

**T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
FOTOĞRAF ANASANAT DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**FUTBOLUN SUNUMUNDA FOTOĞRAFIN
ENDÜSTRİYEL VE POLİTİK İŞLEVLERİ**

**HAZIRLAYAN
Savaş Onur ŞEN**

**DANIŞMAN
YRD. DOÇ.DR. Sadık TUMAY**

2008-İZMİR

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Futbolun Sunumunda Fotoğrafın Endüstriyel ve Politik İşlevleri” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

03.12.2008

Savaş Onur şEN

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü'nün/...../..... tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin maddesine göre Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi.....'nın konulu tezi incelenmiş ve aday/...../..... tarihinde, saat' da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin olduğuna oy ile karar verildi.

BAŞKAN

ÜYE

ÜYE

YÜKSEK ÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ

TEZ VERİ FORMU

Tez No : Konu Kodu : Üniv. Kodu :

Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Tez Yazarının

Soyadı : ŞEN

Adı : Savaş Onur

Tezin Türkçe Adı : Futbolun Sunumunda Fotoğrafın Endüstriyel ve Politik İşlevleri

Tezin Yabancı Dildeki Adı : The Political and Industrial Functions of Photography in Representation of Football

Tezin Yapıldığı

Üniversite : D.E.Ü.

Enstitü : Güzel Sanatlar

Yıl : 2008

Diğer Kuruluşlar :

Tezin Türü :

Yüksek Lisans :

Dili : Türkçe

Doktora :

Sayfa Sayısı : 81

Tıpta Uzmanlık :

Referans Sayısı : 85

Sanatta Yeterlilik :

Tez Danışmanının

Ünvanı : Yard. Doç. Dr.

Adı :Sadık

Soyadı : TUMAY

Türkçe Anahtar Kelimeler :

- 1) Futbol
- 2) Fotoğraf
- 3) Politika
- 4) Ekonomi
- 5) İletişim

İngilizce Anahtar Kelimeler :

- 1) Football
- 2) Photography
- 3) Politics
- 4) Economics
- 5) Communication

Tarih: 03/12/2008

Tezimin Erişim Sayfasında Yayınlanmasını İstiyorum Evet Hayır

ÖZET

Futbol XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren İngiltere'den Dünya'nın çeşitli coğrafyalarına yayılarak günümüzün en popüler sporu haline gelmiştir. Bu tarih içerisinde futbolun yalnızca bir oyun ya da spor olarak anlam kazanmadığını, kitlelerin aidiyet duygularını karşıladıkları, politik olarak kendilerini ifade ettikleri bir mecra halini aldığını gözlemlemekteyiz. 2006 Dünya Kupası'nı yaklaşık üç milyar izleyicinin takip ettiği göz önünde bulundurulacak olursa, dünya çapında, kitlelerin futbola olan düşkünlüğü apaçık karşımıza çıkacaktır. Bu bağlamda futbol, hem sosyal boyutlarıyla hem de kitlelere ulaşmasını sağlayan kitle iletişim araçlarındaki sunumları itibarı ile değerlendirilmesi gereken bir konudur.

Henüz standart kurallarla oynanmaya başlanmadan politikanın müdahil olduğu futbol oyunu, 1970'li yılların başından itibaren ise sermaye odakları tarafından keşfedilerek özellikle reklâm, tanıtım ve kitlelerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesinde önemli bir rol üstlenmiştir. Futbol, sosyal bir olgu olarak seçkin fotoğraf ajansları ve fotoğrafçılar tarafından belgesel bir tavırla ele alınmasının yanı sıra, haber fotoğrafı olarak gazetelerde, çoğunlukla olay anını gösteren karelerle temsil edilmektedir. Diğer taraftan içinde bulunulan sermaye ilişkileri gereği sponsorluk, reklâm ve tanıtım amacıyla, kulüpler ve futbolcuların fotoğrafları kitle iletişim aygıtlarında önemli yer kaplamaktadır.

Çalışmanın amacı her iki şekilde fotoğraf ve futbol ilişkisini değerlendirerek, 2002 Dünya Kupası ve 2008 Avrupa Şampiyonası örneğinde, Türk Milli Futbol Takımı üzerinden futbolun fotoğrafik sunumlarını ortaya koymaktır.

ABSTRACT

Football, spreading from second half of 19th century's England to the different geographies of world, has become the most popular sport of our present time. In its history we observe that football has not only come to the meaning of game or sport but also it has created a space for masses to respond their sense of identity and to express themselves politically. Moreover, people's devotion to football in worldwide emerges explicitly if it's taken into consideration that about three billion spectators followed 2006 World Cup. Thus, in this context football is a subject which must be evaluated both its social aspects and its representations in mass communications providing it to reach masses.

Faced with the intervention of politics only just preceding the standardization of rules, football game was discovered by capital owners from the beginning of 1970s and took a part in advertising and determining masses' consuming patterns. Being held as a social phenomenon by distinguished photography agencies and photographers in a documentary style, football is also represented as a news photo in newspapers mostly with the shots which show happening moment. On the other hand, due to the needs of capital relations photos of teams and footballers occupy significantly in mass media with a view to sponsorship, advertisement and publicity.

The aim of this study is to evaluate the relationship between photography and football in both sides and to show photographic representations of football via Turkish National Football Team in case of 2002 World Cup and 2008 European Championship.

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
TUTANAK	iii
YÜKSEK ÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ	iv
TEZ VERİ FORMU	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÖNSÖZ	viii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	5
YEREL OYUNDAN KÜRESEL EKONOMİYE FUTBOL OLGUSU	5
1.1. OYUN OLARAK FUTBOL	5
1. 1. 1. Futbolun Ataları	6
1. 2. MODERN FUTBOL	11
1. 2.1. Küreselleşmenin Arketipi	12
1. 2. 2. Futbol ve Politika	15
1. 2. 3. Futbol ve Kitle Kültürü	23
1. 2. 4. Meta olarak Futbol ve Futbol Ekonomisi	25
İKİNCİ BÖLÜM	35
FUTBOLUN FOTOĞRAFİK OLARAK YANSIMA BİÇİMLERİ	35
2.1. KİTLE İLETİŞİMİ VE FOTOĞRAF	35
2.2. HABER FOTOĞRAFI VE BELGESEL FOTOĞRAFTA FUTBOLUN SUNUMU	38
2.3. REKLÂM FOTOĞRAFINDA FUTBOLUN SUNUMU	44
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	50
2002 DÜNYA KUPASI ve 2008 AVRUPA ŞAMPİYONASI'NIN TÜRK BASININDA FOTOĞRAFİK SUNUMU	50
3. 1. HÜRRİYET GAZETESİNDE FUTBOLUN SUNUMU	56
3. 2. ZAMAN GAZETESİNDE FUTBOLUN SUNUMU	62
3. 3. PAS FOTOMAÇ GAZETESİNDE FUTBOLUN SUNUMU	66
SONUÇ	71
KAYNAKÇA	74
ÖZGEÇMİŞ	81

ÖNSÖZ

Futbol, dünyadaki en güçlü iletişim araçlarından biridir. XIX. yüzyıldan başlayarak dünya geneline yayılan futbol, izleyici kitleleri ortak bir dile kavuştururken, diğer taraftan aynı dil paradoksal olarak insanların birbirini “öteki” olarak adlandırdığı bir söylemi de oluşturmuştur. Afganistan’da bir Hollanda takımının formasını giyen ya da Afrika’da İspanya formasıyla dolaşan insanları görmek mümkünken, tarihte futbol nedeniyle patlak veren savaşların da vakidir.

Futbolun oluşturduğu bu ortak dil edebiyattan sinemaya kadar birçok alanda kullanılmaktadır: Eduardo Galeano, futbol üzerinden dünya tarihini anlatmış; Nazım Hikmet şiirlerinde futboldan bahsetmiş; Peter Handke varoluşçuluğu futbol üzerinden yeniden tanımlarken, Zoltan Fabri faşizmi ve direnişi futbolla dile getirmiştir.

Bu çalışmadaki amacımız ise, bu dilin fotoğrafta ne şekilde kullanıldığını ortaya koymak, ortaya çıkışları aynı coğrafyaya ve aynı zaman dilimine tekabül eden futbol ve fotoğraf arasındaki ilişkinin kitleler üzerindeki etkisini anlamaya ve açıklamaya çalışmaktır.

Bu çalışmada yönlendirmeleriyle ufkumu açan, zor anlarımda beni yüreklendiren danışmanım Yard. Doç. Dr. Sadık Tumay’a ve yüksek lisansım boyunca benden yardımlarını esirgemeyen bölüm hocalarımla yanı sıra Yard. Doç. Dr. Erkut Konter’e teşekkürü borç bilirim. Her zaman yanımda olan, “en güzel deniz”e minnetim sonsuzdur. Ayrıca İzmir’e ilk geldiğimde benimle evini ve yüreğini paylaşan arkadaşım Çağatay Gökten’a, tez sürecindeki yardımlarından dolayı arkadaşlarım Mustafa Özbaş ve Baybora Atav’a teşekkürlerimi sunarım. Henüz metaforların nelere karşılık gelebileceğini idrak edemeyeceğim yaşlarda, Meksika 1986 Dünya Kupası’nda onu izlediğimde beni büyüye inandıran, sonrasında Edip Cansever’in sözleriyle kendisini anlamlandırdığım Diego Armando Maradona’ya şükranlarımı sunarım.

GİRİŞ

Tarih öncesi dönemlerde dünyanın çeşitli coğrafyalarında belirli bir kült değer atfedilerek oynanan ayaktopu oyunlarının günümüzdeki şekillerinden biri olan futbol, bu kült değerinden her ne kadar kopsa da kitlelerin atfettiği değer itibarıyla XIX. yüzyıldan itibaren sosyal, ekonomik boyutlarıyla popüler kültürün en önemli unsurlarından biri halini almıştır. Futbola olan bu ilgide kitlelerin özdeşim kurma duygusunun önemi büyüktür. İçinde barındırdığı zıtlık, mağlubiyet halindeki dram ve galibiyet halindeki zafer, içerdiği şiddet ve mücadele nedeniyle futbol sahası gerçek yaşamın temsil edildiği bir alana dönüşmekte, futbolun icracıları ise taraftarların birer temsilcisi halini almaktadır. Bu çerçevede XIX. yüzyılın sonlarından itibaren inşa edilmeye başlanan stadyumları da, Richard Sennet tarafından, “dünyevi bir toplumda kutsal sığınak yaratmanın kültürel zorunluluğu”¹ olarak tanımlanan Sanayi Devrimi’nin ardından üretim şeklinin değişmesi, kent yaşamı ve gelenekten kopmayla birlikte bocalayan insanların aradığı manevi sığınaklardan biri olarak kabul edebiliriz.

Bunun yanı sıra Birinci Dünya Savaşı’nda Türklerin Fenerbahçe ile, İkinci Dünya Savaşı sırasında ise Rusların çoğunluğu Dinamo takımından oluşan ekiple düşmanlarına karşı oynadıkları maçlarda olduğu gibi, futbol kimi zaman direnişin de simgesi olmuştur. Futbola atfedilen değer açısından en çarpıcı örneğe Arjantin’de kurulan “Diegoryan” kilisesidir. Kendilerini Diegoryan olarak adlandıran kilise mensupları Diego Maradona’nın yazdığı otobiyografiyi kutsal kitap olarak kabul ederken, Maradona’nın 1986 Dünya Kupası Çeyrek Finali’nde İngiltere’ye eliyle attığı ve sonrasında “tanrının eliydi” diye ifade ettiği ilk golü dünyadaki kötülükleri simgelemek, İngiltere defansını ve kalecisini çalmlayarak attığı ikinci golü ise dünyadaki güzellikleri simgelemek amacıyla gerçekleştirdiğini savunmaktadırlar.²

Bu özellikleri nedeniyle kitlelerin ilgisine mazhar olan futbol henüz erken dönemlerinde politik ve ekonomik ilişkiler ağıyla sarılmıştır. Futbol henüz kuralları standartlaşmadan önce politik amaçlı bir takım yasaklarla karşılaşırken, profesyonelleşmeden kısa bir süre sonra ise ekonominin hüküm sürdüğü bir spor halini almış ve günümüzde futbol endüstrisinden bahsedilir olmuştur. Futbolun yaşadığına benzer bir evrim sürecinden geçerek

¹ Richard Senet, **Gözün Vcdanı**, çev; Süha Sertabiboğlu, Can Kurultay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999, 43 s.

² Bu konuyla ilgili yapılmış olan bir akademik çalışma bulunamamıştır. Konunun ayrıntısı için bkz. <http://www.ntvmsnbc.com/news/196032.asp> Erişim: 12.08.2008

1839'da Fransız Bilimler Akademisi tarafından icadı ilan edilen fotoğrafın da, yine futbol gibi kısa sürede kitlelerin ilgisini çektiğini görmekteyiz. Eski Çin uygarlığında, nesnelere yansıyan ışığın küçük bir delikten geçerek karanlık ortamda deliğe paralel bulunan yüzeye yansıdığı ve burada ters bir biçimde görüldüğünün bulunmasıyla milattan önce V. yüzyılda başlayan fotoğrafın evrim sürecine, eski Yunan'dan, Arap uygarlığına kadar geniş bir coğrafyada ve zaman diliminde bir çok filozof ve bilim adamı yaptığı çalışmalarla katkıda bulunmuştur. İlk yıllarından itibaren özellikle portre fotoğrafçılığı, sektör haline gelerek burjuva sınıfının özel ilgisini çekerken, sonraki yıllarda teknolojinin gelişmesiyle birlikte fotoğraf makinelerinin fiyatları düşmüş fotoğrafçı sayısı artmıştır. Özellikle 1888 yılında George Eastman Kodak'ın amatörlerin kullanımına yönelik olarak piyasaya sürdüğü basit ve ucuz fotoğraf makineleriyle birlikte fotoğraf giderek yaygınlaşmıştır. Bizatihi bir sektör haline alan fotoğraf diğer taraftan, anı fotoğrafından polis kayıtlarına kadar bir çok alanda kullanılmaya başlanmıştır. John Berger'e göre, fotoğraf XX. yüzyılda, iki dünya savaşı arasında, gerçeğin doğrudan görülmesini sağlayan bir araç olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Ancak fotoğrafın gerçeğin yansması olarak görülmesi propaganda aracı olarak kullanılmasını hızlandırmıştır.³

1839 yılında icadı açıklanan fotoğraf ve 1863'te İngiltere'de kuralları kabul edilen modern futbolun yollarının kesişmesi de yine XIX. yüzyıl sonlarına tekabül eder. Bu dönemde futbol takımları, günümüzde alışık olduğumuz şekillerin dışında, kamera karşısına geçmiş ve kısa bir süre sonra ise taraftarlar futbolcuların kartpostallarını edinebilmeye başlamıştır. O tarihten bu güne, futbol ve fotoğrafın gerek iktidarın meşru kılınması için propaganda amacıyla, gerekse tüketimi artırmak için reklâm amacıyla kullanıldığını görüyoruz..

Bu çalışma, yukarıda bahsedilen süreç içerisinde futbol ve fotoğraf arasındaki ilişkinin toplumsal, politik ve endüstriyel yansımalarını saptamak ve açıklamak üzere üç bölüme ayrılmıştır. Bu ilişki toplumsal alanda, kitlelerin üzerindeki etkileri ve kitleleri harekete geçirme açısından güçleri itibarıyla karşımıza çıkarken, toplumsal alandaki bu etki kısa sürede iktidarların dikkatini çekerek politikanın hem futbola hem de fotoğrafa el atmasına neden olmuştur, diğer taraftan yine kitlelerin bu ilgisi beraberinde ekonomik ilişkilerin doğmasına yol açmıştır.

³ John Berger, **O Ana Adanmış**, Metis Yayınları, çev. Yurdanur Salman, Müge Gürsoy Sökmen, Metis Yayınları, İstanbul, 1998, 70 s.

Birinci bölümde futbol olgusu, geçirdiği evrim süreci içinde değerlendirilerek politik ve ekonomik boyutlarıyla ele alınmaktadır. Bu amaçla öncelikle Johan Huizinga'nın oyun kuramından yararlanılarak, oyunun toplumsal yapıdaki rolü ele alınmıştır. Dünyanın farklı coğrafyalarında oynanan, temelleri milattan öncesine dayanan ve futbolun ataları olarak adlandırabileceğimiz top oyunları yine bu bölümde ortaya konmaktadır. Futbolun günümüzde oynandığı hale gelmesini sağlayan sürecin başlangıcı olarak kabul edilen 1863 yılından itibaren ise modern futbol ele alınmaktadır. Modern futbol başlığı altında futbolun ilk kurallarının kabul edilmesinden başlanarak, oyunun kendi içinde geçirdiği değişim, küresel çapta örgütlenmesi, politikayla ve kültür endüstrisiyle ilişkisi ve başlı başına bir sektör haline gelişi ele alınmaktadır.

Futbolun kitlelere ulaşmasını sağlayan kitle iletişim araçları ve bu araçlar dahilinde fotoğrafın kullanımının ele alındığı ikinci bölümde, fotoğrafik yaklaşımlarda futbolun temsil biçimleri ortaya konmaktadır. XIX. yüzyıl Avrupasında değişen üretim şekli ve teknolojiyle birlikte ortaya çıkan kent kültürü, geleneksel kültürden ve geleneksel iletişimden farklı bir iletişim tarzı olan kitle iletişiminin doğmasına yol açmıştır. Modern yaşam içinde örgütsüz ve sosyal dayanışmadan yoksun bir biçimde yaşamını sürdüren kitleler bu yeni iletişim tarzı içinde alıcı veya tüketici konumunda bulunmaktadırlar. Bu dönemde yaşanan teknolojik gelişmeler vasıtasıyla kitle iletişimi XIX. yüzyıl sonlarına doğru değişen insan ilişkileri ve ortaya çıkan kent kültürüyle paralel bir biçimde kitleler üzerindeki etkisini de giderek arttırmıştır. Bu yüzyılın sonlarında fotoğraflar gazete sayfalarında yer bulmaya başlamıştır.

Bu bölümde yukarıda bahsettiklerimize bağlı olarak, haber fotoğrafı ve belgesel fotoğrafın yanı sıra reklâm fotoğraflarında futbol endüstrisi ve politik yaklaşımlar da değerlendirilmiş, futbol üzerinden biçimlenen tüketim alışkanlıkları ve politik ve sosyal yönleriyle farklı kültürlerin anlamlandırılmasına dair futbol fotoğrafının işlevleri tanımlanmıştır.

Üçüncü bölüm futbolda ulusal temsil, ırkçı ve şovenist söylemin beslendiği futbol alanları ve etnosantrik tutumun hakim olduğu kitle iletişim araçlarının söylemi, bunun yanı sıra tüketim boyutlarıyla futbolun ele alındığı bölümdür. Bu bölümde futbolun sadece sahada verilen mücadele ile ilgili olmadığı, kendisine ve unsurlarına atfedilen değer itibarıyla ulusal ve ideolojik bir temsil meselesi olarak karşımıza nasıl çıktığı ele alınmıştır. Bu çerçevede

ulusal temsilin en önemli alanlarından biri haline gelen futbolun milliyetçiliği de üreten bir yapıya dönüşmesi üzerinde durulmuştur. Dolayısıyla futbolun bu yerel unsurlarını yansıtması açısından Türkiye'deki gerek Osmanlı gerekse Cumhuriyet dönemi futbol tarihi, özellikle politik yönleriyle ele alınmıştır. Bu tarihsel ve siyasi yansımanın ardından ise, yukarıda bahsettiğimiz söylemlerin ne derece etkili olduğunu anlayabilmek için 2002 Dünya Kupası ve 2008 Avrupa Şampiyonası'nın Türk basınındaki yansımaları incelenmiştir. Bu inceleme Türk medya sektörünün genişliği göz önünde bulundurularak Hürriyet, Zaman ve Fotomaç gazeteleriyle sınırlandırılmıştır. Bu gazetelerin seçiminde öncelikle tiraj etkili olmuştur. Türkiye'deki tiraj istatistikleri açısından Hürriyet, Zaman ve Posta gazetelerinin genellikle ilk üç sırayı paylaştıkları görülmektedir. Hürriyet ve Posta gazetelerinin hem aynı medya grubuna dahil olmaları hem de aynı haber havuzunu kullanmaları nedeniyle aralarında bir seçim yapmak zarureti doğmuştur. Hürriyet gazetesinin daha köklü bir gazete olması ve Türk basınında altmış yıllık bir geleneğe sahip olması nedeniyle tercih Hürriyet gazetesinden yana kullanılmıştır. Türkiye'de en çok satan iki spor gazetesinden biri olan Fotomaç gazetesinin tercih edilmesinde ise, tiraj istatistiklerinde çoğunlukla diğer spor gazetelerinin üstünde yer alması diğer taraftan da Doğan Medya Grubuna dahil olmaması ve aynı havuzdan beslenmemesi etkili olmuştur.

Bununla beraber bahsi geçen gazetelerde kullanılan fotoğrafların seçiminde de gözetilen unsur özellikle futbolun yukarıda bahsettiğimiz ulusal, yerel, politik ve ekonomik yansımaları barındırma özelliğidir. Seçilen üç gazetede böylesi bir zaman genişliği içerisindeki fotoğrafların sayıca on binlerle ifade edilebilir olması böyle bir seçimi zorunlu kılmıştır.

Sonuç kısmında ise 2002 Dünya Kupası ve 2008 Avrupa Şampiyonası'nın Türk basınındaki fotoğrafik sunumu üzerinden, daha önce de belirttiğimiz gibi futbol ve fotoğrafın nasıl hem propagandatif bir söylem içererek iktidarı meşru kıldığı hem de tüketimi nasıl arttırmaya yönelik manipulatif bir rol oynadığı tartışılacaktır. Futbolun ve fotoğrafın içerdiği söylemin de milliyetçilik ya da yerellikten ne şekilde beslendiği, fakat bununla sınırla kalmayarak günümüz sermaye ilişkileri içerisinde gerek fotoğrafın, gerekse futbolun birer meta haline dönüşmesi ortaya konmaya çalışacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

YEREL OYUNDAN KÜRESEL EKONOMİYE FUTBOL OLGUSU

1.1. OYUN OLARAK FUTBOL

Futbol, her ne kadar bugün bildiğimize benzer bir şekilde kurallarına ilk olarak 1863 yılında kavuşmuş olsa da, tarih içerisinde bu oyunun ilkel hallerinin, dünyanın birçok coğrafyasında birbirinden habersiz olarak oynandığını görüyoruz. Batı uygarlığı tarafından keşfedilmeden önceki Amerika'dan, eski Çin Uygarlığı'na kadar uzanan birçok coğrafyada farklı süreçler geçirerek oynanan bu oyun, 1863 yılında standartlaşmasının ardından gelişen süreçle birlikte, şu an dünyanın en popüler sporu haline gelmiştir. Günümüzde iletişim olanaklarının da gelişmesiyle birlikte, düzenlenen uluslararası futbol turnuvaları dünyada milyarlarca insanın izlediği organizasyonlar haline gelmiştir.

Futbolun bugün tüm dünyayı saran bir fenomen haline gelişinin nedenlerini anlayabilmek için kültür tarihçisi Johan Huizinga'nın oyun kuramına göz atmamız faydalı olacaktır. Huizinga, "*homo economicus*", "*homo sapiens*" ve "*homo faber*"in karşısına "*oynayan insanı*" yani "*homo ludens*"i koyar. "*Homo sapiens*", bilen insana karşılık gelirken, "*Homo economicus*", sadece ekonomik çıkarlarına göre davranan insanı tanımlamakta, "*homo faber*" ise yapıcı insanı adlandırmaktadır. Huizinga'da ise insan eylemlerinin içeriği tamamen oyundan ibarettir. Dolayısıyla ona göre, kültürün kendisi de oyun biçiminde doğar ve başlangıcından itibaren de oynanan bir şeydir.⁴

Huizinga'ya göre homo-ludens bir takım özelliklere sahiptir ve bu özellikleri "*oyun*" kavramının nitelikleri belirler: Homo-ludens özgürdür, oyun boş zaman içinde gerçekleştirilir ve emredici niteliği oynayan kişinin tercihine bağlıdır. Oyundan her an çıkılabilir, oyun ertelenebilir veya bitirilebilir. Homo-ludens gerçek hayattan kaçmak istediği, hayatı süslemek istediği ya da onun boşluklarını doldurmak istediği ölçüde oyun oynar. Bunu yaparken de gerçek hayatın dışında olduğunun farkındadır. Ayrıca homo-ludens oyun alanına girerken mutlak bir düzenin içine girdiğinin farkındadır; "*Arena, oyun masası, sihirli çember, tapınak, sahne, perde, mahkeme; bunların hepsi biçim ve işlev açısından oyun alanlarıdır, yani tahsis edilmiş ayrılmış, çevresine parmaklık çekilmiş, kutsallaştırılmış ve kendi sınırları içinde özel*

⁴ Johan Huizinga, **Homo Ludens "Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme"**, çev: Mehmet Ali Kılıçbay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2006, 70 s

*kurallara tabi kılınmış yerlerdir.”*⁵ Diğer bir deyişle oyun en başta gönüllü bir eylemdir; ikincisi oyun “*gündelik*” veya “*asıl*” hayat değildir; üçüncü olarak da oyun gerçek hayattan zamansal olarak ayrıldığı gibi mekânsal olarak da ayrılır. Huizinga’da oyunun mekânsal ve zamansal düzenini sağlayan unsurlar aynı zamanda estetik değerlere benzer: gerilim, denge, denklik, zıtlık, birbirine eklenme, çözüm vb. Bu unsurlar içerisinde oyun kavramı açısından en önemli yere sahip olanı “*gerilim*”dir. Bu gerilim unsuru en yüksek noktasına zar oyunlarında ve “*agonâl*” yani müsabakanın ön planda olduğu sportif mücadelelerde erişmektedir. Karşılıklı rekabetin ve mücadelenin ön plana çıktığı “*agonâl*” yapıya sahip oyunlarda kutsal temsil ve oyunun dinsel karakteri ön plana çıkmaktadır. Arkaik dünyada belirli amaca yönelik olarak gerçekleştirilen her eylem mitsel bir değer taşımaktadır ve Mircea Eliade’ye göre bir takım arketiplere gönderme yapar. Çatışmalar, mücadeleler ve savaşların çoğunlukla bir ritüel nedene ve işleve sahip olduğunu söyleyen Eliade’ye göre çatışmanın her tekrarlanışında da arketipik modelin taklidi söz konusu olmaktadır.⁶

Huizinga’ya göre ise “*Oyun bir şey için mücadeledir veya bir şeyin temsildir. Ayrıca bu iki işlev oyunun bir şey için olan mücadeleyi “temsil” etmesi veya bir şeyi en iyi temsil edecek bir mücadele olması anlamında iç içedir.”*⁷ Bu anlamda oyun dinsel ayinlerle bir takım benzerlikler içerir. İki eylem de belirli bir özel alanda, belirli zamanlarda veya zaman aralığında gerçekleştirilir ve iki eylemi gerçekleştirenlerin de yapması ve yapmaması gereken hareketler kurallarla belirlenmiştir.

O halde dünyanın çeşitli coğrafyalarında oynanan ve futbolun ataları olarak değerlendirebileceğimiz top oyunlarının, hem içerdiği karşılıklı rekabet ve mücadeleyle hem de bunlara bağlı gerilimle agonâl yani karşılıklı rekabete dayalı oyunlar sınıfına girdiğini, kutsal temsil ve dinsel karakter açısından da mitsel bir değer taşıdığını söyleyebiliriz .

1. 1. 1. Futbolun Ataları

Futbolun atası olarak adlandırılacak ilk oyunun M.Ö. 2000’li yıllarda Çin’de oynandığı bilinmektedir. İmparator Huang-ti zamanında oynanmaya başlayan bu oyuna, ayakla vurmak anlamına gelen “*tsu*” ve top anlamına gelen “*qui*” sözcüklerinin

⁵ Johan Huizinga, **y.a.g.e.** 27 s

⁶ Mircea Eliade, **Ebedî Dönüş Mitosu**, çev: Ümit Altuğ, İmge Kitabevi, Ankara, 1994, 42 s

⁷Johan Huizinga, **a.g.e.** 31 s

birleşmesinden oluşan “*Tsu-qui*” adı verilmiştir. Bu oyunun amacı askerlerin savaş becerilerini geliştirmektir. Oyuncuların içi tüyle doldurulmuş deri topu, uzun bambu kamışlarından yapılmış olan iki kale direğinin arasından geçirmeye uğraştığı bu oyun . kısa zamanda popülerleşmiş ve sadece askerlerin oynadığı bir oyun olmaktan çıkarak rahipleri, generalleri ve imparatorları da kendisinin müptelası haline getirmiştir. Asırlar geçtikçe oyunun kuralları da sabitleşmiş ve nihayet T’ang hanedanlığı zamanında (618-906) bir tür ansiklopedi olan “T’u Shu Tsi Ch’eng”de toplanmıştır.⁸

Bu oyuna benzer bir başka oyun Çin’e yakın bir coğrafyada, Japonya’da 600’lü yıllarda oynanmaya başlanmıştır. Günümüzde hala oynanan bu oyun Çin’de oynanan oyundan farklı olarak karşılıklı mücadeleye dayalı değildir. Burada amaç topu ayağında diğer oyuncularından daha fazla sektirmektir.

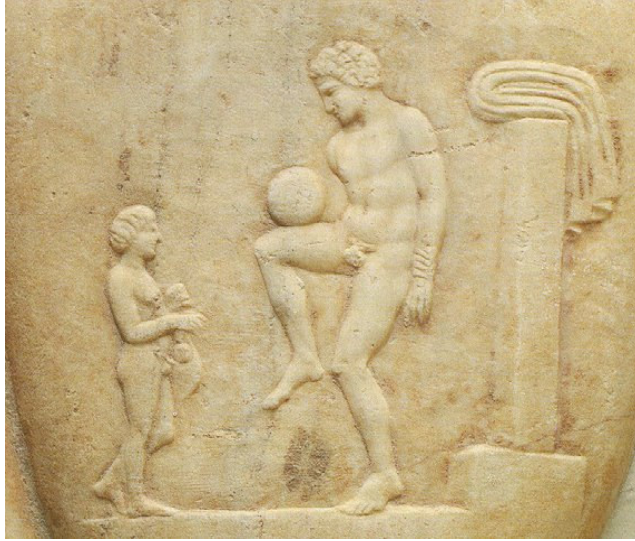
Futbolun bir başka arkaik tipinin ise Güney Amerika’da oynandığı bilinmektedir. Kesin bir bilgi olmasa da oyunun bu coğrafyada Aztekler tarafından oynandığı ve buradan yayıldığı düşünülmektedir. Daha çok dini bir temele dayandığı düşünülen bu oyun için zaman zaman insan kurban edildiği de bilinmektedir.

Eski Yunan’da oynanan “*Episkyros*” ve Roma’da oynanan “*Harpastum*” ise Avrupa’da oynanan top oyunlarının ilk örneklerini teşkil eder. Bu oyunları, her ne kadar topla oynansa da, futbolun atası olarak kabul etmek doğru olmayacaktır. Çünkü bu oyunlarda ayakların rolü oldukça azdır ve amaç rakibin sınır çizgilerini geçmektir. Yunanlıların top oyunundan Homeros ünlü eseri “*Odyseia*”da şu şekilde bahseder:

*“Derken Alkinoos buyurdu Halios’la Laodamas’a,
Haydi, dedi, oynayın şöyle karşılıklı,
geçemezdi onları oyunda hiç kimse,
onlar da güzelim bir top aldılar ellerine,
erguvan rengi bir toptu bu, usta Polybos’un yaptığı,
birisi topu attı bulutlu göklere doğru,
eğilip arkaya vermişti kendini,
öbürü de fırladı yerden havaya,*

⁸ Theo Stemmler, **Futbolun Kısa Tarihi**, çev: Necati Aça, Dost Kitabevi, Ankara, 2000, 13 s.

ve daha yere değmeden ayakları
kolaycacık yakalayiverdi topu.
Böylece başardılar havada top oyununu,
sonra başladılar bereketli toprak üstünde oynamaya,
hora teptiler karşı karşıya, hızlı hızlı,
çevrelerini de bir sürü delikanlı sarmış, el çırpıyordu,
bir cümbüştür gidiyordu, bir gürültü bir kıyamet.”⁹



Şekil 1: Eski Yunan'da oynanan “Episkyros” oyununu gösteren kabartma Atina Arkeoloji Müzesi’nde bulunmaktadır.

Bir başka top oyununa da eski Türk Boyları’nda rastlanmaktadır. Eski Türk Boyları’nda ayakla oynanan bir top oyununun varlığı, Kaşgarlı Mahmut’un Türkçeyi Araplara öğretmek için XI. yüzyılda yazdığı Divan-ı Lügati’t Türk’te görülmektedir. “*Tepük*” olarak nitelendirilen bu oyun, “*Kurşun eritilerek iç ağırşığı şeklinde dökülür, üzerine keçi kılı veya başka bir şey sarılır, çocuklar bunu teperek oynarlar*”¹⁰ şeklinde tanımlanmıştır. Ancak eski Türklerde oynanmasına rağmen bu oyun Osmanlı’da yasaklanmıştır. Atıf Kahraman tarafından hazırlanan Osmanlı Devleti’nde Spor adlı eserde bu yasağın sebebi olarak Kerbela’yla ilgili bir söylenti gösterilmektedir. Söylentiye göre Kerbela’da Hazreti Hüseyin’in başı kesildikten sonra, Şam’da Yezit’e getirilince çevgan değneğiyle top

⁹ Homeros, **Odysseia**, çev: Azra Erhat, A. Kadir, Can Yayınları, İstanbul, 2000, Bölüm VIII, 145 s.

¹⁰ Kaşgarlı Mahmut, **Divanü Lügat-it Türk Tercümesi I**, A.Ü. Basımevi, Ankara, 1998, 386 s.

oynanmıştır. Osmanlı uleması da bu söylenti nedeniyle, topu Hazreti Hüseyin'in başına benzeterek, bu tür oyunlara ilgi göstermemiştir.¹¹

Futbol oyununun ilk hallerinden bir diğeri ise 19. yüzyıla kadar Fransa'da oynanan “*La Soule*”dir. Her ne kadar futbol oyununun ilk olarak Fransızlar tarafından mı yoksa İngilizler tarafından mı oynandığı net bir şekilde kanıtlanmamış olsa da “*La Soule*” nin günümüz futbolunun atalarından biri olduğunu söyleyebiliriz. Alfred Wahl La Soule ile ilgili şunları söylemektedir: “*Oyunun kesin kuralları yoktu. Esnek, yazılı kurallara dayanmayan ve yalnızca geleneğin meşru kıldığı bu uygulamalar son derece yavaş bir gelişim gösteriyordu. Katılımcıların sayısı, oyunun süresi hatta oyun sahasının sınırları bile kesin olarak belirlenmemiştir.*”¹²



Şekil 2: Fransa'da oynanan La Soule oyunu.

Avrupa'da ayakla oynanan bir diğerk top oyunu ise İtalyan “*Calcio*”sudur. XV. yüzyıldan sonra oynanmaya başlanan bu oyun, yalnızca soylular tarafından oynanan ve kendi ritüellerine sahip olan bir oyundur. Oyuncunun topa elle müdahale etmesinde serbestlik sağlayan *calcio* İngiltere ve Fransa'da oynanan top oyunları ile benzerlikler ihtiva etmekteydi.

¹¹ Atıf Kahraman, **Osmanlı Devleti'nde Spor**, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1995, 670 s.

¹² Alfred Wahl, **Ayaktopu Futbolun Öyküsü**, çev: Cem İleri, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005, 12 s.

Bu oyunu diğerlerinden ayıran özellik ise kurallarının belirli olması, belirli bir alanda oynanması ve oyunu yöneten hakemlerin bulunmasıydı.¹³



Şekil 3: Floransa'da oynanan calcio oyunu.

Bugün oynandığı şekilde futbolun temelleri İngiltere'de atılmıştır.. VIII. yüzyıldan itibaren oynanmaya başlanan top oyunu XII. yüzyılda yaygınlık kazanmıştır. Yerel ve bölgesel olarak farklı kurallar taşıyan bu oyun “*Rugby*” ile benzerlikler taşımaktaydı. XIX. yüzyıla kadar oynanan futbolun İngiltere'deki ilk halinde kesin olarak kurallar belli değildi; takımların kaç kişiden oluşacağı belirlenmemişti. Topa elle dokunmanın yanında, rakibe tekme atmak da serbestti. Bu nedenle de futbol maçları çok sert geçiyor maç sırasında yaralananlar ve hatta ölenler oluyordu. Futbol oyunu toplum tarafından alt sınıfın oyunu olarak kabul ediliyor ve futbol oynayanlar aşağılanıyordu. Shakespeare'in Kral Lear oyununda geçen bir cümle bu bakış açısını çok açık bir şekilde göstermektedir. Oyunun karakterlerinden Kent, Oswald'ı aşağılayıp tekmelerken, “*Tekme de mi yemezsin? Al sana öyleyse köpek futbolcu!*”¹⁴ diye haykırır. İngiltere'de geçirdiği tarihsel evrim sonucu 19. yüzyılda Modern futbol yine bu ülkede ortaya çıkmıştır.

¹³ Theo Stemmler, a.g.e. 47 s.

¹⁴ William Shakespeare, **Kral Lear**, çev: İrfan Şahinbaş, Maarif Basımevi, Ankara, 1959, 38 s.

1. 2. MODERN FUTBOL

Modern futbol, kuralların belirlenmesi ve oyunun ortak kurallar çerçevesinde oynanmasıyla ortaya çıkmıştır. XIX. yüzyılın sonlarından itibaren oyunun giderek sistemleşmesi ve disiplininin sürekli artması oyunsal içeriğin giderek yok olmasına neden olmuştur. Futbol eski çağlardaki top oyunlarının taşıdığı kült değerden kopmuş, belirli siyasi ve ekonomik yapılanmaların güdümü altına girmiştir. Henüz ilk yıllarından başlayarak ekonomik gereklilikler futbol oyununa kendi koşullarını dayatırken, günümüzde futbol kendi ekonomisine ve özerk yapılanmasına sahip önemli bir endüstri halini almıştır. Bunun yanında futbol gerek iktidarların meşruiyet sağlama yöntemi olarak, gerekse halkların kendilerini ifade aracı olarak farklı bir mecra yaratmıştır.

Türk Dil Kurumu'nun Ayaktopu Terimleri Sözlüğü'nde her ne kadar, "*Topu karşı kaleye sokmak temeline dayanan, on birer kişiden kurulu iki takım arasında, ölçüleri önceden saptanmış belli alanlarda, bir orta hakemle iki yan hakemin yönetiminde kendine özgü kurallar içinde ayakla oynana top oyunu*"¹⁵ olarak nitelendirilse de, bu ifade futbolu ve onun yarattığı kültürü tanımlamakta kifayetsiz kalacaktır.

Arkaik dönemlerdeki kült değerinden kopmuş olsa da futbol, 1863 tarihinde kurallarının standartlaşmasıyla başlayan sürecin ardından bizatihi seküler bir ayin halini almıştır. Conrad Phillip Kottak, seküler ayinlerin dinsel olmayan ortamlarda gerçekleşen formel, değişmez, basmakalıp, dürüst ve tekrara dayalı davranışlara dayandığını belirtir.¹⁶ Bu bağlamda, arkaik dönemlerde, kutsal günlerde yapılan bir eylem olan oyunun artık takipçileri için kutsal günleri belirleyen, kendi mitlerini ve ilahlarını yaratan ve din dışı bir kutsallık atfedilen bir olgu olduğunu söylememiz yanlış olmayacaktır. Modern futbol dünya çapındaki örgütlenmesi, kendi iç siyaseti ve endüstrisi, taraftarların duygusal bağları, yarattığı mit ve efsaneler düşünüldüğü takdirde sadece bir spor olmaktan çok daha öte bir şey olarak karşımıza çıkmaktadır.

¹⁵ TDK, **Ayaktopu Terimleri Sözlüğü**, TDK Yayınları, Ankara, 1974

¹⁶ Conrad Phillip Kottak, **Antropoloji**, Ütopya Yayınları, Ankara, 2002, 476 s.

1. 2.1. Küreselleşmenin Arketipi

Futbolun kurallarının standartlaşmasında İngiltere'nin köklü okullarının payı büyüktür. Eton, Westminster, Harrow ve Rugby gibi köklü İngiliz okullarında XVI. yüzyıldan bu yana futbol oynanmaktaydı. Daha çok soylu veya burjuva ailelerin çocuklarının okudukları bu okullarda XVIII. ve XIX. yüzyıllarda bir takım olaylar çıkmaya başlamıştı. Öğrencilerle soylu olmayan öğretmenler arasındaki iktidar mücadelesinin sonucunda öğrenciler sık sık ayaklanıyorlardı. Hatta 1797 yılında asi öğrencilerin işgal ettiği Rugby School binasına askerler kılıçlarını çekerek hücum etmiş, isyana ancak böyle son verilebilmiştir.¹⁷ İşte bu ortamda okul yönetimleri öğrencileri ıslah etmek amacıyla futbolu kullanmışlardır. Bu nedenle de futbolun ilk yazılı kurallarının Rugby okulunda ortaya çıkmış olması rastlantı değildir.

Futbolun ilk kuralları Rugby Okulu müdürü Dr. Thomas Arnold tarafından ortaya konuldu. Bu kurallara göre rakibin bacağına tekme atmak, rakibe çelme takmak ve rakibi tutmak ve aynı zamanda topu elle taşımak serbestti. Bu ilk kuralların ardından diğer okullar da kendi oynadıkları oyunun kurallarını yazılı hale getirdiler.

Eton, Harrow, Winchester, Westminster okulları ise futbola konan Rugby kurallarına karşı koydular. Bu kuralların en yaygın olarak uygulananı ise Cambridge Üniversitesi tarafından kabul edileneydi. Cambridge kuralları futbol ve rugbyi birbirinden elle oynama ve tekmeyle serbest bırakma konusunda ayırıyordu. Cambridge kurallarının asıl önemi ise 8 Aralık 1863 günü 11 futbol kulübü tarafından kabul edilerek günümüz kurallarına temel teşkil etmesidir. Ayrıca bu 11 futbol kulübü birleşerek "*Football Association*"u oluşturmuştur. Bu birliktelik ve kuralların standartlaşması futbolun evrenselleşmesine yönelik ilk adımdır. Günümüze değin temel olarak bu kurallar çerçevesinde oynansa da futbolun kuralları oyun anlayışına ve teknolojideki gelişmelere bağlı olarak sürekli bir değişim içindedir.*

¹⁷ Theo Stemmler, a.g.e. 80 s.

* Futbolda ilk kurallar oyunun karakterini belirlemek üzerine konulmuş kurallardı. Bu kurallar arasında en önemli olan topu elle tutmanın ve taşımının yasaklanması ve oyunda kullanılan şiddetin sınırlanmasıydı. Sonraki yıllarda kurulan IFAB ve FIFA'nın kararları doğrultusunda bu kurallar değişimini sürdürmektedir. FIFA'nın tarihçesine göre günümüz futbol kurallarının köşe taşlarının bazıları şunlardır: 1866 ofsayt kuralının kabulü, 1869 kaleci vuruşunun kabulü, 1872 korner vuruşunun kabulü, 1878 ilk kez bir hakemin aktif olarak kullanılması, 1891 penaltı atışı, 1958 sakatlanan oyuncular için oyuncu değişikliği kuralının kabulü, 1970 sarı ve kırmızı kart uygulamasının başlatılması...

İngiltere Futbol Federasyonu'nun ardından dünyadaki en eski futbol federasyonu 1873'de kurulan İskoç Futbol Federasyonu'dur. Ancak İskoç Futbol Federasyonu'nun kurulmasından önce dünyanın ilk uluslararası futbol maçı 30 Kasım 1872'de Glasgow'da İngiltere ve İskoçya arasında oynanmıştır. İskoç Futbol Federasyonu'nun ardından 1875'te Galler Futbol Federasyonu ve 1880'de İrlanda Futbol Federasyonu dünyada kurulan ilk federasyonlardır. Bu dört federasyon daha sonra, 1882 yılında bir araya gelerek Britanya çapında International Football Association Board'u (IFAB) kurarak futbol kuralları konusunda bir karar alma mercii oluşturmuşlardır.

Kıta Avrupası'nda ilk futbol federasyonları ise Hollanda ve Belçika'da 1890 yılında kuruldu. Bu federasyonların ardından Avrupa'da sırasıyla 1895 yılında İsviçre ve Belçika, 1898 yılında İtalya, 1900 yılında Almanya, 1901 yılında Macaristan ve 1907 yılında Finlandiya futbol federasyonları kuruldu. Avrupa dışında ise ilk federasyonlar 1891'de Yeni Zelanda'da, 1893'te Arjantin'de, 1895'te Şili'de ve 1900'de Uruguay'da kuruldu.

İngiliz uluslararası ticaretinin ve sömürgelerdeki etkinliklerinin futbolun dünyaya ithal edilmesinde büyük payı vardır. İngiliz gemicilerin dünyanın çeşitli limanlarında ya da sahillerinde oynadıkları futbol zamanla yerli halklar tarafından da benimsenmiş ve XIX. yüzyıl sonlarında futbol artık neredeyse dünyanın tüm coğrafyalarında oynanır hale gelmiştir.

Futbolun uluslararası bir turnuvada boy gösterdiği tarih ise 1900 yılıdır. Paris'te düzenlenen II. Olimpiyat Oyunları'nda oynanan futbol müsabakalarına üç ülke temsilcisi katılmıştır.** 1904 yılının Mayıs ayında Paris'te, 7 ülkenin katılımıyla "*Federation Internationale de Football Association*"ın (FİFA) kurulmasının ardından Kıta Avrupası'nda ilk uluslararası futbol örgütlenmesini oluşturmuşlardır. Fransa, Belçika, Danimarka, Hollanda, İspanya, İsveç ve İsviçre'nin önyak olmasıyla kurulan örgüt, 1913 yılında IFAB'a katılarak dünya çapında futbol konusunda en üst yetkili merci halini almıştır. Bauman'a göre, "*Tıpkı "uygarlık", "gelişme", "yakınlaşma", "konsensüs" ve erken dönem (ve klasik) modern düşüncenin öteki diğer anahtar kavramları gibi, "evrenselleşme" fikri de düzen kurma umudu, niyeti ve kararlılığını gösterir; bu fikir, benzer sinyaller veren diğer türdeş terimlerin en*

** Büyük Britanya temsilcisi "Upton Park", Fransa'nın "Clup Francaise" ve Belçika'nın "Universite de Bruxelles" takımlarını geçerek altın madalyaya sahip olmuştur.

tepesinde, evrensel bir düzen, gerçekten küresel düzeyde bir düzen kurma anlamına geliyordu.”¹⁸ Modernizmin getirdiği evrensellik fikri doğrultusunda FİFA şemsiyesi altında birleşen ülkeler, futbolun uluslararası alanda kabul edilmiş ortak kurallar çerçevesinde oynanmasını sağladılar. Futbol bu örgütlenmenin ardından evrensel bir dil haline gelmeye başlamıştır. Dünyanın çeşitli coğrafyalarında futbola duyulan ilginin artmasıyla hem olimpiyat oyunlarında daha fazla ülke futbolla temsil edilmeye başlanmış hem de FİFA'nın üye sayısı hızla artmıştır. 1900 yılında olimpiyat oyunlarına futbol kategorisinde 3 ülke takımı yarışırken, 2004 olimpiyatlarına erkeklerde 16, kadınlarda ise 10 ülke takımı katılmıştır. 1904 yılında 7 ülke tarafından kurulan FİFA'nın üye sayısı ise 2007 itibarı ile 208'dir. Birleşmiş Milletler'e üye ülke sayısının 192 olduğu dikkate alınacak olunursa bu sayı hiç de azımsanmayacak bir sayı olarak karşımıza çıkmaktadır. Hatta jeopolitik sorunlarla ilgili yazdığı eserlerle tanınan Fransız Pascal Boniface futbolun demokrasiden, piyasa ekonomisinden ya da internetten kesinlikle çok daha fazla küreselleşmenin arketipi ya da ilkörneği olduğunu ileri sürmektedir.¹⁹

Futbolun evrenselleşme sürecinin son halkası ise 1930'da ilki düzenlenen Dünya Kupası olmuştur. Bu kupanın 1930 yılında, yani Birinci Dünya Savaşı ertesinde oynanması basit bir rastlantı değildir. Fransız İhtilali sonrasında dünyaya yayılan milliyetçilik fikri bir anlamda hem Birinci Dünya Savaşı'nın sebeplerinden biri olmuş, hem de sonucunda emperyal devletlerin yıkılarak yerlerine birçok ulus devletin ortaya çıkmasına neden olmuştu. İki dünya savaşı arasında ilki gerçekleştirilen dünya kupası ise bu anlamda, savaş dışında, ulusal duyguların ifade edildiği ilk alanlardan biri olmuştur.

Dünya Kupası'nın Uruguay'da düzenlenmesinde ise 1924 ve 1928 Olimpiyat Oyunları'nda Uruguay'ın altın madalya alması ve 1930 yılında 100. bağımsızlık yılını kutlaması etkili olmuştu. Kupaya dönemin FİFA başkanı ve kupanın fikir babası olan Jules Rimet'nin adı verildi; kupa 1974 yılından itibaren ise FİFA Dünya Kupası olarak anılmaya başlandı. 1930 Dünya Kupası'na 4 Avrupa (Yugoslavya, Romanya, Belçika ve Fransa), 7 Güney Amerika (Uruguay, Arjantin, Peru, Şili, Brezilya, Paraguay, Bolivya) ve 2 Kuzey Amerika ülkesi (Meksika, ABD) katıldı. Uruguay'ın ev sahipliği yaptığı ilk dünya kupasının ardından dört yıl arayla 1934 (İtalya) ve 1938 (Fransa) iki kez daha düzenlenen dünya

¹⁸ Zigmund Bauman, **Küreselleşme**, çev; Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999, 70s.

¹⁹ Pascal Boniface, **Futbol ve Küreselleşme**, çev; İsmail Yerguz, NTV Yayınları, İstanbul, 2007, 10 s.

kupasına İkinci Dünya savaşı nedeniyle ara verildi. 12 yıl sonra 1950’de Brezilya’da düzenlenen turnuvaya ise FİFA tarafından Almanya’nın katılmasına izin verilmedi²⁰. 1930 Jules Rimet Kupası’na üç kıtadan on üç takım katılırken bu sayı 2002 yılında Kore ve Japonya’da düzenlenen Dünya Kupası finalleriyle birlikte beş kıtadan gelen otuz iki takım olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır.

1. 2. 2. Futbol ve Politika

Futbol oyunu doğası gereği bir taraf olma durumu ve geleneğiyle karşımıza çıkar. Agonâl işlevi yerine getirmek açısından oluşturulan karşılıklı zıtlama, futbolun doğasını oluşturur. Profesyonel futbol karşılaşmalarından mahalle takımları arasında oynanan maçlara kadar bu ilke bütün futbol mücadeleleri için geçerlidir. Top oyunlarının arkaik tiplerinde dahi taraf olma ilkesinin geçerli olduğunu görüyoruz:

“Eskiden Point-Hope Eskimolarında maç yapacak takımlar, köyün sürekli kavgalı olan iki grubundan “ukormiut” (denizciler) ve kapkormiut’tan (karacılar) oluşurdu. Avrupa’da Ortaçağ’da, hatta Yeniçağ’ın başlarında bile komşu köy ya da mahallelerin takımları da yine futbol mücadelesinde karşı karşıya gelirdi.”²¹

1900’lü yılların başlarından itibaren dünya çapında yaygın olarak oynanmaya başlanan futbol, kitlelerin aidiyet duygusunu karşılayan en önemli unsurlardan biri haline gelmiş ve futbol sahası da politik, etnik veya dini kimliklerin temsil edildiği bir mücadele alanı olarak algılanmaya başlanmıştır. Oyunda kazanılan başarı, kazanan takımı destekleyen grubun ve hatta takıma atfedilen politik görüşün de başarısı olarak algılanıyordu. Huizinga da oyunu kazanmanın bizatihi oyunun sınırlarını aşarak itibar ve onur verdiğini söylemekte, bu onur ve itibardan da kazanan kişinin ait olduğu grubun hemen yarar sağladığını vurgulamaktadır.²²

Futbol ve politika ilişkisi farklı şekillerde karşımıza çıkar. Futbol, salt bir oyun olmanın ötesine geçerek kitlelerin kendini ifade etmesine olanak sağlayan bir alan haline gelmektedir. Kitleleri etkileme ve harekete geçirme gücünü elinde bulunduran futbol bu özellikleri nedeniyle politikanın da yakından ilgilendiği bir spor halini almıştır. Bu nedenle

²⁰ Eduardo Galeano, **Gölgede ve Güneşte Futbol**, çev; Ertuğrul Önalp, M. Necati Kutlu, Can Yayınları, İstanbul, 2006, 122s.

²¹ Theo Stemmler, **a.g.e.** 10 s.

²² Johan Huizinga, **a.g.e.** 75 s.

iktidarların çoğunlukla meşruiyet sağlamak ve egemenliğini devam ettirmek adına kullandığı futbol özellikle entelektüel kesimin mesafeli durduğu bir oyundur. Ancak kimi zaman da futbol halkların iktidara direniş gösterdiği bir alan olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Futbol, egemen ideoloji tarafından kullanılmaktadır. Bu açıdan dillere pelesenk olduğu üzere futbolu “*kitlelerin afyonu*” olarak değerlendirebiliriz. Bu yüzden özellikle totaliter rejimlerin futbola özel bir ilgi gösterdiğini görmekteyiz.

*“Faşizmi tutucu ideolojinin çağdaş kalıplar içindeki bir uzantısı sayabiliriz. Çıkış noktasında her iki ideoloji de eşitsizlikçi, özgürlük karşıtı, seçkinci, maddeci değil ülkücü, akıl değil duygular üzerine kuruludur.”*²³ Faşist eğilimler iktidara geldiğinde ilk iş olarak merkezi yönetimi güçlendirir ve muhalefeti yok eder. Faşizm için devlet her şeyin üstünde gelir, hukukun üstünlüğü gözetilmez. Devlet ve ulusun varlığı için bireyler feda edilebilir.

Faşist iktidarlardan ilki İkinci Dünya Savaşı öncesinde ilk olarak İtalya’da ortaya çıktı. Ardından Almanya’da “*Nazizm*” adıyla baş gösterdi. Ayrıca İspanya’da Franco, Portekiz’de ise Salazar yönetimleri meşruiyetlerini faşist yönetim tarzıyla sağladılar.

İtalya’da Ulusal Faşist Partisi 1920 yılında yapılan seçimlerde 35 milletvekili çıkardı. 1922’de Benito Mussolini başbakan oldu Mussolini iktidarı mutlak bir biçimde ele geçirdikten sonra muhalefeti tamamen ortadan kaldırdı. Merkezi iktidarı güçlendirip giriştiği toplumsal reformları hayata geçirirken diğer yandan futbolla da yakından ilgileniyordu. Mussolini’nin futbola ilgisi özellikle S.S. Lazio takımında yoğunlaşıyordu. S.S. Lazio takımında Mussolini’nin mirası günümüzde hala canlı tutulmaktadır. Lazio’nun aşırı sağcı taraftar grubu olan “*Ultras*” tribünlerde ırkçı söylemlerde bulunmakta, Yahudi ve zencileri aşağılayan pankartlar açmaktadır. Ayrıca 11 Aralık 2005 tarihindeki Lazio-Livorno maçında tribünleri faşist selamıyla selamlayan Lazio’lu futbolcu Paolo Di Canio’nun hareketi bu mirasın hala sürdürüldüğünün bir göstergesidir. S.S. Lazio her ne kadar Mussolini döneminde başarıdan uzak kalmış olsa da Mussolini’nin futbolda yüzünü güldüren Dünya Kupası olmuştu. 1934 yılında düzenlenen ikinci Dünya Kupası’na İtalya ev sahipliği yaptı. Afişinde ayağında bir futbol topuyla faşist selamı yapan Herkül figürünün bulunduğu kupayı²⁴, finalde

²³ Ahmet Taner Kışlalı, **Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, İmge Kitabevi, Ankara, 1995, 107 s.

Çekoslovakya'yı 3-2 yenen İtalya kazandı. Bundan dört yıl sonra düzenlenen üçüncü Dünya Kupası finalinde yine İtalya bu sefer Macaristan'la karşı karşıya gelecekti. Mussolini bu kupaya o kadar özel bir ilgi gösteriyordu ki bu ilgisini karşılaşmadan bir gün önce İtalyan futbolculara gönderdiği dört kelimelik telgrafında dile getiriyordu: “Ya galibiyet, ya ölüm!” İtalyan futbolcuların ölmelerine gerek kalmayacaktı, çünkü maçı 4-2 kazanmışlardı. Ertesi gün yapılan kutlamalara ise futbolcular formalarıyla değil, Duce'nin de katıldığı bu kutlama törenlerine askeri üniformalar içerisinde geleceklerdir.²⁵



Şekil 4: 1934 Dünya Kupası'na ait bir afiş



Şekil 5: Lazio tribünlerine faşist selamı yapan Paolo Di Canio

Faşist iktidarlardan ikincisi “Nazizm” adı altında Birinci Dünya Savaşı sonrasında büyük bir ekonomik çöküntü içinde bulunan Almanya’da ortaya çıkmıştır. Wilhelm Reich’e göre, faşizmin, yani en acımasız siyasal gericiğin işbaşına gelmesine en büyük yardımı yoksullaşan halk kitleleri yapmıştır.²⁶ Bu yoksulluktan güçlü Almanya yaratmak isteyen Adolf Hitler 1933’teki seçimlerin ardından hukuksal yollardan geldiği iktidarı kullanarak Alman Devleti’nin rejimini faşist ve totaliter bir rejime çevirmiş, anayasa ve hukuka bağlılığı bir kenara atarak Nazi Partisi dışında bütün partileri kapatmış ve tüm , siyasal faaliyetleri yasaklamıştır.²⁷ Bilindiği gibi 1934 yılında ise devlet başkanlığını da alarak “Führer” olmuştur. Her ne kadar Adolf Hitler futbola birebir ilgi duymuş olmasa da Nazi

²⁴ Edoardo Galeano, **a.g.e.** 91 s.

²⁵ Edoardo Galeano, **a.g.e.** 40 s.

²⁶ Wilhelm Reich, **Faşizmin Kitle Ruhu Anlayışı**, çev: Bertan Onaran, Payel Yayınları, İstanbul, 1975, 42 s.

²⁷ Oral Sander, **Siyasi Tarih 1918-1994**, İmge Kitabevi, Ankara, 1998, 40 s.

Almanya'sında futbol bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Özellikle 14 Mayıs 1938'de Berlin Olimpiyat Stadı'nda Almanya-İngiltere maçı öncesi İngiliz futbolcuların Nazi selamı yaparak maça başlamak zorunda kalması o dönemin politik anlayışı açısından önemli bir göstergedir. Kuper bu durumu *“İngilizler Berlin’de selam vermekten kaçınabilir. Ama tam o sırada Almanya’yla İngiltere arasında savaş çıkması çok mümkün görünüyordu. (...) O günün deyişle, “Avrupa’yı tutuşturmak için bir kıvılcım yeterliydi” ifadeleriyle anlatmaktadır.*²⁸ Nazilerin futbol ve politika ilişkisi oldukça dramatik şekilde sonuçlanan bir dizi futbol maçına da neden olmuştur. 1941 yazında Ukrayna'yı işgal eden Naziler kendi talepleriyle Kievli futbolcularla maç yapmak istemiş ve bir dizi maç sonunda yenilgiyi kabullenemeyerek rakip takım futbolcularını katletmişlerdir. Nazilere karşı sürekli galip gelen Kiev takımının adı *“Start”*dı; takım 8 Dinamo Kievli ve 3 Lokomotiv Kievli'den oluşuyordu. Start takımı futbolcuları, maçlardan birinin devre arasında maçı kaybetmemeleri halinde öldürülecekleri tehdidiyle karşılaştılar, ancak o maçı 5-1 kazandılar. Ardından yaptıkları iki maçı da kazandıktan sonra Gestapo tarafından gözaltına alındılar ve takımın çoğunluğu toplama kamplarında ya da işkence altında hayatını kaybetti.



Şekil 6: 14 Mayıs 1938'de Berlin Olimpiyat Stadı'nda oynanan Almanya-İngiltere maçı öncesi Nazi selamı yapan Alman ve İngiliz futbolcular.

Bunun yanında özellikle Nazizm'in Alman Irkı'nın fiziki olarak gelişmesi konusunda futbol özelinde olmasa da genel olarak spora özel önem verdiğini görüyoruz. Hitler'e göre;

²⁸ Simon Kuper, Ajax **“Hollandalılar ve Savaş, II. Dünya Savaşı'nda Avrupa'da Futbol”**, çev: Elif Gökteke, İthaki Yayınları, İstanbul, 2004, 58 s.

“İrkçı devletin fert tipi mert, mağrur; enerji sahibi erkekler ve dünyaya gerçeği seven insanlar getirmeye kabiliyetli kadınlardır. İşte bunun için spor bir kimseyi kuvvetli, usta ve cüretkar yapmakla kalmaz, o kimseyi, sertleştirir, üzüntü ve mağlubiyetlere tahammül etmeye alışkın hale getirir.”²⁹

Tıpkı M.Ö. 2000’li yıllarda Çin’de oynanan ve futbolun ilk örneklerinden olan Tsu-qui gibi spor, burada da orduya asker yetiştirmek için önemli bir rol oynamaktaydı. Yine Hitler’e göre spor ordunun kurulmasında da önemli bir rol oynuyordu:

“Teşkilatın üyeleri fîli gelişimlerini tamamladıktan sonra askeri eğitim ile uğraşmak yerine spor yapmaya yönelmelidirler. Boks ve jiuitsu bana göre bir top atışı taliminden çok daha faydalıdır. Belki top atışı talimi görmemiş olmak eksiklikti. Fakat, spor sahasında mükemmel bir şekilde talim ve terbiye görmüş, vatan için mutaassıp bir aşk ateşi ile tutuşmuş, en şiddetli bir tecavüz ruhu ile yoğrulmuş altı milyon genç bana teslim edilsin, ihtiyaç duyulduğunda, milli bir devlet için, iki seneden az bir zamanda koskoca bir ordu meydana getireyim.”³⁰

1932’den 1968 yılına kadar Portekiz’i dikta rejimi ile yöneten Antonio de Oliveira Salazar’ın 3F’si^{***} de iktidarın meşruiyet zemini kazanmak için futbolu kullanmasına örnek teşkil eder. Salazar’ın ülkeyi yönetmekte kullandığını iddia ettiği 3F’den birisi de futboldur.

İspanya’da ise 1936’da Madrid’deki Halk Cephesi Hükümeti’ne karşı askeri bir isyan başlatan General Francisco Franco demokratik hükümeti devirmiş ve 3 yıl süren kanlı bir iç savaşın müsebbibi olmuştu. İkinci Dünya Savaşı’nın provası olarak kabul edilebilecek bu savaşta Franco’ya İtalya asker sağlayarak, Almanya ise cephane ve mühimmat göndererek

²⁹ Adolf Hitler, **Kavgam**, düzenleyen Evren Aydın, Prestij Yayınları, İstanbul, 2004, 367 s.

³⁰ Hitler, **y.a.g.e.** 484 s.

^{***} Üç F’den birincisi Portekiz’e özgü bir müzik türü olan “Fado”dur. 1820’li yıllardan başlanarak ortaya konan Fado bir yandan Magribi etkiler taşıırken diğer yandan Afrika ve Güney Amerika ritimlerini de içerisinde barındırır. Fado’da ağır melankolik bir hava hakimken konuları ekseriyetle sevgi, mutluluk, üzüntü ve acıdır. Fado, Salazar döneminde Portekiz’in milli müziği olarak kabul edildi.

Diğer F ise “Fatima”dır. Bu yer adını Magripli bir prensesten alır. 1917 yılında burada üç küçük çobanın kendini “Tesbihli Kadın” olarak tanıtan bir kadınla karşılaştığı iddia edilir. İnanışa göre çocuklara görünen Hz. Meryem’dir. Bu yer bugün Hz. Meryem’e adanmış en önemli ibadet ve hac yerlerinden biridir. Ve her ayın 13’ünde inananlar tarafından ziyaret edilmektedir. Üçüncü F ise Futboldur. Salazar’ın bu sözünde 3F kitlelerin depolitizasyonunu sağlayan din, eğlence ve futbolun metaforu olarak karşımıza çıkar.

destek olmuştur. Ayrıca Fransız sömürge yöneticilerinin göz yumması ile Franco'nun ordusunda on binlerce Arap yer almıştı. Diğer taraftan dünyanın çeşitli ülkelerinden 35 bin gönüllü, cumhuriyetçilerin cephesinde savaşmış ve Sovyetler Birliği cumhuriyetçilere yardımda bulunmuştu. “Faşist saldırganlar sonraları İkinci Dünya Savaşı'nda diğer halklara daha büyük ölçülerde kullandıkları askeri silahları İspanya'da denemişlerdi. Demokrasi de, bir faşist saldırısına karşı siyasal silahlarını denemişti İspanya'da”³¹. Ancak faşizmin silahlarına karşı demokrasinin silahları yenik düştü ve 1939 yılında Franco İspanya'ya tamamen hakim oldu. Bu tarihten itibaren ilk olarak muhalefeti susturan Franco daha sonra Katalan ve Bask bölgelerinin özerkliğine son verdi ve 1975 yılındaki ölümüne kadar İspanya'yı dikta rejimiyle yönetti.

İspanya'da futbol-politika ilişkisine baktığımız zaman, diğer faşist yönetimlerin futbolla ilişkilerine benzer bir ilişkinin yanında futbolun iktidara karşı duruş ve bir milletin kendini var etme mücadelesinin simgesi olarak karşımıza çıktığını görüyoruz. Franco dönemi İspanyası'nda Barcelona takımının durumu ve Katalan kimliği ile ilişkisi buna bire bir örnek teşkil eder. Franco iktidarı ele geçirdikten sonra Katalan ve Bask özerkliğine son vermişti. Barcelona takımı ise Katalanların direnişinde en önemli simgelerden biri olmuştu. Franco döneminde, yasak olmasına karşın insanların Katalonya bayraklarını sallayabildikleri tek yer “Nou Camp” stadıydı. Franco'nun özel ilgisi nedeniyle, Katalanlar tarafından iktidarın takımı olarak değerlendirilen Real Madrid ile Barcelona arasındaki çekişmenin temelleri de işte bu noktaya dayanır. Franco'nun Real Madrid'i desteklediği bilinmektedir. Real Madrid Franco döneminde İspanya'da ve Avrupa'da katıldığı bütün organizasyonlarda başarılı olmuş ve bu yüzden iktidar tarafından da ülkenin özel tanıtım elçisi gibi kullanılmıştı. Bu yüzden Real Madrid takımı Katalanlar tarafından Franco rejimiyle özdeşleştirilmiştir. “Kimileri yarı şaka yarı ciddi, İspanya'da demokrasiye geçiş sürecinin Aralık 1973'de Carrero Blanco'nun**** öldürülmesiyle değil, Şubat 1974'te Barca'nın Real Madrid'i Madrid'de 5-0 yenisiyle başladığına inanırlar”³². Ayrıca Barcelona forması Katalanlar tarafından milli forma olarak nitelendirildiği için yıllardır formaya göğüs reklâmı alınmıyordu. Ancak futbol ekonomisinin getirdiği bir takım dayatmalar onları da bu uygulamadan vazgeçirecek gibi gözüküyor. 2006-

³¹ Jose Sandoval, Manuel Azcarate, **İspanya İç Savaşı 1936-1939**, çev: Mehmet Harmancı, Köprü Yayınları, İstanbul, 161 s.

**** Franco'nun halefi olarak gösterilen amiral, devlet adamı. ETA'nın düzenlediği bir bombalı saldırıyla hayatını kaybetti.

²⁹ Gabriel Colome, **Futbol ve Kültürü “Takımlar, Taraftarlar, Endüstri Efsaneler”, “FC Barcelona ve Katalan Kimliği”**, Ed: Roman Horak, Wolfgang Reiter, Tanıl Bora, İstanbul, 2001, 133-141 s

2007 sezonunda ilk olarak UNİCEF (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu) reklâmıyla bu uygulama sona erdirildi. UNİCEF reklâmının alınması bundan sonraki uygulamalar için bir ilk adım niteliğindedir. UNİCEF reklâmıyla bu geçiş yumuşatılarak gerçekleştirilerek gibi gözükmetedir. Formasına reklâm almayarak, kulüp formasını milli forma olarak kabul eden bir başka ekip, Bask kulübü Athletic Bilbao'dur. Bilbao ekibi milli forma addettikleri formasına göğüs reklâmı almamakta, ayrıca yabancı oyuncu oynatmama konusundaki görüşünden vazgeçmiş olsa da halen takımda bir İspanyol futbolcu oynatmamaktadır.

Futbol, muktedirler tarafından ülkenin vizyonunu düzelterek bir araç olarak da kullanılmıştır. Örneğin, Ferenç Puşkaş ve Alfredo Di Stefano gibi dünya çapında yıldızları barındıran kadrosuyla 1950'li yıllarda İspanya ligini ve Avrupa Şampiyonalarını sirkülase eden Real Madrid'in başarıları ve kulübe duyulan sempati bu kulübün Franco rejimi tarafından bir tanıtım aracı gibi kullanılmasını da beraberinde getirmiştir. *"1950'lerde Real Madrid'in Avrupa'da kazandığı zaferler emsalsiz başarılar, ekonomik açıdan zor günler yaşayan İspanya'nın turistik faaliyetlerinin artması bakımından çok faydalı oldu"*³³

Futbol-politika ilişkisi Avrupa dışında da önemli bir takım olaylara neden olmuştur. 1970 Meksika Dünya Kupası finallerine gidebilmek için oynanan Honduras-El Salvador maçında patlak veren olaylar, dört bin kişinin öldüğü, on iki bin kişinin yaralandığı ve elli bin kişinin evini ve toprağını yitirdiği bir savaşa sonuçlandı ve bu savaşa, *"Futbol Savaşı"* adı verildi. Bu iki ülke arasında sınır paylaşımı ve kaçak göçmen sorunu nedeniyle tırmanan gerilim 8 Haziran 1969'da Honduras'ın başkenti Tegucigalpa'da yapılan maçla iyice arttı. El Salvadorlu futbolcular maç öncesinde kaldıkları otelde Honduraslı taraftarlarca maç başlayana kadar psikolojik baskı altında tutuldular. Ve maçı 1-0 Honduras kazandı. El Salvadorlu 18 yaşında bir genç kız Honduras'ın galibiyetini kabullenemeyerek intihar etti:

"Salvador gazetesi El Nacional'de ertesi gün, 'Genç kız vatanının yıkılışını görmeye tahammül edemedi' deniyordu. Tüm başkent, Amelia Bolanias'ın televizyonda naklen yayınlanan cenaze törenine katıldı. Cenaze alayının başında, bayrak taşıyan bir askeri

³³ Paul Simpson, Steve Bidmead, Dan Brennan ve Conrad Bruner, **"Meşin Diktatörler"**, Four For Two, sayı: 11, Şubat 2007, 128 s

muhafız bölüğü yürüdü. Başbakan ve Bakanlar, bayrağa sarılı tabutun peşinde yürüdüler. Hükümetin ardından, Salvador Milli Takımı'nın ilk on biri geliyordu.”³⁴

Rövanş maçında çıkan olaylar iki ülke arasındaki gerilimi zirveye çıkarttı ve 14 Temmuz 1969'da Futbol Savaşı başladı.

Futbol ve politika ilişkisi konusunda verebileceğimiz bir diğer örnek politik alandaki bir olaya futbolla cevap vermeye yönelik bir söylemle ilgilidir. Diego Armando Maradona'nın Meksika'daki 1986 Dünya Kupası çeyrek finalinde İngiltere'ye eliyle attığı golün ardından, 1982'de Arjantin ve İngiltere arasında yaşanan Las Malvinas (Falkland) Savaşı'na gönderme yaparak, “*Tanrı'nın Eli'ydî*” demesi futbol ve politika arasındaki çizgilerin bazen nasıl iç içe geçtiğinin bir göstergesi olmaktadır. Arjantin'de o dönemde iktidarı elinde bulunduran askeri hükümetin iç politikaya yönelik olarak 1833'yılından beri İngilizlerin egemenliğinde olan Las Malvinas adaları üzerinde hak iddia ederek, adalara asker çıkarması sonucu meydana gelen savaşta İngiltere üstünlük sağlamıştı. Bu savaşta 10 bin Arjantin askeri esir düşerken, Arjantin 700, İngiltere ise 250 askerini kaybetmişti. Maradona daha sonra yazacağı otobiyografisinde İngiltere'yle oynayacakları o maçı şu şekilde tanımlıyordu:

“Bu bir takımı yenmekten ziyade bir ülkeyi yenmektir. Maçtan önce tabii ki futbolun Malvinas Savaşı ile ilgisinin olmadığını söylüyorduk, fakat orada Arjantinli gençlerin birer kuş gibi vurularak öldüğünü de biliyorduk. Bu bir rövanştı (...) Bu çok güçlü bir duyuydu, biz bayrağımızı, ölen çocukları ve sağ kalanları savunuyorduk.”³⁵

Futbol politika ilişkisinin bir diğer yönü de futbolun popülaritesinin politikacılar tarafından oy potansiyeli olarak kullanılması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum en açık şekilde İtalya eski Başbakanı Silvio Berlusconi ve A.C. Milan örneğinde ortaya çıkmaktadır. Dünyanın en zengin insanlarından biri olan Berlusconi'nin siyasette yükselişinde sahip olduğu futbol kulübü ve kendi medya grubu önemli rol oynamıştır. 1986 yılında satın aldığı Milan Kulübü ile popülaritesini arttırmış, sahip olduğu medyanın da gücüyle halk arasında sempati toplamıştır. Berlusconi daha sonra 1993'te kurduğu ve adı futbol söylemine yakın

³⁴ Ryszard Kapuscinski, **Futbol Savaşı**, çev: Gül Çağalı Güven, OM Yayınevi, İstanbul, 2000, 152 s.

³⁵ Diego Maradona, **El Diego**, çev: Kağan Özdemir, GOA Yayınları, İstanbul, 2006, 141 s.

olan “*Forza Italia*” partisi ile ilk seçimlerine 1994 yılında girmiştir ve başbakanlığa kadar yükselmiştir.

1. 2. 3. Futbol ve Kitle Kültürü

İngiltere’de futbolun ülke geneline hem coğrafi hem de sınıfsal olarak yayılması 1860 yılının sonlarında başlar. Bu tarihten önce burjuva sınıfının oyunu niteliği taşıyan futbol giderek toplumun alt sınıflarına ve kilise çevresinde popülerleşmeye başlar. Buna bağlı olarak yeni kurulan futbol kulüpleri de farklı toplumsal sınıflardan oluşur. Bolton Wanderers, Aston Villa gibi büyük kulüplerin de içinde bulunduğu bir kesim kiliselerin çevresinde kurulmuş kulüplerdir. Bunun yanında 1870’lerden itibaren Sheffield ve Birmingham gibi şirket kulüplerinin sayısı artarken, aynı tarihlerde işçiler tarafından kurulan Manchester United gibi kulüplerde de sayıca çoğalma söz konusudur.³⁶ Özellikle 1872 yılında ilki düzenlenen İngiltere Federasyon Kupası’ nı kazanan güneyli seçkinlerin kulüpleri, 1883 yılında Blackburn Olympic’in Old Etonians takımını yenerek bu kupayı kazanmasının ardından üstünlüklerini kaybetmişlerdir. Böylelikle futbolda seçkin tabakanın egemenliği ortadan kalkmıştır.

İngiltere’nin kuzeyindeki sanayi bölgelerinde işçiler tarafından kurulan takımları destekleyen işçiler, izleyici sayısının o dönemde hayli artmasına neden olmuşlardır. Futbol seçkinlerin tekelinde oynandığı dönemlerde Federasyon Kupası final maçlarını ortalama 4-5 bin seyirci izlerken, 1884 yılında Blackburn Rovers-Queens Park Glaskow takımları arasında oynanan final maçını 12 bin, 1888 yılından oynanan West Bromwich Albion-Preston North End maçını 27 bin, 1901’de oynanan Tottenham Hotspur-Sheffield United maçını ise 110 bin seyirci izlemiştir.³⁷ Kurallar çerçevesinde oynanmaya başlamasından kısa bir süre sonra izleyici sayısının artmasıyla birlikte büyük stadyumların inşa edilmesi gerekliliği doğmuştur. Londra’daki gazeteler stadyumda sağlanan olanaklar sayesinde, maç bittikten otuz dakika sonra satışa çıkarak maçın haberlerini yansıtırken, bu dönemde özellikle işçiler, gazetelerin futbol haberleri üzerine yorum yapmaya başladılar.³⁸ Maç bileti uygulaması 1870’li yıllardan sonrasında hayat bulurken, henüz erken dönemler olmasına rağmen İngiltere’deki futbol kulüplerinin belirli bir ekonomik yapılanma içine girmesi ve futbolcuların profesyonelleşmesi de bu zaman dilimine rast gelmektedir

³⁶ Alfred Wahl, **a.g.e.** 18s.

³⁷ Theo Stemmler, **a.g.e.** 99 s.

³⁸ Wahl, **a.g.e.** 27 s.

Böylelikle futbolun popülerliği git gide artarken, gündelik yaşam içinde oynadığı rol de değişim göstermektedir. Özellikle profesyonelleşmenin ve para ödenerek satın alınan bir metaya dönüşmesinin ardından futbolun, geleneksel kültürden koparak giderek popüler kültürün bir ürünü haline gelmeye başladığını söylememiz yanlış olmayacaktır. Bu çerçevede futbolu kitle kültürü içinde ele alabiliriz.

Frankfurt Okulu düşünürlerinden Theodor Adorno ve Max Horkheimer tarafından kullanılan “*kitle kültürü*” ya da “*kültür endüstrisi*” kavramı tekelci kapitalizmin ürettiği metalaşmaya dayalı hegemonyanın devamını sağlama amacı güden bir sözde kültüre işaret eder. Kapitalizmin yükselişiyle birlikte gelişen bu egemen kitle kültürü popüler, işçi sınıfına yöneltilmiş ilk kültürdür.³⁹ Bu kültür bireyin iş dışında kalan boş zamanında da sistemden kopmamasını sağlar. Adorno’ya göre:

*“Eğlence geç kapitalizm koşullarında çalışmanın uzantısıdır. Mekanikleştirilmiş emek süreciyle yeniden baş edebilmek için ondan kaçmak isteyen kimselerin aradığı bir şeydir. Ama aynı zamanda mekanikleştirme boş zamanı olan kimseler ve onların mutluluğu üzerinde öyle bir güce sahiptir ki, eğlence metalarının üretimini temelden belirleyerek bu kimselere boş zamanlarında emek süreçlerinin kopyasından başka bir şey yaşatmaz.”*⁴⁰

Horkheimer de bu süreci “*kuyruklu yıldız*” metaforuyla açıklar. Ona göre çalışma zamanının dışındaki yaşam, büro veya fabrikada geçecek zaman için gereken enerjinin sağlanması için ipotek altına alınmıştır. Böylece kuyruklu yıldızın kuyruğu gibi çalışmanın bir uzantısı haline gelmiştir.⁴¹ Kitle kültürü her tür kültürel farklılığı ortadan kaldırarak homojenleşmiş bir kültür ortaya çıkarır. Bunun yanında sanatı tüketim alanına sokmuş ve eğlenceyle aynı düzeye indirgemıştır. Öte yandan bireylerin ihtiyaçlarını manipüle ederek, tüketici konumundaki bireylerin kitle kültürünün bir nesnesi olarak yaşamalarını sağlamaktadır. Bu kültürün tüketicileri ise işçiden, memurdan, çiftçiden ve küçük burjuvadan oluşmaktadır.

³⁹ Korkmaz Alemdar, İrfan Erdoğan, **Popüler Kültür ve İletişim**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994, 129 s.

⁴⁰ Theodor W. Adorno, **Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi**, Çev. N. Ülner-M. Tüzel-E. Gen, İletişim Yayınları, 2007, 68 s.

⁴¹ Horkheimer, **Geleneksel ve Eleştirel Kuram**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1999, 487 s.

Adorno ve Horkheimer'in kitle kültürü kavramında bir diğer açıdan temas ettikleri nokta totaliter rejimler ve kitle kültürünün politik manipülasyon amacıyla kullanılmasıdır. Horkheimer'e göre totaliter rejimlerde popüler kültürün üretimindeki arz ve talep dengesi artık toplumsal gereksinim olmaktan çıkmıştır ve devletin çıkarları doğrultusunda biçimlendirilir. Adorno'ya göre ise kültür metalarının üretiminde rol alan manipülasyon öncelikle kar amacı taşımaktadır ancak gerektiğinde de politik manipülasyonla birleşebilir.

1. 2. 4. Meta olarak Futbol ve Futbol Ekonomisi

Futbol aslında ilk dönemlerinden itibaren bir ekonomik yapılanma içine girerek popüler kültüre ait bir meta haline gelmeye başlamıştır. Bunun yanında kitlelerin futbola ilgisi dünya çapında giderek artarken futbolun ekonomik yapılanma süreci aynı şekilde devam eder hale gelmiştir. Bu süreç ilk olarak kulüplerin şirketleşmesinin ardından futbol oynayan kişilerin profesyonelleşmesiyle ivme kazanmıştır. Henüz 1890'lı yıllarda İngiltere'de bazı kulüpler hisse senetlerinin satışıyla profesyonelleşmeye başlamıştır ve daha önceki yıllarda kulüpler futbolculara el altından ödeme yaparken, 1885 yılında İngiliz futbol federasyonu futbolculara ücret verilmesine resmen izin vererek profesyonelleşmeye onay vermiştir. Futbolun popülerleşmesi ve bir meta halini alması süreci, profesyonelleşmenin ardından teknolojiyle eş zamanlılık taşır. Aldred Wahl'a göre 1920'lerin sonunda futbolun coğrafyası demiryolu ağıyla kesişir. “ *Bir gar, bir futbol sahası: o zamanlar bu bir kuraldır*”⁴² 1930'lu yıllardan başlayarak radyonun gelişmesi ise futbolun yayılmasına daha hızlı bir ivme kazandırmıştır. Ancak asıl gelişme televizyonun futbolla kurduğu ilişkiyle yaşanır. 1954 ve 1958 yıllarında İsviçre ve İsveç'te oynanan dünya kupaları televizyondan yayınlanır. 1962 yılında Şili'den teknolojik nedenlerle yayın yapılamazken, 1966 yılında İngiltere'den ilk kez bir dünya kupası uydu aracılığıyla yayınlanır. Bu kupanın final maçı 36 ülkeden 400 milyon seyirciye ulaşır.⁴³

Futbolun günümüzde bulunduğu noktanın daha iyi anlaşılabilmesi açısından içinde yaşanan ekonomik ve toplumsal ilişkilere göz atılmasında fayda bulunmaktadır. Ancak tezin sınırlılıkları açısından bu ilişkilere kısaca değinilecektir. Burada en başta değinme gereği duyduğumuz kavram “*postmodernizm*” kavramıdır. Bu kavramı ise kültürün metalaşması ve

⁴² Wahl, a.g.e. 55 s.

⁴³ Pascal Boniface, a.g.e. 21 s.

tüketim toplumu olguları üzerinden ele almaktayız. Futbolun metalaşmasında varılan son nokta ve tüketim toplumu ilişkisi, futbol ve postmodernizm arasında ilişki kurmamızın temel dayanağını oluşturmaktadır. Futbol ve postmodernizm ilişkisi yalnızca içinde yaşanılan kültürel ortam itibarı ile bir karşılıklı ilişki bağlamında ortak yönler taşımaz. Bu iki olgu da, kullanımlarındaki popülerlik üzerinden ortak noktalar ihtiva ederken diğer taraftan tanımlanmalarındaki zorlukları açısından benzer yanlara sahiptir: postmodernizm dönemsel olarak, futbol kitlelerin ilgisi açısından.

Postmodernizm terimi genel kullanım olarak kendinden önceki modern dönemin sonrasına veya ondan kopuşa işaret eden bir kavramdır. Üzerinde bir oydaşma olmasa da bu kavramı, çağdaş kültürde baş gösteren toplumsal, sanatsal, ekonomik ve felsefi alanları da içine alan bir kavram olarak nitelendirebiliriz.

Postmodernizm kuramını, *"Gerekli araçlar olmadan ve artık bir "çağ", ya da "zeitgeist"; sistem, ya da "mevcut durumun bulunup bulunmadığından bile emin olmadığımız bir konumda, içinde yaşanan çağın sıcaklığını ölçme girişimlerinden biri"*⁴⁴ olarak tanımlayan Jameson'a göre postmodernist kuramlar, *"post-endüstriyel toplum"* *"tüketici toplum"*, *"medya toplumu"*, *"bilgi toplumu"*, *"elektronik toplum"*, ya da *"high tech"* toplum gibi yeni bir topluma işaret eden toplumbilimsel genellemelerle kan bağı içindedir.⁴⁵

Avrupa'da İkinci Dünya Savaşı sonrası Nazi toplama kampları modernizmin ve aydınlanmanın getirdiği ilerleme ve aklın iktidarı fikirlerinde hayal kırıklığı olarak ortaya çıkarken, küresel hükümdarlığın merkezi de Hiroşima ve Nagazaki'ye atılan atom bombaları ile coğrafya değiştirir. Modernite Avrupa'yı işaret ederken postmodern kültür Amerikan tarzı tüketim kültürüyle örtüşen bir kavram olarak karşımıza çıkar. *"...Yeni sistemin gelişimi için gerekli ortamı, ya da "elverişli toprağı" sağlayan dönem, kısa süren "Amerikan Asrı" (1945-73) olmuştur, ve aynı zamanda da, postmodernizmin kültürel biçimleri, ilk kez spesifik olarak Kuzey Amerika'nın küresel üslubundan gelişmiştir."*⁴⁶ Postmodernizm kavramı ilk olarak 1950'li yıllarda anılmaya başlanmış, 1970 ve 1980'li yıllarda postmodern söylemi yaygınlaşmış ve 1990'lı yıllarda egemen kültür olarak yayılmaya başlamıştır.

⁴⁴ Fredric Jameson, **Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantiğı**, çev; Nuri Plümer, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1994, 11 s.

⁴⁵ y.a.g.e 31s.

⁴⁶ y.a.g.e 22s.

İrfan Erdoğan'a göre, kapitalizmin kendini tanımlaması olarak ortaya çıkan postmodernizm, kapitalist düzenin endüstri ötesi yeni bir çağa girdiğini öne sürer. Modernlik endüstri toplumlarının yapısını işaret ederken, postmodernizm endüstri ötesi toplumun yapısıdır. Modern dönemde sosyal sınıflar sosyal yapının önemli bir elemanı olarak ortaya çıkarken, postmodern toplumlarda sınıfların önemi ortadan kalkar.⁴⁷

Kapitalizmin bu evrim sürecinde önemli olan üretim sürecindeki değişimdir. Endüstriyel toplumlarda üretim tarzı olarak fordizm gözlenirken endüstri ötesi toplumun üretim tarzı post-fordisttir. Fordizm, kitle üretimi ve tüketimini, sendikalaşmayı, standartlaşmayı ve kültürde metalaşmayı getiriyordu.⁴⁸ Post-fordizm ise bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak farklı tüketim taleplerini karşılayabilmek adına, esnek üretimi ve taşeronlaşmayı önermektedir. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle üretimdeki sınırların hükmü kalmıyor, belli bir merkezde toplanma zorunluluğu ortadan kalkan üretim dünya çapında örgütlenerek, farklı coğrafyalarda ucuz işgücünün sağlanmasına yol açıyordu. Harvey'e göre bu esnek koşullarda gerçekleşen üretim 1970'li yıllardan itibaren politik ve toplumsal hayatta da bir takım değişikliklere neden olmuştur. Emek süreçleri, piyasalar, ürünler ve tüketim kalıplarında ortaya çıkan bu esneklik, yeni üretim sektörlerinin, finansa yeni yöntemlerin, yeni piyasaların ortaya çıkmasına neden oluyor ve ticari, teknolojik ve örgütsel yeniliklerin temposu artıyordu.⁴⁹ Bununla birlikte sermayenin küreselleşmeye başlaması bir yandan ücretli iş gücünde örgütlenmenin önünde engeller oluştururken diğer taraftan ulus devletlerin iktidarı kullanımında tartışmalara yol açmıştır. Modern devletlerin en başta gelen özelliklerinden olan ulusal devlet olma statüsü ileri kapitalizm aşamasında sermayenin önündeki bir engel olarak konumlanmaktadır. Modern toplumlar bürokratik ve ekonomik erki tek elde toplanan bir devlet yapısına sahipken, postmodern toplumlar ekonomiye el sürmeyen, özel teşebbüse dayanan devlet anlayışına sahiptir. Sermayenin dünya çapında genişlemesi ile karşımıza çıkan bu durum “Küreselleşme” kelimesiyle kavramlaştırılmıştır. Bauman'a göre küreselleşmenin en derin anlamı, “*Dünya meselelerinin belirsiz, kuralsız ve kendi başına buyruk doğasıdır; bir merkezin, bir kontrol noktasının, bir yönetim kurulunun bir idari büronun yokluğudur.*”⁵⁰

⁴⁷ İrfan Erdoğan, **Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim**, Erk Yayınları, Ankara, 2000, 216 s.

⁴⁸ David Harvey, **Postmodernliğin Durumu**, çev; Sungur Savran, Metis Yayınları, İstanbul, 1996, 159 s.

⁴⁹ Harvey, **y.a.g.e.** 170 s

⁵⁰ Zygmund Bauman, **a.g.e.** 69 s.

Jameson'a göre bu koşullar altında varlığını sürdüren geç kapitalizmin özellikleri arasında, “*yeni bir uluslararası işbölümü, uluslararası bankacılığın ve borsaların kazandırdığı baş döndürücü dinamizm medyalar arası yeni ilişkilerin gelişimi, bilgisayarlar ve otomasyon, üretimin gelişmiş Üçüncü Dünya alanlarına kaydırılması ile birlikte, geleneksel iş gücünün krizi, yuppie kesiminin ortaya çıkması ve artık globalleşen bir boyutta tabakalaşmanın oluşumu gibi oldukça iyi bilinen toplumsal sonuçların ortaya çıkması da yer almaktadır.*”⁵¹ Postmodernizmin en belirgin özelliği temel ve üstyapı arasındaki ayırım ortadan kalkmasıdır ve “*kültürel*” ve “*iktisadi*” terimleri aynı şeyi ima etmektedir. Bununla birlikte postmodern kültürde “*kültür*” kendi içinde bir ürün haline gelmiştir. Postmodernizmin kendisi bir süreç olarak salt metalaşmanın tüketimidir.⁵²

Futbol ve post modernizm arasında ilişki kurmamıza temel teşkil eden nokta ise 1974 yılında FİFA başkanlığına seçilen Joao Havelange ve onun dünya futbolu namına önemli sonuçlar doğuran icraatlarıdır. Havelange seçildiği ilk yıllardan itibaren, futbolu bir meta olarak pazarlama stratejisi içinde hareket etmiştir. Bu doğrultuda sponsorlar ve yayıncı kuruluşlarla ticari ilişkiler kurulurken, dünya kupası gibi organizasyonların da daha geniş kitlelere ulaşabilmesi ve tüketim ağının gelişmesi için çeşitli statü değişikliklerine gidilmiştir. Havelange'in uyguladığı stratejiler kapsamında dünyadaki büyük markalar ve medya kuruluşları ile işbirliği yapılarak futbol küresel ve daha yüksek düzeyde ilgi çeken bir olay haline getirildi. Adidas ve Coca Cola, FİFA'nın stratejik ortağı konumuna gelirken futbol ve markalaşma artık bir arada anılmaya başlandı. 1978 Dünya Kupası finallerinde FİFA'nın altı ana sponsoru vardı.⁵³ Havelange, Adidas'ın da sahibi olan Horst Dassler'in kurduğu International Sport and Leisure (ISL) şirketi ile 1982 yılında yaptığı anlaşma gereği Dünya Kupası'nın tüm pazarlama ve sponsorluk haklarının yürütülmesi işini bu şirkete bırakılmıştır. O tarihten itibaren 1998 dünya kupası dahil tüm kupaları kapsayan bu anlaşma ile futbol tamamen profesyonel eller tarafından pazarlanan bir ürüne dönüşmüştür.

Havelange'in ilk icraatlarından biri de o zamana kadar ağırlıklı olarak Avrupa'nın söz sahibi olduğu futbolu dünya genelinde daha çok temsil edilir hale getirmektir. 1974 FİFA seçimlerindeki rakibi Sir Stanley Rous'u özellikle üçüncü dünya ülkelerinden aldığı oylarla geçen Havelange 1982 yılında, o zamana kadar 16 takımla oynanan dünya kupası finallerinde

⁵¹Fredric Jameson, **a.g.e.** 21 s.

⁵² Jameson, **y.a.g.e.** 10

⁵³ http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=1&url=uzman/km006.php Erişim: 03.06.2008

mücadele eden takım sayısını 24'e çıkardı. Bir önceki kupaya göre Avrupa'dan katılan takım sayısı dört artarken, Güney Amerika, Afrika ve Kuzey Amerika'dan birer temsilci daha eklendi ayrıca bir de Okyanusya temsilcisi 1982 dünya kupasına katıldı. 1998 yılında ise bu sayı 32'ye çıkarıldı. Böylelikle futbol dünyanın dört bir yanında izleyici buluyor ve sponsorlar dünya çapındaki pazarlama ağını genişletiyorlardı.

Bu ağın bir diğer ayağını ise dünya çapında yapılan televizyon yayınları oluşturuyordu. Havelange zamanında atılan adımlar ve yapılan ticari anlaşmalarla futbol küresel bir pazarlama ağının baş rolünde yer alıyordu. Özel televizyon kanallarıyla yapılan anlaşmalar FİFA için büyük bir gelir kaynağı haline alıyor ve dünya çapında futbol, televizyon ve reklâm ilişkisi içinde önemli bir pazar yaratılıyordu. Örneğin Alman medya devi Kirsch 2002 ve 2006 dünya kupalarının yayın hakları için toplam 2 milyar dolar ödemişti.⁵⁴ 2006 dünya kupasının toplam 214 ülkede, 376 kanaldan canlı yayınlandığını ve 26.29 milyar izleyiciye ulaştığını düşündüğümüzde pazarın büyüklüğü karşımıza çıkmaktadır. Bu ekonomik ilişkiler ağı içinde futbol da gitgide medya patronlarının yönetimi altına girmeye başlamıştır. Andreas Klose'ye göre kitlesel medyatik algılamaya alışmak ve profesyonel futbolun televizyona, reklâma ve sponsorluğa artan ekonomik bağımlılığı futbolu gittikçe artan bir şekilde televizyonun önceliklerine tabi kılmaktadır.⁵⁵ Bu önceliklerden en başta gelen reyting ise ilk olarak maçların oynanma saatlerinin, ticari olarak en çok kar getirecek zamanlara göre ayarlanmasına yol açıyordu. Öyle ki bu amaçla 1986'da Meksika'da dünya kupası maçlarının günün en sıcak saatlerinde oynanması başta Diego Maradona olmak üzere bir çok futbolcudan tepki görmüştü. Maçların öğlen sığağında oynanmasından dolayı FİFA Başkanı Havelange'yi eleştiren Maradona bu durumu otobiyografisinde şu şekilde anlatır;

“Avrupalı TV yayıncılarını mutlu etmek için maçlar sabah ve öğlenleri oynanmaya başlanmıştı. Saat 12'de Meksika'nın ne kadar sıcak olduğunu biliyor musunuz? ... Amacım onların TV ile olan anlaşmalarını bozmak değildi. Tek sorduğum, bir şey yapılırken bize, yani şovun gerçek oyuncularına danışılmasıydı. Çünkü biz olmasak hiçbir şey olmazdı”⁵⁶

⁵⁴ Tayfun Öneş, “Oyunun İyiliği İçin”, **Dünya Kupası**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2002, 43 s.

⁵⁵ Andreas Klose, **Futbol ve Kültürü** “Takımlar, Taraftarlar, Endüstri Efsaneler”, “Televizyon Futbolu, Medya Yapımı Bir Ürün Gerçekliği Nasıl Değıştiriyor”, Ed: Roman Horak, Wolfgang Reiter, Tanil Bora, İstanbul, 2001, 382s.

⁵⁶ Diego Maradona, **a.g.e.** 135 s.

Televizyon yayınlarının futbolun pazarlanmasındaki başat rolü almasının ardından futbolun temel niteliklerine ilişkin değişikliğe gidilmesi yönünde fikirler de ortaya atıldı. Daha fazla reklâm alabilmek amacıyla Havelange 1990 yılında en azından dünya kupalarında futbolun 25'er dakikalık 4 devre halinde oynanması fikrini öne sürdü. Bu öneri uygulamaya geçirilirse de bugün futbol kurallarında yapılan değişiklikler veya bu değişikliklere ilişkin düşünceler futbolun televizyonun diline uygun hale getirilmesine yöneliktir.⁵⁷

Havelange'in futbolu pazarlama stratejisi dahilinde FİFA hem yeni turnuvalar düzenliyor hem de bunları farklı coğrafyalarda gerçekleştiriyordu. Havelange zamanında ilki Çin'de olmak üzere, 17 yaş altı Dünya Kupası 1985 yılında, yine Çin'de FİFA Bayanlar Dünya Kupası 1991 yılında, Tunus'ta 1977 yılında 20 yaş altı Dünya Kupası, Suudi Arabistan'da Konfederasyon Kupası 1992 yılında ve Hollanda'da Futsal Dünya Kupası 1989 yılında düzenlenmeye başlandı. Ayrıca 1994 Dünya Kupası, futbolun dünyanın diğer coğrafyalarında olduğu kadar popüler olmadığı, Amerika Birleşik Devletleri'nde oynandı. FİFA'nın istatistiklerine göre şu ana kadar oynanan dünya kupaları içinde ortalama 68 bin 991 seyirciyle tribünden en çok maç izlenen kupa Amerika 1994'tür. Yine 2002 yılında dünya kupasını Japonya ve Güney Kore'nin ortak düzenlemesi kararı Havelange döneminde alındı.

1974-1998 yılları arasında 24 yıllık başkanlık süresi içinde futbolda yeni bir çağı başlatan Havelange, 1998 yılında FİFA tarafından onursal başkan olarak ödüllendirildi. Havelange ile birlikte ticari bir sektör haline gelen futbol, bu noktadan sonra hem taraftarın konumlandırılması, hem idari yapılanma hem de bizzat oyunun temel nitelikleri ve organizasyonların karakterine ilişkin yapılan müdahalelerle değişime uğradı.

Futbolda mevzubahis ticarileşmenin ana karakterlerini Kutlu Merih şu şekilde sınıflandırır;

“1- Spora dayanan bir ekonomik kompleksin oluşması: Spor giderek kitle tüketimi aşamasına ulaşmaktadır. Bir çok tüketici pazarında sportif ürünler giderek daha fazla yer almaktadır.

2- Spor dinlenme ve eğlence sektörünün önemli bir dalı haline gelmiştir: sektörü, kapsam alanı ve yarattığı istihdam açısından dünyada en yaygın sektör haline gelmektedir. Turizmden sonra spor dinlenme ve eğlence için en çok potansiyel

⁵⁷ Andreas Klose , a.g.e. 379 s.

taşıyan sektördür. Bu sektörün giderek artan gelişme hızı gelecekte de önemini sürdüreceğini göstermektedir.

3- Spor olaylarının ve spor süper starlarının artan önemi: Eğlence sektörlerinin temel sermayesi süper starlardır. Spor-ekonomi kompleksinin de temel sermayesini süper starlar oluşturuyor. Süper starlar büyük seyirci kitlelerini sahalara veya televizyonlara çekebiliyorlar. Bu da reklâm ve tüketim sektörü için büyük ekonomik potansiyeller yaratabiliyor.

4- Eğlence sektöründe düşey entegrasyon eğilimleri: Televizyon networkleri artık süper starları sunmak değil onlara sahip olmakla ilgileniyorlar. Bu nedenle spor kulüplerine, stadyumlara ve spor tesislerine sahip olma girişimleri gözleniyor. İtalya’da Berlusconi, İngiltere’de Murdoch bu doğrultuda girişimleri ile bilinmektedir. Ayrıca Berlusconi’nin başbakanlığı spor-medya kompleksinin ne kadar güçlü olabileceğinin göstergesidir.”⁵⁸

Bu noktada Kutlu Merih’in sınıflandırmasından yola çıktığımız takdirde, ilk olarak ele alacağımız konu birebir futbol kulübü ve taraftar davranışı üzerinden gelişen tüketim olgusudur. Taraftarın duygusal bir müşteri konumuna getirildiği bu noktada esnekliği olmayan bir pazar yaratılmaktadır. Günümüzde kulüplerin kendi lisanslı ürünlerini sattığı mağazalar, futbol gelirlerinin olmazsa olmazları arasındadır. Taraftarların kulüplere bağlılığı ve sadakati adeta kulüplerin lisanslı ürünlerine sahip olmaları derecesinde ölçülmektedir. “Taraftar tüketicinin karakteristik davranış özelliğinde, o mal ve/veya hizmetin kalite ve/veya fiyatı talebi etkilemez. Burada önemli olan bağlılık/sadakat duygusunun, talebi doğrudan yönlendiren bir özelliğe sahip olmasıdır.”⁵⁹

İkinci nokta ise futbol kulüplerinin sponsorları üzerinden pazarlanan sportif malzemelerdir. Bu malzemelerin pazarlanmasında tüketiciye, herhangi bir boş zaman etkinliği olarak icra edilen sporda kullanılacak malzemeler, profesyonel sporcuların sahip olduğu dünyayı vaat etmektedir.

Sınıflandırmanın ikinci başlığında futbolun yarattığı istihdam ve ekonomik canlılıktan bahsedilmektedir. Bu konuda 2006 Dünya Kupası’nda FİFA’nın verileri üzerinden hareket edecek olursak tablo karşımıza daha net çıkacaktır. Bu kupada LOC (Local Organization

⁵⁸ http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=1&url=uzman/km006.php Erişim: 05.06.2008

⁵⁹ Tuğrul Akşar, **Endüstriyel Futbol**, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 2005, 4 s.

Committee) kapsamında, yöneticisinden güvenlik ve sağlık ekibine kadar toplam 85 bin 185 kişi görev almıştır. Turnuva sırasında 15 milyon insan demir yoluyla seyahat etmiş. Toplam 12 statta 20 milyon Euro'nun üzerinde satış yapılmış ve 1 milyon 56 bin litre bira tüketicim. Statların dışında ise 3 milyon 5 yüz bin litre bira 1 milyon 750 bin litre alkolsüz içki satılmış. Bu rakamlar çerçevesinde sadece turnuvanın gerçekteştiği ülkede, bir ay gibi bir sürede bu tüketimi ve hareketliliğin gerçekteştiğini göz önünde bulundurduğumuzda futbolun kendi turizmini yarattığını söyleyebiliriz.

Bu sınıflandırmanın üçüncü başlığında adeta birer tüketim mesihi halini almış olan futbol süper starları yer almaktadır. Bu süper starlar üzerinden futbolla ilgisi olsun ya da olmasın bir çok malzeme pazarlanmaktadır. şov dünyası içinde en az modeller ve film yıldızları kadar yer alan büyük futbol yıldızları bu alanda da önemli birer oyuncu halinde karşımıza çıkmaktadır. Bu oyuncular üzerinden kendi imajlarını satan firmaların defile ve reklâmlarında boy gösteren futbol yıldızları sponsorluk ve reklâm anlaşmalarından büyük gelirler elde etmekte ve tüketici tavrını önemli oranda belirlemektedirler. Bu noktada verebileceğimiz en seçkin örnek David Beckham olacaktır ve tezin ikinci bölümünde daha geniş bir şekilde ele alınacaktır.

Dördüncü nokta ise özellikle dünya futbolunda söz sahibi olan kulüplerin yönetimlerindeki değişimle ilgili olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte futbolun artık uluslararası karteller ve para babaları tarafından yönetildiğini görmekteyiz. Christian Authier'ye göre kulüplerin mülkiyetinin çokuluslu şirketlerin, iletişim şirketlerinin ve pazarlama gruplarının eline geçmesi sporda uygarlık değişimine neden olacak bir gelişmedir. Yeni yaklaşım, sportif sonuçların sadece bir ayağını oluşturduğu yeni bir küresel ekonomik stratejiyi gerektirmektedir.⁶⁰ Bu stratejinin ilk ayak sesleri 1955 yılından beri oynanan Avrupa şampiyon Kulüpler Kupası'nın statüsünün 1992-1993 sezonunda değiştirilerek şampiyonlar Ligi adı altında oynanmasını gösterebiliriz. Öncesinde eleme usulü oynanan ve her ülkenin şampiyonunun katıldığı turnuvanın statüsü değiştirilmiş ve ilk ayakta lig usulü karşılıklı müsabakalar yapılan ve sonradan eleme turlarına geçilen bir organizasyon haline getirilmiştir. Bunun yanında Avrupa'nın büyük liglerinden 4'e kadar temsilcinin bulunması, bir çok küçük ligden temsilcinin önünün kesilmesine neden olmuştur. Büyük kulüpler gittikçe ekonomik yapısını güçlendirirken, diğer taraftan küçüklere temsil imkanı verilmeyerek bu haktan

⁶⁰ Christian Authier, **Futbol A.ř.**, çev; Ali Berkay, Kitap Yayınevi, İstanbul, 2002, 61 s.

mahrum bırakılmasına neden olunmuştur. Bu statüyle, dünyada en çok izleyiciye sahip olan Avrupa takımları Şampiyonlar Ligi arenasında boy gösterirken daha büyük bir pazarlama ve izlenme oranı sağlanmıştır. Haftanın Salı ve Çarşamba günü oynan Şampiyonlar Ligi maçları Avrupa saatiyle 20.45'te başlayarak en çok televizyon izlenen zamanlarda yayınlanmaktadır. UEFA'nın 2006-2007 İdari Raporu'na göre o sezon final maçını 43 milyon 2 yüz bin seyirci izlemiştir. Bu yapılanma içinde büyük şirketler tarafından yönetilen futbol kulüpleri hem markalaşma sağlayarak hem de yayın haklarından elde edilen gelire giderek güçlenmektedirler. Şampiyon Kulüpler Kupası'nın statüsü değiştirilerek oluşturulan Şampiyonlar Ligi Avrupa'nın birinci ligi görünümü kazanmıştır. Bu organizasyonun dışında kalan kulüpler ise en başta ekonomik anlamda geri düşmektedir. Ancak bu noktada asıl tehdit oluşturan gelişme, ekonomik olarak daha fazla imtiyaz isteyen Avrupa'nın büyük kulüplerinin 1998'de yaptığı anlaşmayla kurdukları G14 hareketidir. İtalya'dan A.C. Milan, İnter, Juventus, İngiltere'den Manchester United ve Liverpool, İspanya'dan Real Madrid, FC Barcelona, Fransa'dan Olimpik Marsilya ve Paris St. Germain, Almanya'dan Bayern Münih, Borussia Dortmund, Hollanda'dan Ajax ve PSV Eindhoven ve Portekiz'den Porto takımlarının bir araya gelerek gerçekleştirdiği bu oluşum UEFA ve FIFA'ya kendi liglerini kurmak konusunda ve ulusal liglerin sona ermesine varacak kadar önemli bir tehdit unsuru yaratmaktadır. Daha sonra Alman Bayer Leverkusen, İspanyol Valencia, İngiliz Arsenal ve Fransız Olimpik Lyon takımlarının da katılımıyla ciddi bir organizasyon halini alarak kendi çıkarları konusunda FIFA ve UEFA'ya önemli dayatmalarda bulunmaktadır.

Günümüzde futbolun piyasa değerinin öne çıkmasını sağlayan bir başka nokta ise "*Bosman Kararları*"dır. Belçikalı futbolcu Jean-Marc Bosman'ın, kulübünün transferde yüksek bonservis ücreti istemesi üzerine, açtığı davayı kazanması üzerine Avrupa futbolunu kökten etkileyecek bu kararlar çıktı. Lüksemburg Yüksek Mahkemesi tarafından alınan kararlar çerçevesinde kulübüyle sözleşmesi biten futbolcuların istedikleri kulüple bedelsiz anlaşma yapabilmemesinin önü açılıyor ve Avrupa Birliği vatandaşı olan futbolculara yerli statüsünde oynama hakkı tanınıyordu. Yerel mahkemenin ardından Avrupa Adalet Divanı tarafından Avrupa Birliği Yasaları etrafında da değerlendirildikten sonra 1995 yılında açıklanan kararlar çerçevesinde futbol ekonomik bir sektör olarak değerlendirilirken çalışanların serbest dolaşımı ilkesi uyarınca yabancı futbolcu sınırının ve sözleşme bitiminde uygulanan bonservis ücretinin hukuki dayanağı olmadığı vurgulanıyordu.⁶¹

⁶¹ Tuğrul Akşar, **a.g.e.** 13 s.

Bosman kararlarını futbolda “*liberâl devrim*” olarak değerlendiren Tuğrul Akşar’a göre; “*Kapitalist üretim ilişkiler içinde ilerleyen futbol, yeni pazar ekonomisi ve küreselleşen futbol endüstrisinin dayatmalarıyla serbest dolaşımı zorunlu kılmalıydı. Sermayenin uluslararası dolaşımı serbestken, iş gücünün sınırlandırılması mümkün değildi.*”⁶² Ancak bu kararlar özellikle genç oyuncular yetiştiren kulüpler için önemli zararları da beraberinde getirirken, diğer taraftan yabancı sınırlamasının getirdiği yeniliklerin ülke takımları için zararlı olduğu görüşünde olanlar ve diğer taraf arasında tartışmalar hala sürmektedir. Bunun yanında Bosman Kuralları yeni bir futbolcu tipi de yaratmıştır. “*Bugün futbolcuların serbest dolaşımı bir sportif serüven olmaktan çıkıp sermaye hareketine dönüşmüş durumdadır.*”⁶³ Piyasa ekonomisinin getirileriyle futbolcu piyasasındaki hareketlilik ve buna bağlı olarak futbolcuların kazandığı ücretler artmıştır. Modern futbolun kulübüyle özdeşleşmiş futbolcularının yerini, küresel olarak yer değiştiren, geçici işçiler gibi çalışan trilyonluk futbolcular almıştır.

Havelange’ın uygulamaları doğrultusunda ileri kapitalist üretim ilişkileri içinde kendine önemli bir yer bulan futbolda giderek başarı ticari başarı olarak algılanmaya başlanmıştır. Sportif başarı ticari başarının bir ayağını oluştururken Bosman Kuralları ile ivme kazanan kozmopolit yapı futbolda çok renklilikten ziyade tek tiplik kazanmaktadır. Avrupa liglerinde ekol kavramı neredeyse ortadan kalkarken, sportif ve arkasından gelmesi beklenen ticari başarı beklentisi, futbolda gitgide aynı tip oyun tarzlarını ve öncelikle kaybetmeme güdüsünü beraberinde getirmektedir.

⁶² Tuğrul Akşar, **a.g.e** 12 s.

⁶³ Christian Authier, **a.g.e.** 45 s.

İKİNCİ BÖLÜM

FUTBOLUN FOTOĞRAFİK OLARAK YANSIMA BİÇİMLERİ

2.1. KİTLE İLETİŞİMİ VE FOTOĞRAF

Kitle iletişimi en basit anlamıyla kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleşen iletişim biçimidir. XIX. yüzyıl sonrası kapitalizmin getirileriyle öncelikle Avrupa’da ortaya çıkmaya başlayan kent kültürünün ve kitle haline gelen insanlara yönelik ancak o insanların üretici olarak katılmadığı ve alıcı konumunda bulunduğu iletişimidir.

Kitle iletişiminin potansiyel alıcısı, okuyucu, izleyici, seyirci ve tüketici olarak kabul edilmiş insanlardır. Kitle iletişim araçlarının hedefinde yer alan bu kitle, temelde modern yaşamın gerekleri itibarı ile birbirinden yalıtılmış, örgütsüz, ve sosyal dayanışmadan uzaktır.⁶⁴ Kent yaşamının birbirinden kopuk ve güvensiz ortamında yaşayan bu kitle, iletişim araçlarının etkisine açıktır. Kitle iletişimi temel olarak; kitle iletişim araçlarının toplumsal olarak etkisi ve yayıldığı alanın genişliğinin yanı sıra örgütlü ve profesyonel yapısı gereği geleneksel iletişimden farklılık gösterir.⁶⁵

XIX. yüzyıldan itibaren gelişen teknolojiyle birlikte kitle iletişim araçları, baskı tekniklerinin gelişmesi, fotoğrafın ve sinemanın icadı, 1920’den itibaren radyo ve 1950’lerden sonra televizyonun kullanımıyla giderek etkisini arttırmıştır. Kökenini Ortaçağ sonrasında Avrupa’da kullanılan haber mektuplarından alan gazeteler batı Avrupa’da ticari kapitalizmin bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Modern anlamda ise gazeteler, kapitalist serbest piyasa ekonomisi içinde, toplumsal bir kurum ve bir ticari işletme işlevi görmektedir.⁶⁶

Gazetelerde fotoğrafın ilk olarak kullanılmaya başlanması yine teknolojik gelişmelerin etkisiyle 1800’lü yılların sonuna dayanır. “Shantytown” (gecekondu mahallesi) adıyla, ilk fotoğrafı 1880 yılında New York’ta yayınlanan “*Daily Graphic*” gazetesi kullanmıştır.⁶⁷ İngiltere’de yayın yapan “*Daily Mirror*” gazetesi 1904 yılında sayfalarını sadece fotoğrafa ayırmaya başladı. Fotoğrafın basında kullanılmaya başlanması görsel medyanın temellerinin

⁶⁴ İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Öteki Kuram**, Erk Yayınları, Ankara, 2002, 20s.

⁶⁵ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 1994, 36s.

⁶⁶ Tokgöz, **y.a.g.e.** 33

⁶⁷ Gisele Freund, **Fotoğraf ve Toplum**, çev:Şule Demirkol, Sel Yayıncılık, İstanbul, 2006, 96s.

atılmasını sağlamıştır. Yaşanılan dünyanın somut yansıması olarak fotoğrafın, kitlelerin tüketimine sunulmasıyla birlikte kitlelerin dünya görüşü değişmiştir. Bu yeni bakışla birlikte dünya küçüldü, önceleri bireysel olan portre, kolektif kullanıma açıldı. Böylelikle fotoğrafın basında kullanılması görsel medyanın temelini atarak ilk dönemlerinden itibaren, basın organına sahip olan sermaye çevresinin ve hükümetlerin sahibi olduğu kitle iletişim araçları, propaganda ve yönlendirme aracına dönüştü.⁶⁸

Stuart Hall'a göre gazetelerde halen temel olan metindir ancak; "*Fotoğraflar kullanıldığında metne yeni anlam boyutları katarlar.*"⁶⁹ Hall'a göre gazete haberlerinin iki boyutu vardır: Birinci boyutu oluşturan "*haber değeri*" gazetenin söylemine, haber yapımının profesyonel boyutuna, habercilere ve haberi üretenlerin kurumsal aygıtlarına aittir. Fotoğrafın "*İdeolojik seviyesi*" ise ikinci boyutu oluşturur. İdeolojik seviye toplumundaki ahlaki ve siyasi söyleme aittir. İdeolojik temalar gazetenin siyaseti, siyasi duruşu, geleneği ve imajı gereği farklı şekillerde kullanılabilir. Bu kullanımlar sadece gazetenin siyasasına bağlı olarak değil toplumun kendi ideolojisine göre de biçimlenir.⁷⁰ Biçim olarak haber değeri bir haberin ya da fotoğrafın kullanımında ideolojik işlevinden önce gelir. Ancak bu öncelik yine gazetenin ve toplumun ideolojisiyle gizli bir ilişki içindedir. Biçimsel haber sunumlarında toplumsal değerlerin nasıl sunulduğu ve olaylara hangi açıdan bakıldığı ideolojik olarak önemlidir. Gazetenin topluma vermeyi amaçladığı asıl mesaj, biçimsel haber değeri ve fotoğrafın "*ideolojik seviyesi*"nin okuyucunun zihninde birleşmesiyle ortaya çıkar. Bu sebeple metinler aslında "*sadece metin*" fotoğraflar ise aslında "*sadece fotoğraf*" değildir. Bu gizli kurguda biçimsel haber gereksinimleri, talep edilen ideolojinin elde edilmesini sağlayan tüyolar olacak şekilde hazırlanır. Haber yanlı sembolik ifadeler aracılığıyla burjuva toplumunun ana temasının anlaşılmasına hizmet eder. Gazeteler haber ticareti yaparken, son aşamada, pazarlanan haber olmaktan çıkar. Diğer yandan, fotoğrafta görülmesi istenen şeyin görülmesine vesile olan vericiler de haber metninde gizlidir.⁷¹

Fotoğraf bir olayın o an, oradalığını temsil eder. Gerçeğin yansıması olarak kabul edilen fotoğraf bu açıdan kitle iletişim araçlarının sermaye ve iktidarla ilişkisi açısından bakıldığında ideolojik kullanıma açıktır. Fotoğraflar özellikle totaliter rejimlerde propaganda

⁶⁸ Gisele Freund, y.a.g.e. 95s.

⁶⁹ Stuart Hall, **Haber Fotoğrafının Belirleyici Özellikleri**, çev: Ali M. Bayraktaroğlu, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi, sayı 21, Ankara, 245 s.

⁷⁰ Hall, y.a.g.e 249 s.

⁷¹ Hall, y.a.g.e. 251s.

amaçlı kullanılabilirdi gibi üstü kapalı olarak ideolojinin kitleler üzerinde meşrulaştırılmasında da rol oynar. Totaliter rejimlerde diktatörün görüntüsü, Peter Burke'un deyişyle, “*imaj yönetimi*” özel bir önem kazanmaktadır. Bu nedenle Hitler daha uzun boylu görünmesi ve kahramana benzemesi için alttan fotoğraflanmıştı, aynı şekilde Mussolini birliklerini denetlerken ve selamlarken tabureye çıkmaktadır, Çavuşesku'nun kısa boylu olduğunun gizlenmesi için ise büyük emek harcanırdı.⁷² Burke, yeni medya ortamlarının hükümdarların efsanelerine katkıda bulunduğunu vurgularken, Hitler, Mussolini ve Stalin'in imajlarında kendilerini kahraman olarak gösteren posterlerin önemli yeri olduğunu belirtmektedir.⁷³ Fotoğraf ve basın özellikle Naziler tarafından etkin bir şekilde kullanılmıştır. Bu dönemde Hitler'in ve resmi olayların fotoğrafları, dünya basınına, Hitler'in özel fotoğrafçısı olan Heinrich Hoffman tarafından Nazi propagandası yapmak amacıyla kurulan ajans eliyle dağıtılmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında cephede çekilen fotoğraflar ise Berlin'de kurulan fotoğraf merkezinde toplanarak, Alman propagandası için en uygun olanlar seçildikten sonra basına servis edilmiştir.⁷⁴

Altusser'e göre her ideoloji öncelikle bireylerin üretim ilişkileri ve bu ilişkilerden türeyen ilişkilerle türeyen (imgesel) ilişkiyi tasarlar. İdeolojinin yaptığı bireyleri yöneten gerçek ilişkileri değil, boyun eğdikleri bu ilişkilerle kurdukları ilişkiyi tasarlamaktır. Althusser, haberleşme ve kültür alanlarını devletin ideolojik aygıtları arasında sıralar. Ona göre, “*Haber aygıtı, tüm “yurttaşları” basın, radyo, televizyon ile günlük milliyetçilik, şovenizm, liberâl ahlakçı vb. dozlarıyla besler. Kültürel Aygıt da aynı şeyi yapar (şovenizm açısından en önemli rolü spor üstlenmiştir.)*”⁷⁵

Bu noktada fotoğrafın basında yer almaya başlamasının ardından ideolojik olarak spor karşılaşmalarıyla aynı zeminde yer aldığını söyleyebiliriz. Ahmet Talimciler'e göre, “*Kitle iletişim araçları ile sporun birlikteliği başka hiçbir kurumun gerçekleştiremeyeceği bir bütünleşme ve imgesel birlik duygusu yaratır. Bu birlik duygusu özellikle uluslararası karşılaşmalar sırasında bir millete ait olma hissini kitlelerde uyandırır.*”⁷⁶ Medya ve spor bir yandan devletin ideolojik aygıtları olarak meşruiyeti sağlarken diğer taraftan, kapitalist üretim ilişkilerinin dayattığı tüketim toplumu olgusunu beslemektedir.

⁷² Peter Burke, **Tarihin Görgü Tanıkları**, çev: Zeynep Yelçe, Kitap Yayınevi, İstanbul, 2003 79 s.

⁷³ Burke, **y.a.g.e.** 78

⁷⁴ Freund **a.g.e.** 119 s

⁷⁵ Louis Althusser, **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, çev: Alp Tümertekin, İthaki Yayınları, İstanbul, 2003, 179s.

⁷⁶ Ahmet Talimciler, **Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2003, 79s

2.2. HABER FOTOĞRAFI VE BELGESEL FOTOĞRAFTA FUTBOLUN SUNUMU

Fotoğrafın ortaya çıkışında, yani karanlık odaya düşen görüntüyü kalıcı hale getirme düşüncesinin altında geleceğe dair bir belge bırakma amacı yatıyordu. Böylelikle fotoğrafın belge niteliği taşımasının köklerini 1826 yılında Niepce'nin elde ettiği ilk kalıcı görüntüye kadar götürebiliriz. Ancak bu noktada her fotoğrafın belgesel fotoğraf niteliği taşımadığını belirtmeliyiz. Bu noktada belgesel fotoğrafa ait bir takım ayrımları ortaya koymalıyız. Öncelikle söylenmesi gereken belgesel fotoğrafta saptanan konunun gerçekliğine müdahale edilmeden aktarıldığıdır. Bunu yanı sıra belgesel fotoğrafta temel amaç yaşamı estetize etmek değil bir mesaj iletmektir. Ayrıca belgesel fotoğraf konusunu tek bir olay üzerinden değil daha geniş bir çerçevede içinde olgulardan alır. Bir önceki başlıkta ele aldığımız üzere haber fotoğrafı ve belgesel fotoğraf belirli noktalarda ortak özelliklere sahip olsa da iki yaklaşımın önemli noktalarda ayrım gösterdiğini gözlemlemekteyiz. İki yaklaşım da gerçeği yansıtmak ve mesajı iletmek konusunda ortak sayılabilecek bir iddiaya sahiptir ancak konuların ele alınış şekli ve haber değerini belirleyen ideolojik ve toplumsal kriterlerle belgesel değer taşıma ölçütleri birbirinden farklıdır.

Haber fotoğrafı daha çok gazete sayfalarına hareket getirmek ve okuyucuya renkli bir anlatım sunmak adına kullanılır. Bunun yanında bu kullanım fotoğraf üzerinden bir hikaye ya da bir anlatım barındırmaz. Haber fotoğrafı olayın nasıl gerçekleştiğine ilişkin bir saptamadır. Belgesel fotoğraf ise olaylardan çok olgularla ilgilenirken, bu olguları her yönüyle ele almak ve bir saptamada bulunarak o olguyla ilgili genel bir anlatım sunma eğilimindedir.

Belgesel fotoğrafı, hayata ve fotoğrafın konusuna yaklaşımı itibarı ile tanımlayan Özcan Yurdalan'a göre bu tarz, "*Genellikle konuyu derinlemesine ele alan, farklı yanlarıyla göstermeye çalışan fotoğrafçının, öznel algısını fotoğraf diliyle ifade etme pratiğidir.*"⁷⁷ Bu tanımdan yola çıkarak bu başlık altında ele alacağımız belgesel fotoğraf kavramını gündelik hayat içinde birer varoluş delili olarak kullanılan, ya da ilk dönemlerinden itibaren üretilen portre fotoğrafçılığından ayrı olarak ele alacağımızı belirtmeliyiz.

⁷⁷ Özcan Yurdalan, **Belgesel Fotoğraf ve Fotoröportaj**, Agora Kitaplığı, İstanbul, 2007, 49s.

Bu anlamda toplumu ilgilendiren konularda fotoğraf üretiminin gerçekleştiği ilk tarih olarak 1855 Kırım Savaşı'nı örnek gösterebiliriz. İngiliz Kraliyet Ailesi tarafından bizzat savaşı fotoğraflamak için gönderilen Roger Fenton bu savaşta 360 fotoğraf çekmiştir. Ancak Fenton'un çektiği ilk savaş fotoğraflarında bir tek ölü veya kötü durumda İngiliz Askeri fotoğrafı yoktur. Çünkü Roger Fenton halkın moralinin bozulmaması ve İngiliz Ordusu'nun küçük düşürülmemesi için bu tip fotoğraflar çekmekten men edilmişti. Fenton'un çektiği fotoğraflar savaş fotoğrafından çok piknik yapan asker fotoğraflarına benziyordu.⁷⁸ 1857'de Sivastopol'un düşüşü James Robertson, 1860'da Afyon Savaşı Felice Beato tarafından görüntülenmiştir. Gerçek anlamda ilk savaş fotoğraflarının 1861 yılında başlayan Amerikan İç Savaşı sırasında Mathew Brady tarafından çekildiğini söylemek yanlış olmayacaktır çünkü Brady çektiği fotoğrafları satarak para kazanmak amacıyla finansmanını kendisi sağlayarak gittiği savaş sırasında Fenton'un kaygılarını taşıyordu ve fotoğraflarında savaşı tüm çıplaklığıyla gözler önüne serdi. Yine de bu fotoğraflarda sıcak çatışma görüntüleri yoktu çünkü o dönemin teknolojisi buna izin vermiyordu. Fotoğraf makineleri yüksek enstantanelerde çekim yapamıyor ve kimyasallar uzun pozlamalar gerektiriyordu. Fotoğrafçı işini yapabilmek için çatışmanın bitmesini bekliyor ardından sona ermiş savaşı fotoğraflıyordu. Ancak Fenton'un fotoğraflarındaki içkisini yudumlayan ve pipo içen komutanların yerini Brady'de ölmüş ve gasp edilmiş askerler alıyordu.

Belgesel fotoğraf konusunda Amerika Birleşik Devletleri'nden de çeşitli örnekler karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan en önemlileri fotoğrafı bir muhalif söylem aracı olarak kullanan ve işaret ettiği toplumsal sorunlara ilişkin çözüm üretilmesini sağlayan Jacop Riis ve Lewis Hine'dir. Riis New York'un kenar mahallelerinde kötü koşullarda yaşayan insanları fotoğraflamış, bu fotoğrafların yarattığı etki sayesinde kenar mahallelerdeki yaşam koşullarının düzeltilmesine ilişkin çalışmalar yapılmasını sağlamıştır. Lewis Hine ise Riis'in yolundan giderek, çocuk işçiler üzerine yaptığı çalışmayla bu konuda yasal değişikliklerin yapılmasını sağladı.⁷⁹

Amerika Birleşik Devletlerindeki bir diğer çalışma ise Çiftlik Güvenlik Dairesi'ne (Farm Security Administration) bağlı olarak, ekonomik krizden etkilenen kırsal kesimin sorunlarını ortaya koymak için gerçekleştirilen projedir. 8 yıl süren FSA projesinde Roy

⁷⁸ Giselle Freund, **a.g.e.** 98s.

⁷⁹ Freund, **y.a.g.e.** 99 s.

Stryker'ın oluşturduğu ekipte Walker Evans, Dorothea Lange, Ben Shan, Jack Delano gibi fotoğrafçılar yer alıyordu.

II. Dünya Savaşının ardından, dünya genelinde genişleyen medya örgütlerinin de etkisiyle belgesel fotoğraf söylemi fotojurnalizm biçimine dönüşmüş ancak söylem olarak geleneğini korumuştur. Dünya genelinde örgütlenen haber ve fotoğraf ajansları şemsiyesi altında çalışan foto muhabirlerinin bakış açısıyla insanlara sunulan gerçeklik, temelini belgesel fotoğraf söyleminden almaktadır. Bu noktada temelini belgesel fotoğraftan alan fotojurnalist söylemle, haber fotoğraflarında yer alan ve birebir olayı tanımlamakta ve gazete sayfalarına hareket katmak amacıyla kullanılan haber fotoğrafı arasında farklılık gösterdiğini belirtmemiz gerekmektedir.

Belgesel fotoğraf geleneğinin sürdürüldüğü fotojurnalist yaklaşım içinde futbol, hem güncelliğini koruyan ve bir an önce insanlara iletilmesi gereken, yani haber değeri taşıyan bir olay, hem de sosyal etkileri, uluslararası söylemiyle ve insan ilişkilerini ortaya koyan niteliğiyle bir olgu olarak ele alınmaktadır. Haber fotoğrafında ise olayın sunumu farklı kriterlere sahiptir. Bu noktada haber fotoğrafı ve belgesel fotoğraf üsluplarının genel eğilimlerini futbolun fotoğraflanmasında ve sunumunda da gözlemlemekteyiz.

Haber fotoğrafında saha içinde oynanan futbol önemli anları, sportif mücadelesi, dramatik yapısı ve zafer anlarıyla temsil edilirken bu söylem içinde ideolojik vurgulara da yer verilmektedir. Bu anlamda fotoğraflar, yayınlandığı gazetenin eğilimlerine ve genel söylemine göre çoğu zaman şovenizmin ve milliyetçiliğin vurgulandığı bir futbol sunmaktadır. Diğer taraftan tribünler ve futbolun diğer unsurları fotoğraflarda genel olarak bir karşıt söylem, kavgalar ya da renkli görüntülerle yer almaktadır. Saha içinde yaşanan mücadelenin önemli ve ilginç anlarını yansıtan bu fotoğraflar çoğunlukla o günü ve olayı aktarmak için kullanılır ve çok güçlü fotoğraflar dışında, gelecekte de hatırlanacak birer belge olma niteliği taşımazlar. Haber fotoğraflarında futbolun sunumunda önemli olan nokta hareket kavramıdır. Genel olarak bütün spor fotoğrafları için önemli olan bu noktanın saptanmasında teknolojinin rolü büyüktür. Suat Gezgin'in de belirttiği üzere, sporun durağan olarak görüntülenmesi hareketliliği çağrıştıran spor kavramıyla karşıtlık yaratır.⁸⁰ Günümüz teknolojisiyle saha içinden renkli ve hareketli fotoğrafların rahatça çekilebildiğini ve futbolun

⁸⁰ Suat Gezgin, **Basında Fotoğrafçılık**, Der Yayınları, İstanbul, 1994, 96 s.

haber fotoğraflarında çoğunlukla bu şekilde sunulduğunu görmekteyiz. Teknolojiye bağlı olarak gerçekleşen bu değişimi 1946 yılında yayınlanan “*Spor Gazetesi*” özelinde daha net görebiliriz. Muvaffak Menemencioğlu idaresinde çıkan gazetenin 10 Mayıs 1946 tarihli sayısında birinci sayfasında “*Fenerbahçe Ankara’dan Galip Döndü*” başlığıyla verilen habere ait fotoğraf sayfanın yarısını kapsayacak büyüklükte kullanılmış bir takım fotoğrafıdır. Aynı gazetenin iç sayfasında yine Fenerbahçe’nin bir takım fotoğrafı yer alırken, sayfanın alt kısmında Beşiktaş maçına ait bir fotoğraf “*Beşiktaş’ın Gençlerbirliği’ne 2-0 mağlup olduğu oyundan heyecanlı bir enstantane*” alt yazısıyla verilmiştir. Günümüzde futbol haber fotoğraflarında genellikle bu şekilde sunulurken, teknolojinin gelişmesiyle görüntüler daha renkli ve hareketli hale gelmiştir. Bunun yanında haber fotoğraflarında futbolun sunumunda, baskıya yetişmesi açısından, zaman kavramı önemli bir rol oynamaktadır. Dijital teknoloji sayesinde artık bu fotoğraflar henüz maç oynanırken haber merkezine ulaştırılmaktadır.



Şekil 7 : Spor Gazetesi 10 Mayıs 1946



Şekil 8 : Spor Gazetesi 10 Mayıs 1946

Belgesel fotoğrafta futbolun sunumu konusunda ise dünyanın en prestijli fotoğraf ajansı olan “*Magnum*” fotoğrafçıların birer bir futbolu konu alan ya da her hangi bir coğrafyayı hikayelerken futbola özgü unsurlar üzerinden çektikleri fotoğraflar bize ışık tutmaktadır. Magnum fotoğrafçıların fotoğraflarında, fotoğraflanan ülkelerin sosyal, siyasi ve ekonomik yapısının yansımalarını görmekteyiz. Dünyanın en popüler sporu olan futbola ilişkin kitlelerin ilgisi ve bu kitlelerin futbolla ilişkisini perde arkalarıyla ele alan

fotoğraflarda, futbol olgusunun ve fotoğraflanan ülkelerin yönetim biçiminden tüketim kültürüne ve dini eğilimlerine ilişkin ip uçları vermektedir.

Robert Capa, George Rodger, David Seymour ve Henry Cartier-Bresson tarafından 1947 yılında kurulan Magnum fotoğraf ajansı o tarihten itibaren dünyanın en önemli fotoğrafçıların adresi haline gelmiştir. Dünyada yaşanan sosyal patlamalar, savaşlar ve devrimler gibi büyük olayların ve açlık, kuraklık gibi olguların üzerine duyarlılıkla giderek kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Az önce de belirttiğimiz gibi bu konuları ele alan Magnum fotoğrafçıları, kimi zaman fotoğraflarında futbolun olanaklarından yararlanırken kimi zaman da salt sosyal bir olgu olarak futbolu ele almışlardır.

Magnum fotoğrafçısı John Vink'in "*Mexico 86*" çalışması bu konuda vereceğimiz ilk örnek olacaktır. 1986 Dünya Kupası sırasında çekilen fotoğraflar, trafikten, taraftar çeşitliliğine, maç sırasında stadyum görüntülerinden Guatemala'lı göçmenlerin durumuna kadar geniş bir yelpazede turnuva sırasında yaşananları hikayelemektedir. John Vink'in bir fotoğrafı özellikle futbolun sunumu konusunda göndermelerde bulunmaktadır. Arjantin-İngiltere maçı öncesinde kale arkasına konuşlanmış fotoğraf makinelerinin arkasından çekilen bu fotoğraf, futbolu sadece sahada oynanan bir oyun olarak değil, farklı unsurlarıyla ele alan belgesel fotoğraf tarzının bir özeti niteliğindedir.



Şekil 9: John Vink, Mexico 86, 1986

Vereceğimiz diğer örnek ise Abbas'ın İran'da çektiği ve futbol üzerinden İran gerçeklerini yansıttığı fotoğraflardan ikisidir. Bu fotoğraflardan ilki kahvede nargile içen

İranlı erkeklerin fotoğrafı, diğeri ise bir futbol maçı sırasında sadece kadınların bulunduğu tribünün fotoğrafıdır. İslami rejimle yönetilen İran'da batı dünyasının bir çok unsuru yasaklanmış vaziyettedir ve kadınlar için başını örtme zorunluluğu bulunmaktadır. İlk fotoğrafta erkek egemen bir mekan resmedilirken duvardaki Ronaldo posterinin varlığı futbolun evrensel dili ve futbol yıldızlarının tüketim kültürü içindeki yerine dair göndermelerde bulunmaktadır, diğeri fotoğraf İran'daki İslami rejime ve kadın erkek ayırımına ilişkin göndermeler içermektedir.



Şekil 10: Abbas, İran, Tahran, 1998



Şekil 11: Abbas, İran, Tahran, 1997

Her ne kadar tam olarak karşılama da Türkiye'de bu yaklaşıma en yakın örnek 1956 yılında yayın hayatına başlayan "*Hayat Mecmuası*" ve ortaya koyduğu foto-röportajlardır. Türk basımına yeni bir soluk getiren bu dergi, fotoğrafa özel önem göstermiş, bol bol fotoğraf kullanarak bu fotoğrafların iyi baskılarla okuyucuya ulaşmasını sağlamıştır. Sayfalarında pek çok foto-röportaja yer veren dergi, yayın hayatını sürdürdüğü müddetçe Türk fotoğrafçıların çoğunun gelip geçtiği bir okul niteliği kazanmıştır.⁸¹

⁸¹ Engin Çizgen, "*Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın Fotoğrafçılığı*", Milliyet Sanat, sayı: 137, İstanbul, 19 s.



Şekil 12 Hayat, 19 Şubat 1960, yıl:4 sayı: 8, 6-7 s.



Şekil 13 : Hayat, 7 Eylül 1961, yıl: 6 sayı: 37, 20 s.

Türkiye'nin ilk magazin dergisi olan Hayat'ta futbol, spor sayfasının dışında da yer bulmuştur..Dergide yurt dışından futbol haberleri de yer alırken “*Futbol Sahalarının Genç Yıldızları*” gibi seri röportajlar da yer almıştır. Fotoğrafları Ozan Sağdıç ve İnal Tengizman tarafından çekilen Futbol Sahalarının Genç Yıldızları röportajları vasıtasıyla oyuncuların futbol dışındaki yaşamları da okuyucuya sunulmuştur.

2.3. REKLÂM FOTOĞRAFINDA FUTBOLUN SUNUMU

Kapitalist üretim ilişkileri içinde biçimlenen günümüz toplumunda, bireylerin yaşam tarzlarının oluşmasında, kültürün belirlenmesinde ve insanların gündelik ilişkilerinde tüketim olgusunun önemli bir yeri bulunmaktadır. Kültürel alanın iktisadi alanla birleşmesi, kültür ürünlerini alınıp satılan bir metaya dönüştürmüştür. Bu sayede egemen üretim araçlarının sahipleri piyasa ekonomisi içinde kitlelerin tüketim alışkanlıklarını belirleyebilmektedir. Kitlelerin ihtiyaçlarının belirlenmesinde, manipüle edilmesinde ve hatta bu ihtiyaçların dayatılmasında en önemli rolü kitle iletişim araçları ve reklâmlar üstlenir.

Tüketim için değil ancak değişim ve satış için üretilen metanın aldığı biçim günümüz toplumunun anlamlandırılmasında önemli yer teşkil eder. Featherstone'a göre tüketim kültüründen bahsetmemiz, metaların ve bunların yapılanma ilkelerinin günümüz toplumun yorumlanması açısından merkezi bir yere sahip olduğu ön koşulunu kabul ettiğimiz anlamına

gelir. Bu koşullar içinde tüketimi maddi faydaya yönelik olmaktan öte göstergelerin tüketimi olarak kabul etmeliyiz.⁸²

İster “tüketim toplumu”, ister “enformasyon toplumu” ya da “bilgi toplumu” olarak adlandırılınsın bu kavramların işaret ettiği nokta aynıdır. Soğuk savaş yıllarında komünizm, kapitalizm, sosyalizm ya da faşizm gibi ideolojiler arasındaki kutuplaşma, günümüzde yerini küreselleşme, entegrasyon, postmodernizm ve modernizm gibi kavramlara bırakmıştır.⁸³ Uluslararası sermaye, teknolojinin gelişmesi ve üretimin esnekliği sayesinde dünyanın dört bir yanına yayılmış ve bu gelişim dünya çapında bir küresel kültürün oluşmasını sağlamıştır. “İş, teknoloji ve medya tüm dünyada meta ve imge açlığını körüklemiştir. Bu “Demir Perdeler” dahil ulus-devletleri küresel tüketim kültürüne açılmaya zorlamıştır.”⁸⁴

Walter Benjamin metanın bir fetiş halini almaya başlamasını ve değişim değerinin çarpıtılmasını, ilki 1798 yılında gerçekleşen fuarlara bağlar. Benjamin’e göre bu fuarlar;

“Adına mal denen fetişin hac yerleridir. (...) Dünya fuarları, malın değıştirme değerini çarpıtır. Kullanım değerinin arka plana itildiği bir çerçeve yaratır. İnsanın zaman geçirmek için içerisine daldığı bir fantazmagori yaratır. Eğlence endüstrisi de insanı malın eriştiği düzeye yükselterek bu fantazmagoriye girmesini kolaylaştırır. İnsanoğlu da kendine ve başkalarına yabancılaşmasının tadını çıkararak, kendini öyle bir dünyanın yönlendirmesine bırakmış olur”⁸⁵

Featherstone endüstri öncesi karnavalesk geleneğin bazı unsurlarının günümüz tüketim kültürünün içinde varlığını sürdürdüğünü savunur. Karnavalesk unsurlar hem medya imajlarında hem de spor stadyumları, alışveriş merkezleri gibi belli tüketim alanlarında varlığını sürdürmektedir.⁸⁶ Bu noktada karnaval kavramını açıklamak üzere Mikhail Bakhtin’den faydalanmamız yerinde olacaktır. Bakhtin’e göre;

⁸² Mike Featherstone, **Postmodernizm ve Tüketim Toplumu**, çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996 144s.

⁸³ Sadık Güneş, **Enformasyon Toplumunun Putları**, Hece Yayınları, Ankara, 2006, 25s.

⁸⁴ Conrad Phillip Kottak, **Antropoloji İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış**, çev: Serpil Altuntek, Balkı Şafak, Dilek Erdal, Yılmaz Erdal, Serpil Eroğlu, Erhan Ersoy, Süreyya Özbek, Sibel Özbudun, Şebnem Pala, Gülfem Uysal, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2002, 611s.

⁸⁵ Walter Benjamin, **Pasajlar**, çev: Ahmet Cemal, Yapı Kredi Yayınları Kazım Taşkent Klasik Yapıtlar Dizisi, İstanbul, 1995, 83s

⁸⁶ Mike Featherstone, **a.g.e.** 51s.

“Karnaval, sahneye çıkılmaksızın ve icracılarla izleyiciler arasında bir ayırım yapılmaksızın gerçekleşen bir törendir. Karnavalda herkes etkin bir katılımcıdır, karnaval edimine herkes katılır. Karnaval izlenmez, hatta daha doğru bir dille icra bile edilmez; katılımcılar karnavalın içinde yaşarlar, karnavalın yasaları yürürlükte olduğu sürece bu yasalara göre yaşarlar; yani, karnavalesk bir yaşam sürerler. Karnavalesk yaşam alışıldık seyrinden çıkmış bir yaşam olduğu için de, bir ölçüde ters yüz edilmiş bir yaşamdır, dünyanın tersine çevrilmiş tarafıdır.”⁸⁷

Bakhtin karnavala özgü dünya algısını dört kategoride değerlendirir. Birinci kategoride Bakhtin karnaval süresince karnavalesk olmayan hayata ilişkin yasa ve yasakların askıya alındığını vurgular. Hiyerarşik yapı, dindarlık, adabı muaşeret gibi kurumlar karnaval süresince yok sayılır. Bununla bağlantılı olarak mesafeler askıya alınır, insanlar arasında özgün ve içli dışlı, teklifsiz, samimi, sıcak bir temas sağlanır.⁸⁸

Bakhtin'in ikinci kategorisinde karnaval; bireyler arasında yeni bir karşılıklı ilişki tarzının sahnelenme yeridir. Toplumdaki hiyerarşik yapıdan kurtarılan insan davranışı karnavalesk olmayan hayattan bakıldığında tuhaf ve yakışsız bir biçimde görülmektedir. Kişinin davranışı yarı gerçek yarı oyunsu vaziyette bedensel zevkleri çağrıştıran bir biçimde insan doğasının gizli yönlerini açığa vurup ifade etme olanağı sağlar.⁸⁹

Üçüncü kategoride ise Bakhtin, karnavalesk olmayan dünyanın hiyerarşisi içinde aralarına mesafe konan her şeyin uygunsuz birleşmeler şeklinde bir araya getirildiğini vurgular. Karnavalda teklifsizlik ve samimiyetle birlikte, kutsal olan cismani olanla, yüce aşağı olanla, bilgelik aptallıkla bir araya gelir, birleşir.⁹⁰

Bakhtin'in dördüncü kategorisi ise saygısızlıktır. Bakhtin burada karnavalesk küfürlerin ve küçük düşürmelerin altını çizmektedir.⁹¹

⁸⁷ Mikhail Bakhtin, **Karnaval dan Romana**, çev: Cem Soydemir, Ayrintı Yayınları, İstanbul, 2001, 238 s.

⁸⁸ Mikhail Bakhtin, **y.a.g.e** 238 s.

⁸⁹ Mikhail Bakhtin, **y.a.g.e** 238s.

⁹⁰ Mikhail Bakhtin, **y.a.g.e**. 239s.

⁹¹ Mikhail Bakhtin, **y.a.g.e**. 239 s.

Bakhtin'in karnavalı folk kültürüne özgü bir kavramdır. Kapitalizm öncesine ait olan folk kültürde üretim endüstriye dayalı değildir. Özellikle kırsal kesimde yakın ve yüz yüze toplumsal ilişkiler söz konusudur. Bu kültürü üreten ve tüketenler, çoğunlukla aynı kesimden insanlardır. Toplumsal hiyerarşi içinde farklı katmanlarda olsalar bile yaşam alanları ve kültürleri bakımından bugünkü gibi birbirlerinden alabildiğine uzaklaşmış ve farklılaşmış insanlar değil, aynı gelenek ve göreneklerin içinde yaşayan insanlardır.⁹² Ancak özellikle sanayi devriminin ardından folk kültürünün yerini kitle kültürünün almasıyla birlikte karnavala özgü dünya algısı insanların hayatından çıkmıştır. Sanayi devriminin ardından yeni üretim sistemleriyle birlikte insan hayatında bir takım değişiklikler ortaya çıkmaya başlamıştır. Fabrikalarda çalışan insanların işte harcadıkları zaman ve iş dışı zamanları arasında bir zıtlık meydana gelmiştir. Bununla birlikte XX. yüzyılın başlarında iş dışı zamanlarını dolduran bir takım etkinlikler kapitalizm tarafından yeniden düzenlendi ve yeni para kazanma mecraları yarattı.⁹³

XIX. yüzyıl sonunda panayır ve fuarlar karnavalın ıslah edilmiş hali olarak ortaya çıkarken, tüketime dayalı bir kültürün temelini atmış oluyorlardı. Guy Debord'un bu dönem çözümlemesine göre, toplumsal yaşamın iktisadın tahakkümü altına girdiği bu ilk dönemde insan eylemlerinin tanımlanmasında “*var olmak*”ın yerini “*sahip olmak*” tanımı almıştır. Toplumsal yaşamın bütün alanlarıyla iktisadın otoritesi altına girdiği günümüzde ise “*sahip olmak*”tan, “*gibi görünme*”ye doğru bir kayma gerçekleşmiştir.⁹⁴ Gibi görünmenin temelinde ise kitle iletişim araçları ve reklâmlar tarafından insanlara dayatılan kimlikler ve yaşam tarzlarının tüketimiyle gerçekleşmektedir. Reklâmın söylemi bir yaşam tarzını elde etmeye ve ona ilişkin bir yaşam sürmeye ilişkindir. “*Reklâm nesnelere değil toplumsal ilişkileri amaçlar. Reklâm, zevk değil mutluluk vaad eder bize: dışarıdan, başkalarının gözüyle görülen bir mutluluk.*”⁹⁵ İnsanlar tükettikleri ölçüde var olurlar ve tükettikleri nesnelere indirgenirler. Bu durum Eric Fromm'un özet cümlesiyle, “*Ben, sahip olduğum ve tükettiğim şeyler dışında bir hiçim*”⁹⁶ dir. Tüketim toplumunda esas olan kapitalizmin dayatmaları vasıtasıyla insanların tüketim alışkanlıklarını belirlemektir. Toplumsal yaşamın her alanında görülen bu bombardımana maruz kalan günümüzün yalnız insanı kimliğini tüketim üzerinden belirlemektedir. “*Otomobilden televizyona kadar, gösteri sisteminin seçtiği bütün mallar aynı*

⁹² Ünsal Oskay, **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, Der Yayınları, İstanbul, 1993, 176s.

⁹³ İrfan Erdoğan, **Korkmaz Alemdar, Popüler Kültür ve İletişim**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994, 120s.

⁹⁴ Guy Debord, **Gösteri Toplumu ve Yorumları**, çev: Ayçen Ekmekçi, Okşan Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996, 17s

⁹⁵ John Berger, **Görme Biçimleri**, çev: Yurdanur Salman, Metis Yayınları, İstanbul, 1995, 132s

⁹⁶ Eric Fromm, **Sahip Olmak ya da Olmak**, çev: Aydın Arıtan, Arıtan Yayınevi, İstanbul, 1997, 62s.

zamanda “yalnız kalabalıklar”ın tecrit koşullarını sürekli olarak güçlendirmek üzere sistemin kullandığı silahtır.”⁹⁷

Sadık Güneş’e göre, kültürün de bir nesne gibi üretilmesi ve kara bağı bir uygarlık anlayışı insanları kendi çıkarına olmayan bir benlik savunması içinde tutar. Benlikler ve kimlikler de tıpkı nesnelere gibi birer metaya dönüşmüştür. Modern birey endüstriyel olarak üretilen ürünlere sahip olmakla yetinmez, onları yüceltir ve putlaştırır.⁹⁸ Edip Cansever’in “Ben Bu Kadar Değilim” şiirinde geçen “Bir kişi bile değilim yalnızlıktan” sözlerinin tarafımızdan, “tüketim toplumu”, “gösteri toplumu” ya da “postmodern toplum” diye anılan toplumun insanı için söylendiği düşünülmektedir.

Reklâm böyle bir toplumun kültürüdür. “Toplum böylece kendine olan inancını imgeler yoluyla çoğaltarak sürdürür.”⁹⁹ Reklâm bu anlamda mesajı daha kuvvetli iletmek için fotoğraftan ve görsellikten yararlanır. Reklâmın salt sunduğu ürünü pazarlamaz, içinde yaşanan kültürün devamını da sağlar. “Reklâmlar yoluyla firmalar aslında birbirini koruyup desteklemektedirler. Çünkü yaptıkları şey, genelde tüketim tutkusunu ateşleyip, geliştirmektir. Tüketiciler bir şeyi isteyip istememe konusunda değil ancak, birbiriyle yarışan markalar arasında bir seçme yapmak imkanına sahiptirler.”¹⁰⁰

John Berger’e göre, “Reklâmcılık tüm tarihi mitolojiye dönüştürür”¹⁰¹ Mitler ilkel toplumlarda toplumun kültürel birikimini sağlama işlevini görürler diğer yandan yaratılış ve kahramanlıkların kuşaktan kuşağa aktarırlar. Deneyimin aktarılmasıyla eğitici bir görev de üstlenirler. Endüstri toplumlarında ise kitle iletişim araçlarının, mitlerin ilkel toplumda gördüğü işlevle eş değer olduğu düşünülür.¹⁰² Reklâm bu mitolojik dili yaratmak için fotoğraftan yararlanır. Fiske’ye göre, “fotoğraf miti oluşturan kavramlar zincirini harekete geçirir”¹⁰³ Reklamda en önemli amaç bir malın arzulanır hale getirilmesidir, bunu yaparken en önemli görev görsel malzemeye düşmektedir. John Berger’e göre, Fotoğraf imgeleri global bir yanlış bilgilendirme sistemi oluşturmaktadır. Tanıtım adıyla bilinen sistem tüketiciye yönelik yalanlar yayarken, fotoğraf yoluyla, kasıtlı olarak, yanlış bilgi iletimi sağlanmaktadır.

⁹⁷ Debord, a.g.e. 21 s.

⁹⁸ Sadık Güneş, a.g.e. 16s.

⁹⁹ Berger, a.g.e. 139 s.

¹⁰⁰ Fromm a.g.e. 304 s.

¹⁰¹ Berger, a.g.e. 140 s.

¹⁰² John Fiske, **Kitle İletişim Çalışmalarına Giriş**, çev: Süleyman İrvan, Ark Yayınları, Ankara, 1996, 162

¹⁰³ Fiske, y.a.g.e. 119 s.

Fotoğraf makinesi önünde inşa edilen yalanı aktarırken bile yalan söylemez ve böylece yalanın doğru görünmesini sağlar.¹⁰⁴

Bu noktada birer modern zaman ilahı olarak karşımıza çıkan futbol yıldızları reklâmcılar için önemli hale gelmektedir. Milyonlarca izleyici tarafından takip edilen bu yıldızlar birer “kahraman” ve “kurtarıcıdır”, kimi zaman reklâmlarda mitolojik kahramanları canlandırırsalar da onlar hali hazırda modern zamanların mitolojik karakterleridir. Onlar Sadık Güneş’in deyimiyle “*enformasyon toplumunun putları*”dır. Tüketim kültürü içinde üretilirler ve ekonomik yapının sürdürülmesini sağlayan imge ve mitoslardır ve herkese mal edilerek kutsanırlar.”¹⁰⁵

Bu putların günümüzdeki en seçkin örneği David Beckham’dır. Manchester United kulübünde 1993 yılında futbol hayatına başlayan Beckham daha sonra 2003 yılında Real Madrid’e transfer olmuştur, 2007 sezonunda ise sezonluk 50 milyon Dolar karşılığında, Amerika Birleşik Devletleri’nin Los Angeles Galaksi takımıyla 5 yıllık anlaşma imzalamıştır. Dünya’nın en tanınmış yıldızlarından biri olan Beckham özellikle Real Madrid’e transferinin ardından futbolcu kimliğinden ziyade pop star görünümüyle öne çıkmıştır. FİFA tarafından 1999 yılının dünyada en iyi ikinci futbolcusu seçilen Beckham’ın futbol konusunda yetenekleri de tartışılmaktadır. Bir başka Manchester United efsanesi olan Kuzey İrlanda’lı George Best, Beckham bu ödülü almadan önce şu açıklamayı yapmıştır; “*Beckham sol ayağını kullanamaz, topa kafayla vuramaz, rakipten topu alamaz ve yeterince gol atamaz. Bunların dışında iyi futbolcudur.*”¹⁰⁶

Eski bir pop star olan eşi Victoria Beckham’la birlikte magazin basınının en büyük ilgi odaklarından biri olan Beckham kişisel olarak dünyaca ünlü marka ile sponsorluk ilişkisi içindedir. Beckham imgesi Adidas, Coty, Emporio Armani ve Motorola gibi, kozmetikten cep telefonuna kadar, büyük markaların pazarlanmasında önemli rol oynamaktadır.

¹⁰⁴ John Berger, **O Ana Adanmış**, Haz. Yurdanur Salman, Müge Gürsoy Gökmen, Metis Yayınları, İstanbul, 1998, 91 s.

¹⁰⁵ Sadık Güneş, **a.g.e.** 34 s.

¹⁰⁶ http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/northern_ireland/618154.stm Erişim: 10.06.2008

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

2002 DÜNYA KUPASI ve 2008 AVRUPA ŞAMPİYONASI'NIN TÜRK BASININDA FOTOĞRAFİK SUNUMU

Futbolun temel kurallarının belirlendiği XIX. yüzyıldan günümüze kadar geçen süreçte, gerek oyunun kendi içinde geçirdiği değişimin, gerekse sosyal boyutlarının etkilerinin 21. yüzyıla nasıl taşındığını birinci bölümde ele almıştık. Futbol günümüzde, saha içinde verilen mücadele ve bu mücadele üzerinden atfedilen değerler açısından yalnızca bir oyun ya da spor olarak değerlendirilmenin ötesinde bir ilgiyi hak etmektedir. 1959-1974 yılları arasında İngiliz Liverpool takımının teknik direktörlüğünü yapan Billy Shankly futbolun önemini şu şekilde dile getirir, “*Bazı insanlar futbolun hayat memat meselesi olduğuna inanır. Sizi temin ederim ki futbol bundan çok daha önemlidir.*”¹⁰⁷ Yine birinci bölümde bahsettiğimiz üzere, günümüzde dünya genelinde en popüler spor dalı olarak bir takım ekonomik ve politik ilişkiler içerisinde. Futbol kimi zaman iktidarın meşrulaştırılmasının bir aracı olarak kullanılırken kimi zaman da iktidara karşı direnişte en önemli alanlardan biri haline gelmiştir. Diğer taraftan futbol profesyonelleşmeyle birlikte kendi ekonomisini yaratmaya başlamış, günümüzde ise başlı başına bir endüstri halini alırken, liberal pazar ekonomisi içinde uç politik söylemlerden olabildiğince uzaklaşmıştır.

Futbolun endüstriyelleşme ve özellikle liberâl pazar ekonomisi koşullarına uyum sağlama sürecinin 1970’li yıllarda ivme kazandığını görmekteyiz. Günümüzde futbolun özellikle endüstriyel olarak büyümesinde, görsel bir malzeme olarak pazarlanması önemli rol oynamaktadır. Futbolun endüstriyelleşme ve politika tarafından kullanılma sürecinde fotoğrafın önemi büyüktür. Özellikle XIX. yüzyılın sonunda reklamlarda kullanılmaya başlanan görsel öğelerle ilişkilendirildiğinde futbolun sunumu tüketime yönelik bir rol oynarken, basında futbolun sunumu farklı politik söylemlerin temsilinde önemli rol oynamaktadır.

Bu noktada günümüzde futbol endüstrisinin ulaştığı boyutlarını görmek adına Deloitte Touche Tohmatsu’nun her yıl açıkladığı “*Yıllık Futbol Finansmanı Araştırması*”na (Football Money League) göz atmamız gerekmektedir. Dünyanın en büyük denetim, vergi, yönetim danışmanlığı ve kurumsal finansman hizmetlerinde şirketlerinden biri olan Deloitte Touche Tohmatsu’nun, 2008 Şubat ayında on birincisini açıkladığı rapora göre, dünyanın en zengin

¹⁰⁷ <http://www.shankly.com/lifeanddeath.htm> Erişim: 15.11.2008

yirmi kulübünün gelirleri toplam 3.7 milyar Euro'dur. Raporda futbol endüstrisinin temelini oluşturan kulüplerin gelirleri televizyon yayınları, maç gelirleri ve ticari olmak üzere üç başlık altında toplanmıştır. Bu ayırım yapılırken maç gelirleri kombine bilet satışı ve üyelikleri, televizyon yayınları hem ulusal hem de uluslararası karşılaşmaların yayınlarından elde edilen gelirleri, ticari gelirler ise sponsorluk anlaşmaları ve kulüplerin logolu malzeme satışlarını içermektedir. Deloitte'in 2008 raporunda göre, en zengin yirmi kulübün gelirleri bir önceki sezona nazaran %11 oranında büyüme kaydederken, bu raporun ilk hazırlandığı sezon olan 1996-1997'ye göre ilk yirmi kulübün gelirleri üç katına çıkmıştır.¹⁰⁸ Futbol özellikle 1970'li yılların ardından başlayan ekonomik yapılanmasındaki yükselişle öne çıkmakta ve diğer taraftan politik söylemler olabildiğince futbolun dışına itilmektedir. FİFA tarafından gol sevinçleri sırasında futbolcuların formalarının altından herhangi bir mesaj vermesi dahi yasaklanmıştır. Bunun yanında günümüzde özellikle Avrupa futbolunun en önemli sorunlarından biri olarak ırkçılık karşımıza çıkmaktadır. Tribünler ve sahadaki futbolcular tarafından yürütülen ırkçı söylemlere dair önemli cezalar verilirken, futbolda ırkçılığa karşı en büyük mücadele 1999 yılında kurulan “Avrupa’da Irkçılığa Karşı Futbol” (Football Against Racism In Europe, FARE) örgütü eliyle yürütülmektedir.

Bu noktada Türk futbolunun dünya futbolundaki endüstriyellemeye ayak uydurma sürecini anlamak adına Türk futbol tarihine kısaca gözden geçirmemiz gerekmektedir. Türkiye’de futbolun federasyon çatısı altında toplanması Cumhuriyet’in ilanı ile aynı yıla rastlar. Yusuf Ziya Öniş başkanlığında 1923 yılında “Futbol Heyet-i Müttehidesi” adıyla kurulan ilk Türkiye Futbol Federasyonu, kuruluşunun ardından FİFA’ya başvurarak 21 Mayıs 1923 tarihinde FIFA’nın 26. üyesi olmuştur. Türk Milli Takımı’nın ilk yurt dışı maçı ise 1924 yılında Paris Olimpiyatları’nda Çekoslovakya’yla oynanan maçıdır.

Bu tarihten itibaren kurumsal olarak yapılanmanın ardından, futbol ülke genelinde ilgi görmeye başlamış, yine izleyen zaman diliminde deplasmanlı lig kapsamında Milli Küme maçları oynanmaya başlanmıştır. 1952 yılında profesyonelliğin kabulüyle Türk futbolunda günümüze kadar uzayan sürecin ilk adımı atılmıştır. 1954 yılında İsviçre’de düzenlenen Dünya Kupası’na katılan Türk Milli Takımı başarı gösteremese de bu kupaya İspanya’yı eleyerek katılmak bile Türk futbolu adına önemli bir gelişmedir.

¹⁰⁸ <http://www.deloitte.com/dtt/article/0,1002,sid%253D70402%2526cid%253D190718,00.html> Erişim: 01.11.2008

İstanbul, Ankara ve İzmir’de profesyonel futbol liglerinin kurulması ise 1950’li yıllara tebabül eder. Bu Türk takımları Avrupa’da görece başarılı sonuçlar aldığı bir dönemdir. Aynı dönemde liglerimizde yabancı futbolcular boy göstermeye başlar. Bu sürecin ardından 1962 yılında Türkiye UEFA’nın üyesi olur. 1962-1963 sezonunda ise ilk “Türkiye Kupası” düzenlenir.¹⁰⁹

1960’lı yılların sonu ve 1970’li yıllarda ise Türk futbolunda Anadolu kulüplerinin başarılar elde etmeye başladığı yıllardır. Bu dönemde Eskişehirspor Türkiye Birinci Ligi’ni üç kez ikinci sırada tamamlarken (1968-1969,1969-1970, 1971-1972) bir kez de Federasyon Kupası’nı kazanmıştır. Eskişehirspor’un ardından 1970’li yıllarda Trabzonspor büyük başarı göstererek art arda şampiyonluklar yakalamıştır. Günümüzde dahi Anadolu’dan şampiyonluk elde eden tek kulüp olan Trabzonspor futbolun Anadolu’ya yayılmasında büyük rol oynamıştır.

Dünya futbolundaki endüstrielleşme sürecine ayak uydurmak için atılan adımlar ise 1980’li yılların sonlarına tekabül etmektedir. 1980’li yıllarda Turgut Özal zamanında uygulanan liberâl politikaların yansımaları futbolda da görülürken, bu dönemde futbola önemli yatırımlar yapılmış, fiziki altyapıya yönelik çalışmalar başlatılmıştır. Bunun yanında Alman Milli Takımı teknik direktörlüğünden ayrılarak Galatasaray’ın başına geçen Jupp Derwal’in Türk futboluna getirdiği sistem Türk futbolunda önemli bir köşe taşı olmuştur. Bun gelişmelerle birlikte Türk futbolunun dünyada daha fazla boy gösterdiğini görmekteyiz.

1992’de Türkiye Futbol Federasyonu’nun özerkleşmesinin ardından, Türk futbolu önemli bir sektör haline almış olan dünya futboluna eklenmeye başlamıştır. 1980’li yıllarda altyapıya verilen önemin sonuçları ise 90’lı yıllarda alınmaya başlanır. 1996 yılında uygulamaya konan “*Havuz Sistemi*” ve sonrasında imzalanan sponsorluk anlaşmaları ile kulüplerin ve futbol federasyonunun gelirleri arttırılmıştır. Bu gelişmelerin ardından gelen başarılarla Türkiye uluslararası alanda daha çok temsil hakkı elde etmeye başlamıştır. 1996 yılında Türk Milli Futbol Takımı tarihinde ilk kez Avrupa Şampiyonası’na katılır. 1999-2000 sezonunda ise Galatasaray UEFA Kupası şampiyonu olur. 2000 Avrupa Şampiyonası’nda çeyrek finale çıkan Türk Milli Takımı, uluslararası alanda en büyük başarısını ise uzun bir aradan sonra ilk kez oynamaya hak kazandığı 2002 Dünya Kupası finallerinde elde ederken

¹⁰⁹ <http://www.tff.org/default.aspx?pageID=296> Erişim: 10.06.2008

bu turnuvada dünya üçüncüsü olmuştur. 2004 Avrupa Şampiyonası ve 2006 Dünya Kupası'na finallerine katılmayan Türk Milli Takımı, 2008 Avrupa Şampiyonası'nda yine tarihinin en büyük başarılarından birini elde ederek yarı final oynamıştır.

Türk futbolunun uluslararası alanda temsili hem ekonomik getirileri açısından hem de futbol üzerinden yaratılan bir duygusuna bağlı olarak önemlilik kazanmaktadır. David Rowe'a göre ulusal takımlara verilen desteğin ardında, eşitsizliklerin zorunlu olarak bastırıldığı ve rakip uluslarla olan farklılığın vurgulanmasıyla yerel toplumsal sorunlara çözüm getirilen bir birlik duygusu yatmaktadır.¹¹⁰ Günümüzde futbol ulusal temsilin en önemli alanlarından biri haline gelmiştir. Bu anlamda dünyanın en büyük organizasyonlarından biri olan FIFA tarafından kabul edilmek, ülkeler için Birleşmiş Milletler'e kabul kadar önemli bir noktadadır. FIFA'nın onayı adeta ulusal bağımsızlığın onayı kadar önemlidir. Futbolda uluslararası düzeyde temsil edilebilmeyi bir devletin varlığının kanıtlarından olan, sınırlarını koruyabilme gücü ve para basma gibi ölçütlerden biri olarak kabul eden Pascal Boniface'ye göre, *“Futbol bir devlet kurmayla ilgili ulusal talebin öncü işareti olabilir. Ayrıca ulus-devletlere uluslararası karşılaşmalar sırasında ulusal kimlik ispatını yineleme şansı sağlayabilir.”*¹¹¹ Türkiye'de henüz cumhuriyet ilan edilip rejimin adı konmadan önce FIFA üyeliğinin gerçekleşmiş olması bu konuya önemli bir örnek teşkil eder.

Bu özellikleri nedeniyle futbol milliyetçiliği de üreten bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Eric Hobsbawm sporun, en az politikleşmiş insanlara bile milli duyguları aşılamanın önemli bir aracı olarak görür. Bunu sağlayansa bireyin, kendisinin olmak istediği kadar mükemmel olan genç sporcuların temsil ettiği milletle özdeşleştirmesidir. Hobsbawm'a göre, *“Milyonların oluşturduğu hayali topluluk, on bir isimli bir ekipte daha gerçek görünmektedir. Birey alkışlamakla yetinse bile, kendi milletinin bir sembolü haline gelmektedir.”*¹¹²

Futbolu milliyetçi söylemin yeniden üretildiği ve milli benlik söyleminin yeniden kurulduğu hegemonik toplumsal pratiklerin bir alanı olarak tanımlayan Nemci Erdoğan'a göre, *“Başka hiçbir spor dalı, birçok milletin kendi mülkü saydığı futbol kadar millî*

¹¹⁰ David Rowe, Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası, çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996, 225s

¹¹¹ Pascal Boniface, a.g.e. 51 s.

¹¹² Erich Hobsbawm, **Milletler ve Milliyetçilik**, çev: Osman Akinhay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2000, 171 s.

kimliklerin “evrensel” bir “gösteren”i ünvanını kazanmamıştır.”¹¹³ 2008 Avrupa Şampiyonası öncesinde Alman “*Der Spiegel*” dergisine röportaj veren Orhan Pamuk da futbolu milliyetçilik, yabancı düşmanlığı ve otoriter düşünce üreten bir makineye benzetmektedir. Pamuk’a göre, “*Türkiye’de bugün futbol milliyetçiliğe hizmet ediyor, ama millete değil.*”¹¹⁴ Aynı röportajda Pamuk’un “*ultra milliyetçi*” olarak tanımladığı Türk Milli Takımı teknik direktörü Fatih Terim ise daha sonra düzenlediği bir televizyon programında Pamuk’u “*yetersiz milliyetçi*” bulunduğunu açıkladı. Bunun yanında 2008 Avrupa Şampiyonası’nda Türkiye’nin aldığı başarılı sonuçların ardından Avrupalı milliyetçilerin, Türkiye’nin bu şampiyonaya katılmasına tepki gösterdiklerini görüyoruz. İtalyan ırkçılar Türkiye’nin kupayı alması durumunda Andrea Doria adına günah çıkarmak gerektiğini söylerken, Avusturyalı aşırı sağcı Jörk Haider ise Türkiye’nin Avrupa’ya ait olmadığını ve Avrupa kapılarının Türklere kapatılması gerektiğini savunmuştur.¹¹⁵ Uluslararası turnuvalar bu saiklere dayanarak, hem ülke içinde birlik beraberlik duygusunun oluşturulması hem de uluslararası temsil açısından önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada futbol ve fotoğraf ilişkisinin ortaya konması adına 2002 Dünya Kupası ve 2008 Avrupa Şampiyonaları sırasında Türk basınından seçilen örneklerin ele alınmasının sebebi ise Türk Milli Takımı’nın mevzu bahis kupalarda gösterdiği başarı ve buna bağlı olarak oynadığı maç sayılarının fazlalığıdır. Japonya ve Güney Kore’de oynanan 2002 Dünya Kupası dünya çapında 232 televizyon kanalından yayınlanırken, oynanan 64 maç 26.4 milyar civarında izleyiciye ulaşmıştır.¹¹⁶ Avusturya ve İsviçre’de düzenlenen 2008 Avrupa Şampiyonası ise 31 maçın canlı yayını sırasında, 155 milyon izleyiciye ulaşmıştır. Bu maçlar arasında en çok izleneni ise 29.6 milyon izleyici sayısı ile Türkiye-Almanya maçıdır.¹¹⁷ Turnuvalarda gösterilen bu başarılarla bağlı olarak Türk futbolunun değeri artmakta, futbol federasyonu yaptığı anlaşmalarla futbol ekonomisine milyonlarca dolarlık katma değer oluşturmaktadır. Bugün Türkiye Futbol Federasyonu içerisinde uluslararası firmaların da bulunduğu 15 adet firmayla sponsorluk anlaşmasına sahiptir.¹¹⁸ Futboldaki başarılar sadece futbol endüstrisinde değil karşılıklı bağımlılık içerisinde olduğu diğer sektörlerde de

¹¹³ <http://www.birikimdergisi.com/birikim/dergiyaziyaazdir.aspx?dyid=1469> Erişim: 08.06.2008

¹¹⁴ http://www.ntvhaber.org/haber_detay.asp?haberID=2069 Erişim: 15.06.2008

¹¹⁵ <http://www.hurriyet.com.tr/dunya/9265515.asp> Erişim: 26.06.2008

¹¹⁶ <http://www.fifa.com/aboutfifa/marketingv/factsfigures/tvdata.html> Erişim: 30.06.2008

¹¹⁷

http://en.euro2008.uefa.com/MultimediaFiles/Download/MediaRelease/Competitions/MediaServices/73/54/28/735428_DOWNLOAD.pdf Erişim: 25.11.2008

¹¹⁸ <http://www.tff.org/default.aspx?pageID=175> Erişim: 21.06.2008

hareketlilik yaratırken, bu sektörlere önemli bir ekonomik girdi yaratmaktadır. Tuğrul Akşar'ın araştırmasına göre, 2002 Dünya Kupası'nda, Türk Milli Takımı'nın forma, bayrak ve diğer logolu ürünlerin satışı tekstil sektörüne 50 milyon dolar gibi katkı sağlarken, 2008 Avrupa Şampiyonası'nda bu tutarın 70 milyon dolar olacağı hesaplanmaktadır. 2002 yılında, televizyon ve uydu anteni satışlarıyla, elektronik sektörüne 75 milyon dolar katkı sağlanmış, 2008'de ise bu sektöre 100 milyon dolarlık bir girdi beklenmektedir. Futbolun diğer sektörlerle ilişkisinin, 2008 Avrupa Şampiyonası sürecinde, Türkiye ekonomisine toplam katkısının ise minimum 285 ile 300 milyon dolar olması beklenmektedir. Dünya çapında ise, turizmden medyaya, tekstilden reklâm ve iletişime kadar bir çok sektöre futbolun katkısı, yıllık 225 milyar dolara ulaşmaktadır.¹¹⁹

Dünya çapında en fazla temsil edildiği bu iki turnuvada Türk futbolunun fotoğraflar vasıtasıyla sunumunu ve futbolun sunumunda fotoğrafın işlevlerini ortaya koyabilmek adına üç adet günlük gazete incelenmiştir. Bu gazetelerin seçiminde en önemli kriter tiraj olarak karşımıza çıkmaktadır. Günlük gazetelerin tiraj istatistiklerinde ilk üç sırayı paylaşan Zaman, Hürriyet ve Posta gazeteleri arasından, Zaman ve Hürriyet gazeteleri seçilerek incelenmiş, Posta gazetesi Hürriyet'le aynı yayın grubuna dahil olması ve Hürriyet gazetesinin Türk basınında daha köklü bir geleneğe sahip olması nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Günlük spor gazeteleri arasında en çok satan ilk iki gazeteden bir olan Pas Fotomaç ise yine Hürriyet gazetesiyle aynı yayın grubuna dahil olmaması ve aynı haber havuzundan yararlanmaması nedeniyle tercih edilmiştir. Ele aldığımız iki uluslararası turnuva sırasında, Türk basınından seçtiğimiz gazetelerde, futbolun sunumu konusunda söylem olarak net ayrımlar görememekteyiz. Uluslararası alanda temsil söz konusu olduğunda gazetelerin söyleminin Türk Milli Takımı'nı destekler nitelikte yayın yaptıkları ve kullanılan fotoğraflarda özellikle milliyetçi söylemin vurgulanması dikkatimizi çekmektedir. Bu konuda özellikle Pas Fotomaç gazetesinin söyleminde milliyetçi öğelerin ve popülizmin öne çıktığını görmekteyiz. Ele alınan üç gazetede futbol öncelikle, oyunun karakteristiğine ait kritik anlarıyla ve saha içinde yaşanan mücadeleyle temsil edilmektedir. Bunun yanında galibiyet ve zafer, mağlubiyet ve çöküş fotoğrafları sporun simgesel dilinin yansımaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Tribünlerin temsilinde de yine aynı söylem söz konusu iken tribün fotoğraflarında erkek egemen söylemin öne çıktığını gözlemlemekteyiz. Diğer taraftan turnuvalar süresince gazetelerin spor sayfalarında yayınlanan reklamlarda kullanılan

¹¹⁹ http://www.fesam.org/sur_makale.php?kod=2&url=uzman/ta059.htm Erişim: 20.06.2008

fotoğrafların futbolun diliyle örtüştüğünü gözlemlemekteyiz. Tezin ikinci bölümünde ele aldığımız belgesel fotoğrafa ilişkin yaklaşımın yansımalarını ise seçilen üç gazetede görmemekteyiz.

3. 1. HÜRRIYET GAZETESİNDE FUTBOLUN SUNUMU

Türk basınının en köklü gazetelerinden biri olan Hürriyet gazetesi 1 Mayıs 1948 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Sedat Simavi tarafından kurulan gazete o dönem için Türk basınında yenilik denilebilecek atılımlar yapmıştı. Sedat Simavi'nin görüşüne göre, ülkede gelişmeye başlayan demokrasi zihniyetini kökleştirmek ve müdafaa etmek için ortaya atılan Hürriyet gazetesi, haberlerde çok sayıda fotoğraf kullanıyor, resimli roman yayınlayan ilk gazete oluyordu. Hürriyet gazetesi bu anlayışın yansıması olarak, Türk basınında renkli fotoğraf kullanan ilk gazetedir, Londra Olimpiyatları'na giden Türk Milli Güreş Takımı'nın fotoğrafları 3 Ağustos 1948 yılında renkli olarak yayınlanmıştır. Ayrıca Hürriyet gazetesi Türkiye'ye ilk telefoto makinesini 1952 yılında getirerek yurt dışından fotoğraf almayı da kolaylaştırmıştır. 1960'lı yıllarda atılımını sürdüren gazete, radyo programları, eğitim seferberlikleri ve yarışmalarla çeşitli sosyal sorumluluk projelerine imza atarken, 16 Nisan 1969 yılında Türk vatandaşlarına yönelik olarak Almanya'da yayına girdi ve Avrupa'da yayın yapan ilk Türk gazetesi oldu.¹²⁰ 1994 yılında Aydın Doğan tarafından satın alınan gazete Doğan Grubu'na katıldı. Bünyesinde Hürriyet'le beraber, Milliyet, Posta, Radikal, Fanatik, Turkish Daily News gazetelerinin yanı sıra, CNN Türk, Kanal D, D Smart, Star TV gibi önemli medya kuruluşlarını barındıran Doğan Holding Türkiye'nin en etkin medya gruplarının başında gelmektedir.

2002 Dünya Kupası ve 2008 Avrupa Şampiyonası'na sayfalarında geniş yer ayıran Hürriyet gazetesi bu turnuvaları çok sayıda muhabir ve yorumcuyla izlemiştir. Önemli maçlardan önce ve sonra birinci sayfada yer verilen turnuvaya ilişkin haberler, kimi zaman tam sayfa olarak yer bulmakta ve büyük fotoğraflar kullanılmaktadır. Japonya'da oynanan 2002 Dünya Kupası sırasında ise Türkiye'nin başarılı maçlarının ardından yapılan, "yıldırım baskı"larda birinci sayfanın büyük boy fotoğraflardan oluştuğunu görmekteyiz. 2008 Avrupa şampiyonasında ise Türkiye'nin maçlarının başlamasının ardından sürmanşette daimi olarak

¹²⁰ <http://www.hurriyetkurumsal.com/tr/tarihce.asp> Erişim: 20.06.2008

Türk Milli Takımı'yla ilgili haberlerin ve fotoğrafların yer bulduğunu bunun yanı sıra önemli maçların öncesi ve sonrasında birinci sayfanın tamamının bu maçlara ayrıldığını gözlemlemekteyiz.

Hürriyet gazetesinde futbola ilişkin fotoğrafların genel olarak fotoğrafçının imzası olmadan yayımlandığını görmekteyiz. Gazetede özellikle Türk Milli Takımı'nın kaybettiği maçlardan sonra futbolun karakteristiğine özgü olan ve sahadaki kritik anları yansıtan fotoğraflara yer verilmektedir. (Bkz. Şekil 14, 23) Bu fotoğraflarda önemli olan unsur sahada yaşanan mücadele olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer taraftan galibiyet anlarında bu tip fotoğraflar zaferi simgeler nitelikte kullanılmaktadır. (Bkz. Şekil 19, 24, 27) Bunun yanı sıra mağlubiyet saha içindeki futbolcular ve tribündeki taraftarlar üzerinden dramatize edilerek sunulmaktadır. (Bkz. 16, 21, 29) Özellikle 27 Haziran günü, Türkiye'nin Dünya Kupası yarı finalinde Brezilya'ya yenilerek elenmesinin ardından, ağlayan kadın taraftar fotoğrafı ele aldığımız diğer iki gazetede de yayımlanmış ve bu dramatik anın simgesi haline almıştır. Estetik unsur ya da belgesel nitelik taşımasa da bazı fotoğrafların atfedilen haber değeri nedeniyle gazetede kullanıldığını gözlemlemekteyiz. Bu fotoğraflardan biri 8 Haziran 2002 tarihli gazetenin spor sayfasında yer alan, bazı futbolcuların cuma namazı sonrasında imamla beraber çekilmiş fotoğrafıdır. (Bkz. Şekil 15) Kosta Rika maçı öncesinde çekilen fotoğraf gazetede "*Kosta Rika Vaazı*" manşetiyle yayınlanırken, sayfada en büyük yer bu fotoğrafa ayrılmış durumdadır. Bu haber hem futbolun magazin yönüne ilişkin bir değer taşıırken hem de futbola manevi bir değer atfedilmektedir. Diğer taraftan o dönem için milli takımın içinde cemaatçi bir kamplaşma olduğuna yönelik tartışmaların bulunmasından dolayı haber değeri taşımaktadır.

Japonya ve Güney Kore'de düzenlenen turnuvada Hürriyet gazetesinin aradaki saat farkı nedeniyle, haberi aynı güne yetiştirmek için yaptığı yıldırım baskılardan ilki ise, Türkiye'nin Çin'i yenerek gruptan çıktığı 13 Haziran 2002 tarihinde gerçekleşmiştir. (Bkz. Şekil 17) Bu sayının ilk sayfası olduğu gibi galibiyete ayrılmıştır. Gazete logosu sayfanın ortasına çekilmiş üst kısımda büyük puntolarla "*Tarihi Zafer*" başlığı atılmıştır. Sayfanın altında yer alan fotoğrafta çevresinden arındırılmış bir taraftar bulunmaktadır. Yüzü ve kolları kırmızıya boyanmış bir Türk taraftarın bulunduğu bu fotoğraf, "*Haydi Türkiye Her Eve Bayrak*" çağrısıyla birlikte yer almaktadır. Genel olarak bağlamı ele aldığımız zaman söylemde milliyetçi unsurların öne çıktığını görmekteyiz. Türk Milli Takımı'nın 2002 Dünya Kupası'nda Japonya'yı yenerek çeyrek finale çıktığı maçın ardından, gazetenin 18 Haziran

tarihinde yaptığı yıldırım baskıda, tamamen bu maça ayrılan üçüncü sayfanın sokaklardaki galibiyet kutlamalarına ayrıldığını görmekteyiz. Bu fotoğraflar “18 Haziran Suşi Bayramı” başlığıyla verilmektedir. Fotoğraflarda Türk halkının birlik duygusu vurgulanırken, geleneksel yemeği suşi üzerinden rakibin ötekileştirildiği dikkatimizi çekmektedir. (Bkz. Şekil 18) Yarı finale çıkılan Senegal maçı ve onun yansımalarına yine büyük ayırmıştır. Kullanılan fotoğraflarda , Türk halkının kutlamalarına iç sayfalarda da yer vermiştir. (Bkz. Şekil 20) 24 Haziran 2002 tarihinde gazetenin 18. sayfasında konuyla ilgili haber büyük boyutta kullanılmıştır. Haberde Türkiye’nin o dönem içinde bulunduğu çalkantılı siyasi ortama gönderme yapılarak “tek ses, tek yürek” başlığıyla “özlenen Türkiyeli ruhu”nun bu maça ortaya çıktığı ve bunun Millet Meclisi’ne de yansıması gerektiği vurgulanmıştır. Haberde kullanılan üç fotoğrafta ise farklı siyasi görüşlerin kutlamalarına yer verilmiştir. Fotoğrafçıların imzasının kullanıldığı az sayıdaki fotoğraf bu haberde yer almaktadır. Sayfanın solundaki iki fotoğrafta, İşçi Partisi binasındaki kutlamalara ve milliyetçi bir grubun kutlamalarına yer verilirken, sayfanın sağında türbanlı bir kadının elinde Türk bayrağıyla çekilmiş fotoğrafı yer almaktadır. Türkiye’nin Güney Kore’yi yenerek dünya üçüncüsü olduğu maça ise tarihsel bir takım yakınlıklar üzerinden futbol adına da farklı görüntüler ortaya çıkmıştır. Türkiye’nin Kore Savaşı’nda yer almasından dolayı turnuva boyunca Türkler ve Koreliler arasında yaşanan sıcak ilişkiler üçüncülük maçına ve fotoğraflara da yansımaktadır. Bu maçın fotoğrafları, futbolun geleneksel biz ve onlar söyleminden farklı olarak dostluk söylemi üzerinden yer bulmaktadır. (Bkz. Şekil 22) 2008 Avrupa Şampiyonası’nda Türkiye’nin Çek Cumhuriyeti’ni yenerek gurptan çıktığı maçın ardından dünyanın çeşitli şehirlerinden geçilen fotoğraflarda ise yine milliyetçi vurgular yer almakta ve haber “Türk Mucizesi” başlığıyla yayınlanmaktadır. (Bkz. Şekil 25)

Hürriyet gazetesinin 20 Haziran 2008 tarihli gazetesinde ise reklâm unsurları öne çıkmaktadır. 2008 Avrupa Şampiyonası çeyrek final maçının oynanacağı gün yayınlanan gazetenin ilk sayfası olduğu gibi milli takıma ayrılmış ancak sayfa “Ülker” firmasının reklâmı üzerine oturtulmuştur. (Bkz. Şekil 26) Sayfanın sol üst ve sağ alt kısımlarında Ülker firmasının logosu bulunmakta gazetenin gerçek sayfası ise bir çerçeve içinde yer almaktadır. Çerçevenin üst kısmında “İnanın Çocuklar” ibaresi yer alırken, altta ise Ülker’in kullandığı reklâm için çekilmiş olan, Türk Milli Takımı’nın üçgen şeklinde dizildiği fotoğraf yer almaktadır. Gazetenin reklâm dışındaki sayfasında ise büyük harflerle yazılmış olan “Bugün yeneriz kimse tutamaz” ifadesi yer almaktadır. Sayfada büyük kullanılan fotoğrafta saha içinde üç Türk futbolcusunun gol sonrası sevinç görüntüsü bulunurken, o fotoğrafın üstüne

eklenmiş teknik direktör Fatih Terim ve maç öncesi gösterilerde çekilmiş Hırvat ve Türk göstericinin görüntüsü yer almaktadır. Bu sayfada kullanılan fotoğraflar, Ülker firmasının reklâmını destekleyen unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'nin 25 Haziran 2008 tarihinde, Almanya ile oynayacağı maç günü çıkan Hürriyet sayısında ise medyanın genel olarak futbol üstüne kurduğu söylem olan biz ve onlar karşıtlığının yerine ılımlı mesajlar verildiğini ve bu yönde fotoğraflar kullanıldığını gözlemlemekteyiz. (Bkz. Şekil 28) Sayfanın büyük kısmı oynanacak olan yarı final maçına ayrılmış durumdadır. Sayfanın sağında Almanya'da futbol hayatına devam eden Türk futbolcu Hamit Altıntop'un fotoğrafına yer verilirken sağında ise Alman futbolcu Michael Ballack'ın fotoğrafı bulunmaktadır. İki futbolcunun fotoğrafının arasında kalan başlıkta ise yarı Türkçe yarı Almanca "*Kardeşlik Über Alles*" (kardeşlik her şeyin üstündedir) cümlesi yer almaktadır. Alt kısımda ise takımlarının atkılarıyla Türk ve Alman dışişleri bakanlarının bir futbol topunu tutarken çekilmiş fotoğrafı bulunmaktadır. Hürriyet gazetesinin bu yaklaşımının sebebinin ise Doğan Medya Grubu'nun Almanya'daki yatırımları ve Almanya'da yaşayan Türk vatandaşları olduğu düşünülmektedir.



şekil 14: Hürriyet, 4 Haziran 2002



şekil 15: Hürriyet, 8 Haziran 2002



şekil 16: Hürriyet, 10 Haziran 2002



şekil 17: Hürriyet, 13 Haziran 2002



şekil 18: Hürriyet, 18 Haziran 2002



şekil 19: Hürriyet, 23 Haziran 2002



şekil 20: Hürriyet, 24 Haziran 2002



şekil 21: Hürriyet, 27 Haziran 2002



şekil 22: Hürriyet, 30 Haziran 2002



şekil 23: Hürriyet, 8 Haziran 2008



şekil 24: Hürriyet, 12 Haziran 2008



şekil 25: Hürriyet, 16 Haziran 2008



şekil 26: Hürriyet, 20 Haziran 2008



şekil 27: Hürriyet, 21 Haziran 2008



şekil 28: Hürriyet, 25 Haziran 2008



şekil 29: Hürriyet, 26 Haziran 2008

3. 2. ZAMAN GAZETESİNDE FUTBOLUN SUNUMU

Yayın hayatına 1986 yılında başlayan Zaman gazetesi, Türkiye'nin en yüksek tirajlı gazetelerinden biridir. Fethullah Gülen'e yakınlığıyla bilinen gazete, ilk zamanlarında İslami kesime hitap gazete görünümündeyken, son yıllarda liberâl, muhafazakar çizgide yayın hayatını sürdürmektedir. Dünya genelinde 35 ayrı dilde yayın yapan gazete Türkiye'nin internet sitesinden yayın yapan ilk gazetesi olma özelliğine de sahiptir.¹²¹ Feza Gazetecilik'e bağlı olarak yayın hayatını sürdüren gazete satışlarının büyük bir bölümünü abonelik sistemi üzerinden gerçekleştirmektedir. Zaman gazetesiyle aynı kurumsal yapı altında, Cihan Haber Ajansı, Aksiyon dergisi ve Today's Zaman gazeteleri de yayın yapmaktadır.

Türk Milli Takımı 2002 Dünya Kupası ve 2008 Avrupa Şampiyonası süreçlerinde Zaman gazetesinde de önemli yer bulmuştur. Zaman gazetesi haberlerinde ve kullandığı spekülasyondan uzak ve magazin yönüne mesafeli bir tavır sergilemiştir. 2002 Dünya şampiyonası'nda kullanılan fotoğraflar üzerinde küçük çapta oynamalara yer verilirken 2008 Avrupa Şampiyonası'nda bu oynamalar da görülmemektedir. Hürriyet gazetesinde olduğu gibi özellikle mağlubiyetlerden sonra oyunun kritik anlarıyla ilgili fotoğraflar kullanılmakta (Bkz. Şekil 30, 31, 37), galibiyet halinde ise ağırlıklı olarak futbolun saha dışındaki yansımalarına ve sevinç gösterilerine yer verilmektedir. Bu sevinç gösterilerini yansıtan fotoğraflar ve haberlerin söylemi, içerisinde tarihi göndermeleri barındırmaktadır. Saha içinde

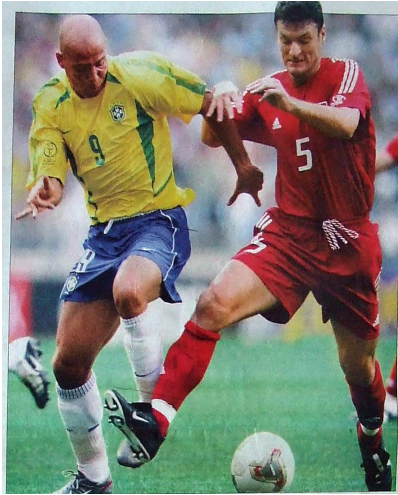
¹²¹ http://extranet.zaman.com.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=24&Itemid=50 Erişim: 23.06.2008

futbolcular ve tribünde taraftarlar, galibiyet halinde coşkulu, mağlubiyet halinde ise dramatik karelerle temsil edilmektedir. (Bkz. Şekil 34, 35, 38, 40) Gazetenin 14 Haziran 2002 tarihli sayısında, Türkiye'nin Çin'i yenerek gruptan çıktığı maça ilişkin birinci sayfada yer alan haber ve fotoğrafta milliyetçi unsurlar ön plana çıkarken, haberde Türkiye'nin ekonomiden siyasete bir çok alanda yaşadığı sıkıntılara vurgu yapılmıştır. (Bkz. Şekil 32) “*Türkiye zoru başardı yer gök kırmızı-beyaz*” manşetinin alt kısmında kullanılan fotoğrafın büyük kısmını kaplayan Türk bayrağının altında galibiyeti kutlayan taraftarlar yer almaktadır. Gazetenin 19 Haziran sayısının spor sayfasında yine milliyetçi unsurların bulunduğunu gözlemlemekteyiz. (Bkz. Şekil 33) Japonya galibiyetinin ardından teknik direktör Şenol Güneş ve futbolcuların sevincini yansıtan fotoğraflar kırmızı bir zeminin üstüne eklenmiş, bu fotoğrafların üstünde ise ay yıldız yer almıştır, yine kırmızı zeminin üstünde “*Duydu sesimizi bütün dünya, selam verdik Güneş'e aya*” ibaresi yer almaktadır.

Zaman gazetesinin 2008 Avrupa Şampiyonası'nda kullandığı haber ve fotoğraflarda milliyetçi söylemin kullanıldığı gözlenmiştir. 22 Haziran tarihli gazetenin spor sayfasında Türkiye'nin yarı finale çıkmasının ardından gerçekleştirilen sevinç gösterilerinin yer aldığı Kosova, Azerbaycan, Fransa, İngiltere ve Almanya'dan 5 adet fotoğraf küçük boyutlarda sayfanın üst kısmında yer almaktadır. Sayfanın ortasında ise daha büyük boyutlarda, merkezinde Türk bayrağının yer aldığı bir sevinç fotoğrafı bulunmaktadır. (Bkz. Şekil 41) “*Adriyatik'ten Çin Seddi'ne Herkes Türkiye'yi Konuşuyor*” başlığıyla yer alan haberde Türk ve Müslüman kimliğine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca haberde Osmanlı tarihine atıfta bulunularak, yüzyıllar boyunca bir çok milleti bünyesinde barındıran Türklerin futbol vasıtasıyla eski birleştirici rolü yeniden yerine getirdiği belirtilirken özellikle Müslüman devletlerde Türk Milli Takımı'nın başarısının büyük coşkuyla kutlandığı vurgulanmaktadır. Türkiye'nin üçüncü olduğu Güney Kore maçının ardından ise Zaman gazetesinde de dostluk söylemi yer bulmakta, kullanılan fotoğraflarda Hakan Şükür elinde Güney Kore bayrağıyla, Güney Koreli bir taraftar ise Türk ve Koreli taraftarlar arasında yer almaktadır. Haberin başlığında yer alan “*Milletçe Tarih Yazdık*” ibaresi yine milliyetçi vurgular içermektedir. (Bkz Şekil 36)

Zaman gazetesinden vereceğimiz diğer iki örnekte ise kullanılan fotoğrafların reklâm yönüyle ilgilidir. Gazetenin 27 Haziran 2008 tarihli sayısının spor sayfasında, yarı finalde Almanya'ya elendikten sonra yurda dönen milli takımı karşılama törenleriyle ilgili iki fotoğraf yer almaktadır. (Bkz. Şekil 42) Üst kısımda bulunan fotoğrafta uçaktan iniş sırasında

bayraklarla karşılanan futbolcuların fotoğrafı yer alırken, ikinci fotoğraf üstü açık bir otobüsle Taksim meydanındaki kutlamalara katılan futbolcular yer almaktadır. Bu fotoğrafta futbol ve sponsorluk ilişkileri öne çıkmaktadır. Milli takım sponsorlarından Mercedes-Benz'in tahsis ettiği otobüste yer alan "Mercedes Benz gönüllerin şampiyonuna teşekkür eder" yazısı dikkat çekmektedir. 15 Haziran 2002'in Zaman gazetesinin arka sayfası ise tamamen Türk Milli Takımı'nın bir diğer sponsoru Turkcell'e ayrılmıştır. (Bkz. Şekil 39) Turkcell'in bu turnuva için hazırladığı reklâm kampanyası çerçevesinde çekilen fotoğrafta milli futbolcu Arda Turan taraftarların ellerinin üstünde yükselerek topa kafasıyla vurmaktadır. Halkın ve Turkcell'in desteğinin vurgulandığı kampanyanın sloganı olan, "Türkiye'nin Turkcell'i ve 70 milyonun yüreği Milli Takım'ın yanında. Sonuna kadar." ibaresi fotoğrafın üstünde yer almaktadır.



Şekil 30: Zaman, 4 Haziran 2002



Şekil 31: Zaman, 10 Haziran 2002



Şekil 32: Zaman, 14 Haziran 2002



Şekil 33: Zaman, 19 Haziran 2002



Şekil 34: Zaman, 23 Haziran 2002



Şekil 35: Zaman, 27 Haziran 2002



Şekil 36: Zaman, 30 Haziran 2002



Şekil 37: Zaman, 8 Haziran 2008



Şekil 38: Zaman, 12 Haziran 2008



Şekil 39: Zaman, 15 Haziran 2008



Şekil 40: Zaman, 16 Haziran 2008



Şekil 41: Zaman, 21 Haziran 2008



Şekil 42: Zaman, 26 Haziran 2008



Şekil 42: Zaman, 27 Haziran 2008

3. 3. PAS FOTOMAÇ GAZETESİNDE FUTBOLUN SUNUMU

Türkiye’de en çok satan spor gazetelerinden biri olan “*Pas Fotomaç*” hükümete yakınlığıyla bilinen Çalık Holding’in sahip olduğu “*Turkuvaz Medya Grubu*”na dahildir. Aynı grup bünyesinde ATV Televizyonu, Sabah, Takvim, Günaydın, Yeni Asır gazeteleri bunların yanında, Sinema, Şamdan Plus, Yeni Aktüel, Para, Global Enerji gibi dergileri de barındırmaktadır.¹²²

2002 senesinde “*Taraftar Fotomaç*” adı altında yayın yapan gazete daha sonra “*Pas Fotomaç*” adını almıştır. Spekülatif haberler peşinde olan gazete İngilizlerin bulvar gazetelerine benzer bir yayın politikasına sahiptir. Yayın politikası dahilinde, futbol dışındaki

¹²²http://www.caliknet.com/?p=press_room&sid=gn3zmf3vfl0qb45kpuvsy55&n=593&q=18&prn=17&lvl=1&name=Haberler&ic=343 Erişim: 23.06.2008

diğer spor dallarına dair haberlerin fazla yer bulamadığı gazetede, spekülasyona yönelik transfer haberleri öne çıkmaktadır. 2008 Avrupa şampiyonası sırasında Türkiye'nin oynadığı grup maçları sırasında bile transfer haberleri bu maçlardan daha çok öne çıkarılmıştır.

Fotomaç gazetesinde yer alan fotoğraflara baktığımızda ise olayları farklı yönleriyle ele almayan düz haber fotoğraflarının yer aldığını bunun yanında kahramanlığı vurgulayan, hamasi bir söylem ve rakibi aşağılamaya yönelik üzerinde oynanmış, kurgulanmış fotoğrafların yer aldığını görmekteyiz. Diğer iki gazetede olduğu gibi Fotomaç gazetesi de mağlubiyetler ya da puan kayıplarının yaşandığı maçlar dramatik kareler (Bkz Şekil 44, 48) ya da maçın kritik anlarına ilişkin fotoğraflarla temsil edilmektedir. (Bkz. Şekil 43, 51) Galibiyetlerin ardından ise zafer ve coşkuyu yansıtan fotoğraflara yer vermektedir. (Bkz. 45, 46) Fotomaç gazetesi, genel olarak bir takım dini ve tarihsel değerlere gönderme yaparak söylemini, milli ve dini temellere dayandırmaktadır. 30 Haziran 2002 tarihli gazetede kullanılan “*Futbolun Sultanları*”, 16 Haziran 2008’de babalar günü oynanan maçta kazanılan galibiyet üzerine “*Bu Zafer ‘En Büyük Babaya’ Atatürk’e*” ve Türkiye’nin 2008 Avrupa Şampiyonası’nda yarı finale çıktığı maçın ardından, “*İmparatorun Aslanları 70 Milyon Türk’ü Cennet’in 7. Katına Taşdı*” başlıkları altında sunulan fotoğraflar bu söyleme hizmet etmektedir. (Bkz. Şekil 49, 53, 56) Diğer taraftan kayıpların yaşandığı maçlardan gelen fotoğraflarda dramatizasyon veya kazanılan maçların ardından yansıtılan coşku daha kuvvetlidir. Gazetenin 23 Haziran tarihli sayısında birinci sayfa tamamen kırmızı zemin üzerine ay yıldız ve bu ay yıldız içinde, yarı finale çıkmayı sağlayan golü atan oyuncu İlhan Mansız’ın fotoğrafı yer almaktadır. (Bkz. Şekil 47) Gazetenin logosunun yanında ve alt kısmında ise Milli Takım sponsoru Efes Pilsen’in reklâmı bulunmaktadır. Türk Milli Takımı’nın turnuvada 3. olarak yurda dönüşü sırasındaki karşılama törenleri ve kutlamaları yine birinci sayfada değerlendiren Fotomaç’ın 1 Temmuz sayısında ise hamasi bir söylem kullanılmaktadır. (Bkz. Şekil 50) Sayfanın ortasında bulunan “*F-16’larla geldiler*” yazısının üst bölümünde bulunan fotoğrafın içine bir de F-16 yerleştirilmiştir. Gazetenin logosunun yanında ve sayfanın alt kısmında yine Efes Pilsen reklâmı bulunurken kullanılan fotoğraflar kutlamanın coşkusuna ilişkin fotoğraflardır. Burada futbolcular savaştan dönen birer asker gibi temsil edilmektedir.

Fotomaç gazetesi, 2008 Avrupa Şampiyonası’nda gruplarda Türkiye’nin İsviçre’yi 2-1 yendiği maçı 12 Haziran günü birinci sayfaya taşırken, İsviçre teknik direktörünü ve futbolcularını aşağılayan, argo göndermelerde bulunan ifadeler ve üzerinde oynanmış bir

fotoğraf kullanmıştır. (Bkz. Şekil 52) İsviçre teknik direktörü ve futbolcularının kafalarını İsviçre Çakısı'na eklenmiş bir şekilde fotoğrafta kullanan gazete, “Ç... (çikolata) çocukları” manşetini atmıştır.

Aynı turnuvada Türkiye'nin Hırvatistan'la çeyrek final maçı oynanacağı, 20 Haziran sayısında ise tarihe göndermelerde bulunan milliyetçi vurgular dikkat çekmektedir. (Bkz. Şekil 55) Gazete, Avusturya'nın Viyana kentinde oynanacak maç için hazırladığı sayfada, teknik direktör Fatih Terim, oyuncularından Nihat Kahveci ve Arda Turan, üzerinde oynanan fotoğrafla mehteran takımı şeklinde tasvir edilmiş, fotoğrafın altında yer alan başlıkta ise Osmanlı Devleti'nin Viyana kuşatmasına gönderme yapılarak, “325 yıl sonra yeniden Viyana kapılarındayız gazanız mübarek olsun” ve “Ceddin Dede” ifadelerine yer verilmiştir.

Gazetenin 16 Haziran sayısında ise iç sayfalarda yer alan “Mercedes Benz” reklâmında Türk Milli Takımının fotoğrafı yer almaktadır. (Bkz. Şekil 54) Üst açıdan çekilen fotoğrafta futbolcular ve teknik ekip Mercedes Benz amblemi şeklinde dizilmiş biçimde yeşil sahada bulunmaktadır. Aynı konsept dahilinde Ülker firmasının reklâmları için de benzer pozlar veren milli futbolcular, Türk Milli Takımı'nın sponsorları tarafından reklâm amaçlı kullanılmaktadır. (Bkz. Şekil 57)



Şekil 43: Fotomaç, 4 Haziran 2002



Şekil 44: Fotomaç, 10 Haziran 2002



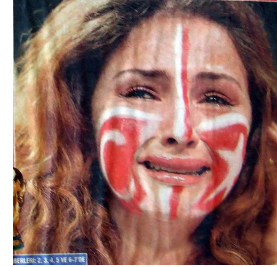
Şekil 45: Fotomaç, 14 Haziran 2002



Şekil 46: Fotomaç, 19 Haziran 2002



Şekil 47: Fotomaç, 23 Haziran 2002



Şekil 48: Fotomaç, 27 Haziran 2002



Şekil 49: Fotomaç, 30 Haziran 2002



Şekil 50: Fotomaç, 1 Temmuz 2002



Şekil 51: Fotomaç, 8 Haziran 2008



Şekil 52: Fotomaç, 12 Haziran 2008



Şekil 53: Fotomaç, 16 Haziran 2008



Şekil 54: Fotomaç, 16 Haziran 2008



Şekil 55: Fotomaç, 20 Haziran 2008



Şekil 56: Fotomaç, 21 Haziran 2008



Şekil 57: Fotomaç, 26 Haziran 2008

SONUÇ

Bu tezde futbol ve fotoğraf ilişkisi endüstriyel ve politik yönleriyle ele alınmıştır. Başlangıcından bu yana, ekonomik ve politik ilişkiler içinde olan futbolun sunumu iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerle birlikte farklı bir boyut kazanmıştır. Dünya genelinde milyarlarca izleyici tarafından takip edilen futbol, günümüzde popüler kültürün önemli unsurlarından biridir. Profesyonelleşmeyle birlikte oyunsal içeriğinden gittikçe uzaklaşan futbol, kendi ekonomisine sahip bir sektör haline gelmiştir. Bunun yanında özellikle totaliter rejimler tarafından propaganda amaçlı kullanılan futbol, ticari ve politik işlevlerini büyük oranda kitle iletişim araçları vasıtasıyla görmektedir. Mevzu bahis kitle iletişim araçları içinde, fotoğraf baskı teknolojilerinin gelişip basında kullanılmaya başladığı günden bu yana önemli yer almaktadır.

Futbolu bir olgu olarak ele alan fotojurnalistlerin, çalışmalarında genel belgesel tavrı korudukları, futbolu savaş, din, kuraklık, açlık gibi olguları ele aldıkları şekilde geniş çaplı, sebep-sonuç ilişkisi içinde bir hikayeye dayanarak ortaya koydukları görülmüştür. Ancak çalışmamız için örnek olarak seçilen Türk basın kuruluşlarında bu tavrın yer bulmadığını gözlemlemekteyiz. Diğer taraftan olayları bu-budur şekilde gösteren ancak anlatmayan haber fotoğraflarının yoğun olarak kullanıldığını görmekteyiz. Bunun yanı sıra sayfa düzeni gereği, ideolojik ya da spekülasyon amaçlı olarak fotoğraflara teknik müdahalelerin gerçekleştiğini görüyoruz. Ele alınan Türk gazetelerinde futbolun ticari yönünün sadece reklâmlarda vurgulanmadığını, sayfa düzeni içinde sponsor firmalara ait görüntülerin de yer aldığını gözlemlemekteyiz.

Futbol, geniş kitlelere hitap etmesi dolayısıyla, gerek taraftarın aidiyet duygusunun sömürülmesiyle, gerekse yıldız futbolcuların rol model haline gelmiş olmasıyla kitlelerin ihtiyaçlarını manipüle etme kudretini elinde bulundurur. Doğası gereği biz duygusunu pekiştiren ve “öteki” leştiren bir söyleme sahip olan futbol, bu söylemin kitle iletişim araçları ve fotoğraflar tarafından desteklenmesiyle, milliyetçiliği, şovenizmi ve tüketimi körükleyen bir olgu niteliğine kavuşmuştur. Türk basınında ele aldığımız gazetelerin, bu bahsettiğimiz kavramlar dışında, uluslararası temsil söz konusu olduğunda, futbolun fotoğraftaki yansımalarını, hem üslup olarak hem de politik olarak birbirinden keskin ayrımlarla yansıtmadığını gözlemlemekteyiz. İlk kurulduğu yıllarda ülkedeki demokrasi kültürünü kökleştirmek ve müdafaa etmek söylemiyle hareket eden Hürriyet ve popüler söylemle

Fethullah Gülen cemaatine yakınlığıyla bilinen Zaman gazetesinin futbol söylemi ve fotoğraf kullanımı arasında farkın olmadığı gözlenmiştir. Bunun yanında daha çok bulvar basını çizgisine yakın olan Pas Fotomaç gazetesinin söylemi ve kullandığı fotoğraflar itibarıyla, diğer iki gazeteye nazaran fotoğraflar üzerinde daha fazla oynama yapıldığı ve daha fazla hamasi bir söyleme sahip olduğu gözlenmektedir.

Türkiye’de basının özellikle futbol konusunda net çizgilerle birbirinden ayrılması, ele aldığımız turnuvalarda kullanılan fotoğraflar ve söylemin seçilen gazetelerde birbirinden çok farklı bir şekilde yayınlanmaması, futbolun diline ilişkin birleştirici bir söylemin varlığıyla açıklanabileceğinin yanı sıra Türk siyasetinin özel durumuyla da ilişkilendirilebilir. Her ne kadar seçilen bir spor gazetesi veya iki siyasi gazetede politik olarak farklar gözlenirse de bu farkların futbolun diliyle birleştiğinde benzer söylemlere ulaştıkları gözlemlenmiştir.

Bunun yanında Türk futbol ve siyasetinin hitap ettikleri kitlelere bakılacak ve bundan örnekler verilecek olursa, uç örnekler dışında, saflaşmaların çok temel bir takım ayrımlara dayanmadığı gözlenmektedir. Bu durumu dünyanın çeşitli ülkelerinde, bazı futbol takımları arasındaki çekişmelerin dayandığı köken sorunu ve Türk futbolundaki benzer bir örnekle açıklayabiliriz. Dünya futbolunda, çeşitli ülkelerde oynanan büyük maçlardaki çekişmelerin kökeninde bir takım etnik, dini veya politik kökenli zıtlaşmaların var olduğunu ve bu çekişmelerin köken sorununa dayandığını görmekteyiz. Örneğin İspanya’da Barcelona-Real Madrid çekişmesi Franco dönemi İspanyası’ndaki politik zıtlaşmadan ve etnik kökenden kaynaklanmaktadır, diğer taraftan İskoçya’daki Celtic-Rangers mücadelesinin temelinde ise Katolik ve Protestan ayrımı yatmaktadır, Arjantin’deki Boca Juniors-River Plate maçlarında ise çekişmenin kökeninde kenar mahalleler ve şehrin zenginleri arasındaki ayrım yatmaktadır. Aynı şekilde dünyanın sayılı derbi maçlarından biri olarak kabul edilen Fenerbahçe ve Galatasaray arasındaki mücadelenin kökeninde ise bu saydıklarımız veya benzeri etkenler bulunmamaktadır. İki takımın taraftarı arasında da farklı kesimlerden bir çok insan bulunmaktadır. Bu bahsettiğimiz noktayı Türk siyaseti üzerinden değerlendirecek olursak eğer, etnik, dini veya uç noktadaki politik görüşlerden köken olarak siyaset yapan küçük partiler dışında Türkiye’de ortada bulunan ve geniş kitlelere hitap eden partilerin taban itibarıyla birbirinden çok da farklı olmadıkları gözlemlenmektedir. Bu örnekler göz önünde bulundurulduğunda Türk basınında geniş kitlelere hitap etmeleri sebebiyle ele aldığımız gazetelerin, Türk futbolunun uluslararası alanda temsili söz konusu olduğunda, söylemlerindeki benzerliğin nedeni ortaya çıkmaktadır. Mevzu bahis gazetelerde kullanılan

benzer söylem milliyetçi ve biz duygusunun hakim olduğu bir söylemdir, diğer taraftan mevcut ekonomik ilişkiler içinde futbol ve onun ilişki içinde olduğu diğer endüstriyel sektörlerin pazarlandığı bir söylem karşımıza çıkmaktadır.

Burada değinilmesi gereken bir diğer nokta ise totaliter rejimler tarafından yönetilen ülkelerde futbolun resmi ideolojinin bir yansıması olarak ortaya çıktığıdır. Özellikle Faşist İtalya ve Nazi Almanyası'nda karşımıza çıkan görüntüler bu görüşü desteklemektedir. Bunun yanında günümüz liberâl kapitalist ilişkileri içinde futbol daha çok yerel ve ulusal değerlerin yansımaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyasi saflaşmanın keskin bir biçimde var olmadığı özellikle uluslararası turnuvalarda futbol, özellikle milliyet temelinde ve sponsorluk ve reklâm ilişkileri çerçevesinde yansımaktadır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- Akşar, Tuğrul. **Endüstriyel Futbol**, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 2005
- Alemdar, Korkmaz, Erdoğan, İrfan. **Popüler Kültür ve İletişim**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994
- Althusser, Louis. **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, çev: Alp Tümertekin, İthaki Yayınları, İstanbul, 2003
- Authier, Christian. **Futbol A.Ş.** çev: Ali Berktaş, Kitap Yayınevi, İstanbul, 2002
- Bakhtin Mikhail, **Karnavalın Romana**, çev: Cem Soydemir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2001
- Bauman, Zygmunt. **Postmodern Etik**, çev: Alev Türker, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998
- Bellos, Alex. **Futbol: Brezilya Tarzı Yaşam**, çev: Çiğdem Özüer, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 2003
- Benjamin Walter, **Pasajlar**, çev: Ahmet Cemal, Yapı Kredi Yayınları Kazım Taşkent Klasik Yapıtlar Dizisi, İstanbul, 1995
- Berger John, **Görme Biçimleri**, çev: Yurdanur Salman, Metis Yayınları, İstanbul, 1995
- Berger John, **O Ana Adanmış**, Haz. Yurdanur Salman, Müge Gürsoy Gökmen, Metis Yayınları, İstanbul, 1998
- Berman, Marshall. **Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor**, çev: Ümit Altuğ, Bülent Peker, İletişim Yayınları, İstanbul, 2002

Boniface, Pascal. **Futbol ve Küreselleşme**, NTV Yayınları, çev: İsmail Yerguz, İstanbul, 2007

Burke Peter, **Tarihin Görgü Tanıkları**, çev: Zeynep Yelçe, Kitap Yayınevi, İstanbul, 2003

Burns, Jimmy. **Tanrının Eli: Futbolun Kayan Yıldızı Diego Maradona'nın Yaşamı**, İthaki Yayınları, İstanbul, 2003

Çeviker, Turgut. (der.) **Türk Edebiyatında Futbol**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2002

Debord, Guy. **Gösteri Toplumu ve Yorumları**, çev: Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996

Denis, Henri. **Ekonomik Doktrinler Tarihi I**, çev: Attila Tokatlı, Sosyal Yayınlar, İstanbul, 1973

Erdoğan, İrfan. **Kapitalizm Kalkınma Postmodernizm ve İletişim**, ERK Yayınları, Ankara, 2000

Erten, Bağış. (Ed) **Dünya Kupası**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2002

Featherstone, Mike. **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996

Fiske John, **Kitle İletişim Çalışmalarına Giriş**, çev: Süleyman İrvan, Ark Yayınları, Ankara, 1996

Freund Gisele, **Fotoğraf ve Toplum**, çev:Şule Demirkol, Sel Yayıncılık, İstanbul, 2006

Fromm Eric, **Sahip Olmak ya da Olmak**, çev: Aydın Arıtan, Arıtan Yayınevi, İstanbul, 1997

Galeano, Edoardo **Gölgede ve Güneşte Futbol**, çev: Ertuğrul Önalp, M. Necati Kutlu, Can Yayınları, İstanbul, 2006

Gezgin Suat, **Basında Fotoğrafçılık**, Der Yayınları, İstanbul, 1994

Giddens, Antony. **Sosyoloji: Eleştirel Bir Yaklaşım**, çev: M. Ruhi Esengün, İsmail Öğretir, Birey Yayıncılık, İstanbul, 1998

Güneş Sadık, **Enformasyon Toplumunun Putları**, Hece Yayınları, Ankara, 2006

Harvey, David. **Postmodernliğin Durumu**, çev: Sungur Savran, Metis Yayınları, İstanbul, 1997

Hitler, Adolf. **Kavgam**, düzenleyen Evren Aydın, Prestij Yayınları, İstanbul, 2004

Hobsbawm Erich, **Milletler ve Milliyetçilik**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2000

Homeros, **Odysseia**, çev: Azra Erhat, A. Kadir, Can Yayınları, İstanbul, 2000

Horak, Roman. Reiter, Wolfgang, Bora, Tanıl (Haz.) **Futbol ve Kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Endüstri Efsaneler**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2001

Huizinga, Johan. **Homo Ludens “Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme”**, çev: Mehmet Ali Kılıçbay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2006

Jameson, Fredrich. **Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantiği**, çev: Nuri Plümer, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1994

Jennings, Andrew. **Faul: FIFA'nın Karanlık Yüzü**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 2007

Kahraman, Atif **Osmanlı Devleti'nde Spor**, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1995

Kottak, Conrad Phillip, **Antropoloji İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış**, çev: Serpil Altuntek, Balkı Şafak, Dilek Erdal, Yılmaz Erdal, Serpil Eroğlu, Erhan Ersoy, Süreyya Özbek, Sibel Özbudun, Şebnem Pala, Gülfem Uysal, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2002

Wahl, Alfred **Ayaktopu Futbolun Öyküsü**, çev: Cem İleri, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005

Kapuscinski, Ryszard **Futbol Savaşı**, çev: Gül Çağalı Güven, OM Yayınevi, İstanbul, 2000

Kılıç, Ecevit. **Politik Goller**, Güncel Yayıncılık, İstanbul, 2006

Kışlalı, Ahmet Taner **Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, İmge Kitabevi, Ankara, 1995

Kıvanç Halit. **Kupaların Kupası Dünya Kupası: 19030'dan 2002'ye**, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul, 2002

Kuper, Simon. **Futbol Asla Sadece Futbol Değildir**, çev: Sinan Görtunca, İthaki Yayınları, İstanbul, 2003

Kuper, Simon .Ajax "**Hollandalılar ve Savaş, II. Dünya Savaşı'nda Avrupa'da Futbol**", çev: Elif Gökteke, İthaki Yayınları, İstanbul, 2004

Maradona, Diego. **El Diego**, çev: Kağan Özdemir, GOA Yayınları, İstanbul, 2006

Oskay, Ünsal. **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri: Kuramsal Bir Yaklaşım**, Der Yayınları, İstanbul, 1993

Peter Pericles Trifonas, **Umberto Eco ve Futbol**, çev: Derya Kömürcü, Everest, İstanbul, 2004

Reich, Wilhelm **Faşizmin Kitle Ruhu Anlayışı**, çev: Bertan Onaran, Payel Yayınları, İstanbul, 1975

Rowe, David. **Popüler Kùltürler: Rock ve Sporda Haz Politikası**, çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996

Sander, Oral **Siyasi Tarih 1918-1994**, İmge Kitabevi, Ankara, 1998

Sander, Oral **Siyasi Tarih İlkçağlardan 1918'e**, İmge Kitabevi, Ankara, 1997

Shakespeare, William **Kral Lear**, çev: İrfan Şahinbaş, Maarif Basımevi, Ankara, 1959

Slatter, Phil. **Frankfurt Okulu**, çev: Ahmet Özden, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 1998

Stemmler, Theo. **Futbolun Kısa Tarihi**, çev: Necati Aça, Dost Kitabevi, Ankara, 2000

Talimciler Ahmet, **Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2003

Tanilli, Server. **Uygarlık Tarihi**, Çağdaş Yayınları, İstanbul, 1997

Tokgöz Oya, **Temel Gazetecilik**, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 1994

Ünsal, Artun, **Tribün Cemaatinin Öfkesi: Ticarileşen Türkiye Futbolunda Şiddet**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2005

Wahl, Alfred **Ayaktopu Futbolun Öyküsü**, çev: Cem İleri, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005

Yurdalan Özcan, **Belgesel Fotoğraf ve Fotoröportaj**, Agora Kitaplığı, İstanbul, 2007

SÖZLÜKLER

Türk Dil Kurumu, **Ayaktopu Terimleri Sözlüğü**, Ankara, 1974

Cevizci, Ahmet. **Felsefe Sözlüğü**, Ekin Yayınları, Ankara, 1997

Kaşgarlı Mahmut, **Divanü Lügat-it Türk Tercümesi I**, A.Ü. Basımevi, Ankara, 1998

Mutlu, Erol. **İletişim Sözlüğü**, ARK Yayınları, Ankara, 1995

DERGİ VE GAZETELER

Four For Two, sayı: 11, Şubat 2007

Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi, sayı 21, 2005

Hayat, yıl: 4 sayı: 8, 19 Şubat 1960

Hayat, yıl: 6 sayı: 37, 7 Eylül 1961

Milliyet Sanat, 1 Şubat 1986

İNTERNET ADRESLERİ

<http://www.birikimdergisi.com>

<http://www.fesam.org>

<http://www.fifa.com>

<http://www.football-research.org>

<http://www.magnumphotos.com>

<http://www.planetworldcup.com>

<http://www.shankly.com>

<http://www.tff.org>

<http://www.uefa.com>

<http://www.deloitte.com>

<http://news.bbc.co.uk>

<http://www.ntvmsnbc.com>

<http://www.ntvhaber.org>

<http://www.hurriyet.com.tr>

<http://www.hurriyetkurumsal.com>

<http://extranet.zaman.com.tr>

<http://www.caliknet.com>

ÖZGEÇMİŞ

Ad, Soyad: Savaş Onur ŞEN

Doğum yeri ve yılı: Eskişehir 1978

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim: Lisans

Yüksek Lisans:

Lisans: (1996-2002) Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

Lise: (1992-1995) Eskişehir Hoca Ahmed Yesevi Lisesi

İş Tecrübesi: (2002-2004) Yüzüncü Yıl Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi,
(2004 -) Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

Mesleki Birlik/Dernek/Kuruluş Üyelikleri:

Alınan Burs ve Ödüller:

Yayınları: