



Endüstriyel futbol çağında “tarafdarlık”

M. Berkay Aydın¹

Duygu Hatipoğlu²

Çağdaş Ceyhan³

Öz: Bu makale, futbol alanında özellikle piyasalaşma temelinde belirlenen değişim süreçlerini genel olarak değerlendirme ve bu süreçlerle birlikte tartışılabileceği düşünülen ‘tarafdarlık’ kavramının incelenmesi üzerine kurulmuştur. Makalede ‘tarafdarlık’ kavramının görece daha pasif bir anlam içeren ‘seyircilikten’ ayrışması ve bu durumun ‘endüstriyel futbol’ çağında yarattığı düşünülebilecek gerilim üzerinde durulmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede uluslararası ve ulusal düzeylerde kimi örnekler verilmeye çalışılmış ve bu örnekler özellikle eleştirel sosyal bilim geleneği çerçevesinde tartışılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tarafdarlık, seyircilik, endüstriyel futbol, gösteri toplumu.

‘To Be Supporter’ In The Industrial Football Age

Abstract: This article is based on a general consideration of football, particularly the processes of change determined on the ground of marketization, and the analysis of the concept “supporter”, which can be thought as a discussion topic accompanying these processes. In this study, considerable effort is put into the distinction between the “supporter” and the “audience/onlooker”, which has a relatively passive meaning and the tension that can be seen as stemming from this distinction in the age of “industrial football”. In this perspective, the main effort is to give examples in both national and international levels and to discuss these examples from the perspective of critical social sciences literature.

Keywords: Supporter (fan), onlooker/audience (fan), industrial football, the society of the spectacle.

¹ Arş. Gör., ODTÜ Sosyoloji Bölümü; e-posta: mberkayaydin@yahoo.com

² Avukat, e-posta: duygu.hatipoglu@gmail.com

³ Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi;
e-posta: ceyhancagdas@gmail.com

GİRİŞ

Avrupa tribünlerinde yaygın kullanılan terimle ‘modern futbol’, Türkiye’de yaygınlaşan kullanım ifadesiyle ‘endüstriyel futbol’ ve hakkındaki tartiŐmalar son yıllarda artarak sürmektedir. Endüstriyel futbol, ekonomik, sportif, sosyolojik açıdan pek çok tartiŐma baŐlıđı barındıran bir başlık olarak öne çıkmaktadır. Futbolun modern bir oyun olarak ortaya çıkmasından bu yana oldukça deđiŐtiđi ve bu değişim sürecinin farklı aktörleri ortaya çıkardığı söylenebilir. Bu nedenle tek başına ‘endüstriyel futbol’ baŐlıđı, barındırdığı konular açısından yeterli bir kapsama sahip değildir. Özellikle 90’lı yıllarla birlikte bir ekonomik sektör olarak öne çıkan futbol, Şirket kulüpler, hisse senetleri, güvenlik yasaları, bilet fiyatları, Şiddet ve benzeri bağlamalarda tartiŐma konusu edilebilir.

Futbolun deđiŐimini ve taraftarlık konusunda Batı Avrupa merkezli birçok çalışma olduğu bilinmektedir. Buna karşın Türkiye’de de futbol, seyircilik ve taraftarlık üzerine son yıllarda dikkat çekici bir literatürün hem özđün ülke futbol hayatıyla ilgili yapıtlarla, hem de çevirilerle oluŐmakta olduğu söylenilebilir. Her Şeyden önce futbol konusunda son yıllarda yapılan çalıŐmaların bir bölümü oyunda artan orandaki piyasa hakimiyetini ve Őekillenen ilişkileri içeren çalıŐmalardır (Boniface, 2007; Authier, 2002; Akşar, 2005). Bu konuda birçok çalışma örnek verilebilir, genel olarak değişim süreçlerine eleştirel yaklaŐıp yaklaŐmadıklarına göre tasnif edilebilecek daha çok futbolun ekonomisi merkezli bu çalışmalar genel olarak yaşanan büyük değişim süreci üzerinde uzlaŐmaktadırlar. Türkiye’de taraftarları veya seyircileri konu edinen çalışmalarda ise kulüp futbolseverlerinin anıları gibi çalışmalar dışarıda bırakılacak olursa, genel olarak bu makalede ‘taraftar grupları’ olarak tanımlanan grupların kriminolojik terimlerle ‘etiketlenerek’ ele alındığı çalışmalar dikkat çekmektedir (Talimciler, 2003; Şahin, 2003). Bunun yanında bu alanda Batı Avrupa’daki tartiŐmaların görece daha zengin olduğunu belirtmek mümkündür. Sadece ‘Şiddet’ sorunsalının ele alındığı çalışmalar daha çok taraftar kimliğinin oluŐumuna daha mesafeli kalırken; özellikle Ian Taylor(1975)’in ‘holiganlık’ üzerine tarihsel ve sosyal koŐulları daha fazla öne çıkaran çalışması gibi çalışmalar bu alandaki çalışmalar için yeni olanaklar yaratmıŐtır. Bu çalıŐmaya, Elias ve Dunning’in baŐını çektiği Leicester Okulu’nun ‘uygarlaŐma süreci’ tezlerine dayanarak ‘holiganizm’ sorunsalını açıklamada sosyal sınıfları aşan Şekilde ‘alt-kültür’ü temele almak

gerektiği merkezli eleştirileri literatür açısından önemli bir tartışmadır (Elias ve Dunning, 1986). Daha sonraki dönemlerde ise bu konuda hayli gelişkin bir literatürün ve farklı eğilimlerin ortaya çıktığından bahsetmek mümkündür. Teorik hareket noktalarında ve yaklaşımlarında çeşitli farklılıklar bulunsa da taraftarın kimliğinin anlaşılması üzerine yoğunlaşan, hakim paradigmaya görece eleştirel bakarak taraftarlığın tarihsel ve sosyal bağlarını tanımlamaya çalışan çeşitli çalışmalar dikkat çeker (Dal Lago ve Moscati, 1992; King, 1998; Marchi, 1994; McGill, 2006). Bunun yanında Türkiye’deki ‘taraftarlık’ tartışmaları, genel olarak, yukarıda da belirtildiği gibi görece etiketlenen ‘şiddet’, ‘holiganlık’ gibi terimlerle ele alınmıştır. Buna karşın özellikle ‘taraftarlığın’ tanımlanmasına yönelik olarak Kozanoğlu’nun (2002) çalışması, Türkiye’de bu konuda önemli bir öncü referans kaynak olarak tanımlanabilir. Bu makale, bir açıdan ‘taraftarlığın’ anlaşılması ve tartışılabilmesi amacını gütmektedir. Bu konu, futbol tartışmalarında aslında kulüp, futbolcu, yönetici isimlerinin, oyun sistemi tartışmalarının, forma reklamlarının gölgesinde kalan fakat hemen her kentte duvar yazılarında, kimi olaylarda gazetelerde manşet olarak ortaya çıkan bir kesimin ‘anlaşılmaya’ çalışılması açısından önemli gözükmektedir. Hakkında onlarca söz söylenen, etkinlik alanları oldukça geniş bir kesim hakkındaki tartışmaların sınırlılığına karşın, bu alanı en azından tartışmaya açmak bir katkı olarak değerlendirilebilecektir.

Bu makalede, endüstriyel futbol ve taraftarlık ilişkisinin bir boyutu ele alınmaya çalışılmıştır; çalışmada genel olarak futbol ve ‘taraftarlık’ üzerinden ‘popüler kültürdeki’ mücadele ve gerilimlere odaklanmaya çalışılmıştır. Taraftarlık ve futbol tarihsel süreç içinde ele alındığında etkileşimli bir ilişki içinde olmuştur. Bu ilişki ekonomik, politik, psikolojik ve sosyolojik kavramlarla ele alınabilir.

Bu makalede, öncelikle futbol oyununun tarihsel süreç içinde endüstriyelleşmesi ve bugün geldiği nokta çeşitli örneklerle açıklanmaya çalışılmıştır. Bunun yanında futbolun yaşadığı ekonomik dönüşümün bir sonucu olarak görülebilecek taraftarlık kurumu da yine ortaya çıkışı ve gelişimi bakımından değerlendirilmiştir. Nihayet, endüstriyel futbolun ve taraftarlık kurumunun ilişkisi, nedenleri ve sonuçları, farklı ülkelerdeki, sınırlı da olsa, kimi tribün pratikleriyle ve kimi somut örneklerle değerlendirilmeye çalışılmıştır.

YÖNTEM

Bu makalede, veri toplama ve değerlendirme yöntemi olarak katılımcı gözlem ve niteliksel içerik çözümlemesi kullanılmaya çalışılmıştır. İçerik çözümlemesi ve literatür taraması sırasında, alanla ilgili teorik kitaplar, farklı özellikler sergileyen taraftar grupları hakkında yapılan araştırmalar ve makaleler ‘taraftarlık’ ve ‘endüstriyel futbol’ ilişkisi çerçevesinde incelenmiştir. Ayrıca Türkiye ve Avrupa’daki kimi kulüp taraftarlarının veya doğrudan bir kulüp aidiyeti üzerinden gelişmeyen genel olarak futbolseverlerin oluşturduğu internet forumları taranmaya çalışılmıştır. Bunun yanında çalışmada, 2007-2008 futbol sezonu boyunca kimi Türkiye Süper Ligi kulüpleri tribünlerindeki ilişkiler ve ağırlıklı olarak Ankaragücü tribünlerinden katılımcı gözlem yoluyla edinilen bulgular, ‘taraftarlığın’ ele alınması noktasında, değerlendirme sürecine katılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın çerçevesini endüstriyel futbol ve taraftar ilişkisi oluşturmaktadır. Endüstriyel futbolun tarihsel süreç içinde değerlendirilmesi sürecinde, esas olarak olgunun İngiltere'deki gelişimine odaklanılmıştır. Taraftarlık hakkındaki tartışmalarla ilgili olarak ise, özellikle Batı Avrupa'da farklı ülkelerdeki futbol ve tribün kültürlerinin gelişkinliği, alana ilişkin literatürün geniş olması sebebiyle tercih edilmiş ve incelenmeye çalışılmıştır. Bu çalışmalar, genel olarak alan araştırmalarına dayanmaktadır. Araştırmada literatür taramasıyla ve katılımcı gözlemle elde edilen bulgular, özellikle ‘eleştirel sosyoloji’ içerisinde değerlendirilebilecek kimi düşünürlerin çalışmalarındaki kimi temel tartışmalarla beraber incelenmeye çalışılmıştır.

ANALİZ VE DEĞERLENDİRME

Araştırmada öncelikle kullanılan kavramlara ilişkin genel bilgiler sunulmuş, kavramların ortaya çıkışı ve tarihsel süreç içinde gelişimleri ve kavramlara ilişkin yorumlar ele alınmıştır. Çalışmanın ana eksenini çerçevesinde bu bölüm çeşitli alt başlıklara ayrılmıştır. Öncelikli olarak futbolun piyasalaşma sürecinin yaygınlaşma ve derinleşmesini anlatan ‘endüstriyel futbol’, özellikle 1970’lerle birlikte Avrupa’da ve 1980’lerin başı itibarıyla de Türkiye’de geliştiği bu çalışma çerçevesinde iddia edilen ‘taraftarlık’ kavramları alt başlıkların ilk ikisini oluşturmaktadır. Analiz ve değerlendirme için üç alt başlık oluşturulmuştur: Endüstriyel futbol, Taraftarlık, Endüstriyel futbolun gerilimi: Taraftar mı? '12. Adam' mı?

Endüstriyel futbol

Futbol, oyun olarak doğduğundan beri, hep geniş kitlelerin ilgisiyle karşılaşmıştır. Oyunun ‘modern’ biçiminin doğuşu 19. yüzyıl ortalarında İngiltere’de gerçekleşmiştir. Önceleri, yüzlerce kişinin birlikte oynayabildiği, kuralları olmayan, yaralanmalar ve sakatlıklarla sonuçlanan, tarihsel süreç içinde defalarca yasaklamalara maruz kalmış bir oyun olan futbol (bkz. Stemmler, 2000), çok kabaca söylenirse kapitalizmin doğuşu ile birlikte kurallara daha bir sıkı şekilde bağlanmaya başlamıştır. Endüstriyel futbolun ve taraftarlığın kökenleri, bir açıdan o dönemde, o kurallarda aranabilir.

Kapitalist üretim biçiminin, insan hayatını, zamanı ve mekanları yeniden örgütlemesiyle birlikte bir ‘oyun’ olarak futbol da değişmek zorunda kalmıştır. Gerçekten, daha önceleri, yani köylülerin özgür topraklarında ve boş zamanlarında oynanagelen futbol, toprakların özel mülkiyet konusu haline gelmesi (çit çevirme) ile bir açıdan ‘mekansız’ kalmıştır. Köylülerin, yeni oluşan kentlere işgücü olarak sürülmesi ise oyunu ‘oyuncusuz’ bırakmıştır. Günde ortalama 18 saat çalışan işçilerin, artık bu enerji isteyen oyunu oynayacak halleri kalmaz. Kapitalizmin zaman ve mekân üzerinde bu şekilde tahakküm kurmasıyla futbol da artık popüler, gevşek kurallı, kimi zaman 300 kişinin bir arada oynayabildiği bir oyun olmaktan çıkar.

Bu gelişmelerle futbol, okullarda, öğrencilerin beden ve ruh sağlıklarını korumaya ve bazı ahlaki değerlere teşvik etmeye yönelik bir faaliyet olarak benimsenir ve oynanır (Conn, 1999). Futbol oyununun modern kuralları bu nedenle kolejlerde oluşturulur. 1848 tarihli Cambridge yasaları ile futbol, 11’er kişilik iki takımın karşılıklı oynadığı, kurallara bağlanan bir oyun olur.

Futbol, kendisine ikinci bir canlanma şansı veren kolejlerde çok durmaz, kitleleşir, kolejlerden tekrar sokaklara akar. Stemmler, özellikle İngiltere Kupası (1871) ve dünyanın ilk Futbol Ligi’nin (1888) kurulmasından sonra oyuncuların, çalışma saatleri 18’den 12’ye inen işçiler olduğunu, seyircilerin de oyuncularla aynı sınıfta yer aldığını belirtir. Bu seyirciler daha o zamandan deplasmanlara giderler, takımın renklerine bürünürler, kavga ve alkole düşkündürler (Stemmler, 2000:99). Artık işçi sınıfı kentlere iyice yerleşmiş, bu kent, içinde yaşayanların kültürü ile biçimlenmeye başlamıştır.

Futbol oyununun işçi sınıfında çok popülerleştiği 1800’lerin sonlarında, pek çok kişi futbolu oynamak kadar izlemek de ister. Yerel kulüpler oyunu seyreden işçiler için eğlence ve sosyalleşme kaynağı haline gelir (Williams ve Netrou, 2002: 7). Tam bu noktada, yani futbolun kitleler arasında yeniden

popülerleştiği dönemde, endüstriyel futbol ve taraftarlık, iki farklı damar olarak uç vermeye başlar. Tarihsel sürece bakıldığında bu iki kurumun birbirinden bağımsız gelişmediği ve aynı zamanda birbirlerine bir karşıtlık barındırdığı görülecektir. Daha doğrusu, özellikle ‘taraftarlık’ kimliğinin öne çıkan unsurları ile endüstriyel futbolun ‘para merkezci’ algısı arasında zaman zaman daha net gözükebilecek bir çatışma zemini dikkat çekecektir.

Bugün anladığımız anlamda endüstriyel futbolun gündelik hayattaki yansımaları, pahalı biletler, sponsorluklar, reklam, yıldız oyuncular, profesyonelleşme ve iştah kabartan bir yatırım alanı olmasıdır. Arık, takımların şirketler ya da zengin işadamları tarafından ele geçirildiği ve başka türlü bir biçimin de imkânsızlaştığı günümüzde futbolun ‘masumiyet’ çağının bittiğine işaret eder (Arık, 2004: 220). Arık’ın bu vurgusu, endüstrileşme süreci ile beraber aslında kapitalizmin derinleşme ve yaygınlaşmasının getirdiği bir sonuç olarak bir ‘oyunun’, ‘bir ‘gösteriye’ dönüşmesi sürecine işaret eder.

Futbolda profesyonelleşmenin kökenleri ile seyirciliğin oluşumu arasında ciddi bir ilişki bulunmaktadır. Kitleler artık, oyunun modern biçiminde sahada değil, saha kenarındaki tribünlerde yerlerini alırlar. Tribünler ve saha arasında zaman zaman “şiddet”lenen, gerilimli bir ilişki gelişmiştir. Sahada oyuncu olarak, oyunun öznesi olma ihtimali kalmamıştır. Sahadaki oyuncular artık dudak uçuklatan paralar karşılığı yeteneğini satan “özel” kişilerdir. Sahada oynanan oyun ise, TV yayınlarının gözdesidir, pazarlanmaya hazır bir maldır. Bu, endüstriyel futbolun öyküsüdür, endüstriyel futbol ile futbol oyununun kendisi, kapitalist dünyanın nesnesi haline gelmiştir. Bunun yanında süreç içinde profesyonelleşme ve ticarileşmenin yoğunlaşması ile beraber, ‘seyircilik’ konumunun kendisinde kulüple kurulan kimi ‘özel’ bağlar da para merkezli anlayışın değerleri karşısında silinmeye yüz tutar. Bu konuda Ian Taylor, kulüplerin temsili, kulüplerin kontrolünün değişimi üzerinde durarak ‘oyunun’ ortadan kalkmasının ötesinde bir diğer aşama olan kulüp değerlerinin ‘ticaret mantığı’ ile girdiği çelişik duruma dikkat çeker. Profesyonelleşme sürecinin asıl hızlandırıcı unsuru, özellikle İngiltere özelinde, yerel burjuvazinin ‘ticari mantığının’ hakim olmaya başlaması ve finansal kontrolün kurumsallaştırılmasıyla oluşmuştur (1975: 144). Bu kurumsallaşma bir yandan ‘oyun’ ve özellikle yerel kulüp üzerinden sıkı kural süreci sonrası oluşmuş uzlaşmayı aşındıracak bunun yanında ‘seyircileri’ bir başka çelişik durumun içine sokacaktır. Çünkü, artık ‘rasyonelleşen’ ve piyasa mantığına daha fazla bürünen bu sürecin içerisindeki değerler geleneksel

aidiyet değerlerinden farklı özellikler taşıyacaktır. Tribünlere ‘sürülen’ kalabalığın oyunda yer alabilmesi ise başka türlü bir varlık geliştirmesine bağlıdır, oyunda ‘yeniden’ özne olabilmek başka bir kimlikle oyuna dahil olabilmeyi gerektirir. Futbol oyununda yeniden özne olabilmenin ‘çabası’ da belki bir açıdan ‘tarafdar’lığı anlatmaktadır.

Endüstriyel futbolun günümüzdeki dönüşümünün önemli göstergeleri olarak gösterileşme ve profesyonelleşme dikkat çekmektedir. İki ana damar halinde, profesyonellik ve gösteri eğilimleri olarak gelişen değişimin toplamı bugün endüstriyel futbol olarak adlandırılabilir. Profesyonellik ve gösterileşme tarihi de ‘modern futbolun’ tarihiyle neredeyse paraleldir.

‘Oyundan anlayan ama oyun oynamayan’ kalabalığın artması, bu makalede tartışılmaya çalışılacak olan ‘tarafdarlığın’ ortaya çıkışı sürecinde bir başlangıç noktası olarak kabul edilebilir. Williams ve Neatrou'a göre yerel kulüpler, oyunu izleyen işçi sınıfından seyirciler için kültürel anlamların ve eğlencenin kaynağı haline gelir. Seyircilerin artmasının birkaç önemli sonucu vardır. Kulüpler, esnek ve düzensiz karşılaşmalar yerine programlı bir fikstüre sahip olmaya, seyircilerin rahatını sağlamak için yenilikler düşünmeye başlarlar, bu da ‘ilkel’ stadyumların doğuşudur. Seyircilerin sayısı arttıkça etkinliğe girmek için küçük ücretler istenmeye başlar, bu da oyuna çok daha fazla ekonomik anlamlar katmaya başlar; son olarak kitle arttıkça ve fikstürler oluşturulmaya başladıkça, oyuncular maçlara hazırlanmak ve yolculuk etmek için daha çok zaman ihtiyaç duyarlar (2002:3).

Stemmler, oyuna giriş için ödenen ‘küçük ücretler’ hakkında şunları belirtir (2000: 100):

“1870’li yıllardan sonra maç biletlerinin satılmaya başlaması eskiden hayal bile edilemeyecek bir yenilikti. Kupa maçlarında elde edilen gelirin büyük bir kısmı federasyonun o sırada tamtakır olan kasasına akardı. Federasyonun kurulduğu 1863 yılında kasada yalnızca 5 sterlin vardı, bu rakam 1904 yılında 17.000 sterline çıkmıştır”

Önceleri oyunculara oynadıkları için para ödemek ‘ayıp’ sayılırken, futbol oyuncusunun, oyun oynayıp çalışmadığı zamanlardaki kayıplarını telafi etmek için küçük ücretler ödenmesiyle başlayan süreç, profesyonelleşmeyi de beraberinde getirir. Britanya’da profesyonel futbolculara yapılan ilk ödeme 1876 tarihinde gerçekleşmiş ve profesyonel oyuncular futbol otoritelerince kısa bir süre sonra, 1885’te resmen tanınmıştır (Williams ve Neatrou, 2002: 3).

Futbol, kiteselleştikçe, futbol kulüplerinin yapısı değişmeye başlar. Dernek örgütlenmeleri, kulüplerin işveren hale gelmesiyle, yerini ticari örgütlenmelere, ilerleyen dönemin profesyonel şirket kulüplerine bırakır. Tischler, İngiltere’de 1888–1914 yılları arasında kulüp yöneticilerinin %38’inin ‘sanayici-tüccar’, %13’ünün alkol veya tütün taciri, %30’unun profesyonellerden oluştuğunu, sadece %4’ünün ‘centilmen/ beyefendi’ olduğunu belirtmektedir (Williams ve Netroux, 2002). Elbette bu dönemdeki ticarileşmenin, doğrudan kar amacı taşımadığını, temel olarak, şirket yöneticisi kulüp başkanları açısından yerel statülerini kuvvetlendirmek, futbol alanları çevresindeki küçük iş fırsatlarından yararlanmak amacıyla hareket edildiğini de belirtmek gerekir. Ama yıllar içinde kulüpler, amaç açısından ciddi bir dönüşüme uğramıştır. Bunun yanında günümüzde Türkiye’de futbol dünyasında özellikle 20. yüzyılın başlangıç yıllarına benzer kulüp yöneticisi profiline rahatlıkla bulunabildiğinden de bahsetmek gerekebilir. Bu hem sınıfların farklı coğrafyalardaki gelişmişlik, durum ve özelliklerine; hem de Türkiye’deki siyaset yapısıyla ilgili bir durum olarak dikkat çeker.

Günümüzün reklam ve sponsorluk ilişkilerinin ilkel biçimleri, futbolun kiteselleştiği 1900’lerin başında ortaya çıkmıştır. Walvin, bir dönemin ünlü futbol sigara kartlarının, sigara içmenin özellikle işçiler arasında popüler bir sosyal alışkanlık olduğu 1920’lerde futbola girdiğini ve bilinçli bir şekilde geleceğin tütün pazarını oluşturmak için bir adım olduğunu belirtir (Walvin, 1994). Yine 1930’larda, bazı futbolcular sigara ve erkek kozmetiği de içeren ürünlerin reklâmını yaparlar. 1930’ların sonuna doğru ise FA (Football Association), yeni organizasyonlar düzenlemek için sponsor almaya başlar (Howard ve Sayce, 2002). Yine de tüm bunlar günümüzdeki anlamıyla endüstriyellemenin sadece belirtileri olabilir.

1960’larla birlikte, Avrupa ülkelerinde profesyonel kulüpler arasındaki eşitsizliğin daha net görülmeye başlandığı söylenebilir. 1961 yılında oyunculara tavan ücret uygulamasının kaldırılması, özellikle belli başlı liglerde oynayan futbol oyuncularının yeni bir yaşam tarzı kimliğinin başlangıç sinyalleri olur. 1970’lerin sonunda ticarî sponsorluk futbola çok daha net olarak girmeye başlar, kulüpler artık formalarında bir sponsorun ismini taşıyabilirler. 1980’lerin başında ilk kez kulüplerin sahalarında oynadıkları maçların gelirlerinin *tümünü* almasına izin verilir; ki bu durum ‘büyük’ kulüpler lehine ciddi bir avantaj sağlar. 1980’lerdeki bu eğilimlerin İngiltere’de ‘big five’ (beş büyükler) olarak tanımlanan Manchester United, Arsenal, Everton, Liverpool ve Tottenham Hotspur kulüplerinin başarılar

konusundaki ‘tekellerinin’ daha net görülmeye başlandığı yıllar olduğunu belirten King, bu süreçte özellikle televizyonların bu kulüplere odaklanan yayın eğilimlerinin de etkili olduğunu, dolayısıyla buna dayalı olarak geleneksel kulüp takipçilerinden farklı şekilde oluşan yeni bir ‘televizyon takipçisi’ bir kitleden de bahseder (King, 1998: 55-57). İşte tam da bu zamanlarda, televizyon kendini futbol alanında gerçek anlamda belli etmeye başlamış ve çok belirleyici bir rol üstlenmiştir (Williams, Netrou, 2002: 4). Gösteri haline getirilen bu popüler ‘oyunun’ en kitlesel şekilde insanlara ulaştırılabildiği yegane araç televizyon olacaktır. Televizyon en başından beri oyunun küreselleşmesinde ve aynı zamanda bir pazar olarak örgütlenip dönüşmesinde çok kritik bir role sahip olmuştur. Televizyonun, futbolu ‘televizyon futbolu’na dönüştürmesi sürecinden bahseden Arık, televizyonun karakteristik yapısında bulunan gerçeği yeniden üretme, ticari olma, mit üretme vb. özellikleriyle ‘medya profesyonellerinin elinde futbolun sahadaki oyundan çok farklı bir kimliğe dönüştürüldüğünü’ belirtir (2004: 315-317). Özünde artık ‘bir televizyon prodüksiyonuna’ dönüşmüş olan oyun bu şekilde ‘gösteri’ haline gelir. Debord’a göre (1996: 27) ‘gösteri’, metanın toplumsal yaşamı tümüyle işgal etmeye başardığı andır. Bu açıdan kendisinin gösteri toplumu kavramsallaştırması metalaşma sürecinin dışında ele alınamaz. Futbolun televizyon futbolu haline getirilip ‘gösterileşmesi’nde bu süreci hatırlamak önemlidir. Nihayet belirtmek gerekir ki, “futbolda televizyon ve sponsorların hâkim olmaya başladığı 90'lara gelene kadar ticarileşmenin ancak nüveleri görünür. İki dönemi birbirinden şu şekilde ayırabiliriz: Futbolun ilk dönemlerinden 90'lara gelene kadar, futbolda ekonomik öğeler zaman zaman, ilkel ya da gelişmiş biçimleriyle yer bulmuştur; ancak 90'larla birlikte futbolun kendisi bir ekonomik sektör haline gelmiş ve ilk önce kârlılığı hedefleyen kendi kurallarıyla oynanmaya başlamıştır”(Hatipoğlu ve Aydın, 2007: 123). İngiltere’de ‘tribünlerin bitirilişini’ 1990’lı yıllarda İngiliz futbolunun ekonomik dönüşümünde arayan King de özellikle 1990’larla beraber gelişen ‘televizyon futbolunun’ ortaya çıkardığı sonuçların en önemli olanlarından birisinin ‘ taraftarların’ ve ‘tribünlerin’ bitirilmesi olduğunu vurgular (King, 1998). Burada aslında ‘gösteri toplumunun’ gücü artmış, sistem kendi çerçevesine uymayan unsurların bu ‘gösteri’nin dışına çıkartılması artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu noktadan itibaren ise, aslında kapitalizmin gelişiminden bu yana insanların türlü şekillerde karşılaştıkları ‘meta merkezli yeniden düzenleme’ süreçlerinin bir başka örneği futbol alanında daha net olarak görülecektir.

Taraftarlık

Futbolun çok geniş ve güçlü bir ekonomik sektör haline gelmesi, doğal olarak üreticilerini ve tüketicilerini belirlemiştir. Futbol ekonomisinin üreticileri televizyonlar, şirketler, medya, sponsorlar, oyuncular ise tüketicileri/ alıcıları da, zamanında tribünlere sürülen kitledir. Tartışmanın kendisi de buradan çıkmaktadır. Tribünlere sürülen kitle nedir, nasıl tanımlanacaktır? Başından beri tüketici olarak hedeflenen 'seyirci' ile futbola özne olarak yeniden dahil olma amacıyla varolduğu söylenebilecek 'tarafar' arasında bir farklılık olduğunu belirtmek gerekir. Aynı sebepten dolayı taraftarlık ile endüstriyel futbol arasında da gerilimli bir ilişki olduğundan bahsedilebilir.

Öncelikle kavramsal olarak, bu çalışmada, taraftar ve seyirciyi birbirinden farklı, hatta zıt anlamlarda kullanılmaktadır. Endüstriyel futbol ve taraftarlık tartışmalarında, taraftarlığa, para, medya, profesyonellik gibi kapitalizme özgü bir kurum olarak bakmamakla başlamak gerekir. Her ne kadar taraftarlık bu ticarileşmenin içinde kendi özgün varoluşu, dili, kültürü ile endüstriyelleşen futbolun içinden doğmuşsa da, onun yaratmaya çalıştığı formdan farklı bir biçimde gelişerek, oyundaki birliktelik ve isyan potansiyelini 'kısmen taşıyan' bir biçimi olmuştur.

Futbol kolektif bir oyundur. Kurallara bağlanmadan, kalabalıklarca oynandığı dönemlerde pek çok yasakla karşılaşmıştır. Bu yasakların en önemli sebeplerinden biri oyunun büyük kalabalıkları harekete geçiren bir özelliğinin olmasıdır. Stemmler, futbol oyununun 'kamu huzur ve asayişini bozma' potansiyelinin bu yasakların başta gelen sebeplerinden biri olduğunu belirtir (2000:29). Siyasi amaçlarla ya da çitle çevirmeyi protesto için bir araya gelinen futbol maçlarından (2000:75), büyük kalabalıkları cezbeden ilk futbol kulüplerine kadar futbol oyununda kolektivite potansiyeli varolmuştur. Dünden bugüne bu potansiyel için Stuart Hall şunları belirtir (1999:100):

Endüstri öncesi futbol büyük ölçüde düzensizdi, şekillendirilmişti ve standart kaynakları yoktu (top tekmeleneceği gibi, taşınabilir, atılabilir, kapılabilirdi). Bazen yüzlerce kişi katılırdı, işaretlenmemiş alanlarda veya kasaba caddelerinde yapılırdı. Bütün oyunlar yöresel geleneklere göre oynanırdı ve sıklıkla... İsyen Yasa'sının okunmasıyla son bulurdu. Bunun aksine modern oyun ileri derecede düzene sokulmuş ve sistemleştirilmiştir. Evrensel olarak uyulan ve hakemleştirilmiş kurallara göre bir merkezden yönetilir. Doruk noktası cemaat düzeyinde değil yerel bağlar çok güçlü olmakla birlikte ulusal ve uluslararası düzeydedir. Katılım için değil, seyirlik olması için yeniden düzenlenirler. 'İsyen' oyun alanında değil tribünlerde gerçekleşir.

Futbolun endüstriyellemesi süreci, futbol oyununun peşinden koşan kitlelerin yeniden düzenlenmesini de beraberinde getirir. Artık istenen tuttuğu kulüp için daha fazla para verebilecek, müşteri tipinde seyircidir. Tribünlerdeki kitlenin nasıl oturacağına/nasıl ayakta durmayacağına, nasıl davranacağına, neler söyleyeceğine dair formlar, diğer yandan ‘fair play’ ruhu bir bakıma kitlelere dayatılır. Önceden kralların sevmediği futbol kitleleri, bugün futbol piyasasının patronlarınca eleştirilir. Eleştirilen ve istenmeyen, değiştirilmeye çalışılan bahsettiğimiz ‘isyan potansiyeli’dir. Elbette, yapılan isyanın hedefi ve kendisini nasıl tanımladığından çok ortada duran ‘potansiyel’ hali buradaki tartışmanın merkezindedir. Bunun yanında burada tanımlandığı anlamda ‘taraftarlık’ bugün futbolu takip eden kitleler arasında nicel olarak azınlıkta fakat etki alanı açısından güçlü bir konuma sahip asgari kolektiviteden oluşan beraber ‘hareket etme’ temelli sosyallikleri içerir. Bu tanım için, somut olarak, ‘tribün gruplarının’ içerisinde veya ilişki ağlarında yer almak önemlidir.

‘Seyirci’ seyretmek fiili üzerinden pasif bir kabullenmeyi içerir. Kolektif harekete görece kapalı olduğundan, bir kolektif tanım içinde konumlandırılmaz. ‘Taraftar’ ise taraf olmak fiilinden türer ve ‘gösteri toplumunda’ pasif izleyicilikle kavgalı bir varoluş sergilemesi üzerinde durulabilir (Hatıpoğlu ve Aydın, 2007: 150):

“Seyirci yalnızca ‘sunulan gösteriyi takip eden’ iken, ‘taraftar’ taraf olan ve onun ötesinde kendi ‘kolektif’ kimliğini oluşturandır. Sosyal ilişki ağları içerisinde yer alma durumu, taraftar olmanın olmazsa olmazıdır. ‘Taraftar olmayı’ yalnızca bir spor takımının destekleyicisi olma anlamında kullanmaktan ziyade, ‘aktif’ olarak sosyal ilişki zemininde yer alanlar üzerinden kurmak daha etkili olacaktır. Taraftarlık bir anlamda, gösteri toplumunun sunduğu ‘pasif izleyici olma’ durumuna inat bir aktiflik çabasıdır. Bunu sadece ‘futbola’ ilişkin veya doksan dakikalık bir duruş olarak almak da yetersiz kalabilmektedir. Burada mevzu olan konu, aslında sınırlı bir parçası da alınsa bir ‘yaşam kurgusunun’ bilinçli veya bilinçsiz bir eleştirisini anlatır. Aslında ‘tribüncüler’ arasında yaygın olan bir ifade bu durumu çok güzel özetlemektedir: “Tribün hayata gider yapmaktır...”

Ian Taylor, daha önce de üzerinde durulduğu gibi, taraftarlığın oluşumunun yabancılaşmadan bağımsız olmadığını vurgular (1975). Profesyonelleşme nedeniyle tribünlere sürülen seyirci ile futbol arasında, seyircilerin oyuna yabancılaştırılması nedeniyle her zaman gerilimli bir ilişki olmuştur. Bu gerilimin düzeyi döneme göre farklılıklar göstermiştir. Bu gerilimin bazı unsurları, nereden bakıldığına bağlı olarak

‘müşterileştirilmeye/pasifleşmeye bir direniş’ olarak da, ‘holiganizm’ olarak da okunabilir, Taylor’un temel vurgularından bu sonucu çıkarmak mümkündür (1975: 162-163). Kimi zaman elbette, nasıl tanımlandığına bağlı olarak her ikisini de barındıracaktır.

Marxist bir bakış açısından Taylor, futbol holiganizminin doğuşunda sporun değişen doğasının, özellikle de işçi sınıfının dayanışma kurumu olarak yerel kulüplerin değişen rolünün etkili olduğunu belirtir. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra profesyonel futbolun gelişmesiyle, futbolda yerel kulüplerin toplumdaki rolünün azalması ve izleyicilerin daha fazla para ödemesine gayret edilen ticarileşmiş bir faaliyet haline gelmesi oyunun takipçilerinin konumunu da oyunun ve kulüplerinin temsilini de etkileyecektir (Taylor, 1975: 146). Futboldaki bu yabancılaşma süreci, işçi sınıfının geleneksel hafta sonu faaliyetlerinin çöküşünün bir parçasıydı. Bunlar sadece futbolu değil, aynı zamanda köpek yarışlarını, bando takımlarını, okçuluğu da içeriyordu. Bu yabancılaşma nedeniyle tribünlerdeki şiddet, yabancılaşmış işçi sınıfı gençlerinin, geleneksel hafta sonlarını yeniden oluşturma denemeleri olarak görülebilirdi (Marsh, Fox vd., 1996). Taraftarlık bu anlamda, futbol oyununda yeniden varlık kazanma biçimi olarak da okunabilir. Pasif, tüketime yönlendirilmiş seyirci, futbolun şov olarak örgütlendiği çağımızda elbette sistem tarafından tercih edilen bir durumdur. Bu aynı zamanda bir başka açıdan oyuna yabancılaşma anlamına da gelebilir.

Taraftar kavramı beraberinde kolektiviteyi getirir. Bu kolektivite, yalnızca maç günleri aynı stadi doldurmak, aynı maçı izlemek gibi pasif bir durum değildir. Taraftarlık bunlara ek olarak ilişki ağları içinde olmayı gerektirir. İlişki ağı, ortak hafıza, ortak dil, ortak tutum alış, diğer taraftarlarla oluşturulan ‘kamusal alan’dır. İlişki ağlarına dahil olma gerekliliği, artık ortak futbol kulübünü tutanların birlikteliğini aşarak, kendi özgün varlığının oluşması demektir. İlişki ağlarının oluşmasını sağlayan çatı, futbol kulübüne olan aidiyettir ama salt takım tutmayı aşan başka bir ortak kültür de oluşacaktır. Düzenli futbol takipçisi olmak da ‘taraftar’ olmak için yeterli değildir. İçinde şenliğin, hüznün, dayanışmanın beraberce yaşandığı bir sosyallik ve ‘sahada olanlar dışında’ bir kolektif hafıza taraftarlığın en önemli koşullarından birisidir.

Endüstriyel futbol piyasası tarafından yaratılmaya çalışılan futbol kültürü ise, yalnızlığı, bireyselleşmiş hayranlığı ve tüketimi özendirir. Televizyon futbolu, statlardaki kolektivite potansiyelinin yerine evde tek başına yaşanacak sevinç veya üzüntüyü pazarlar. Oyunu doğrudan etkileme

ihtimalini ortadan kaldırır. Kulüp ürünlerinin ya da futbolcu formalarının tüketimine indirgenen ‘sevgi’ ise çoktan karın parçası haline gelmiştir. King’in deyimiyle yeni-tüketici seyirciler⁴ futbol endüstrisinin sürmesi ve gelişmesi için temel önemdedir (King, 1998). Tüketimle kulüp sevgisi arasında bir doğru orantı yaratılır. Bu tip seyirciliğin taraftarlıkla⁵ ilgisi yoktur:

“Futbolda yaşanan ticarileşme kasten yeni tip bir taraftar profilini tercih etmektedir; daha zengin ama, daha az ‘sadık’ seyirciler. Maçlarda hazır bulunan bu yeni seyirciler, gittikçe ‘taraftarlar’ yerine ‘tüketicileri’, güçlü bireysel kimliği veya bir sadakati ifade etmek yerine eğlence arzusunu sürdürmeyi resmediyorlardı (King, 1997: 235)”.

Sistem, ‘seyirci’ kalıbına sokamadığı tipleri, genel olarak ‘suç bilimi’ terminolojileriyle yargılar, ‘holiganizm’ gibi çeşitli etiketleme formülleriyle marjinalize etmeye çalışır. Bu bilindik ve Türkiye’de akademide ve medyada da oldukça yaygın olarak kullanılan kriminolojik genellemelerin yanı sıra, özellikle Avrupa’da 1960’lardan sonundan itibaren gelişen süreçte futbol takipçileri çeşitli kategoriler çerçevesinde ele alınır. Oldukça geniş bir literatürün bulunduğu alanda futbolu takip eden kesimler içerisinde farklı kategoriler oluşturulmuştur. Hemen her kategorileştirmede olduğu gibi bu alanda yapılacak kategorileştirmelerin de sınırlılıklar içerdiği unutulmamalıdır. Bunun yanında elbette oluşturulan kategoriler birbirleriyle ilişkisiz ve geçişsiz değildir. Bu ayrımлаştırmada birbirine geçişler ve ilişkiler elbette önemli bir yere sahiptir, bunun yanında bu tip kategorileştirmeler anlamının kolaylaştırılmasına hizmet etmektedir. Bu kategoriler genel olarak futbol takipçilerini ‘şov endüstrisi merkezli’, ‘oyun (futbol) merkezli’ ve ‘heyecan merkezli’ sınıflamalara tabi tutabildiği gibi (Crabbe, Brown v.d. 2006), bunun yanında tribünlerdeki insanların el çırpıma, ortak hareket etmeye ve bağırıma yatkınlıkları vb. özellikleri üzerinden kolektif davranışları temelinde futbol takipçisi kitleler olarak değerlendirmeye tutulabilmektedir (McPhail, 1991). Bu gelişkin literatürün içerisinde farklı

4 (new consumer fans; ‘fan’ veya ‘supporter’ kavramları anlam itibariyle birbirlerine yakındır; fakat kavramlarının kullanılışı çeşitli metinlerde farklı anlamlara gelebilmektedir. Bu çalışmada kullanılan ‘taraftar’ kavramına ‘fan’ kavramı da karşılık gelebilmesine karşın ‘supporter’ kavramı daha yakın gözükmektedir.),

5 (yazarın ve literatürde kimi düşünürlerin zaman zaman kullandığı anlamda ‘supporter’)

kulüp taraftar ve seyircilerini çeşitli kriterler temelinde ayırmaştıran birçok çalışmanın yapıldığı enstitülerin bulunduğunu da belirtmek gerekmektedir. Elbette konuya ilişkin olarak farklı yaklaşımların bulunduğunu belirtilebilir. Bunun yanında Türkiye’deki futbol takipçilerinin sınıflandırılmasına ilişkin olarak medya seyirciliği, seyircilik, tüketim dünyasının etkisiyle ortaya görece son dönemlerde çıkan yeni-seyircilik ve ‘taraftarlık’ ayrıştırmalarının kimi açılardan kullanışlı olduğu düşünülebilir (Hatipoğlu ve Aydın: 2007).

Saaïjs’in Avrupa’da çeşitli kulüp ‘holiganları’ üzerine yaptığı çalışmada, ‘holiganlık’ olgusunun daha fazla araştırmaya gerek duyduğunun vurgulanmasına karşın, evrensel bir fenomen olarak öne çıkabilecek çeşitli unsurlarını vurgular. Bunlar, Saaïjs’e göre, heyecan ve zevk almayı canlandırması, katı erkeklik kimliği inşası, bireysel ve kolektif ‘itibar’ sahibi olmak, yerel mekana ait kimliklenme, dayanışma ve ait olma hissi olarak tanımlanabilir (2006:17-29). Saaïjs’in çalışmasında kullanılan ‘holiganlık’ teriminin bu çalışmada ‘taraftar’ olarak vurgulandığını belirtmekte fayda var. Gerçekten de farklı ülkelerde taraftarlar üzerine yapılan kimi çalışmalarda bu belirtilen unsurların kimilerinin vurgulandığı dikkat çekmektedir (Guilianotti, 2005; Hatipoğlu ve Aydın, 2007; Ünsal, 2005; Dal Lago, De Biasi, 1994; van der Brug, 1994). Taraftar gruplarında bulunan bu ortak unsurların sistemin genel ‘edilgenleştirici’ etkisine karşı bilinçli veya bilinçsiz bir karşıtlık taşıdığını belirtmek mümkündür. Bu noktada ‘erkeklik kimliğinin katı inşası’ olgusu özel bir durum olarak ele alındığı ve daha özel bir çalışmayı haketmesi bağlamında dışarıda bırakıldığında, bu ortak ‘kimliklenme’ durumunun özellikle son yıllarda çok daha net olarak kurumsallaştığı gözükten taraftar oluşumlarının ortaya çıkmasında genel olarak etkin olduğu söylenilebilir.

‘Taraftar’ kimliğinin ortaya çıkışında belki de en önemli duraklardan birisi, kulüp takipçilerinin belli bir zaman diliminde ‘kulübün kimliğinin’ yanına kendilerini ortaya koydukları ‘grup’ isimlerinin alınması ve örgütlülüğün bir anlamda deklarasyonudur. Örneğin İtalya’da ‘ultras’, İngiltere’de ‘holigan’ grupları, Latin Amerika’da ‘barras bravas’ olarak anılan taraftar gruplarının kimliklerinin net olarak ortaya çıkışı farklı coğrafyalarda farklı tarihlere işaret etmektedir. İtalya’da 1960’ların sonunda Milan tribünlerinde oluşan Fossa De Leoni taraftar grubu, yaygın olarak tanınan ilk kurumsallaşmış taraftar gruplarından biri olarak ortaya çıkar. Türkiye’de hemen 1980’lerin başlarında, Beşiktaş’ın Çarşı ve Ankaragücü’nün Güçlülük adlı grupları bu örgütlenme ve ‘kimliklenme’ sürecinin Türkiye’deki en önemli ilk örnekleri olarak sayılabilirler. Bunun yanında elbette bugün alt

liglerde yer alan kulüpleri de kapsayacak şekilde hemen hemen tüm futbol kulüplerinin destekleyicisi ‘tarafar grupları’ bulunmaktadır. Özellikle ülkemizde bu oluşumlar 1990’lar boyunca artan bir gelişim süreci yaşamıştır. Genel olarak 2000’li yıllarla beraber kurumsallaşmaları ve etki alanlarının artması oldukça hızlanmıştır. Burada farklı bir ‘isim’ alma durumu, grup adının ve sembollerinin zaman içerisinde taraftarlar nezdinde kulüp adının dahi önüne geçmesi süreci basit bir süreç değildir. Bu süreç aynı zamanda ‘tarafar’ın varolması anlamına gelecek ve ‘seyirci/destekçi’ kimliklerinin ötesinde farklı bir ilişkiler ağına ve farklı bir ‘oluşuma’ gönderme yapacaktır. Kimi ‘tarafar’lar üzerine yapılan görüşme ve gözlemlere dayalı çalışmalarda, ‘grup kimliğinin dayandığı çok farklı noktalar ve ‘seyircilik’ konumundan çok farklı gündemleri dikkat çeker (Kozanoğlu, 2002; Girtler, 2006; Toklucu, 2001; Çevik, 2004). Bu gündemler genel olarak oynanan ‘oyun’ ve ‘sahadaki süreçlerle’ ilgili değildir. Taraftarın saha dışındaki ilişkileri, kavgaları ve anıları futbolculardan veya teknik heyetin takımı sahaya sürüş biçiminden çok daha öncelikli ve asli bir konumdadır. Buradaki konum aslında ‘sahadaki futboldan’ çok daha farklı bir gündeme işaret eder ki, bu durum ‘tarafar’ gruplarının ve ‘tarafar’ olarak tanımlanmanın en önemli ayırıcı özelliklerinden birisidir. Hatta, kimi kulüp taraftarlarında, genel olarak stadyumda maç esnasındaki tezahüratların vurgusu bile ‘desteklenmesi’ gereken takıma yönelik değil, çoğunlukla ‘tarafarın kendi dünyasına ait’ söylemleri, üstelik çok baskın şekilde içerebilmektedir (bkz. Hatıpoğlu ve Aydın, 2007). Örneğin, takıma veya futbolculara yönelik cesaretlendirici ve teşvik edici ifadeler yerine, stadyumlarda ‘tarafar’ grubunun kendisini öne çıkardığı ifadelerle karşılaşmak hiç de zor değildir. Hatta ‘tarafar’ oluşumlarının stadın geneline hakim olabildiği çoğu stadyumda bu durum tezahüratların ana eksenini oluşturabilmektedir.

Endüstriyel futbolun gerilimi: taraftar mı, ‘12. adam’ mı ?

Her şeyden önce özellikle futbol kulübü yöneticileri ve medya tarafından sıklıkla kullanılan “12. adam” vurgusuna dikkat etmek gerekir. Profesyonelleşmiş ve şov endüstrisi olarak takdim edilen çağımızın futbolunda sahadaki oyuncuların ve ‘oyunun’ kendisinin hatta kulübün temsilcilerinin piyasa malzemesi haline getirilip metalaştırıldığı bir dönemde, bu ifade aslında bu yeni dönemin ihtiyacı olan tip ‘izleyiciyi’ de dile getirmektedir. Debord’un betimlediği ‘edilgenlik imparatorluğunun’ batmayan güneşi olan gösteri toplumunda (1996:16), bu gösterinin “ilan ettiği

gerçek-dışı birlik, kapitalist üretim tarzının gerçek birliğinin dayandığı sınıf ayrımını gizler... Toplumun soyut iktidarını yaratan şey onun somut özgürlüksüzlüğünü de yaratır” (1996:40) diyerek gösteri toplumu çağında kabul ettirilmek istenen ‘birlik’ söylemine ilginç bir örnek verir. Gerçekten de ‘12. adam’ vurgusu üzerinden sözde yaratılan birlik, sistemin sahadaki sporcuya bakışına benzer bir ilişkiyi izleyicilerle kurmasını istemesinin somut bir örneğidir. Meta dünyasının hareketleri ve kabulleri üzerinden yürüyen bir süreçte, insanların tanımlanması da elbette bunun üzerinden olacaktır.

En azından asgari düzeyde de olsa ‘örgütlü’ olmayı gerektiren taraftarlık, medya seyirciliğinden de seyircilikten de farklı özellikler arzeder. Her şeyden önce bu konu üzerine yapılmış hemen tüm çalışmalardan da anlaşılabilceği gibi ‘kolektif’ hareket etmeyi zorunlu hissetme ve kolektif harekete yönelme davranışı futbol seyircisi olarak tariflenecek kesimden çok daha net olarak gerçekleşir. Hırvatistan’da stadyumdaki izleyiciler arasında ‘örgütlü olma’ ve ‘örgütlü olmama’ özelliği üzerinden bir ayrıştırma yapan Bjelajac (2005:3) örgütlü grupların yani ‘taraftarların’ dayanışma duyguları, maceracı eğilimleri ve ortak ‘biz’ kimliğinin gelişkinliği yanında, örgütsüz seyirci yığına karşı, yaş, cinsiyet, sınıfsal özellikler gibi kimi karakteristik farklılıklar da gösterdiğini belirtir. Buna göre örgütlü taraftarlar, örgütsüz seyircilere göre daha işçi sınıfı ağırlıklı, daha az eğitilmiş ve daha genç olmak gibi özellikler arzederler (2005:7). Bunun yanında Bjelajac’ın bir başka vurgusu, kolektif ritüellerin ve ortak tepkilerin diğer ülkelerdeki taraftar gruplarınıninkilere olan benzerlikleridir. Buna göre tribünde meşale yakmaktan, binlerce insanın katılımıyla yapılan tribün koreografilerine, bedensel hareketleri kolektif olarak koordine etmekten tribünde daha az boşluk bırakacak şekilde oturmaya kadar birçok ritüelin evrenselliğinden bahsetmek mümkündür. Aslında tüm bu ‘kolektif’ davranışların etkili bir anlamı olduğundan bahsedilebilir. Beraber hareket etmeksizin taraftarlığın kendisini var etmesi ve ortaya koyabilmesi mümkün değildir. Bunun yanında ‘gösteri toplumunda’ varlığını ispat edip gösteriyi bir açıdan kesmek veya merkezini değiştirmek olarak da okunabilecek meşale yakmak ve tribünde kartonlardan koreografiler gerçekleştirmek çok farklı şekillerde de okunabilir. Ayrıca tribünlerin mekansal olarak taraftarlar tarafından ‘amaçlanandan’ farklı şekilde değerlendirilmeleri de söz konusudur. De Certau’nun özellikle kent mekanının algılanma ve kullanımındaki ‘alternatif haritaları’na veya hikayelerine benzer şekilde (1988:115-131), taraftarların tribünleri, koltukları ve tribünlerdeki çeşitli yükseltileri algılama ve kullanımları ‘planlanandan’

farklıdır. Örneğin, hemen her taraftar grubunun ortak özelliği olan ‘ayakta durarak maç izleme’ durumu oturmak için planlanan koltuklara, hem de çoğunlukla daha sıkı bir arada durmak için birden fazla kişinin, basılmasıyla oluşur. Tribünlerin giriş yapılan yerlerinin üzeri tribünde liderlik konumundaki insanların makamı olabilir. Beden ve mekan arasında kurulan bu ilişki kimi zaman çeşitli gerilimleri de ortaya çıkarır. Örneğin, ilk örneği 1990’ların hemen başında Hollanda’da yaşanan bugün hemen her yerde varolan, stadyumların birçok alanının ‘reklam panosu’ olarak metalaştırılması süreciyle taraftarların ‘kimliklerinde’ önemli bir yere sahip olan pankartlarını asabilecek alanların yok edilmesi üzerinden ortaya çıkan gerilimler kimi zaman ciddi çatışmaların sebebi olabilmektedir. Buradaki açık örneğinde sistemin ‘metalaştırdığı’ veya metalaştırmaya çalıştığı alana karşı mekan üzerinden bir gerilim oluşmaktadır. Bugün uluslararası düzeyde futbolu yönlendiren kurumlar statların ‘tamamının koltuklu hale gelmesini’ talep ederlerken aslında istenilen izleyici tipini de tarif ederler. Bunun yanında İngiltere’de şu an da yasak olan ayakta maç izleyebilme durumuna karşı Football Supporters Federation adındaki, neredeyse tüm liglerin kulüplerinin taraftar gruplarından üyeleri olan taraftarlar federasyonu yıllardır bu yasağa karşı ‘statlarda ayakta durulabilecek yerler’ için mücadele etmektedirler. Son yıllarda ‘stand up sit down’ (kalk-otur) adında yeni bir kampanya daha güçlü bir şekilde ‘futbol maçlarında ayakta durabilmeyi’ savunmaktadır (bkz. <http://standupsitdown.co.uk/>). Aslında burada sadece metalaşma ve piyasalaşma mantığının mekan üzerinde bir direnişle karşılaşmasından öte, ‘bedenin’ hareketleri üzerinde kurulan egemenlik de dikkat çeker. Bu noktada bedenlerin kontrolü ve hatta bedenin hareket ve kullanımı endüstriyel futbol isteklerine göre şekillendirilmesi söz konusudur. İngiltere’de zaten alt sınıfların ekonomik imkân anlamında fiilen dışlandıkları tribünlerden, sistem bir açıdan onların miraslarını da temizlemektedir. Buna benzer tartışmalar dünya çapında yaygınlaşmaktadır. Bununla beraber ülkemizde birçok ‘futbol yorumcusu’ sıklıkla ‘ayakta duran’ taraftarların gereksizliğine, bunun olumsuzluklarına ve bu durumun engellenmesi gerektiğine dikkat çekerek zaman zaman konuyu kamuoyu gündemine getirmektedirler.

Profesyonel futbol dünyası ve dünyadaki genel ekonomik (neo-liberal) dönüşümün kulüp ve futbol algısına etkilerini Hollanda’daki çeşitli izleyici grupları üzerinden değerlendirmeye çalışan Oppenhuisen ve Van Zoonen çalışmalarında, profesyonel futbolda ticari söylemin tüketicisi ile sportif söylemin taraftarı arasında bir gerilimden bahsetmektedirler (2006:63).

Hollanda'da 7 takımın takipçilerini ise kendilerinin geliştirdiği bir ölçek aracılığıyla değerlendirmeye tabi tutan yazarlar, birçok konuda endüstriyel futbolun taraftarlar arasında 'söylemsel olarak' kimi önemli başarılar elde ettiklerini de saptarlar (2006:69). Bunun yanında çalışmalarındaki verilere dayanarak, daha başarılı kulüplerin takipçilerinin endüstriyel futbolun söylemlerine ve değerlerine görece daha yatkın olduklarını söylemek mümkündür.

Şiddet ve taraftarlar üzerinden sorgulama ve eleştirel değerlendirme yönü az gelişmiş olan birçok değerlendirme hem akademiye, hem medyada sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Genellikle şiddete bulaşanlar kriminolojik terimlerle değerlendirilirler, 'sapma' olarak görülen bu tavırların etiketlenerek aslında 'fair' (adil) olmayan bir dünyada, altı tam doldurulmaksızın 'adil oyun' (fair play)dan bahsedilir.

Şiddet ve holiganizm kavramlarını bir arada ele alan birçok çalışma mevcuttur. Genelde her iki kavram da birbirini çağırıştırır. Konu ile ilgili ilginç saptamalardan birisini yapan King , şiddetin aslında taraftarların gereksindiği 'kolektif hafıza' için oldukça önemli yeri olduğunu, bunun taraftar grupları içerisinde dayanışmalarını ve sosyal ilişkilerini oluşturmada ilginç bir işlev edindiğini belirtir (2001: 582). Bir açıdan kurgulanan ve aslında çok da yüksek şiddet içermeyen kimi olaylar, taraftar grupları için kolektif hafızanın önemli bir unsuru olur. Taraftar grupları üzerine etkili betimlemeler yapan Avusturyalı sosyolog Girtler, birçok açıdan 'kabile savaşçıları'na benzediği taraftar örgütlülüklerinde cesaret ve 'yiğitlik' gösterilerinin ciddi bir önem arz ettiğini vurgular. Bu nokta kendisine göre kabile kültürüyle ciddi paralellikler içerir (2005:115). Yiğitliğin ve cesaretin gösterilebilmesi için ise 'şiddet' gerektiren gerilimler ön plana çıkacaktır. Taraftarların kendi sosyal ortamları içindeki statülerini belirleyecek bu durumlara örnek olarak polise karşı direniş göstermek ve çatışmaya girmenin önemli ritüeller arasında olduğunu belirten Girtler (2005:116), taraftar topluluklarını genel olarak 'savaşçı' bir topluluk olarak tanımlar. Girtler, taraftar gruplarının tribünlerde sayılarının görece azlığına karşı çok baskın bir hegemonyaya da sahip olabildiklerini belirtir. 'Modern sanayi toplumlarının' güven duygusu tam oluşmamış gençlere kendilerini özdeşleştirebilecekleri meşru imkân ve seçenek yoksunluğundan dolayı da birçok gencin taraftar gruplarında edindikleri kimlikle bu sorunun üstesinden gelmeye çalıştıklarını belirtmektedir (Girtler, 2005: 114). Futboldaki ve taraftardaki ritüelleri 'kabile topluluklarına' benzeten bir diğer önemli isim olan Morris, kitabı 'The Soccer

Tribe’ da taraftarların savaş metaforu üzerinden şekillendiğini, bunun çoğu zaman çok yüksek seviyede şiddet oluşturmamasına karşı ‘kabile topluluklarına’ yapılacak çeşitli benzetmelerle ciddi paralellikler bulunabileceğini belirtir (Morris, 1981). Bunun yanında ‘taraftar’lar arasındaki rituellerin ‘dışarıdan’ anlaşılması, hele endüstriyel futbol değerleriyle değerlendirilmesi hayli zordur. Ayrıca, ‘söylemsel olarak’ endüstriyel futbola eleştirel bir çerçeveden bakarak paranın ve yeni dünyanın kurallarının daha fazla hakim olmasına karşın ‘romantik bir futbol sevgisi’ ve ‘oyunun estetiğini’ ön plana çıkarmak da özellikle ‘taraftarlık’ kimliğini anlamada ciddi sıkıntılar ortaya koyacaktır. Eleştirel olduğu iddia edilebilecek olan kimi yaklaşımlarda da ‘şiddet’ konusu söz konusu olduğunda mevzunun incelenmesi ve algılanmasından çok doğrudan yargılayıcı tavırlar ülkemizde de dikkat çekmektedir. Buna karşı ‘şiddet’ olgusunun tanımlanması ve gerçek anlamda tartışılması aslında konu için önemlidir. Bu konuda Fiske’nin televizyon ve şiddet üzerine yapmış olduğu vurgular, futbol alanında egemen söylemin ve kimi ‘eleştirel’ iddiasındaki yaklaşımların zafiyeti açısından önemli gözükmektedir (1999: 166- 167) :

“Şiddet (örneğin fiziksel çatışma) sınıf ya da toplumsal çatışmayla arasındaki eğretilmeli ilişkiden dolayı popülerdir (...) ekranlardan şiddetin kökünü kazıma hareketini başlatanların orta sınıftan ahlakçılar olması hiç de beklenmedik bir durum değildir. Orta sınıftan ahlakçılar, televizyondaki toplumsal şiddeti ‘kınayarak’, en şiddete dayalı ve en çok suç unsuru taşıyan eylemleri gerçekte tahrik eden şeyin kendi ayrıcalıklı toplumsal konumları olabileceği şeklindeki rahatsız edici düşünceleri ele almaktan kaçınırlar”

Taraftarlık açısından dünyada önemli bir merkez olarak genelde İtalyan tribünleri kabul edilir. Gerek büyük şovlarıyla gerek geniş ve etkili örgütlülükleriyle İtalyan tribünlerindeki ‘ultras’ grupları(taraftar grupları) tüm dünyada bu konuyla ilgili olarak önemli etkiye sahiptir. İtalya’da 1960’ların sonundan itibaren 1970’lerle daha da egemen olan ‘ultras’ grupları, elbette İtalya’nın yaşadığı sosyo-kültürel ve ekonomik değişim süreçlerinden bağımsız oluşmamıştır. Genel olarak ‘alt-sınıf’ ağırlıklı oldukları bilinen (Marchi, 1994) bu grupların oluştuğu 1960 sonları İtalya’sı birçok anlamda sosyal çalkantıların olduğu da bir dönemdi. Hemen tüm kulüplerin ‘ultras’ grupları oluşmaya başlamış, zaman içerisinde bu gruplar arasındaki ilişkiler de gelişerek ortak bir ‘ultras’ kavrayışı gelişmeye başlamıştır. Özellikle 1990’lı yıllar, ki ülkemizde birçok irili ufaklı kentte-sembte taraftar gruplarının kendilerini en yoğun oluşturdukları dönemdir, kendisini

oluşturmuş ‘ultras’ gruplarının kendi deyimleriyle ‘modern futbola hayır’ sloganını öne çıkarmaya başladıkları yıllar olacaktır. Burada ‘modern futbol’ olarak anılan biçim, futbolu sadece ticari bir meta; taraftarı ise tüketici konumuna indirgemeye çalışan bir anlayıştır (Hatipoğlu ve Aydın, 2007). Bu ortak duruşun yanında, özellikle statlarda güvenlik görevlisi sayısının artırılması, tribünlerin önde gelenlerinin fişlenmesi, taraftara yönelik şiddetin artması gibi polisiye girişimlerin yaygınlaşması ‘ultras’ grupları arasındaki dayanışma ve diyalogları daha da geliştirici olmuştur. Özgürlüklerin kısıtlandığını belirten ‘ultras’lar bu konularda tüm dünyanın haberi olduğu birçok kampanya ve tepkinin de örgütleyici olmuşlardır. Örneğin, en son 2007-2008 sezonunun ikinci yarısında, çıkan bir arbedede polis tarafından öldürülen bir Lazio taraftarı için, koordine olan tüm kulüplerin ultras grupları o hafta İtalya’da oynanacak birçok maçı ‘fiili müdahalelerde’ bulunarak oynatmamışlar; hemen tüm maçlarda ise olayı protesto etmişlerdir. Kimi yerlerde olay doğrudan güvenlik güçleri ve taraftarlar arasında şiddetli çatışmalara dönüşmüştür. Özellikle 2002 sonrası Ultras Hareketi adında hemen hemen tüm İtalya’da kurumsallaşan bir güç yaratan gruplar, Brescia, Roma, Milano kentlerinde geniş katılımlı ortak gösteriler yapmışlardır. Gösterilerin ana teması Ultras Hareketi’nin manifestosunda yer alan çeşitli talepleri içermektedir. İtalya çapında organize olan ultras gruplarının, tüm dünyadaki taraftar gruplarına da esin kaynağı olan manifestolarında ‘tüketici temelli stat yerine taraftar temelli stat’, ‘yüksek bilet fiyatlarına karşı olmak’, ‘maçların aynı gün ve saatte oynanması’, ‘sis bombası, meşalelerin, koreografların engellenmesinin durdurulması’, ‘kulüplerin borsada piyasa değeri olmaması’, ‘güvenlik güçlerinin baskıcı uygulamalarına son verilmesi’ gibi noktaları da içeren birçok talep bulunmaktadır (Il Movimento del Ultras, www.movimentoultras.it/doc/manifesto_ultras.pdf; www.asromaultras.it/manifesto.html).

Türkiye’de burada tanımlandığı anlamıyla taraftar gruplarının oluşumu 1980’lerin başına denk gelmektedir. Bu açıdan özellikle İngiltere ve İtalya gibi ülkelere göre görece geç bir zaman diliminden bahsetmek mümkündür. Bunun yanında 1990’larda yaygınlaşan taraftar örgütlenmeleri, 2000’lerin ilk on yılının sonlarına gelinen bu dönemde fazlasıyla yaygınlaşmış, irili ufaklı tüm futbol kulüplerinin taraftar grupları oluşabilmiştir. Taraftar gruplarının ortak noktalarının yanında, özellikle oluştukları mekanın (kentin, semtin vs.) sosyal ve kültürel özelliklerini yansıtan bir yapıya sahip oldukları söylenebilir. Bunun yanında özellikle 2000’li yıllarla beraber yaygınlaşan internet

kullanımının da etkisiyle hem uluslararası gelişmelerden haberdar olma, hem de ülke içindeki taraftar gruplarının ve gruplara üye taraftarların ilişkileri bakımından ciddi bir gelişmeden bahsetmek mümkündür (<http://tribundergi.com>, <http://forzalivorno.org>). Ayrıca özellikle 2000'lerle beraber taraftar gruplarının dernekleşme eğilimleri hayli yükselmiş, birçok grup kendi dernekleri aracılığıyla balolar, paneller, piknikler, yemekler, yürüyüşler hatta ufak çaplı festivaller gibibirçok etkinlik yapmanın yanı sıra, atkıdan çakıya, dergiden çakmağa, araba kokularından eşofmanlara kadar farklı şekillerde kendilerine ait 'ürünler' de çıkartmaya başlamışlardır. Gruplar arasında oluşturulan çeşitli 'sınırlı' dayanışma tavırlarından bahsetmek mümkün olsa da, bu tip eğilimler İtalya'da hemen tüm 'ultras' gruplarını kapsayan görece kurumsal bir birliktelikten çok uzak, daha çok en fazla dört veya beş taraftar grubunu bir araya getirebilen kurumsallaşmamış ilişkiler söz konusudur. Fakat, son yıllardaki özellikle internetin sağladığı kimi gelişmeler, yaşanan sıkıntılar ve sahip olunan koşullarda oluşan ortaklaşmanın daha görünür olması ve taraftar grupları içerisinde uluslararası gelişmelere daha ilgili olan genç bir kuşağın etkinliğinin artması ile ilerleyen yıllarda İngiltere veya İtalya gibi ülkelerde görüldüğü şekilde daha kurumsallaşmış ortak platformlar sağlanması mümkün gözükmektedir.

Piyasa merkezli toplumsal projenin etki alanı ve derinliği geliştikçe ve aynı zamanda bu proje 'kültürel alanı' da daha fazla etkilemeye başladıkça buna karşı verilebilecek çeşitli tepkiler tarih boyunca görülmüştür. Elbette, futbol taraftarları da birçok açıdan bu sistemin kuralları çerçevesinde konumlanabilmektedir. Hakim sistemin 'para merkezli' düzenlemeleri elbette birçok durumda taraftar gruplarını da bu düzenlemelerin bizzat içerisinde olmasını sağlayabilmektedir. Tribünlerde son yıllarda daha görünür şekilde tartışılan ranttan pay alınması ve paylaşımı hakkındaki gerginlikler, taraftar gruplarının kulüp içerisindeki iktidar mücadelelerinde araç olarak kullanılmaya çalışılması belki de bu konuda akla gelebilecek ilk örnekler olacaktır. Fakat bunun yanında 'taraftarlık'/'ultras'/'barra bravas' vs. kavramlarının ortaya çıkışında da toplumsal alanda çeşitli çatışma ve gerilimlerin rol oynamış olabileceği unutulmamalıdır. Tarihçi E. P. Thompson, kapitalizm sürecini bir açıdan geleneksel/alternatif değer, kabuller ve pratikler ile 'piyasa toplumunun' kuruluşu arasındaki çatışma süreci olarak da ele alır. Buna göre, Thompson özellikle 18. Y.Y.İngiltere'sindeki ilk işçi görece düzenli işçi örgütlenmeleri ve çeşitli ayaklanmalardan bahsederken, "ihtiyaçların karşılanmasındaki piyasaya dayalı pratikler" ile "piyasa-dışı

pratiklerin” karşı karşıya gelmesinin gerçek gerilimin kaynağı olduğunu belirterek, ‘kitlelerin/halkın ahlaki ekonomisi’ (the moral economy of English crowd) kavramını geliştirir (1991: 184-189). Bu kavramı yoğun tarihsel materyalle de destekleyen Thompson aslında bu kavramı sadece ‘geriye dönük’ olarak tanımlamamıştır. Kavram ‘piyasa toplumu’ normlarının ve değerlerinin yaygınlaştırıldığı hemen her alanda ve zeminde belki de akılda tutulması gereken bir kavramdır. Thompson, ortaya attığı kavramı daha sonraki yıllarda incelediği bir makalesinde, ‘ahlaki ekonomi’nin ‘serbest pazarın’ ekonomisine direnişe çağrı olduğunu belirterek (1991: 340), kavramın daha geniş olan kapsayıcılığına da vurgu yapar. Aslında futbol dünyasında yaşanan piyasa kurallarının ve değerlerinin geçmişin ‘değerleriyle’ çatışmasını ve burada bir gerilim oluşmasının değerlendirilmesinde esinlenilecek bir yaklaşım olan Thompson’un bu yaklaşımı konu için tam olarak da yeterli olamaz. Çünkü, birincisi Thompson’un kavramı ortaya atarken yaptığı öncelikli vurgu ‘temel ihtiyaçlar’dır ve ikincisi üzerine yoğunlaştığı temel dönem 18 Y.Y. İngiltere’inde sınıf hareketinin ortaya çıkış dinamikleridir. Taraftarların bilinçli veya bilinçsizce ortaya koymuş oldukları varoluş ve yaratılan gerilim açısından çok önemli bir araç sağlasa da Thompson’ın yoğunlukla incelediği dönem sonrasına ilişkin değerlendirmelerin de konunun tartışılmasına ciddi katkısı olacaktır.

Birçok düşünürün kapitalizmin ‘mantığının’ yaygınlaşması ve derinleşmesi anlamında kültürel ve sosyal alanların etkilenmesi üzerine çalışmaları vardır. Özellikle 20. Y.Y.’daki hızlı gelişmeler bu tartışmaları beslemiştir. Örneğin, Marcuse gibi kimi 68 kuşağı düşünürleri kapitalizmin ‘rasyonalitesinin’ yaratmış olduğu ‘tek-boyutlu insana’, Ritzer gibi tüketim kültürü ve kapitalizmin görece gelişmiş koşullarında yaratılan tek düzeleşmiş fakat bir yandan renkli gözüken dünyaya dikkat çekerler. ‘Yaşam dünyasının sömürgeleştirilmesi’ kavramıyla Habermas, benzer tartışmaların en dikkat çekici olanlarından birisine imza atmıştır. Buna göre sistem kültür, toplum ve bireyden oluşan yaşam dünyasına karşı kendi kurallarını dayatarak ‘ideal olanı’ engeller. Bu aynı zamanda sistem ve yaşam dünyasının kopması anlamına da gelir (Habermas, 1987: 283). Bu diyalektik ilişki sistemin kendi değer dünyasını, ki ister istemez piyasacı bir temeli olan ekonomik sistemin, para merkezli değerini dayatması anlamına da gelir. Bu dayatmanın yarattığı gerilim, aslında Thompson’un daha ekonomi temelli kavramsallaştırmasıyla beraber ele alındığında ‘tarafdarlığın’ ortaya çıkışı ve sistem içerisindeki

konumu daha ilginç bir hale gelir. Bir yandan piyasacı değerlerle yaşanan bir gerilim, diğer yandan özellikle kültürel ve sosyal alanın yine bu değerler merkezinde değişime uğratılmasına karşı ‘yaşam alanlarının sömürgeleştirilmesine’ karşı bir kendiliğinden karşı koyuş acaba düşünülebilir mi? Burada özellikle işçi sınıfı bilinci ve kültürünün ortaya çıkma sürecine vurgu yapan Thompson’un yanında, 1968 olaylarıyla sembolleşen, aslında gelişen kapitalizme daha farklı tepkileri içerek şekilde bir ‘isyanı’ temsil eden dönemlerinin birlikte alınması belki de tartışma açısından yararlıdır. Ekonomik alandaki ‘yeni-liberal’ uygulamaların hızlandırılması ve toplumsal etkilerinin daha görünür hale gelmesiyle, taraftar gruplarının ortaya çıkış ve canlanması arasında ciddi paralellikler bulmak mümkündür. Özellikle 1970’lerde Avrupa’da taraftar gruplarının gelişimi ve 1980’lerle beraber Türkiye’de gerçek anlamda ortaya çıkmaya başlayan öncü örgütlülükler böyle bir duruma işaret eder. Fakat, bunun yanında kültürel ve sosyal alanlardaki değişim ve dönüşümün daha ‘özgürlükçü’ bir şekilde eleştirildiği 68 döneminin de hemen taraftar gruplarının oluşum yıllarına gelmesi acaba bir tesadüf müdür? Habermas’ın (1987:310-311) önem verdiği sistem tarafından domine edilen yaşam dünyasında iletişim durumunun engellenmesi bir açıdan Debord’un ‘şenliksiz çağ’ dediği gösteri toplumunun (1996:87) insanlar üzerinde yaratmış olduğu hegemonyaya da işaret eder. Tribün dilinde ‘tribüncülüğün’, hayata ‘gider yapmak’, isyan etmek anlamına gelmesi (Hatipoğlu ve Aydın, 2007: 150) aslında bir açıdan bu sömürgeleştirilen alanda, bu duruma duyulan rahatsızlığın isyan olarak ortaya konulmasının önemli göstergelerinden birisidir. Futbol taraftarları üzerine yapılan birçok çalışmada içki içmek, deplasman seyahatlerindeki yüksek dozlu eğlence, taraftar grubu etkinliklerinde bulunabilmek için iş veya okul yükümlülüklerinde yapılan ‘devamsızlıkların’ gururla oldukça sık vurgulanması gibi durumlar dikkat çekerken, aslında burada bir açıdan yaşamın tekdüzeliğine ve sistemin ‘kurallarına’ karşı sahte de olsa, sürekli olamasa da yaratılan şenlik durumu üzerinden bir karşı koyma durumunun söz konusu olduğundan söz edilebilir. Ayrıca Thompson’un piyasa kurallarına karşı gelmeye ‘çağrı’ olarak tanımladığı konum üzerinden taraftarların, endüstriyel futbol dünyasında kendilerine daha çok ‘dayanışma’ içeren bir alan yaratmaları ve ister istemez bunun üzerinden ortaya çıkan gerilim de söz konusu edilebilir.

Özellikle futbol taraftarlığının görünür hale gelip, ilk örgütlenmelerinin ortaya çıktığı 1960’ların sonları hatırlandığında, bu yıllarla ilgili olarak

Lefebvre'in gündelik hayatın artık geçmiş dönemlere nazaran yüzüstü bırakılmış bir alan, uzmanlaşmış faaliyetlerin ortak mekanı, nötr bir alan olmadığını belirtmesi önemlidir (1998:63). Buna göre Lefebvre'in kavramsallaştırmasıyla 'bürokratik yönlendirilmiş tüketim toplumu' 1960'lardan itibaren daha baskın hale gelerek birçok farklılaşmayı özellikle 'gündelik hayat' üzerinden ortaya koyar. Metropolun bu tip bir tüketim toplumu tarafından sömürgeleştirilmesi (1998:64), modern dünyada gündelik hayatın nesneleşmesinin sonucu olarak ortaya çıkması söz konusudur. Lefebvre, özellikle işçi sınıfı ve 'gençlerin' bu dönemde farklı biçimlerde gündelik hayatı 'reddetmeleri' üzerinde de durmaktadır. Gençler ve topluma karşı 'reddediş' tavırları hakkında Lefebvre şunları belirtmektedir (1998:95-96):

"...En belirgin olanı, azınlıkta olan fakat sürekli yenilenen 'gençler' grubunun, bu topluma karşı yönelttiği reddediştir. Toptan, bütünsel, umutsuz, evrimsiz, mutlak, sürekli yeniden başlanan bir reddediştir bu. Reddeden gruplar, bilindiği gibi, şiddet yanlısı ve şiddete karşı olarak ikiye ayrılır. Reddediş, gündelik hayattan çıkmak ve yapıt üretmenin, uyarılmanın egemen olduğu bir başka hayatı kurmak için harekete geçmeyi gerekli kılar. Bu 'başka hayat', farklı araçlarla sınıanır: serserilik, uyuşturucular, kendine ait bir dil ve suç ortaklığı vs...."

Aslında tribün gruplarının da oluştuğu bu dönem için ve gündelik hayata ilişkin sistemin etkisinin artması durumuna karşı 'tarafdar' gruplarının da bir tür sunulan nesneleştirilmiş gündelik hayat biçimine bir 'reddediş' olarak görülebilmesi olasıdır. Lefebvre'nin üzerinde durduğu dönemden bu yana kendisinin tanımladığı çerçeveden çok daha etkili bir tüketim toplumu gücüyle toplumun karşı karşıya olduğunu ve gündelik hayat üzerindeki sistem etkisinin arttığını belirtmek gerekmektedir. Lefebvre'nin vurguları 'tarafdarlık' kimliğinin anlaşılması için önemli gözükmektedir. Gündelik hayatın yanında, 'kamusal alan' tartışması da özellikle Negt ve Kluge'un 'proleter kamusal alanı' ve 'burjuva kamusalılığı' tartışmalarının da ortaya çıktığı tarih 1970'lerdir. Yazarlar, genel olarak özellikle 'yeni kamusalılıkların' ortaya çıkışı ve burjuva kamusalılığı yanında ondan farklı fakat bağlamla ilişkili olarak gelişen proleter kamusalılığına dikkat çekerler (Negt, Kluge: 1993). Bu tartışmaya burada fazla girilemese de, ağırlıklı kısmı işçi sınıfının çeşitli tabakalarından oluşan 'tarafdar' gruplarının sosyalliğini bu tartışmayla beraber düşünmek de mümkündür.

SONUÇ

İzlenmesi ve oynanmasıyla milyonları cezbeden futbolun dünyasında egemen sistem söyleminin dışında farklı konular ve farklı durumların olabileceği gözden kaçırılmamalıdır. Ekonomik ve sosyal dünyadaki değişimlerin tek yönlü ve doğrudan belirlenmiş sonuçları olması mümkün değildir. Futbol dünyasında daha fazla hissedilen piyasa kurallarının daha hakim duruma gelmesi ister istemez yanıtsız ve tepkisiz olmayacaktır. Bu yanıtın nasıl 'olması gerektiği'nden önce, ortadaki gerilimlerin çıkışları üzerine odaklanmak tartışma açısından daha yararlı gözükmektedir.

Bugün diliyle, kültürüyle ve temsiliyle endüstriyel-para merkezli futbol dünyasının değerlerinden birçok noktada farklılaşan ' taraftarlık'tan bahsetmek mümkündür. Bugün özellikle televizyon üzerinden bir şov endüstrisi olarak tanımlanan futbolu, sistemin bu ana söyleminden farklı şekilde anlayan bir olgu olarak taraftarlığın birçok ayrıştırıcı özelliğini bulmak mümkündür. Herşeyden önce günümüzün 'endüstriyel futbol' anlayışının paraya ve metaya odaklı yaklaşımına karşın, taraftarın dünyasında para ve meta merkezli anlayış merkezi değil, aksine taraftarların anlam dünyasında bu anlayışa karşı bilinçli ya da bilinçsiz bir karşı koyuş potansiyeli bulunmaktadır. Taraftar grupları bu süreci aynı zamanda 'izleyicileştirme' süreçlerine karşı ister istemez yaşadıkları gerilimle somutta yaşamaktadırlar. Şov endüstrisinin değerleri ile taraftarın değerleri arasında farklılıklar bulunmaktadır. Şov endüstrisi hayran olunacak 'futbol yıldızlarını' öne çıkarırken; taraftar grupları kendi 'yıldızlarını' kendi grup ilişkileri içerisinden çıkarmaya eğilimlidirler. Taraftar gruplarının gündemleri ise yine endüstriyel futbolun sunduğu gündemlerden farklı olabilmektedir. Medyada bir maç hakkında yer alan 'futbol-merkezli' değerlendirmelerden çok, o maç öncesi, sırası veya sonrasında taraftar gruplarının ilişkileri, deplasman yolculuğu anıları gibi aslında endüstriyel futbolun gündemleri açısından pek değeri olmayan konular taraftarlar açısından çok daha önemli olabilir. Bu ayrı anlam dünyaları aslında bir açıdan hakim medyaya alternatif olarak da değerlendirilebilecek taraftar forumlarının işlevine ilişkin de önemli veri sunmaktadır. İletişim teknolojisindeki gelişmelerle sistemin belirlenim şansı artarken, bir yandan da alternatif duruşların kendisini besleme kanalları da genişlemektedir. Örneğin, egemen medya tarafından milyonlara sunulan hayran olunacak 'futbolcu' veya 'takım' tanıtımlarına karşın; bugün dünyada binlerce ' taraftar' internet üzerinden farklı ülkelerdeki taraftar gruplarının 'icraatlarıyla', 'yeni

besteleriyle' tartışmasız çok daha fazla ilgilenmektedirler. Bunun yanında ' taraftar' kimliğinin en önemli temsilcilerinden birisi olan 'grup ismi' almanın ve bir açıdan belli bir zaman sonra bunun kulüp temsili yerine geçmesini, kitlelerin elinden, yüzyıllar süren süreç boyunca her geçen gün daha fazla, alınan oyuna karşı bir tepki olarak algılamak mümkündür.

Taraftar gruplarının oluşum süreçlerine odaklanıldığında bunların çok temel ekonomik ve sosyal kırılma anlarına denk geldiği görülecektir. Özellikle bu noktada, 1960'li yılların sonu ve 1970'li yılların kapitalizmin önemli bir evresine denk geldiğini belirtmek gerekmektedir. Kimi yazarlarca örgütlü kapitalizmden örgütsüz kapitalizme geçiş, kimi yazarlarca dünyanın gördüğü en önemli piyasalaşma süreçlerinden birinin başladığı dönem olarak tarif edilecek bu yılların, birçok düşünürce önemli değişimleri beraberinde getirdiği vurgulanmaktadır. Son dönem sosyal bilimler literatüründeki ana tartışmaların merkezinde de aslında özellikle 1970'li yılları merkeze alan kapitalizmin yeni evresi vurgularının çok önemli yeri vardır.

Bir diğer üzerinde düşünülmesi gereken nokta, taraftar grupları içerisinde yer alan bireylerin bu gruplar içerisindeki etkileşimle bir anlamda sosyal olarak 'güçlenmeleri' ve aynı zamanda yalnızca futbol alanında değil hayatın başka alanlarında da kendilerine olan güven ve öz-güçlerinin gelişimine de katkı sunabilmesidir. Yani, yalnızca bir taraftar olarak futbol alanında taraftar grubunun kollektivesiyle yaratılan bir gücün yanı sıra bu grubun üyesi birey hayatın farklı alanlarındaki edilgenleştirilme süreçlerine ve yabancılaşmaya da kısmi de olsa karşı koyuş gerçekleştirebilecek bir olanağın sahibi olabilir. Bu ve benzer konularda son yıllarda sınırlı da olsa tartışmalar yürütülmektedir. Bu duruma ilişkin en önemli anlatımlardan birisini Lexi Aleksander'ın yönettiği 2005 yapımı Green Street Hooligans adlı filmde bulmak mümkündür. Eliah Wood'un canlandırdığı Matt Buckner karakteri orta sınıf, eğitilmiş ve toplumdaki hakim iktidar ilişkilerinin de kısmi mağduru bir karakterdir. Hayatında hiç karşılaşmadığı 'holigan' grubuyla tanışması hayatında ciddi etkilere sahip olacaktır. Filmin sonunda Buckner, büyük oranda bu holigan grubu içerisinde elde ettiği 'özgüveni' ile kendisini güçsüz hissettiği iktidar ve güç sembolüne karşı sembolik de olsa zafer kazanacak ve film Buckner'ın tek başına sokakta yaptığı 'tezahurat'la bitecektir. Film, ' taraftarlığın' özellikle bireye etkilerini yalnız tribünde de değil hayatın birçok alanına işaret edecek şekilde çok geniş bir düzeyde ele alması ve isyan temasını işleme bakımından hayli özgün bir yapımdır. Bu açıdan bu makaledeki tartışma için çok önemli bir yeri vardır.

Kitlelerin elinden alınan oyunun daha da belirgin hale gelmesi belki kitlelerin bu ‘oyunu’ başka türlü formlarda sahiplenme arayışlarını tetiklemiştir. Ayrıca burada unutulmamalıdır ki, konu üzerine tüm dünya çapında yapılan araştırmalarda da ortaya konulduğu gibi, bu farklı formda sahiplenmeyi yaratanların çok ağırlıklı kısmı toplumun alt katmanlarından gelmektedir. Bunun yanında ‘gündelik’ hayatın tekdüzeliğini eleştiren orta sınıf unsurlar için de, buraya eklenmek ciddi bir alternatif yaratabilmiştir. Birçok çalışmada görüldüğü gibi, taraftarlığın dayanışma gözetken ve ‘şenlikli’ havası dikkat çeker. Aynı zamanda en önemli özelliği olan ‘kolektif davranma zorunluluğu’, taraftarların bu dünyada hakim olan birçok değer tersi değerleri yaşamlarına sokmalarına yardımcı olmaktadır. Elbette, sistemden veya hakim düşünceden ‘bağımsız’ bir taraftarlık kurumundan da bahsetmek mümkün değildir. Birçok zaman birçok taraftar grubu sistemin değerlerine çok farklı şekillerde eklenilebilmektedir veya uygulanan yatay şiddet sonucu farklı sonuçlar ve sahte durumların hakim paradigmanın işine gelebilecek sonuçları da ortaya çıkabilmektedir. Fakat bu çalışmada temel olarak ‘taraftarlığın’ nasıl ve hangi şartlarda ortaya çıktığı ve endüstriyel futbolun içerisindeki gerilimli durumu üzerinde durulmaya çalışılmıştır.

KAYNAKÇA

- A.S. Roma Ultras manifesto : <http://www.asromaultras.it/manifesto.html>. (Erişim: 18 Nisan 2008)
- Akşar, T. (2005). *Endüstriyel futbol*. İstanbul: Literatür.
- Arık, M.B. (2004). *Top ekranda*. İstanbul: Salyangoz.
- Authier, C. (2002). *Futbol A.Ş.* İstanbul: Kitap.
- Bjelajac, S. (2005, 11-15 Jul). The social structure of football fans in the city of split. *Presentation at the 8th international seminar democracy and human rights in multiethnic societies*. Konjic-Bosna-Herzegovina.
- Boniface, P. (2007). *Futbol ve küreselleşme*. İstanbul : NTV.
- Conn, D. (1999). The new commercialism. İçinde: S. Hamil, J. Michie , C. Oughton (der.). *A game of two halves? The business of football*. London: Mainstream.
- Çevik, E. (2004). Ankaragücü taraftarından bir kesit. İçinde: Bora, T. (der.). *Takımdan ayrı düz koşu*. İstanbul: İletişim.
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu ve yorumlar*. İstanbul: Ayrıntı.
- De Certau (1988). *The practice of everyday life*. London: University of California.
- Elias, N. & Dunning E. (1986). *Quest for excitement: Sport and leisure in the civilising process*. London : Blackwell.
- Fiske, John (1999). *Popüler kültürü anlamak*. Ankara: Ark.
- FSI (2008). Congress invitation. <http://footballsupportersinternational.com/en/> (Erişim: 8 Mayıs 2008).

- Girtler, R. (2005). *Terbiyesizliğin teorisi*, İstanbul :Kale.
- Guilianotti, R. (2005). Towards a critical antropology of voice: the politics and poets of popular culture, scotland and football. *Crituque of Antropology*, Vol. 25, Is.4:339-359.
- Habermas, J. (1987). The theory of communicative action. Vol 2, *Lifeworld and system: a critique of functionalist theory*. Boston-New York: Beacon.
- Hall, S. (1999). Popüler kültür ve devlet. İçinde: N. Güngör (der.). *Popüler kültür ve iktidar*. Ankara: Vadi.
- Hatipoğlu D. & Aydın, B. (2007). *Bastır Ankaragücü: Kent, kimlik, endüstriyel futbol ve taraftarlık*. Ankara: Epos.
- Howard, S. & Sayce, R. (2002). Branding, sponsorship and commerce in football, *Fact Sheet 11*, University of Leicester. [http:// standupsitdown.co.uk](http://standupsitdown.co.uk). (Erişim: 18 Nisan 2008).
- Il Movimento del Ultras (2007). Manifesto Ultras, www.movimentoultras.it/doc/manifeto_ultras.pdf, (Erişim: 18 Nisan 2008).
- King, A. (1997). New directors, customers and fans: The transformation of english football in 1990's. *Sociology of Sport*, Vol: 14/3, 226-244.
- King, A. (1998). *The end of the terraces: the transformation of english football in 1990's*. London: Leicester University.
- King, A. (2001). Violent pasts: collective memory and football hooliganism. *The Sociological Review*, Vol 49, N. 4: 568-585.
- Kozanoğlu, C. (2002). *Bu maçı alıcaz!*, İstanbul: İletişim.
- Lefebvre, H. (1998). *Modern dünyada gündelik hayat*. İstanbul: Metis.
- Marchi, V. (1994). *Ultra: Le sottoculture giovanili negli stadi d'europa*. Roma: Koine.
- Marsh P., & Fox K., & Carnibella G., & Mc Cann J., & Marsh J. (1996). Football violence and hooliganism in europe. *The Amsterdam Group* (www.sirc.org/publik/football_violence.html).(Erişim: 1 Mart 2007).
- McGill, C. (2006) *Futbolun kârhanesi*. İstanbul: İthaki.
- Morris, D. (1981) *The soccer tribe*. London: J. Cape.
- Negt, O. & Kluge, A. (1993). *Public sphere and experience: Toward an analysis of the bourgeois and proletarian public sphere*. London: University of Minnesota.
- Oppenhuisen, J. & Zoonen, L.V.(2006). Supporters or consumers? Fandom, marketing and the political economy of Dutch football. *Soccer and Society*. Vol. 7, No: 1, 62-75.
- Stemmler, Theo (2000). *Futbolun kısa tarihi*. Ankara: Dost.
- Şahin, M. (2003). *Sporda şiddet ve saldırganlık*. Ankara: Nobel.
- Talimciler, A. (2003). Türkiye'de futbol fanatizmi ve medya ilişkisi. İstanbul:Bağlam.
- Taylor, I. (1975). Soccer consciosness and soccer hooliganism. İçinde: Cohen S.(der.). *Images of deviance*. Middlesex: Penguin.
- Thompson, E.P. (1991). *Customs In common*. London: Penguin.
- Toklucu, M. (2001). *Taraftarın senle*. İstanbul: İletişim.
- Ünsal, Artun (2005). *Tribün cemaatinin öfkesi: Ticarileşen Türkiye futbolunda şiddet*. İstanbul: İletişim.
- Walvin, J. (1994). *The people's game the history of football revisited*. London: Mains.