.	2,71	1,445
21	Teknik direktör ve futbolcuların sahada yarattığı gergin ortamdır.	2,29	1,258
22	Hakemlerin taraflı yönetim gösterdiği algısıdır.	3,30	1,394
23	Futbol kulüplerindeki yönetim eksikliğidir.	3,56	1,251
24	Medyanın taraftarlar arasında şiddeti körükleyici yayın yapmasıdır.	3,24	1,393
25	Futbolu yaygınlaştırmaya yönelik politikaların eksikliğidir.	3,21	1,404

EK 3: Anket Formu

Türkiye Futbol Süper Ligi'ndeki Seyirci Azalmasının Nedenleri İle Futbol Taraftarlarının E-Bilet(Passolig) Uygulamasına Bakış Açılarının Araştırılması

Sayın Katılımcı;

Bilindiği üzere Türkiye Futbol Süper Ligi'nde E-Bilet uygulaması Passolig sistemiyle uygulamaya sokulmuştur. Yapılan araştırmalara göre, 2013-2014 sezonunda stadyumların %46,7 olan doluluk oranı 2014-2015 sezonunda %27,3'e gerilemiştir. 2015-2016 sezonunda ise bu oran %28,8'e yükselmesine rağmen Passolig uygulaması öncesine oranla büyük bir düşüş gösterdiği görülmektedir. Bu çalışma Türkiye Futbol Süper Ligi'ndeki seyirci oranlarının Passolig uygulamasından önceki dönemlere göre düşük olmasının nedenlerini ve futbol seyircilerinin Passolig uygulamasına olan bakış açılarını ortaya koymak için tasarlanmıştır.

Anket sorularına vereceğiniz cevaplar, bu araştırmanın dışında herhangi bir amaç için kullanılmayacaktır. Araştırmanın amacına ulaşabilmesi, anket sorularını içtenlikle ve eksiksiz olarak cevaplamanıza bağlıdır. Göstereceğiniz ilgi ve katılımınız için teşekkür ederim.

Gökhan ÇAKMAK

Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

gokhan.cakmak2@ogr.sakarya.edu.tr

I.BÖLÜM: KİŞİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz

Kadın () Erkek ()

2.Mesleğiniz

Futbolcu () Öğrenci () Akademisyen () Diğer ()

3.Yaşınız

Lütfen belirtiniz

4.Eğitim durumunuz

Ortaöğretim () Ön lisans () Lisans () Lisansüstü ()

5.Stadyumlarda maçları izleme sıklığınız (1 sezonda)

Hiç () 1-3 defa () 4-8 defa () 9-12 defa () 13 defa ve üzeri ()

6.Yayıncı kuruluş aboneliğiniz?

Var () Yok ()

7.Hangi takımın taraftarısınız?

Lütfen belirtiniz

II.BÖLÜM: PASSOLİG UYGULAMASI

1: Hiç Katılmıyorum – 5: Tamamen Katılıyorum

	Passolig Uygulamasına Bakış	1	2	3	4	5
1	Passolig uygulaması tribünlerde yaşanan şiddet olaylarını azaltmaktadır.					
2	Passolig uygulaması tribün ile ilgili ceza uygulamalarını azaltmaktadır(saha, blok kapatma vs).					
3	Passolig uygulaması ile şiddete meyilli taraftarların stadyumlara girişi engellenmektedir.					
4	Passolig uygulaması tribünlerdeki seyirci sayısının artmasını sağlamaktadır.					
5	Passolig uygulaması maç bileti satın almayı daha kolay hale getirmiştir.					

→PASSOLİG UYGULAMASI İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİNİZİ KISACA BELİRTİNİZ:

III.BÖLÜM: SÜPER LİG'DEKİ SEYİRCİ AZALMASININ NEDENLERİ

1: Hiç Katılmıyorum – 5: Tamamen Katılıyorum

	Süper Lig'deki Seyirci Azalmasının Nedenleri	1	2	3	4	5
1	Tribünlerde yaşanan şiddet olaylarıdır.					
2	Futbol kalitesinin düşüklüğüdür.					
3	Passolig uygulamasıdır.					
4	Maç programlarının uyumsuzluğudur					
5	İletişim araçları ile maçı takip etmenin rahatlığıdır(TV, internet vb.).					
6	Stadyumlardaki kötü koşullardır.					
7	Takımın sık olarak seyircisiz oynama cezası almasıdır.					
8	Bilet fiyatlarının yüksekliğidir.					
9	T.F.F'nin politikalarına karşı tepkidir.					
10	Taraftarların takımlarına karşı tepkisidir.					
11	Tribünlerdeki kötü tezahürattır.					
12	Spor salonlarının daha cazip gelmesidir.					
13	Kulüplerin taraftarlarında aidiyet hissi yaratamamasıdır.					
14	Futbolun gün geçtikçe sıkıcı hale gelmesidir.					
15	Taraftarların ekonomik durumunun yetersiz olmasıdır.					
16	Taraftarları heyecanlandıracak futbolcu olmamasıdır.					
17	Ligin tanıtım faaliyetlerinin yetersizliğidir.					
18	Futbolda şiddet yasalarının uygulanmaya konmasıdır.					
19	Passolig uygulamasının yaygınlaştırılmamasıdır.					
20	Ülkemizde yerleşmiş bir futbol kültürünün olmamasıdır.					
21	Teknik direktör ve futbolcuların sahada yarattığı gergin ortamdır.					
22	Hakemlerin tarafı yönetim gösterdiği algısıdır.					
23	Futbol kulüplerindeki yönetim eksikliğidir.					
24	Medyanın taraftarlar arasında şiddeti körükleyici yayın yapmasıdır.					
25	Futbolu yaygınlaştırmaya yönelik politikaların eksikliğidir.					

EK 4: Etik Kurulu Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 27/10/2016-E.14586



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu

Sayı : 61923333/044/
Konu : Anketler (Gökhan ÇAKMAK)

Sayın Gökhan ÇAKMAK

Üniversitemiz Etik Kurulu Başkanlığının 26/10/2016 tarihli ve 62 sayılı toplantısında alınan "04" nolu karar örneği aşağıda sunulmuştur. Bilgilerinize rica ederim.

Prof.Dr. Ahmet Celal APAY
Etik Kurulu Başkanı

Yapılan görüşmeler sonunda; "Spor Toto Süper Lig'deki Seyirci Azalmasının Nedenleri İle Futbol Taraftarlarının E-Bilet Uygulamasına Bakış Açılarının Araştırılması" başlıklı çalışmasının Etik açıdan uygun olduğuna oy çokluğu ile karar verildi.

Evrakı Doğrulamak İçin : <http://193.140.253.232/envision.Sorgula/BelgeDogrulama.aspx?V=BESU37RH2>

Etik Kurulu Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan SAKARYA / KEP Adresi:
sakaryauniversitesi@hs01.kep.tr
Tel:0264 295 50 00 Faks:0264 295 50 31
E-Posta :ozelkalem@sakarya.edu.tr Elektronik Ağ :www.sakarya.edu.tr



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

ÖZGEÇMİŞ

Gökhan ÇAKMAK, 16.09.1990 tarihinde Elazığ'da doğdu. İlköğretim ve lise eğitimini Elazığ'da tamamladı. Lisans eğitimini 2011-2015 yılları arasında Sakarya Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Spor Yöneticiliği Bölümü'nde dereceyle tamamlayarak 2015 yılında Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimine başladı. 2016 yılında düzenlenen 14. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi'ne "Profesyonel Futbol Hakemlerinin Emek Süreci: Sakarya İli Örneği" isimli poster sunum ile katıldı. 2017 yılında düzenlenen 15. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi'ne "Fitness Merkezleri Müşterilerinin Hizmet Kalitesine Yönelik Beklenti ve Algılarının Değerlendirilmesi – Sakarya İli Örneği" isimli sözel bildiriyle katıldı. 2018 yılında düzenlenen ERPA International Congresses on Education kongresine "Üniversite Öğrencilerinin Bisiklet Sporuna Yönlendirilmesi: Sakarya Üniversitesi Örneği" başlıklı bildiri ile katıldı. 2017 yılında yazarlarından biri olduğu "Labour Process Of Football Referees In Professional Leagues: The Example of Sakarya Province" isimli makale International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences Dergisi'nde yayınlandı. 2018 yılında yazarlarından biri olduğu "Fitness Merkezi Müşterilerinin Hizmet Kalitesine İle İlgili Beklenti ve Algı Düzeylerinin İncelenmesi" başlıklı makale Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanmıştır.