

**FUTBOLDA ERİL SÖYLEM VE BUNUN TELEVİZYON
FUTBOL TARTIŞMA PROGRAMLARINA YANSIMASI:
YENİ SEN DE YEN SEN DE VE BEYAZ FUTBOL ÖRNEKLERİ**

Mustafa ALTIOK

Yüksek Lisans Tezi

Eskişehir, 2017

**FUTBOLDA ERİL SÖYLEM VE BUNUN TELEVİZYON FUTBOL TARTIŞMA
PROGRAMLARINA YANSIMASI: YENİLSEN DE YENSEN DE VE BEYAZ
FUTBOL ÖRNEKLERİ**

MUSTAFA ALTIOK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sinema ve Televizyon Ana Bilim Dalı

Danışman: Yard. Doç. Dr. Ufuk KÜÇÜKCAN

Eskişehir

T.C

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Mayıs, 2017

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Mustafa ALTIOK'un "Futbolda Eril Söylem ve Bunun Televizyon Futbol Tartışma Programlarına Yansımaları: Yenilsen de Yensen de ve Beyaz Futbol Örnekleri" başlıklı tezi 23 Mayıs 2017 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan Sinema ve Televizyon Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Yrd.Doç.Dr.Ufuk KÜÇÜKCAN
Üye : Yrd.Doç.Dr.Serhat SERTER
Üye : Yrd.Doç.Dr.Hakan ERKİLİÇ

Prof.Dr.Kemal YILDIRIM
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

FUTBOLDA ERİL SÖYLEM VE BUNUN TÜRKİYEDEKİ FUTBOL TARTIŞMA PROGRAMLARINA YANSIMASI: YENİLTEN DE YENİLTEN DE VE BEYAZ FUTBOL ÖRNEKLERİ

Mustafa ALTIOK

Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs 2017

Danışman: Yard. Doç. Dr. Ufuk KÜÇÜKCAN

“Futbolda eril söylem ve bunun Türkiye’deki futbol tartışma programlarına yansımaları: Yeniltilen de yeniltilen de ve Beyaz futbol örnekleri” konulu Yüksek Lisans tez çalışmasında, erkekliğin inşasının ve kullanımının sporun en popüler dalı olan futbol’da nasıl geliştiği incelenmiştir. Futbol maçları öncesi veya sonrasında yayın yapan futbol tartışma programlarının, erkekliğin inşasına olan “desteği” bu çalışmada ele alınmıştır. Spor ve beden arasındaki ilişki sonucu kadının, erkeğin gerisinde kalması ve bu duruma spor programlarının etkisi incelenmiştir. Televizyonun, futbolu ilgi odağına almasıyla birlikte toplumdaki eril dilin futbola ve bu çalışmanın da ilgi odağı olan futbol tartışma programlarına yansımaları ve çeşitli gelişmelerle birlikte kadınların da artık futbolda var olma mücadelesi bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Futbol, Futbol Tartışma Programları, Eril Söylem, Toplumsal Cinsiyet, Televizyon

ABSTRACT

MASCULINE LANGUAGE IN FOOTBALL AND REFLECTION TO THE TURKISH TELEVISION FOOTBALL DISCUSSION PROGRAMS: SAMPLES OF THE YENİSEN DE YENSEN DE AND BEYAZ FUTBOL

Mustafa ALTIOK

Cinema and television department

Anadolu University, Graduate School Of The Cinema And Television,

May ,2017

Supervisor: Assist. Prof. Dr. Ufuk KÜÇÜKCAN

In this master thesis study concerning the subject line, “Masculine language in football and reflection to the turkish television football discussion programs: samples of the Yenilsen de yensen de and Beyaz futbol” the way how build-up and use of masculinity improved in football discussion shows- most of which air pre and post –football games- to the construct of masculinity was studied. The ways how woman were systematically left behind the men as a result of the link between sports and body, as well as the impact of television programs on sport to this situation, were investigated. In an effort to clarify the underlying reasons of various occurances causing women to hustle more actively to partake and exist in the medium of football; this studies was based on the reflection of masculine utterances and reteorical masculinity of the society to the football talk shows along with the placement of the football in the centre of attention by the television.

Keywords: Football, Football Discussion Programs, Masculine language, sociology of gender, television

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleşmesi sürecinde bana her türlü maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen başta *Anne ve Babama* çok teşekkür ederim. Hayatımdaki belki de en değerli varlığım olan ve bu süreçte çok fazlasıyla desteğini hissettiren kardeşim *Eda Altıok* teşekkürlerin en güzelini hak ediyor. Olmasalardı çoğu şeyin eksik olacağını bildiğim çok sevgili dostlarım *Elçin Aşkar*, *Şenol Çalışkan* ve *Betül Solmaz'a*, çalışmayı duyduğu anda desteğini esirgemeyen *Ntvspor ailesine* ve özellikle kişisel görüşme yapmayı kabul eden çok saygıdeğer *Banu Yelkovan* ve *Bağış Erten* ikilisine, umudumu kaybettiğim anda ortaya çıkan ve devam etme gücünü bende hissettiren ve ismini saymakla bitiremeyeceğim çok değerli arkadaşlarıma, bu çalışmada bana destek sağlayan bütün *Ankara Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi hocalarıma* teşekkürü bir borç bilirim.

23.06/2017.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu, çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalardan bilimsel etik, ilke ve kurallarına uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan "bilimsel intihal tespit programı"yla tarandığımı ve hiçbir şekilde "intihal içermediğimi" beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

MUSTAFA ALTIÖK

İÇİNDEKİLER

Sayfa

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	II
ÖZET	III
ABSTRACT.....	IV
TEŞEKKÜR	V
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	VI
İÇİNDEKİLER.....	VII
TABLolar DİZİNİ.....	X
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	XI
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem.....	2
1.2. Amaç	3
1.3. Önem	5
1.4. Varsayım.....	6
1.5. Sınırlılıklar	7
1.6. Yöntem	7
1.7. Tanımlar	8
2. BİR SPOR DALI OLARAK FUTBOLUN TELEVİZYON ORTAKLIĞI VE FUTBOLDAKİ HEGEMONİK ERKEKLİK.....	9
2.1. Futbol ve Spor Kavramlarına Genel Bir Bakış.....	9
2.1.1. Spor kavramı.....	9
2.1.2. Futbol kavramı ve kısaca futbol tarihi	11
2.2. Futbol ve Televizyon Ortaklığı	15
2.2.1. Bir kitle iletişim aracı olarak televizyon	15
2.2.2. Futbol ve televizyon ortaklığı.....	16

2.2.3.	Televizyonda futbol tartışma programları.....	19
2.3.	FUTBOL VE HEGEMONİK ERKEKLİK.....	22
2.3.1.	Hegemonik Erkekliğin Kuramsal Çerçevesi ve Eril Dilin Yansıması Olarak Futbol Tartışma Programları.....	22
2.3.2.	Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramları.....	22
2.4.	Erkeklik ve Hegemonik Erkeklik Tanımlaması.....	23
2.4.1.	Erkeklik ve erkekliğin iktidar bağıntısı.....	25
2.4.2.	Erkeklik nedir? Erkeklik kodları nelerdir?.....	27
2.5.	Futbol ve Erkeklik Bağı.....	34
2.5.1.	Futbolun bedenle ilişkisi ve futbolun eril yönü.....	35
2.5.2.	Erkekliğin futbol tartışma programlarında görünümü.....	37
2.6.	Futbolun Kitleselliği ve Taraftar.....	41
2.6.1.	Taraftarlığın değişen yönü ve kadın taraftar.....	42
2.6.2.	Futbolun ekonomisi, pazarlaması ve yeni medya gelişmelerinin futbola katkısı.....	48
2.6.3.	Bir homososyal alan olarak stadyumlar.....	55
3.	İÇERİK ANALİZİ.....	59
3.1.	İçerik Analizi.....	59
3.1.1.	İçerik analizinin özellikleri.....	60
3.1.2.	İçerik analizi yöntemi ve uygulaması.....	60
3.2.	Programlardaki Kodların Analizleri.....	61
3.2.1.	Agresiflik ve Sertlik Vurgusu.....	61
3.2.1.1.	Yenilsen de Yensen de.....	62
3.2.1.2.	Beyaz futbol.....	64
3.2.2.	Güç ve Dayanıklılık Vurgusu.....	67
3.2.2.1.	Yenilsen de yensen de.....	68
3.2.2.2.	Beyaz futbol.....	69
3.2.3.	Akıl/ Uzmanlık Vurgusu.....	70
3.2.3.1.	Yenilsen de yensen de.....	70
3.2.3.2.	Beyaz futbol.....	71
3.2.4.	Maceracılık Söylemleri.....	72

3.2.4.1. Yenilsen de yensen de	73
3.2.4.2. Beyaz futbol	73
3.2.5. Risk söylemleri	74
3.2.5.1. Yenilsen de yensen de	75
3.2.5.2. Beyaz futbol	76
3.2.6. Duygusallık söylemleri	77
3.2.6.1. Yenilsen de yensen de	78
3.2.6.2. Beyaz futbol	79
3.2.7. Kadınsılık.....	80
3.2.7.1. Yenilsen de yensen de	81
3.2.7.2. Beyaz futbol	81
3.2.8. Eşcinsellik Vurgusu	82
3.2.8.1. Yenilsen de yensen de	84
3.2.8.1. Beyaz futbol	84
3.2.9. Argo söylemler	86
3.2.9.1. Yenilsen de yensen de	87
3.2.9.2. Beyaz futbol	87
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	94
4.1. Sonuç	94
4.1.1. Beyaz futbol ve yenilsen de yensen de programlarının içeriklerinin benzerlikleri ve farkları.....	94
4.1.2. Verilerin yorumlanması	98
4.2. Sonuç ve Öneriler.....	115
4.3. Programın Sunucularının Futbol Ve Eril Söylem Düşünceleri Üzerine Yapılan Derinlemesine Görüşme	119
KAYNAKÇA.....	125

TABLolar DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 1: Dünya Kadınlar Futbol Şampiyonası Seyirci Ortalaması	46
Tablo 2: Dünya Erkekler Futbol Şampiyonası Seyirci Ortalaması	47
Tablo 3: Yenilsen de Yensen de (2 Kasım 2014 yayını) ve Beyaz Futbol (14 Şubat 2016) programlarındaki erkeklik kodlarının kullanımlarının sayısal dökümü	95
Tablo 4: Yenilsen de Yensen de (4 Ocak 2015 yayını) ve Beyaz Futbol (6 Mart 2016) programlarındaki erkeklik kodlarının kullanımlarının sayısal dökümü	97
Tablo 5: Yenilsen de Yensen de (8 Mart 2015 yayını) ve Beyaz Futbol (8 Mayıs 2016) programlarındaki erkeklik kodlarının kullanımlarının sayısal dökümü	106
Tablo 6: Yenilsen de Yensen de ve Beyaz Futbol programlarındaki erkeklik kodlarının toplamının sayısal dökümü	108

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

TFF	: Türkiye Futbol Federasyonu
Bskyb	: İngiliz televizyon kanalı
TV	: Televizyon
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu
FIFA	: Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı

1. GİRİŞ

Bütün spor dalları içerisinde futbol, insanların en fazla ilgisini çeken aktif ve pasif olarak onların spora katılımını sağlayan, bütün ülkelerde hükümet ve diğer kuruluşları yatırım yapmaya zorlayan en popüler spordur (Genç, 1999. s. 8). Spor bir insanı hayata bağlar mı, nedir ve hayatımızda nasıl bir yeri vardır? Milyonlarca insanda belli anlarda belli duygulara sebep olması neyin göstergesidir? Bu sorular, taraftarı olduğu futbol takımının yenildiği bir müsabakası sonrasında gözyaşlarına boğulan insanların görüntüsünün, zihinlerde oluşturduğu onlarca sorudan biridir. Spor ile hayatın ne derece iç içe olduğu, belki de o görüntülerde saklıdır. Ağlamak ve gülmek yaşamı özetleyen iki davranış ise, “sporda hayatın tam içinde”, yorumu rahatlıkla yapılabilmektedir. Bu konuda gösterilebilecek kanıtlar (Franco dönemi ve Salazar’ın 3F’si ile daha yakın bir tarih olarak Recep Tayyip Erdoğan’ın Spor yatırımları vb...), kuşkusuz bir kaç paragraftan daha fazladır. Spor toplumsal yaşamla o denli iç içedir ki çoğu toplum sporu toplumsallaşma çabalarından biri olarak nitelendirmektedir. Toplumsallaşma çabası içerisinde sayılan spor, bu nedenle iletişim, kitle iletişimi ve kitle iletişim araçları ile yoğun bir ilişki ve işbirliği içerisinde. (Kazaz, 2002. s. 14)

Toplumsal yapıya sirayet etmiş olan bu erkek hegemonyası, tüm toplumsal kurumlarda kendini hissettirirken, spor alanında da önemli ölçüde kendini göstermiştir. Özellikle modern spor, erkeğin gücünün ve üstünlüğünün en önemli göstergelerinden bir olarak gelişmiş (Eitzen and Sage, 1997, s. 280) ve bu güçlü ataerkil anlayışın da etkisiyle kadınlar, spora katılım konusundaki cesareti kendilerinde uzun bir süre bulamamışlardır (Giulianotti, 2005. s. 87). Toplumsal cinsiyet farklılığı, tarih boyunca sportif faaliyetler aracılığıyla da inşa edilmiş, özellikle mücadeleye dayanan faaliyetler erkeğin kontrolünde olmuştur (Sage, 1997. s. 24).

Farklı feminist yaklaşımlara göre kitle iletişim araçları ile toplumsal cinsiyetin inşası arasındaki ilişki farklı boyutlarda el alınıyor olsa da, bu feminist yaklaşımlar tarafından kitle iletişim araçlarının ataerkil değerler sistemi altında farklı kadınlık ve erkeklik tanımlarının ve 17 deneyimlerinin inşasında ve yeniden üretilmesinde önemli bir araç olduğu kabul edilmektedir (Koca ve Bulgu, 2005. s. 16- 17). Zoonen’e göre (1994, s.17), kitle iletişim araçlarının kadının temsilindeki rolü; kadınlar ve kadınlık

hakkındaki kalıp yargısal, ataerkil ve hegemonik değerleri aktarmak ve toplumsal kontrol ajanı olmaktır. Kitle iletişim araçları ya zaten cinsiyetçi olan toplumsal değerleri toplumun sürekliliğini sağlamak adına aktarır ya da kadın bedenini nesneleştirerek, kadınların deneyimlerini baskılar ve ataerkil toplumsal değerlerin yeniden üretilmesine hizmet eder.

Spor yayınları, kitleleri ekran karşısına bağlamanın en etkili yöntemlerinden biri olarak görülmektedir. Fakat bunu yaparken sporun özüne ne derece bağlı kaldığı veya işin bu kısmı ile ne derece ilgili olduğu merak konusudur. Televizyon programı olarak futbol sahadaki ile hiçbir ilgisi kalmamış bir hal alabilmekte, spor adına düzenlenen kimi programlarda “rating başta olmak üzere, sayılabilecek birçok başka nedenden ötürü spor dışında birçok şey konuşulabilmektedir. Bu programlardaki konuşmaların amaçlarının ne olduğu, izleyicide nasıl bir yansıma bulduğu (heyecan, öfke, cinsiyetçilik, küfür, karşısındakini ötekileştirme vb.), sporun eril dilinin ne derece kullanıldığı/kullanılmadığı, erkeklik söylemlerinin ne derece kullanıldığı ve ya oluşturulduğu çalışmanın cevabını bulmayı hedeflediği sorulardan en önemlileri olmaktadır.

1.1. Problem

Eril tahakkümün hangi süreçler içinde somutlaştığına aranan yanıt için hegemonik erkekliğin beden ile ilişkisine bakmak elzemdir. Beden ile yakından ilişkili olan hegemonik erkeklik, erkeğin materyal değil toplumsal olarak icra edilen (Butler 1993, s. 26) bedensel pratikleri yoluyla da inşa edilmektedir (Gershick ve Miller, 1994, s.94). Bu anlamda spor alanı bu bedensel pratiklerin kristalize bir biçimde gözlenebileceği önemli bir zemin sunmaktadır. Dünyada hemen her toplumda, spor erkek ve erkeklik ile ilişkilendirilmiştir (Coakley, 2004. akt. Koca, C., 2011, s.13).

Seyredilme düzeyi bu denli yüksek ve yaygın olan bu spor etkinlikleri yoluyla medya, sporda egemen sembollerin ve değerlerin tüm dünyaya yayılmasına hizmet etmektedir. Spor medyası, erkek egemenliğinde olan bir alandır ve hayatın birçok alanından daha fazla erkeklerin hâkimiyetinde kalmıştır. Spor medyasının okuyucuya yansıttığı haber ve yorumlarda; kahramanlar, çoğunlukla erkeklerden oluşmaktadır.

Kadınların çok az yer aldığı spor medyasına, en çok ilgi erkekler tarafından gösterilmektedir (Özsoy, 2008. s. 101).

Spor, özelde ise futbol, geleneksel olarak erkeksi cinsiyet rolü özellikleri gerektiren bir erkek etkinliği olarak görülmekte ve üstün sportif performans, erkeklikle eşdeğer kabul edilmektedir. Spor medyası da, bu roller bağlamında yayın yapmaktadır. Televizyon futbol tartışma programlarında erkeklik temsilleri, sunumları ve sporun erkeksi doğası, sporu kadınlar için girilmesi zor ve yıpratıcı bir alan olarak ortaya çıkartmaktadır. Aynı zamanda da kadınlara ait toplumsal yapıda spor açısından oluşan ön yargıların değişip değişmediği ya da sürdürülüp sürdürülmediği, “erkeksi” temaların neler olduğu çalışmanın ana problemidir. Bu çalışmada, kadının spor medyasındaki yeri ve erkeklik karşısındaki konumu Türkiye örneğinde tartışılacaktır.

1.2. Amaç

Bu çalışma ile, televizyondaki futbol tartışma programlarından BEYAZ TV kanalındaki “Beyaz Futbol” ile NTVSPOR kanalındaki “Yenilsen de Yensen de” programlarındaki toplumsal cinsiyet rollerini üretmeye ve yaygınlaştırmaya/normalleştirmeye yönelik söylemlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Futbolda eril kimliğin inşası üzerinden televizyon tartışma programlarında gerçekleştirilen konuşmalarda var olan/ortaya çıkan/inşa edilen söylemlerin ortaya çıkarılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Çalışmada da açıklandığı gibi, televizyonda yer alan futbol tartışma programlarında ya hiç kadın sunucu yer almamakta ya da yoğun bir erkek nüfusu arasında kaybolmaktadırlar. Örnek olarak kamuoyu oluşturmada önemli bir program olan %100 Futbol iki erkek tarafından (Rıdvan Dilmen ve Güntekin Onay) yapılmaktadır. Yine Skytürk 360’da yayınlanan Telegol üç erkek tarafından yapılmaktadır (Engin Verel, Ümit Karan ve Serhat Ulueren). Kadın yorumcunun yer aldığı Habertürk’te yayınlanan Bizim Stadyum programında ise Simge Fıstıkoğlu ve Ümit Özat arasındaki tartışma futboldaki erkek nüfuzunun boyutunu göstermesi açısından önemlidir.

Yenilsen de Yensen de programının iki sunucundan biri kadındır (Banu Yelkovan). Gerek spor konusunda gazetecilik geçmişi, gerek köşe yazarlığı geçmişi gerekse de program yapması gibi sebeplerle çok uzun süredir spor medyasında yer almaktadır. Yenilsen de Yensen de programının karşısındaki Beyaz Futbol'da ise kadın yorumcu bulunmamaktadır.

Tamamen erkek egemenliğinde olan spor programlarında, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde de vurgulanacağı gibi, bu çalışmada aranan erkek egemen söylemlere sıklıkça rastlanılmaktadır. Osman Tanburacı, kadınların spor programlarında yavaş yavaş görülmesi üzerine yaptığı yorum anlatılmak istenen düşüncüyü örneklendirmektedir. Spor medyasında kadın yorumcuların görünür olmasını dikkat çekmesine bağlayan ve ardından “kadını yöneten bir erkeğin mutlaka olması gerektiğini” söyleyen bu düşünce yapısına gerek televizyonun yönetim yapısında, gerek program içeriklerinde, gerekse de diğer medya kanallarında sıklıkla karşılaşılmakta:

“Erkekler bu işi kavgaya dönüştürünce futbolseverler kurtuluşu kadınlarda buldu. Hiçbir şey talebi olmadan ortaya çıkmaz! Kadını isteyenler erkeklerden bir fayda görmeyenlerdir. Kadından spor spikeri de olur yorumcu da olur; ama onları yöneten uzman bir erkek mutlaka arkalarında olmalı, zira kadını boş bırakırsan ofsayta düşer!”. “Otomobil sporunda da fuarlarda bayan mankenleri mini etek kısa şortla arabaların üzerinde görmüyor muyuz! Kadın işi bilse de bilmesede erkekten daha fazla dikkat çekiyor.”

Keza yine bir program esnasında yorumcu Ahmet Çakar'ın “bikini giyerim” sözleri hala hatırlanmaktadır. Beyaz Futbol isimli programda da, Ahmet Çakar, Rasim Ozan Kütahyalı, Sinan Engin ve Ertem Şener arasında gerçekleşen ve sıkça denk gelinen konuşmalar bu alandaki eril dili göstermektedir. Fakat kadın sunucu ve taraftarların yorumcu olarak bulunduğu bir programda bu eril dili gözlemlemek çalışma açısından eril dilin televizyon tartışma programlarında kullanımını göz önüne sereceği düşünülmektedir.

Programlardan Yenilsen de Yensen de, spor konusunda Tematik yayın yapan NTVSPOR kanalında yer almaktadır. 2014-2015 sezonu için sadece Derbi maçlara yönelik yayın yapmaktadır. Bu programda kadın sunucunun yanı sıra kadın taraftarlarda yer almaktadır. Diğer program ise Beyaz Tv kanalında, Beyaz Futbol adı altında yayın

yapmaktadır. Toplamda beş erkek yorumcu 2015- 2016 sezonunda oynanan Türkiye Süper Lig'i maçları için yorum yapmaktadır.

Televizyonda yer alan spor/futbol programları erkek egemen anlayışa hizmet etmektedir. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında görüleceği gibi spor tartışma programlarının çoğunluğu erkek egemen bir düzende yayın yapmaktadır. Bir diğer etken de söz konusu programlarda eril söylemin, cinsiyetçi yaklaşımların zaten var olduğu bilindiği gibi bu çalışma çerçevesinde de açıklanmıştır. Beyaz Futbol'da bu tanıma uygun bir şekilde yayın yapmaktadır. Fakat Yenilsen de Yensen de programında hem kadın sunucunun hem erkek sunucunun yer aldığı hem de taraftar olarak kadının da bulunduğu bir konseptte eril söylem arayışında neler karşılaşılabileceği ihtimali önem arz etmektedir.

Eril söylemin, hem kadın sunucu, hem de stüdyoda yer alan kadın taraftarlar arasında üretilip üretilmediğinin; erkek sunucu ve erkek taraftarlar tarafından da eril söylemin kullanılıp kullanılmadığının tespiti çalışmanın ana amaçlarından biridir.

Yenilsen de Yensen de programı, 2014-2015 futbol sezonunda diğer kanallarda yayınlanan futbol tartışma programlarının aksine daha çok katılımcı tarafından yayın yapmaktadır. Programda çok seslilik esastır. Beyaz Futbol programının aksine bir profil çizen Yenilsen de Yensen de programında taraftarın da stüdyoda bulunması, stadyumda üretilen eril söylemin hangi boyutta gerçekleştiğinin tespitinin bu çalışmada bulunması amaçlanmaktadır.

1.3. Önem

Günümüz dünyasındaki gelişmeler en yaygın ve en etkin kitle iletişim aracı olarak televizyonu ayrı bir konuma getirmektedir. Televizyonun bu etkisi, izleyicilerin tüm ihtiyaçlarını göze alan, program yapısını buna göre oluşturan, sadece teknolojik bir araç olma özelliğinin ötesinde, tüm insanlık için vazgeçilmez bir araç ve toplumsal hayatımıza damgasını vuran, adeta müdahale eden bir araç olmasından kaynaklanmaktadır (Uslu, 2000. s.19).

Toplumunu yakından ilgilendiren birçok olgu vardır. Bunların içerisinde de spor ve televizyon konumuz açısından öncelikli olarak ele alınacak iki olgudur. Sporun daha geniş kitlelere yayılmasında, kitlelerce izlenmesinde, televizyonun da boş zamanı satmanın da spor ile girdiği ilişki sonucu karşılıklı bir etkileşimden bahsetmek mümkündür.

Futbol, televizyon kuruluşlarına izler kitleyi vaat etmektedir (Arık, 2008, s. 200). Bugün oyunun “şahdamarı” konumundaki reklam verenlerin ve sponsor firmaların oyuna yönelik ilgisinin en önemli nedeni, oyunun televizyon aracılığıyla stadyumların çok ötesinde milyonlarca evde aynı anda seyredilmesi ve oyunun tüm aktörlerinin televizyonlarda sürekli olarak yer almasıdır (Barnett, 1990, akt. Arık, 2008, s. 201).

Televizyonun bu derece önemli olduğu, gündem belirleyip, gündem oluşturduğu bir ortamda ve genelde spor özelde ise futbolla girdiği ilişki sonucunda oluşturduğu toplumsal cinsiyet odaklı dil, eril söylem, akademik çevrelere araştırılmak için elverişli bir ortam sunmaktadır. Televizyonda yayınlanan futbol tartışma programları içerinden Yenilsen de Yensen de ve Beyaz Futbol programları ile bu bahsedilen dilin, farkında olarak veya olmayarak tartışmaya katılan bireyler arasında kullanılıp kullanılmadığının incelenmesi, öncelikle iletişim alanında olmak üzere, Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları ve medya açısından da önem arz edeceği düşünülmüştür.

1.4. Varsayım

Bu çalışmanın yürütülmesinde ve sonuçlandırılmasında şu varsayımlardan hareket edilmiştir: Televizyon ve spor birçok işleve sahip olmasına rağmen en temel ve en yaygın olarak eğlendirme ve boş zaman geçirme işlevlerini yerine getirmektedir. Ancak televizyon ve spor birlikteliğinde, televizyondan yayınlanan spor tartışma programlarında belirleyici unsurlardan birisi ve belki de en önemlisi olarak sporun doğasından kaynaklanan mücadele, azim, istek, cesaret, güç gibi özelliklerin daha çok erkeklik özellikleri olarak sunulması, toplumdaki yerleşik egemen ideolojilerin bir yansımasını izler kitleye sunmaktadır.

Televizyonun genelde spor, özelde Futbol ile girdiği işbirliğinden hareketle, toplumda egemen olan ideolojileri kitlelere yansıtmakta önemli bir kitle iletişim aracıdır. Televizyonda maç önu ve maç sonu yayınlanan tartışma programları ile futbolun sadece erkeklere özgü bir oyun olduğunu, erkekliğin bu programlarca yeniden üretildiği/inşa edildiği vb. varsayımlarından hareketle bu çalışma yapılacaktır.

1.5. Sınırlılıklar

Çalışmanın uygulama aşamasında Türkiye’de herhangi bir kablo ve ya şifre olmaksızın açık bir biçimde yayın yapmakta olan televizyon istasyonlarının konu ve içerikleri arasında yer alan spor tartışma programı incelenmiştir.

Çalışma 2014-2015 ve 2015- 2016 futbol sezonlarında, Türkiye Süper Ligi’nde oynanan maçlar öncesinde ve sonrasında yayın yapan spor programları içerisinde Beyaz Futbol ve Yenilsen de Yensen de programları ile sınırlı kalmıştır. Yenilsen de Yensen de programları 2014- 2015 sezonunda Türkiye Süper Ligi’nin oynandığı süre zarfındaki yayınlanan üç programı seçilirken, Beyaz Futbol 2015- 2016 sezonundaki yayınlar arasından üç program seçilmiştir.

İzlenen spor tartışma programları, içerik olarak tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de en popüler ve en yaygın spor dalı olarak futbolu konu edinmektedir. Bu programlar yine futbolun en popüler alanı olan profesyonel futbol ile ilgilidir. Örnek olarak alınan programlar Türkiye Süper Liginin 2014-2015 sezonu boyunca sadece Derbi maçlara özel yayın yapan Yenilsen de Yensen de programı ile 2015- 2016 sezonunda haftada üç gün yayın yapan, Cumartesi, Pazar, Pazartesi, Beyaz Futbol’dur.

Programlar içerik olarak spor, tür olarak tartışma programları arasından seçilecektir. Türkiye Süper Ligi’nin 2014-2015 sezonu, başlangıç ve bitiş tarihleri ile 2015- 2016 sezonunun başlangıç ve bitiş tarihleri dikkate alınmıştır.

1.6. Yöntem

Bu çalışmanın yöntem kısmında içerik analizi yöntemi kullanılacaktır. İçerik Analizi ile birlikte amaçlanan program boyunca konuşmacıların ne kadar sıklıkla ve ne

derece cinsiyetçi söylemlerde buldukları, eril söylemin hangi boyutlarda gerçekleştiği ve yorumlama yapılırken konuşmacıların eril söyleme katkıları belirlenmeye çalışılacaktır.

Ayrıca çalışmanın daha iyi sonuç alınması amacıyla Yenilsen de Yensen de programının iki sunucusuyla da derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Derinlemesine görüşme yöntemi ile programların sunucularının gerek programın içeriği, gerek futbolun eril yönü, gerekse de “futbolda kadın olmak” durumlarına dair çeşitli düşünceleri öğrenilmeye çalışılmıştır. İki sunucunun da uzun süredir spor medyasında yer alması ve gerek köşe yazıları gerekse de yaptıkları programlar ile alana hakim olmaları üzerinde çalıştığımız konudaki düşünceleri de önem arz etmektedir.

1.7. Tanımlar

Toplumsal Cinsiyet Rolü: Toplumun tanımladığı ve bireylerin yerine getirmelerini beklediği, cinsiyetle ilişkili bir grup beklenti, diğer bir deyişle kadınlığın ve erkekliğin sosyal ortamlarda ifade edilişidir (Dökmen, 2010. s. 16-18).

Eril Söylem: Kadınların doğaya daha yakın varlıklar olduğuna dair tanımlanabilen eril söylem, kadını, erkeğe ayrılan kamusal alan karşısında özel alana itmekte; toplumsal cinsiyet rolleri arasındaki hiyerarşik yapılanmayı derinleştirmektedir. Bu paradigma doğanın üretken, besleyici, şefkatli, doğurgan simgeleriyle kurgulanan kadınlık kimliği üzerinden, kadını doğayla ve toprakla özdeşleştirerek onu şevkatli, duygusal, narin gibi kelimelerle bezemiş ve kadını tahakküm altına almış ve sömürebilmiştir (Değerli, 2003: s.29).

Prime-Time: Televizyon kanalının Pazartesi-Cumartesi günleri arasında 20.00 ile 23.00 saatlerinde, Pazar günü ise 19.00 ile 23.00 saatlerinde yayınladığı programları kapsayan yayın dilimidir. Kanallar en yüksek gelirlerini bu dilimlerde elde ederler, çünkü en geniş izleyici kitlesine bu yayın saatlerinde ulaşılır (Webster vd. s. 2006).

2. BİR SPOR DALI OLARAK FUTBOLUN TELEVİZYON ORTAKLIĞI VE FUTBOLDAKİ HEGEMONİK ERKEKLİK

2.1. Futbol ve Spor Kavramlarına Genel Bir Bakış

Spor yediden yetmişe herkesin ilgi alanına giren bir olgudur. Spor, özellikle seyirci, şampiyon ve madalya üçlüsünden oluşan, ya da görsel yönü ön plana çıkan, kitleleri peşinden sürükleyen, politika ve ideolojilerin reklam aracı olabilen, anlam değişikliğine uğratarak ticarileştirilen insani etkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Spor denince akla ilk gelen sportif branşlardan biriside futboldur. Türkiye’de futbol Türk milletinin büyük bir kısmı tarafından kabul görmekte ve beğeniyle izlenmektedir (Çoşkuner, vd. 2015, s. 432).

2.1.1. Spor kavramı

Yüzyıllar boyunca insanlığın vazgeçemediği bir uğraş olan spor, günümüzdeki anlamıyla, tek başına toplu veya takım halinde yapılan, kendine özgü kuralları, teknikleri olan, bedensel ve zihinsel yetilerin gelişmesini sağlayan, eğitici, eğlendirici uğraşı olarak tanımlanabilir (Savaş, s. 1997). Latince kökenli olan spor sözcüğü, “Delpot” ve “Disport” sözcüklerinin kısaltılmış şeklidir. Oyun, oyalanma, işten uzaklaşma anlamlarını taşımaktadır (Balcıoğlu, s. 2003).

Spor kavramı 14. yüzyılda, İngiltere’de başlayan ulusallaşma hareketiyle ortaya çıkmıştır. 14. yüzyılda gemiler uzun seferlerden sonra limana yanaştığında, yükler boşaltılırken denizcilerin limanda çeşitli oyunlar oynadıklarıyla ilgili bilgiler bulunmaktadır. Bu oyunların eğlendirici ve rahatlatıcı nitelikte olmakla birlikte, sertlikler barındırdığı kaydedilmektedir (Özsoy, 2011. s.7).

Sporun pek çok dalda pek çok tanımlaması yapılmaktadır. İnsan doğasında bulunan saldırganlığa barışçı boşalma olanakları sağlayan, saldırganlık güdüsünün denetim altına alınması için uygun bir yarışma ortamı yaratan (Sage, 1997, s. 14) eğlenme, gevşeme, rahatlama (Erdemli, 1996. s.27) başarıyı genişletme ve yarışmada üstün gelme amacı için gösterilen çabayı, bedensel bakımdan daha yetenekli olanların seçilmesini ve seçilenlerin sürekli ve yoğun bir eğitimle yetiştirilmesini gerektiren (Özmen, 1976. s. 22) toplu ya da takım halinde yapılan, kendine özgü kuralları,

teknikleri olan, bedensel ve zihinsel yetilerin gelişimini sağlayan, eğitici ve eğlendirici uğraştır (Savaş, s. 1993).

Tüm bunlara ek olarak sporun Uluslararası anlamı da bulunmaktadır. Fişek'e göre (1983. s. 74) devrimci anlayışının ürünü ve devamı olan spor zamanla savaşa hazırlık modundan çıkmış ve kültürel temas imkânlarını geliştiren, milletlerarası buhranları hafifletici, milletleri birbirine yaklaştıracı bir karakter kazanmıştır. Şüphesiz bu durumu haklı gösterecek örnekler de yok değildir. Yakın zamanda oynanan 2016 Avrupa Futbol Şampiyonası (Euro 2016) Eleme maçlarından biri olan Arnavutluk ve Sırbistan arasındaki maçta Arnavutluk taraftarının saha içine gönderdiği Arnavutluk bayrağının futbolcular ve taraftarlarca görülmesi ve bayrağın bir Sırp futbolcu tarafından indirilmesi hem saha içini hem de saha dışını karıştırmış, 2 futbolcu yaralanmış ve maç tatil edilmişti. Bu gergin maç öncesi Arnavutluk Milli Takımı Teknik Direktörü Giovanni De Biasi düzenlediği basın toplantısında "Biz savaşa mı yoksa maç oynamaya mı geldik? Anlayamadım" ifadelerini kullanmıştı. Teknik Direktör De Biasi, 3 bin 500 polisin maç sırasında hazır durumda bulunmasına da anlam veremediğini belirtmişti.¹

Yukarıda bahsi geçen spor tanımları bile sporun toplumsal ve bireysel yaşam için önemi hakkında fikir vericidir. Buradan hareketle sporun beden ile olan ilişkisi hemen hemen tüm tanımlarda kendisine yer bulmaktadır. Bu noktada bu toplumsal ve bedensel ilişkiler çalışmanın temelini oluşturması açısından, çalışmanın ileriki aşamalarının amacına daha uygun bir zemine oturtulması için, açıklama bekleyen konular olmaktadır. Aynı zamanda günümüzün hemen hemen her toplumunda en popüler spor olan futbolun kavramsal çerçevesi, ortaya çıkışı, toplumla ve bedensel ilişkisi de çalışmanın açıklama bekleyen konularından bir diğeridir.

¹ <http://www.hurriyet.com.tr/spor/futbol/27386919.asp> (Erişim tarihi: 24.05.2014)

2.1.2. Futbol kavramı ve kısaca futbol tarihi

Futbol hayat memet meselesi değil, ondan çok daha önemli olduğu (Bill Shankley), belirli kuralları olan ve bu kuralların hem seyirci hem de oynayan tarafından bilindiği, sınırlı zamanda iki taraftan birinin diğeri üzerinde üstünlük mücadelesi yaptığı kitlelere hem sevinci, hem hüznü yaşatabildiği (Özdağ, Savaş ve Fişekçioğlu, 2011, s.1124), kitlelerin dili olduğu, onlara aidiyet duygusu aşılabilir, bir şekilde dünya üzerinde milyonlarca kişi tarafından izlenebildiği, takip edildiği için sosyolojik bir incelemeye değer bir spordur (Talimciler, 2014, s. 48). Futbol, toplumdan tamamen yalıtılmış veya kurtarılmış bir bölge değil aksine büyük ekonomik çıkarların döndüğü, ideolojik çarpışmaların yaşandığı, ulusal ve uluslar arası politikalarla şekillenen ve çağımızı yansıtan alanlardan biridir (Wahl, 2005. s.79).

Futbolun toplumla ilişkisine toplumsal hayattaki etkisine olan vurgu “top döndükçe dünya da dönüyor” şeklindedir: “Güneşten, ateşten bir toptur, gündüzleri mesai yaparken, geceleri de zıplayarak gökteki yatağına çıkar ve görevini Ay’a devreder. Tüm dünya dönen bir topun etrafında dört dönmektedir” (Galeano, 2008, s. 296) şeklindedir ve futbolu diğer sporlardan ayıran ilk özellik, oynandığı yerin ve saatin belli olmasında yatar ve tesadüflerin sonucu değiştirebilip, insanın kendi takımına gol atabildiği tek spordur! (Talimciler, 2014, s. 48- 49).

Futbolun ilk nerede başladığı üzerine çok fazla teori olsa da, ilk olarak milattan önce 5000- 2500 yılları arasında Çin’de ve hemen hemen aynı tarihlerde Mısır’da ortaya çıktığı üzerinde bir uzlaşma söz konusudur. Tsu Chu² olarak adlandırılan ve hangi gereksinim sonucu ortaya çıktığı bilinmeyen bu spor futbola en yakın spor olarak görünmektedir (Erdoğan, 2008. s. 11). Fakat modern futbolun ortaya çıkış aşamasında

² Milattan 2500 yıl önce Çin’de imparator Huang-ti’nin, askerlerine, yere dikilmiş iki mızrak arasından, bir topu ayakla tekmelemek suretiyle geçirmeye çalışarak çeviklik talimleri yaptırdığı eski Çin kaynaklarında belirtilmektedir. Bu oyun futbolun atası olarak kabul edilmektedir (Erdoğan, 2008, 11- 12).

da çeşitli tartışmalar ortaya çıkmaktadır. Romalı askerlerin oynadığı Harpatsum³ ile Fransızların oynadığı “Le Soule⁴”nin futbol ile benzerliği bu tartışmaların odak noktasını oluştursa da 12. yy’dan beri İngiltere’de futbolun oynanıyor oluşu modern futbolun doğuşu aşamasında İngiltere’yi önemli bir noktaya getirmektedir (TFF yayınları, Cilt 1, 1992. s. 9). Futbol, bugünküne en yakın halde 17. Yy’da İngiltere’de oynanmaktaydı ve bunda, İngiltere’den önce İtalya’da oynanan Calcio’nun⁵ çok önemli bir katkısının olduğu bir gerçektir. Bütün bunların ışığında İngiltere’de, 1857’de de futboldaki ilk kulüp olan Sheffield Club kurulmuştur (Erdoğan, 2008. s.14).

Futbol’un İngiltere’de ortaya çıkardığı büyük ilgi, 26 Ekim 1863’te alanında yine bir ilk olan İngiltere Futbol Federasyonu “Football Association”ın kurulması ile sonuçlanmıştır ve bu tarih modern futbolun doğuşu olarak kabul edilmektedir (TFF yayınları, 1.Cilt, 1992. 10). Zamanla şirketleşen futbolda Avrupalıların, uluslar arası rekabet ve işbirliğine uygun olarak 1904 tarihinde FIFA, kuruldu ve 1906’dan itibaren de uluslar arası maçlar yapılmaya başlandı. Ulusların katılımıyla ilk dünya kupası 1930 yılında organize edildi (Erdoğan, 2008. s.14).

³ Modern futbolun ne zaman, nerede doğduğu hakkında da çeşitli iddialar ileri sürülür. Milattan sonra Roma’da özellikle askerler arasında oynanan “Harpatsum”ın bugünkü modern futbolun esasını teşkil ettiği ve Romalıların bu oyunu Elenlerin “Episkyres” adlı oyunlarından esinlenerek ortaya çıkardıkları söylenir. Ancak Harpatsum’un eski Helencede el topu anlamına geldiği ve bundan da bu oyunun hem elle, hem de ayakla oynanan bir oyun olabileceği düşünülür. “Pilla, Follis veya Pagonica adı verilen, içi hava veya kuştüyü ile doldurulmuş toplarla oynanan bu oyunun sayı bakımından eşit iki takım arasında oynandığı; amacın bu topu, karşı takımın oyuncuları tarafından savunulan sahaya geçirilmesi olduğu bilinmektedir. Bu oyunda iki takımın da amacı, önce topu kapmak, sonra da el ve ayak vuruşlarıyla bunu rakip takımın savunduğu alana sokmaktır” (Erdoğan, 2008, s. 13).

⁴ Ortaçağ’da Romalı askerler ve Fransızlar tarafından oynanan “Le Soule”ün de futbolla büyük benzerlikler arzettiği bilinir. Bu oyun Romalı askerler tarafından Galya’ya götürülmüş ve oradan yayılmıştır. Bu oyunda her türlü sertliğe müsaade olunduğu, oyun alanının bazen kilometrelerce uzağa dikilmiş kazıklarla sınırlandırıldığı anlaşılmaktadır (Devecioğlu, 2008, s. 373).

⁵ İtalya’da Calcio oyunu, başlangıçta zengin aristokratların oynadığı üst sınıfa ait bir oyundu. 16. Yy’da İtalyan aristokratlarının oynadığı bir oyun olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, oyun gücün kendini kendine anlattısının ifadelerinden biriydi (Italia Calcio, t.y.). İtalya’ya sığınan İngiliz Kralı II. Charles (1630-1685) ile beraberindeki soylular, ülkelerine döndüklerinde İtalya’da gördükleri "Giuocco del Calcio" oyununu İngiltere’de, adalarında da oynatmak ve bunu ülke sathında yaymak için özel bir çaba harcamışlardır. İki eşit parçaya ayrılmış geniş bir alanda ve 27’şer kişilik takımlar arasında oynanan Calcio oyununda amaç, ayakla vurularak götürülen topun, rakibin kalesine sokulmasıdır (Erdoğan, 2008, s. 17).

Türkiye’de Osmanlı Devleti döneminden beri başlayan batılılaşma hareketi çerçevesinde futbolda ülkeye giriş yapmıştır. Tanzimat döneminde başlayan Fransız etkisi ile birlikte beden eğitimi dersleri müfredata eklenmiş, bu derslerle birlikte Mekteb-i Sultani bünyesinde futbol, Robert Koleji bünyesinde ise Basketbol ülkeye giriş yapmıştır (Fişek, 1985. s. 44-47). Türk gençlerinin hem toplumsal baskı, hem dini etkenler hem de rejimin müsamahasızlığı nedeniyle oynamaktan çekindiği futbolu (Atabeyoğlu, 2002. s. 44) Osmanlı Devleti içerisindeki İngilizler, futbolun bu topraklarda oynanmasına öncülük etmişler, futbolu ilk İzmir’in Bornova çayırlarında oynamışlardır. Daha sonra Moda, Kuşdilli, Kadıköy civarındaki Rum ve İngiliz toplulukların oynaması ile birlikte futbol İstanbul’da da oynanmaya başlamıştır (Yüce, 2014. s. 233- 238).

İstanbul’da ilk futbol kulüpleri İngiliz ve Rumlar tarafından kurulmuştur. 1902 yılında kurulan “Cadi-keu Football Clup” İstanbul’un ilk futbol kulübü olma özelliğini taşır. Daha sonra 1903 yılında kulüp üyeleri arasında çıkan anlaşmazlık sonucu İngilizler bu kulüpten ayrılmışlar ve böylece “Moda Football Clup” kurulmuştur. 1904 yılında Elpis ve İmogene takımları kurulmuş ve böylelikle de 1903 yılında İstanbul Futbol Ligi bu dört takım arasında oynanmaya başlamıştır. İstanbul’da bir futbol liginin oynanmaya başlamasıyla da futbol tam anlamıyla Türkiye’ye gelmiş bulunuyordu (TFF, 1992. s. 11-15).

Türkiye’ye futbolun gelişine ön ayak kurum olan Mekteb-i Sultani, yine bir futbol takımının doğuşuna da tanıklık etmiş, 20 Ekim 1905 yılında, okulun 10.sınıfında okuyan öğrencilerinin ön ayak olmasıyla Galatasaray takımı kurulmuştur. 1905- 1906 sezonunda üçüncüsü oynanan İstanbul Futbol Ligi’ne katılan Galatasaray, bu lige katılan ilk Türk takımı olmuştur (Yüce, 2014. s. 192). Daha sonra 1907 yılında kurulan Fenerbahçe ve kurulmuş ve İstanbul Ligi’ne katılmıştır. 1895- 1908 yılları arasını Türk futbolunun emekleme yılları olarak anabileceğimiz bu dönemde batılılaşma etkisiyle beden terbiyesi sonucu jimnastik kulübü olarak kurulan Beşiktaş’ın da futbola yönelmesiyle futbola olan ilgi gitgide artmıştır (TFF, 1992. s. 14- 16). Futbol, sadece İstanbul ile sınırlı kalmamış zamanla Türkiye’deki başka büyük şehirlerdeki şampiyonaların tekelden çıkmış ve merkezileşmesi ise 1959’da milli ligin kurulmasıyla olmuştur (Bora, 2009. s. 226), bu tarihten sonra Türkiye Futbol Ligi

profesyonel bir isme kavuşmuş ve futbol 1963'te ikinci lig'in, 1967'de de üçüncü ligin kurulmasıyla da ülke geneline yayılmıştır.

Futbol, bir oyun olarak kabul edilse de gençlere ruhen ve bedenen kazandırdığı sağlık ve aynı zamanda psikolojik ve sosyolojik gelişimlerine yaptığı katkı yadsınmamakla birlikte futbol artık giderek endüstrileşmektedir ve hem oyuncu olarak hem de seyirci olarak milyonları kendine çekmekte (İnal, 2004. s. 5) aynı zamanda tüm dünyanın küresel bir stadyuma döndüğü bir dönemde futbol hem keyif alınan hem de bir kaçış mekanizması görevi görmektedir (Talimciler, 2005. s. 132).

Futbol Türkiye'de çok fazla ön planda olması, toplumsal yaşama yansımaları diğer spor dallarına oranla daha fazla olmuş (Talimciler, 2005. s. 108) ve bireyin toplumsallaşma araçlarından biri işlevini de futbol görmüştür (Kazaz, 2002. s. 2-3).

Toplumsallaşma çabası içerisinde sayılan spor bu nedenledir ki kitle iletişimle de iç içedir. Bugün futbol maçlarının televizyon'dan yayını için Olimpiyat Oyunlarından, Okçuluk Şampiyonasına, Şampiyonlar Ligi'nden, NBA maçlarına kadar pek çok spor müsabakasını gece – gündüz, yaz – kış ayrımı olmadan izleme olanağına erişilebilmekte fakat bu ilişkin ortaya çıkmasını ve gelişimini Klose (1993. s. 374) şu şekilde belirtmektedir:

“Televizyon ile sporun popüler alanı olan Futbol'u işlevsel bir faaliyet ilişkisi bağlantılandırıyor. Daha 50'li yıllarda, bu medya henüz emekleme çağındayken, televizyon futbolu programına almıştı. Ve futbol televizyonun eşiği aşmasına çok yardım etti. Örneğin 1954 yılında ilk kez Futbol Dünya Şampiyonası İsviçre'den canlı olarak nakledildiğinde bu yardımı görebilmekteyiz. 1954 Futbol Dünya Şampiyonasını kazanan Federal Almanya'da 12 ay içerisinde Federal Almanya'daki televizyon aygıtı sayısı 11.000'den 85.000'in üstüne çıktı.”

2.2. Futbol ve Televizyon Ortaklığı

50'li yıllarda yeni yeni doğmaya başlayan, 90'lı yıllarda ise endüstrileşmeye başlayan futbolun, televizyon izlemenin yaygınlaşmasına yol açması arasındaki ilişkisini inceleyen pek çok çalışma mevcuttur (Arık, 2008. s. 197). Çalışmanın bu kısmında ise futbolun televizyon ile girdiği ikili ilişki futbolun televizyona olan etkileri ve televizyonun da futbola etkileri gösterilmeye çalışılmıştır.

2.2.1. Bir kitle iletişim aracı olarak televizyon

Yunanca'da uzak anlamına gelen "tele" ile latince görme anlamına gelen "visio" sözcüklerinden türemiş olan 20.yy'ın en önemli icadı televizyon (Şentürk, 2009. s. 18) pahalı olmayan ve kolay bilgi, eğlence ve eğlence haber olduğu için teknolojinin de gelişmesiyle kullanımı ve işlevleri her geçen gün artmaktadır (Özsoy, 2014. s. 281).

18. 19. ve 20. yüzyıllardaki iletişim şeklinin, önceleri radyo sonra televizyon ile değişmesi ve kitle iletişime yönelik gelişmeler iletişimi çok farklı bir boyuta getirmiş (Turam 1994, s. 103) televizyonun yaygınlaşması ile birlikte insanlar üzerinde yarattığı etki de tartışmaları beraberinde getirmiştir (Şentürk, 2009. s. 19).

Laswell'in 1948 yılında iletişim hakkında geliştirdiği: kim?, neyi?, hangi kanaldan?, kime?, hangi etkiyle? gibi soruları içeren bir yapı anlayışı (Laswell, 1948, s. 97) televizyonun "ne tarz bir araç olduğu", bireysel ve kolektif hayata olan etkilerini soran sorular çerçevesinde televizyon hakkında teorilerin oluşumuna katkı sunmuştur (Şentürk, 2009. s. 19). Televizyonun özsel niteliği insanların temel ihtiyaçlarını gidermesidir ve bu yüzden de insanlar tarafından televizyona fazlaca önem verilmektedir (Mutlu, 1999. s. 11).

Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha fazla etki sahasında olduğu sadece Türkiye'de değil tüm dünyadan verilecek örneklerle gösterilebilir. Örneğin, Norveç'te gerçekleştirilen bir araştırmaya göre gençlerin %13'ü dışında kalan kesim her gün televizyon izliyor, "%77'lik kesimin de %21'i günde bir saatten az, %32'si bir iki saat arası", %24'lük bir kesimi ise iki saatten daha fazla televizyon başında vakit geçiriyor. Bir diğer Avrupa ülkesi Fransa'da da 8- 15 yaş aralığındaki

gençler yılda 900 saatten daha fazla televizyon karşısında vakit harcamaktadır (Şahan ve Çınar 2004. s. 316).

Televizyonun etki altına alma gücü, bu araçtan verilen renkli ve canlı görüntülerle sağlanmış, insanların büyük ilgisini çekmiş (Şentürk, 2007. s. 25- 41) ve insanların hayatlarında önemli bir yer edinmiştir⁶. Bunun sonucu olarak meydana gelenler halk tarafından beğenilip onaylanınca “popülerlik” kavramı ortaya çıkmış evde, iş yerinde, sokakta hayatın her anında popüler kültür öğelerine rastlanılmış, küçük çocuklar popüler müzikle ve o müziğin içeriği ile bir bütün oluşturan kliplerdeki starların hareketleriyle bütünleşmiş (Alemdar ve Erdoğan, 2005. s. 11- 12) manipüle etmesi, hayal dünyası yaratması, uzakları yakın etmesi ve özeli genele çevirmesi gibi özellikleriyle birlikte televizyon ve popüler kültür iç içe geçmiştir (Düzgün, 2004. s. 149- 153).

Televizyonun bu yanıltıcı, yansıttığı gerçekliğin doğal olmayan yanı, yapılandırılmış bir gerçek olduğu yanı televizyon haberlerinde de kendisini göstermekle birlikte spor haberleri (Kazaz 2002. s. 48- 49) sosyal ve siyasi durumlar da dahil olmak üzere pek çok şey izleyici üzerinde manipüle edilerek sunulmakta veya algılatılmakta, (Güllüoğlu, 2012. s. 65) senede dört milyara yakın insanın ilgilendiği ve peşinden koştuğu bir eylem olarak futbol da bu popüler algının sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal süreçlerin merkezinde yer almaktadır (Şeker ve Gölcü, 2008. s. 120).

2.2.2. Futbol ve televizyon ortaklığı

1950’li yıllarda başlayan televizyon ve futbol birlikteliği (Şeker ve Gölcü, 2008, s. 120), birlikteliğin ekonomi odaklı oluşu ve televizyonun popüler kültürü yayma işlevi görmesiyle daha da büyümüş, futbolun bir eğlence unsuru ve “show business” olarak

⁶ Televizyonda yer alan her niceliksel dengesizlik aynı zamanda niteliksiz bir dengesizliğe de yol açmakta, zihinleri derinden derine etkilemektedir. Örn. milyonlarca seyircinin "Dallas", "Hanedan" ya da "Flemingo"nun başlıca karakterler ile kendilerini özleştirmeleri, ulusal özelliklerin son derece basit ve yavan biçimde yorumlanmasına yol açtığı bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

hayatlarımızda önemli bir yer kaplamasıyla, televizyon ve futbol ortaklığı bir anlam çerçevesine oturmuştur (Arık, 2008, s. 198- 199).

Futbol, televizyonun özelliklerine ve içerik tercihlerine uygun hemen herkesin konuştuğu, herkesi ilgilendiren, yalnızca önemsiz problemler yaratan bir konudur, sansasyona çok uygundur, dramatize edilebilir, durmamacasına akan, reytingleri yüksek bir anlatıya da sahiptir (Şeker ve Gölcü, 2008. s.124).

Futbolu, küreselleşmenin ilk örneği olarak demokrasiden, piyasa ekonomisinden ve internetten önde sunan yaklaşımları (Boniface 2007. s. 11) futbolun geniş kitleler tarafından takip edilmesi ve bu kitleler üzerindeki etkisi (Kuyucu, 2014, s. 163) tüketim ideolojisiyle birleştirilerek serbest piyasa ekonomisinin en önemli taşıyıcı konumuna getirilmiştir. Aynı zamanda televizyon aracılığıyla yayınlanan futbolda televizyonla arasındaki bağı güçlendirerek, tüketim endüstrisinin ihtiyaç duyduğu “boş zaman saatlerinin pazarlanmasında” önemli bir pay edinmiştir (Talimciler, 2008. s. 92).

Kapitalist ortamda tüketim endüstrisinin reklamını yaparak onun geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan futbol, kısa zamanda izleyici ve reklam kazanarak alana önemli bir hizmet etmektedir (Erdoğan, 1995. s. 196) bunun yanı sıra popüler kültür ürünlerinin pazarlanıp sunulmasında futbolun “yıldız”larından yararlanılmış ve ürünü tüketecek kitleyle ürün arasında bir bağ kurulmuştur (Talimciler. 2005. s. 92). Şampuan reklamında Ronaldo’nun, akaryakıt reklamında Arda Turan’ın, çips reklamında Messi’nin oynamasının arka planında hep bu düşünce hakimdir.

Spor karşılaşmalarının televizyonda yayınlanmaları, çok daha geniş bir izleyici kitlesi tarafından izlenmesini ve sporun toplumsal yaşam içerisinde daha önemli bir yere çekilmesini sağlanmakta (Turam, 1994. s. 124), futbolun izleyici garantili ve büyük gelir getiren bir program türü olması nedeniyle televizyondaki en yüksek izlenme oranları futbol yayınları ile elde edilmektedir (Arık, 2004. s. 288). Authier (2002. s. 26)’in de belirttiği gibi sinema, porno veya futbol paralı yayıncılık için olmazsa olmaz yayınlardır.

Televizyon ve futbolun ortak paydada buluşmasıyla birlikte oyunun kendisinin ve oynayanların yerellikten kurtulup uluslararası boyutta birer yıldıza dönüştükleri, kitlelerin rızasının ve tercihlerinin biçimlendirme gereksinimi için siyasal gücün gözde aracı olduğu (Erdoğan, 2008. s. 15) bilinen bir gerçektir. Siyasal gücün aracı olmasının önemli örneği olarak da Portekiz diktatörü Salazar'ın 3 F'sinden biri olan futbol⁷ kitleleri uyutmakta bir araç olarak görülmüş ve günümüzün dini yakıştırılması yapılmıştır (Özsoy, 2014. s. 281-282). Kısacası futbolun, siyasi, ekonomik, kültürel vb. birçok ortak paydası vardır.

Öncesinde gazete ve ardından radyo ile canlı tutulan futbol (Erdoğan, 2008. s. 4) televizyon ile birlikte en fazla ilgiyi toplayan spor olmuş ve zamanla bir endüstri halini alarak televizyonda olduğu gibi diğer medyada da en fazla ilgiyi toplamıştır (Özsoy, 2014. s. 282). Yayın saatlerinin çoğunluğunun futbola ayrıldığı (Şeker ve Gölcü, 2008. s. 128) ve hatta spor/ futbol üzerine tematik yayıncılık yapan medya organlarının türediği bir döneme girilmiştir. televizyon kanallarının yayın saatlerinin çoğunluğunu futbola ayırdığı gözlemlenmesine ek olarak, Türkiye özelinde halkın spor programlarına ilgisini ölçen pek çok çalışma yapıldığı görülmüştür. MEB tarafından, ilk ve ortaöğretimdeki okullarda eğitim gören öğrenciler üzerinde yapılan bir çalışmada öğrencilerin %42'ye yakını spor programlarını izlediği ortaya çıkmıştır (Özsoy, 2014. s. 284).

2010 yılı itibariyle Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığı yapan TRT'de spora duyarsız kalmamış, kendi kanallarından biri olan TRT 3'ü spor yayınlarına yönelmiş Türkiye'den ve Dünyanın çeşitli liglerinden canlı maç yayınları yapmaktadır. TRT 3 dışında tamamen spor odaklı olarak yayın yapan televizyon kanalları arasında ise en önemlilerinden bir diğeri de Ntvspor kanalıdır. 2008 yılında Doğuş Yayın Grubu bünyesinde yayın hayatına başlayan Ntvspor, 2010 yılından beri de Karasal yayın yapmaktadır. Ayrıca 2014 yılında yayına başlayan ulusal yayıncılıkta tematik olarak sporu konu alan bir diğeri kanal da A spor'dur.

⁷ "diğerleri fado: arabesk müzik ve fiesta: eğlence veya bazı kaynaklarda fatima: örgütlü din"

2.2.3. Televizyonda futbol tartışma programları

Birçok konuda kamuoyu oluşturma gücüne sahip olan kitle iletişim araçlarının, oluşturdukları belki de en önemli kamuoyu spor kamuoyudur ve kitle iletişim araçlarındaki inanılmaz teknolojik değişimlerin belki de en önemlileri televizyon üzerinde olmuş (Mil ve Şanlı, 2015. s. 238) spor yayınlarının geniş bir kesim tarafından izlenilmesi de sporun toplumsal yaşam arasında önemli bir yere çekilmesini sağlamaktadır (Kazaz, 2002. s. 43).

“Eğlence, televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisidir” (Postman, 1994. s. 99) söylemini televizyondaki her türlü bilginin eğlence içeriğine büründürülerek sunumunun bir yansımasını sunmakla birlikte, tüm televizyon iletilerin içeriğinin eğlence öğeleriyle donatılması amacına da hizmet eder, nitekim futbol da bugün büyük bir kitlesel medya eğlencesidir (Akkaya, 2008. s. 9- 10). Dünya kupası, Avrupa şampiyonası, Şampiyonlar ligi gibi büyük futbol organizasyonları milyarca insan tarafından izlenmektedir. Milyarca dememizin nedeni futbolun televizyon aracılığıyla çok büyük kitlelere ulaşıyor olmasıdır.

Televizyonun değişmez ilkeleri olan eğlence, gerilim, dramatiklik bir futbol maçına mükemmel bir şekilde uyarlanırken, televizyon sayesinde, futbol seyircisinin dikkati de her türlü ayrıntıdan arındırılmış futbol maçına çekilmekte (Talimciler, 2008. s. 107) televizyon sayesinde bugün futbol yeniden yaratılmakta ve adeta “televizyon futbolu”ndan (Klose, 1993. s. 215) söz edilmekle birlikte televizyonun artık futbola yaptığı müdahaleyi cinayet olarak adlandırmanın da mümkün olduğu bir dönemde olduğundan da söz edilebilir. Cinayettir, çünkü; bir televizyon programında olmak durumu söz konusuydu ve bu yüzden heyecan düşmemekte, eğlence eksik olmamakta, duraksama kabul edilmemektedir (Kıvanç, 2001. s. 63). Futbolda gücü elinde tutanın artık televizyon olduğu ve birçok televizyon yöneticisinin, futbol takımlarında da yönetici olduğu bir dönemde, televizyon yorumcuları da futbol televizyon birlikteliği sonucu güç sahibi kişilere dönüşmekte, futbolcuların “Akşama Erman Hoca doğrusunu yorumlar” diyerek oyuncuların enselerinde kendi güçlerini hissettirmektedirler (Arık, 2003. s. 611).

Futbol, sadece sahadaki “canlı oyunla” değil, “canlı yayınla” ve yayın sonrası nicel olarak oldukça fazla olan iletişim şekilleriyle de üretilmektedir. Böylece televizyonda üretilen futbol haberleri ve futbol tartışma programları gelişim, içerik, kullanılan dil, işledikleri bilinç futbolu bir inceleme alanı olarak kullanmaya imkan vermektedir (Erdoğan, 2008. s. 8).

Televizyonda spor müsabakası seyretmenin farklı kamera açılarından değişik çekimler, uzmanların yorumlarıyla birlikte sunulan izleyicilerin ne olup bittiğini daha kolay ve detaylı bir şekilde anlatmalar, yavaş çekimlerle yapılan tekrarlar gibi tribünde oturmakla kıyaslandığında çeşitli avantajları bulunmaktadır (Kazaz, 2002. s. 45- 46). Maç yayınıyla sınırlı kalmayan televizyon programları, maçı takip eden zamanlarda, sonuçlara, tartışmaları hakem kararlarına vb pek çok şeye odaklanan tartışma programları yayınlanır ve birkaç dakikalık özet görüntü üzerinden saatlerce bir konu tartışılır (Şeker ve Gölcü, 2008. s. 126). Televizyonun tercihinin sürekli aksiyonluk içermesi, olağandışına yönelmesi ve düşündürmeyi değil kolay anlaşılır olanı seçmesi gerektiği ve bir televizyon programının da seyircilerin bakışlarını da ekranda ayırttırmamalı, düşüncelerini zapt etmeli (Kıvanç, 2001. s. 44). Televizyon’da para verilerek izlenen futbol maçları artık izleyiciye hiçbir anını kaçırmama fırsatı sunmaktadır. Stadyumda olursa fark edilemeyecek bir an televizyon ile birlikte size anında sunulmaktadır. Oyun öncesi teknik adamların söylediklerinden, ısınma sırasında sakatlanan oyuncunun o maç kadrosundan çıkarılmasına, maça gelen önemli kişilerden, maç sırasında atılan golün, topun çizgiyi geçip geçmediğinin, kırılan ayağın, çıkan omzun hemen hepsini tekrar tekrar izleme olanağına sahip olunur. Bu imkanları sağlayan ise televizyondur. Maç sonrası futbol kanaat önderlerinin yorumları, görüşleri yine bu televizyon ekranlarında izleyicilerle buluşmakta, kimi zaman da izleyicilerde programa sosyal medya aracılığıyla yorumlar göndermektedir.

Televizyon programları aracılığıyla yeniden yapılanan futbol, televizyonda gösterilirken de programın içeriğine, konuklara ve yayınlandığı saate göre değişiklik göstermektedir (Şeker ve Gölcü, 2008. s. 126). 1990’da Türkiye’de özel kanalların yayın hayatına başlamasıyla birlikte birçok program türü ortaya çıkmış ve bu çıkan program türleri arasına spor programları da girmiştir.

Bugün birçok kanalda hayat bulan spor/futbol tartışma programlarından TRT dışında kalan kanalların birçoğuna maç görüntüsü yer alamamakta sadece maç sonucuna ve o maçın hikayesine göre, büyük kısmı erkek olan yorumcular tarafından yorumlanmaktadır (Özsoy, 2014. s. 283). Bu futbol programlarında, futbolun ekonomik durumundan, politik konumundan, futbolcunun eğitim seviyesinden, taraftarın sosyal konumuna vb. birçok konuda yorumlara yapılmakta (Şeker ve Gölcü, 2008. s. 126) bu programlarda yorumların ne şekilde ve hangi spor kriterleri ile yapıldığı, izleyicide ne gibi duyguları uyandırdığı ve harekete geçirdiği, hangi düşüncelerin oluşmasına neden olduğu gibi sorular ise bir hayli tartışma yaratmaktadır.

Televizyondaki herhangi bir programı izlemenin reyting oranları sosyal gruplara göre farklılaştığı görülürken, bir spor programının reyting ölçümünde bu durum sosyal gruplara, yaşa, kültürel birikime göre çok büyük farklar göstermediği (Özsoy, 2014. s. 283) görülmektedir. Spor programları, 2012 yılında RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) tarafından yapılan bir araştırmaya göre reyting sıralamasında 7. sırada bulunmaktadır. Bu durum da spor programlarının etkisi üzerine önemli bir veri olarak konumlanmaktadır.

2.3. FUTBOL VE HEGEMONİK ERKEKLİK

2.3.1. Hegemonik Erkeğin Kuramsal Çerçevesi ve Eril Dilin Yansıması Olarak Futbol Tartışma Programları

Bu bölümde televizyonda yayınlanan futbol tartışma programlarında eril dil kullanımı ve bu kullanımın ürettiği dilin futbol programlarında üretimi ve tekrarlanmasıyla erkeklik değerlerine katkısı incelenecektir.

2.3.2. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Kavramları

Kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılıklar olarak adlandırılan (Hill, 2003, s. 12) cinsiyet feminist düşüncede sadece kadın ve erkeğin biyolojik olarak ayırımına işaret etmekle birlikte bu ayırım temel olarak toplumsal yaşamdaki iktidar ilişkilerini de yaratan şeydir ve doğanın insanlara vermiş olduğu farklı cinsiyet özellikleriyle bunlar arasındaki hiyerarşik iktidar ilişkilerinin oluşması arasında nasıl bir ilişki olduğu feminist düşünürlerin üzerinde durduğu en önemli sorulardan biridir.

“Cinsiyet” kavramının sadece biyolojik özelliklere gönderme yapan özelliğini yetersiz bulan feminist kuramcılarının, “toplumsal cinsiyet” kavramını kullanmaya başlamasıyla (Sancar, 2013. s. 176), biyolojik cinsiyetten farklı olarak tanımlanmaya başlayan cinsiyet tanımı toplumsal ve kültürel olarak belirlenen ve dolayısıyla içeriği tarihsel ve toplumdan topluma da değişebilen “cins kimliği” olarak (Berktaş, 2009. s. 16) tanımlanmıştır.

Başlarda “biyoloji kaderdir” ifadesine itiraz etmeye kullanılan cinsiyet ile toplumsal cinsiyet arasındaki ayırım (Butler, 2005. s. 50), cinsiyetin sadece biyolojik bir özellik olarak algılanmasını reddeder ve “biyolojik cinsiyetin” kolay tanımlanabilecek bir şey olmadığı üzerinde durur (Sancar, 2013. s. 176).

Toplumsal cinsiyet teorisinde en yaygın anlayış, birer grup olarak kadınların ve erkeklerin farklı kişilik özelliklerine sahip olduğu (Connell, 1998. s. 225), kişinin doğduğu andan itibaren içerisinde bulunduğu toplumsal yapının ve tarihsel dönemdeki kültürün etkisiyle kendisine yüklenen rolleri öğrenmeye başladığı üzerinedir (Giddens, 2000. s. 621). Toplumsal cinsiyet rollerinin; rolün öğrenilmesini, toplumsallaşma ve

içselleştirmeyi de kapsayan üçlü bir aşamayı içine alan ve bu üçlü ilişkinin üretimini ve gelecek kuşaklara aktarımını sağlayan şeylerin aile, okul, arkadaş grupları ve medya (Connell, 1998. s. 79) üzerinde durulur. İşler ve sorumluluklar ailede, cinsiyet gözetilerek paylaşılmaktadır. Erkekler, ailede tamir, bahçe bakımı gibi nispeten uzmanlık gerektiren işleri yaparken, kadınlar daha çok yemek pişirme, bulaşık yıkama, bebek bakımı, ev temizliği gibi işlere odaklanmaktadırlar (Şafak, Çopur, Özkan. 2006, s. 2). Cinsiyetin biyolojik yapılanmasından daha çok toplumsal yapılanmasına “kadın doğulmaz, kadın olunur” (Beauvoir, 1993a, s. 231) sözüyle dikkat çekilirken, Kimmel ve Messner (2001)’e göre erkekliğin kendisi de, tıpkı kadınlık gibi, cinsiyet rejimi ilişkileri içinde şekillenen, yani “cinsiyetlendirilmiş” toplumsal ilişkilerin bir ürünüdür ve bizzat toplum tarafından oluşturulmuştur (Sancar, 2013. s. 24- 25).

2.4. Erkeklik ve Hegemonik Erkeklik Tanımlaması

Toplumsal cinsiyeti barındıran toplumsal ilişkilerin nasıl ve ne ölçüde dönüştürebilecekleri sorunu üzerinde yoğunlaşan toplumsal cinsiyet teorisi, 1970’lerde iktidar ve eşitsizlik temaları etrafında yeniden şekillenmeye başlamış (Connell, 1998. s. 59) feminizm tartışmaları ışığında iktidarın erkeklik teması üzerinde durulmuştur. Kadınlığa karşı tanımlandığı bir toplumsal cinsiyet düzeni içerisinde kurulan erkeklik, kadınlarla erkekler arasındaki iktidar ilişkilerini sürdüren toplumsal bir yapılanma (Kandiyoti, 1996. s. 200) olmakla birlikte Connell (1998, s. 60)’in buraya getirdiği en önemli fayda erkekler arasındaki toplumsal cinsiyet politikalarının “hegemonyacı” ya da “toplumsal olarak egemen” erkekliğin nasıl tanımlanacağı üzerine olmuştur.

Birçok kişiye göre erkeklik doğuştan sahip olunan doğal bir haldir. Doğal olarak biyolojiktir. Fakat erkeklik değerlerinin oluşumu –biyolojik özelliğin ötesinde- ortaya çıkışı ve her erkek tarafından özümsemesi de tıpkı toplumsal cinsiyet konusundaki kadınlık mevzusu kadar toplumsal olarak şekillenen bir şeydir.

Egemen erkeklik dünya çapında iktidarı elinde tutanların sahip olduğu değerler, yönettiği kurumlar ve geliştirdiği yöntemler ve politikalar olarak tanımlanabilmesinin yanı sıra (Sancar, 2013. s. 171), güçlü olmak, sorunları şiddet yoluyla çözmek, duygulara göre davranmamak, bağımsız davranmak, başkalarını yönetebilmek vb. gibi

çeşitli egemen erkeklik değerleri bünyesinde barındırmaktadır. Aynı zamanda belirli bir zamanda ve yerde ataerkilliğin belirli bir biçimde kurumlaşması ve kadınların denetlenmesi için belirli bir stratejileri tayin etmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Kandiyoti, 1996. s. 201). Hegemonik erkeklik, egemen erkeklikten iktidara sahip erkeklerin, erkeklik değerlerini toplumun geri kalanına (hem erkeklere hem kadınlara) özendirerek, zorlayarak, dışlayarak kabul ettirmesiyle ayrılmaktadır (Sancar, 2013. s. 173).

Cinslerin birbirinden farklı psikolojik, bedensel, toplumsal ve sosyal özellikleri olduğu fikri, endüstrileşme ve kapitalizmin dünya çapındaki gelişimiyle birlikte yeni ve modern bir cinsiyet farkları düzeni yarattığı (Sancar, 2013. s. 170) bir dünyadan söz edilirken kitle iletişim araçları ile de bunun yaratıldığı ve sürdürüldüğü bir gerçeklik söz konusudur. Bir erkek grubunun başka bir toplumsal grup üzerinde silah zoru veya tehditle kurduğu üstünlüğün hegemonya sayılamayacağını söyleyen Connell (1998. s. 247), hegemonik erkeklik kavramında “hegemonya” anlamının özel yaşamda ve kültürel süreçlerde (sinema/ müzik/ haber) de görülebilecek, toplumsal güçler oyununda kazanılan toplumsal bir üstünlük olduğuna işaret eder.

Hegemonya büyük ölçüde rıza gerektirir ve çok az erkek bir Bogart veya Stallone'dir; büyük çoğunluk ise bu imajların ayakta tutulması için işbirliği yapmakla birlikte (Connell, s. 246-248) erkeklik inşasını kolektif bir şekilde yapılmaktadır (Sancar, 2013, s. 171).

Küçük bir azınlık erkeğin, nasıl olup ta bütün güç ve iktidar pozisyonlarını elinde tuttuğunu ve meşrulaştırdığını açıklamaya çalışan hegemonik erkeklik kavramı aynı zamanda bu meşruluğu yeniden yaratıp devam ettirir (Sancar, 2013, s. 173). Connell (1998, s. 236), erkekliğin çoklu tanımı olduğunu söyler; belirli bir kültürde, hatta okul, devlet ve iş gibi tek bir kurum içinde bile birçok erkeklik biçiminin var olduğunu belirtir. Bu noktada hegemonik erkeklikten değil de bir erkek hegemonyasından söz edilmesi gereklidir ve hegemonik erkeklik ile tabi kılınmış ya da marjinal erkeklikler gibi farklı erkeklik türleri arasında bir iş birliği söz konusudur. Bunlar arasında bir hiyerarşik iş birliği var olmakla birlikte kadınların onayı da egemen

erkeklik değerlerinin kurulmasında ve yaşatılması önemli bir noktada durmaktadır (Hearn, 2004, s. 56).

Diğer erkeklikleri açıkça tanımlamayan hegemonik erkeklik, kadınlarla ve tabi kılınmış erkekliklerle ilişkili olarak inşa edilmektedir (Connell 1998, s. 249). Bu tabi olma durumunu yaratan okullar, kiliseler, aile ya da bizatihi devlet gibi kurumlar toplumsal evrende hüküm süren cinsel eşitsizliklerin ve bu eşitsizliklerin dayandığı kalıçılıkları ve sabitlikleri yeniden üretmektedirler (Bourdieu, 2001, s. 107).

Geleneksel kadınlık ve erkeklik rollerinin etkisini yitirmesi ve cinsiyet rollerinin sorgulanmaya başlanmasıyla birlikte hem ile yaşamında hem çalışma yaşamında, hem de sosyal hayatta giderek egemenliğini kaybeden erkekliklerle karşılaşmaktadır (Oktan, 2008, s. 153). Artık ataerkillikten değil, yeni bir tür erkek egemenliğinden söz etmek gerekliliğini doğuran tıbbın, teknolojinin ve toplumsal değerlerin bugün geldiği noktada erkekliğin üstünlüğü düşüncesi dayanak bulamamakta ve bir erkeklik krizi olduğuna yönelik savlar (Sancar, 2013, s. 182- 183) ortaya atılmaktadır. Bunu da en güzel şekilde Türkiye’den örnekle açıklayabiliriz: Osmanlı torunu olup kendi mahallesinin namusunu korumaya kendini adanmış olan “kabadayı” tarzı erkeklik değişerek, günümüzde kişisel bakıma önem veren ve imaj yaratan “metroseksül” bir erkeleğe evrilmiştir (Demez, 2005, s. 25).

2.4.1. Erkeklik ve erkekliğin iktidar bağıntısı

Farklı iktidar biçimleri üzerinde, kadınlar üzerinde, diğer erkekler üzerinde ve kendi bedenleri üzerinde kurdukları iktidarlar içinde daima tamamlanmamış şekilde var olan erkeklik (Meral, 2011, s. 302) modern kapitalist toplumlarda egemen cinsiyet rejimlerini anlamak için son derece önemlidir (Sancar, 2013, s. 11).

1970 ve 1980’lerden ve 1980’lerden itibaren egemen erkeklik değerlerine karşı çıkışın başladığı bir zamandan sonra (Sancar, 2013, s. 28) erkekliğin ne olduğu ve nasıl tanımlanabileceği üzerine uzlaşım erkeğin toplumsal yaşamda nasıl duyup, düşünüp, davranacağını belirleyen ondan salt erkek olduğu için beklenen rolleri yerine getirmesi üzerinedir (Atay, 2004, s. 14).

Bir kişinin veya grubun bir başka kişi ve kişiler üzerinde, onların ne yapabileceği, ne yapması gerektiği gibi konularda etkili olmasını içermekle birlikte çoğunlukla söylemler yoluyla kurulmakta ve işlemekte olan iktidarın (Van Dijk 1999, s. 272) bu söylemler medya aracılığıyla kurulmaktadır (Hall 1999, s. 236). Farklı tanımlarla donanmış olan iktidar, siyasi ve hukuki kavramlardan biri olup erkek ve kadın arasındaki rol, statü, sorumluluk ve toplumsal düzendeki eşitsiz denetim vb durumlar arasındaki temel iktidar farklılıklarını oluşturup (Lipman- Blumen, 1984, s. 4) erkek egemen topluma gönderme yapar. Erkek egemen toplum, iktidar aygıtlarının egemen erkeklik değerlerine sahip erkeklerin denetiminde olmasını ve onların temsil edip yönettiği bir toplumsal düzeni anlatır ve bu söz konusu toplum birbirinden çok farklı erkeklik tarzlarının merkezinde egemen erkeklik değerlerini barındırır (Sancar, 2013, s. 172). İktidarın aygıtlarından biri olan medya da bu noktada önemli bir pozisyondadır. Medya organlarında çalışan kadınların üst düzey konumlara ve yönetim kademelerine ulaşamamasının bir sonucu olarak medyada karar alma mekanizmalarını elinde bulunduranların çoğunlukla erkek oldukları söylenebilir. Bu anlamda medya yöneticileri, eril iktidarı yeniden üreterek hem sosyal alanda ve hem de özel alanda iktidarlarını sürdürmektedirler (Bek ve Binark, 2000, s. 4).

Daima bir yönüyle kadın- erkek, kadın- kadın, erkek- erkek, ilişkilerini kapsayan iktidar olgusunu (Connell, 1998, s. 151) erkek olarak doğmak tek başına yeterli değildir onun mutlaka kazanılması da gerekmektedir (Meral, 2011, s. 304). ancak erkeklik bunu yaparken, başka konumların “ne olduğu” durumunu konuşma edimini kendinde tutar ve bu sayede kendi konumunu sorgulama dışı bırakarak “iktidar konumu” oluşturur (Sancar, 2013, s. 16).

Erkeklik, hâkim kültürde orta sınıf, beyaz, heteroseksüel erkekleri tanımlayıp, öteki erkeklerin ölçüldükleri, iktidarı elinde tutan, sosyoloji araştırmalarında ve genç erkeklere “gerçek erkek” haline gelmeyi öğreten, bizim “hegemonik” erkeklik olarak adlandıracağımız erkekliğin tanımıdır (Kimmel, 2013, s. 95) ve bu erkeklik küçük erkek çocukları yırtıcı olmaya özendirirken, kız gibi davranmak alay konusudur (Connell, 1998, s. 80). Bu sebeple Erkek çocuklarının büyük bölümü, kendi cinsiyetlerine ait kişiler tarafından aşağılanmamak için, belli bir yaştan itibaren kadınlara mesafe koymak

ve yeni biçilen rolleri üstlenmek durumunda kalırlar ve karşı koydukları takdirde kılıbık, muhallebi çocuğu vb sıfatlarla anılıp, başarılı olursalar “erkek gibi erkek” olurlar (Koyuncu ve Onur, 2004, s. 43).

Otorite meşru iktidar olarak tanımlanabilirse, toplumsal cinsiyeti barındıran iktidar yapısında, otoritenin erkeklikle genel bağlantısının ana eksen olduğu ve erkeklerin iktidarının ve erkeklik otoritesinin görece yoğunlaştırıldığı bir kurumlar ve toplumsal çevre bileşiminin de varlığı da göz ardı edilmemelidir (Connell, 1998, s. 153-154). İşgücü piyasasından, kamusal alanlara kadar derin kökler salmış olan iktidar ilişkilerini anlamak için bu yerlerde egemen olan erilliği de anlamak gereklidir (Sancar, 2013, s. 16). En önemli işlevi, varolan cinsiyet rollerini doğal olarak sunup toplum ve kültürlerin özelliğine göre besleyerek kabullerini sağlama ve yeniden üretilmesini mümkün kılması olan ideolojinin (Döne, 1998, s. 65) bir çok yerde görülen yansımaları bu noktadan bakıldığında her yerde her kurumda eril iktidarın kurumsallaşan dışavurumlarını görmekteyiz (Kimmel, 2013, s. 101).

İktidarı elinde tutan erkek imgesi, erkekliği kuvvetli, başarılı, muktedir, güvenilir ve denetim sahipli olmakla eşdeğer görülmekte, her kültürlerde gelişen erkeklik tanımları ile birlikte var olan iktidarının devam ettirilmesini sağlamaktadır (Kimmel, 2013, s. 95). Erkeğin iktidara atanması, kadın ile olan ilişkilerini de etkilemektedir. Toplumsal cinsiyet sisteminin belirlediği roller; her iki cinsin statüsü, sorumlulukları, topluma ait kaynaklar üzerinde kontrol yetkileri gibi şeyler temel iktidar farklılıklarını oluşturmaktadır (Meral, 2011, s. 305) ataerkil ideoloji de, kadının ne ve nasıl olduğunu ona söylerken, aslında hangi alanlarda var olabileceğini ve hangi alanlardan dışlandığını ona söylemekle bir iktidar ilişkisi oluşturmaktadır (Akca ve Tönel, 2011, s. 12).

2.4.2. Erkeklik nedir? Erkeklik kodları nelerdir?

Erkeklik hakkındaki araştırmalar ilk olarak erkekliğin ne olduğu ve nasıl tanımlanacağı üzerinde durur. 1970’lerden başlayarak erkeksi davranışlar ve kadınsı davranışlar ile ilgili biyoloji, anatomi ve psikoloji temelli çalışmalar artmaya başlamasına rağmen (Sancar, 2013, s. 28) erkeklik çoğu zaman güç kullanımının kabulü

ile tanımlanmış ve psikolojik ve sosyal kimlik erkeği güç kullanımı ile birlikte çağırıştır (Hearn, 1998, s. 4).

Belli bir durum ya da durumlarda bireyden beklenen ve yapmaya özendirilen ya da öyle yetiştirildiği için bireyin yaptığı davranış kalıpları olarak tanımlanan rol kavramı (David ve Brannon, 1975, s. 5) erkeğin pek de bilincinde olmadığı bir kavramdır (Kimmel, 1990, s. 93- 109). “Cinsiyet rolleri her iki cinsin de farklı sıklıkla yaptığı”, “toplumsal bakımdan anlamlı etkinlikler olarak tanımlandığı, erkeğin araba onarımı, ev işleri, ütü, çamaşır gibi işlerinde kadına özgü olduğu düşüncesindeki etkinlikleri, erkeklere ve kadınlara ilişkin genel inanışları kapsar” (Williams ve Best, 1990, s. 16).

Toplumsal cinsiyet rolü, toplum tarafından tanımlanıp, birey tarafından yerine getirilen cinsiyete ilişkin bir takım beklentilerdir (Dökmen, 2004, s. 16). Sosyalleşme sürecindeki kız ve erkek çocuklar bu beklentilere uygun olarak oyun, meslek ve kişilik özellikleri benimserler. Toplumsal yaşamda kadınla erkekten beklenen davranışlar, nitelikler, belirtkenler aynı değildir. Ana- babalar, erkek çocuklarına “erkekler bebekle oynamaz” diyip, duygusal bir filmde kadının ağlamasını değil erkeğin ağlamasını yadırgarlar. Coleman (1990, s. 186-199) bir erkek, bir kadının çantasını uzun süre tutmak zorunda olduğunda, erkek hal ve hareketleriyle o çantanın ona ait olmadığını belli eder.

Cinsiyete ilişkin kalıp yargıları kişisel özellikler, rol davranışları, mesleklere ilişkin değerler, fizik görünüm gibi dört ayrı etmene bağlıdır ve dolayısıyla bu kalıp yargılar cinsel rollerle ilgili beklentilerden, standartlardan, kişisel özelliklerden, fiziki görünümünden ayrı düşünülemez (Deaux ve Lewis, 1984, s. 991- 1004). Toplumsal cinsiyet, kadın veya erkek olmaya toplumun ve kültürün yüklediği anlamları ve beklentileri ifade edip, bireyi” “kadınsı” ya da “erkeksi” “olarak karakterize eden (Rice, 1996) ve kültürün kadından ve erkekten beklediği onların fiziksel bedenlerine dair gözlemlerden tamamen ayrı tutmayan özelliklerdir (Lips, 2001).

Hiçbir erkek, kadınsı hiçbir yön barındırmadan, tümüyle erkeksi olamaz. En erkek görünenin, “kadın” diye yanlış olarak tanımlanan, yumuşak ve duygusal bir

yaşamı büyük bir özenle yönlendirdiği ve gizlediği bir gerçektir (Connell, 1983, s. 20). Küçükken annesiyle yakın bağ kuran erkek çocuk, bunu bastırıp erkek kimliği edinmek için “kadınlığa karşı korku ve tiksinti duygularını geliştirerek kendi imgesel erkek ülküsünü yaratıp kendi içinde kadınsı bulduğu özelliklerini bastırır” (Lindsey, 1990, s. 113). Böylelikle erkek çocuklar özerklik, saldırganlık, rekabetçilik, argo kullanım, üstünlük, şiddet gibi özellikler edinmeye başlayıp bu duygularla birlikte kadınları aşağı görmeye yol açar (Chodorow, 1978).

Kadınlarla erkekler arasındaki farklılıklar konusunda çelişkili sonuçlar vardır. Bunlar, iki cinsiyet arasındaki beceri, kişilik ve sosyal farklılıkların eğitim, meslek edinme fırsatları, ilişkiler ve sosyal kurum farklılıklarına bağlı olduğunu ya da bunların tamamen biyolojik kaynaklı ve genetik olduğuna ilişkin tartışmalara bağlıdır (Dökmen, 2004, s. 9). Sancar (2013, s. 29)’ın da belirttiği gibi, güç, akıl, aktiflik, çatışmadan kaçmamak, şiddet uygulayabilme, rekabet, teknolojik bilgi ve uzmanlığa sahiplik, risk almak, argo konuşma hakkına sahip olmak ve macera peşinde koşma, erkeklik belirtisi olarak kabul edilmekteyken, duygusallık, pasiflik, anlayışlı ve şefkatli olma, barışçılık gibi özellikler de kadınsılık olarak görülmektedir.

Fiske ve Stevens (1993- 1998)’ a göre her kalıp yargının bir betimsel bir de reçetesel tarafı bulunmaktadır. Betimsel yanı, o kalıp yargının ait olduğu grubun tipik bir üyesinin neye benzediğine ilişkin olarak insanların kafalarındaki tanımlardır ve kadına duygusal, zayıf, bağımlı, pasif vb. özellikleri yükler. Reçetesel yan ise grubun üyelerinin nasıl davranması gerektiğini dikte eden yandır; kadının becerikli, pasif ve yumuşak başlı olması, erkeğin; sert, gülmeyen, aktif ve saldırgan olması gibi özellikleri içerir.

Amerika, Avrupa, Asya ve Avustralya’daki 25 ülkede yapılan bir araştırmada (Best ve Williams 1982, 1990) kadın ve erkeğe benzer roller yüklendiği görülmüştür. Erkekler için, serüvenci, başat, etkili, bağımsız, güçlü, akıllı, saldırgan, otokratik, girişimci, cesur, dinç, sert, maceracı, baskın, özerk vb; kadınlar için ise, duygusal, itaatkar, boş inançlara inanan, sevecen, hülyacı, duyarlı, zayıf, bağımlı, bakım verici ebeveyn ve uyumlu çocuk özellikleri ön plana çıkmıştır. Ayrıca söz konusu araştırmada 25 ülkede 5 ve 8 yaş aralığındaki çocuklar, erkekler için; saldırgan, kaba, macera seven,

bağımsız, baskın, kendine güvenen, mantıklı vb. tanımlarda bulunurken, kadınları; duygulu, konuşkan, bağımlı, heyecanlı, yufka yürekli, zayıf, memnuniyet verici, değişken olarak tanımlamışlardır. Burada kadınlara yüklenen anlamlar, : erkeklere oranla daha olumsuz olduğu dikkat çekmektedir.

Türkiye’de cinsiyet rolleri üzerinden erkeklere ve kadınlara yüklenen olumlu özelliklere bakılarak yapılan bir çalışmada (Altan, 1993) kadınlar için, duygusal, düzenli, çekici, etkileyici, fedakar, terbiyeli, pratik, görgülü, iyi huylu, yumuşak, itaatkar, sabırlı, kibar, sevecen, sadık, zarif, tatlı dilli vb. nitelermeler yapılırken; erkekler için, cesur, çevik, kavgacı, dayanıklı, sporsever, güçlü, girişimci, akıllı, hızlı, hırslı, mantıklı, girişimci, kararlı, kendine güvenen, mert, onurlu, mücadelecı, sert, otoriter, soğukkanlı vb. nitelermeler yapılmıştır.

Araçsal ve Duyarlı olarak ikiye ayrılabilen erkek ve kadın rollerinden, araçsal rol anlayışı toplumdaki iş bölümünden ortaya çıkan rolken, duyarlı rol, rol sahibinin başkalarıyla, kendi benliğiyle ilgili gereksinimleri karşılamak üzere giriştiği ilişkileri anlatır (Segal, 1992, s. 97). Bu roller eşliğinde “baba, erkek, koca” ailenin beslenme, barınma gereksinimlerini karşılayıp, aile üyelerinin dış çevreyle bağlantılarını kurarak ailenin toplumsal- fizik bütünlüğünü sürdürürken, “anne, kadın, karı” da aile içi ilişkilerin düzgün akmasına çalışır, aile üyelerine duygusal destek sağlar, aileyi çatışmadan korur (Özen, 1993, s. 400- 410). Bu durumda erkek, “önder, yaratıcı, gelir getirici, savaşçı, mücadelecı, akıllı, şiddet gösteren” vb. gibi sıfatlarla, kadın da, “itaat edici, sevgi gösterici, duygulu, doyurucu, evcimen, sevecen, ağır başlı” gibi sıfatlarla birlikte tanımlanır.

Egemen erkeklik değerlerinin risk almaktan kaçınmama, sertlik ve dayanıklılık, saldırgan ve atak, duygusal olmayan bir mantıklılık, acıya katlanma ve şikayet etmeme, benmerkezcilik olarak vurgulandığı (Collinson ve Hearn, 2005, s. 295), sınırları ve kaybedilme koşulları her zaman belirsiz, değişken, geçişli ve gündemde olan bir iktidar stratejisi olmak durumundadır (Sancar, 2013, s. 19).

Sancar (2013, s. 90) cinsiyet kökeninin temelinde Batı’nın sömürgeci şiddeti ve askeri militarist teknolojisinin süreci beslemesinin yatmasındaki etkiyi göz önüne serer.

Sömürgecilik, Batı'nın üstün teknoloji ve biliminin kurucusu olan akıllı ve özgür birey kimliğine sahip beyaz erkeğini, Doğu'nun vahşi ve barbar erkeğini terbiye etmekle görevlendirir. Kendi egemen erkek değerlerini savunurken de karşındakini "kadınsılık" ile "kadın gibi olmakla" aşağılaması cinsiyet rejiminin yansımasıdır.

Erkeklik inşası, bir erkeğin çocukluğundan itibaren başlayıp, hayatının sonuna kadar devam eden bir süreçtir ve bu süreç asla bitmez erkek bunu ömrünün sonuna kadar muhafaza etmek ve gelecek nesillere aktarmak zorundadır. Eşcinselliğin doğrudan erkekliği tehdit ettiğini ve bu nedenle bireysel eğilim olmaktan çok toplumsal ahlaki bir 'sorun' olduğunu iddia eden egemen erkeklik değerleri, çoğu erkek tarafından sorgusuzca benimsenmektedir (Sancar 2013, s. 204). Connell (2005, s. 78)'a göre hegemonik erkekliğin erkek grupları arasında yarattığı üstün olma ve bağlı olma ilişkileri, çağdaş Avrupa ve Amerika toplumlarındaki en önemli örneği heteroseksüel erkeklerin, eşcinsel erkekler üzerinde kurduğu tahakkümdür. Segal (1992, s. 200)'de, "Homofobi eşcinsel erkeklere zulmederek bütün erkekleri hizaya sokmakla kalmaz; erkeklerin içlerindeki 'kadınsılığı' aşağılayarak aynı zamanda kadınları da aşağılar" diyerek erkekliğe yapılan vurguyu öne çıkarır.

Kimmel'e göre (1987, s. 12: 13) bir grup olarak erkekler kadın grubu üzerinde yalnızca baskı uygulamakla kalmıyor, erkeklikle kadınlığın tarihten gelen tanımları bu erk ilişkilerini yeniden üretiyor. Erkeklik yetke, üstünlük gibi özelliklerle, kadınlıkta edilgenlik, boyun eğme gibi özellikleriyle birleştiriliyor. Bourdieu (2001, s. 55) kadınların tâbi durumdaki konumlarını onların bu durumu yaratan pratikleri onaylaması ve yeniden üretmesine de bağlamaktadır. Kabil toplumundaki eril tahakkümün belirli işleyiş mekanizmalarının modern toplumlarda da görülebileceğini iddia eder. Kabil'de yere bakarak yürüyen ve kendisine soru sorulduğunda "Bilmiyorum" diyen kadının yerini, kamusal anlamda görünürlük kazanmış modern bir kadın prototipi almıştır.

Antropolojik araştırmalarda incelenen ilkel toplulukların kimliklerinde erkekler saldırganlık, sert, dövüşkenlik gibi eril özellikler gösterirken, kadınlar da kocalarına saygılı, ev işlerine odaklı davranışlar sergiliyorlardı. Kimilerindeyse aralarında bir fark gözlemlenmiyor erkeklerde kadınlar kadar yumuşak, iyi huylu, kibar davranıyordu (Coltrane, 1992, 86- 107). Kadınların üretime katkıları azsa, o kültürde erkek üstünlüğü

görülmekte kadınlar evde çocuk bakımı ve beslenmeyle sınırlı etkinlikleri olup miras babadan oğla geçiyor, evlenen kadın kocasının ailesi birlikte oturuyor (Onaran, Bir ve Büker, 1998, s. 7). Engels'in (1977) teknolojik değişimler sonucu daha büyük miktarda toprağın ekilip dikilmesi, avcılıktan ziyade hayvancılığın gelişmesi, gıdanın tüketilmeyip saklanabilmesi gibi özellikler kadınları ev işlerine ve çocuk yetiştirmeye itmiş böylelikle de kadın erkek arasındaki eşitsizlik ortaya çıkmıştır.

Minton (2000) 20.yy'a girerken ABD'de cinsiyet ideallerinin değiştiğini ve "yeni kadın" ve "yeni erkek" tipleri ortaya çıkmıştır. Kadınlar eğitimde ve iş yaşamında daha fazla yer almaya başlamış, ekonomik bağımsızlık kazanmış, politik bilinç kazanmaya başlamışlardır. Orta sınıftan gelen erkeklerde kadınların bu "başkaldırı" durumlarını kendilerine bir tehdit olarak görmüşler ve erkeklikleriyle daha çok ilgilenir olmuşlardır. Daha önceki dönemlerde görülen saygılı ve duygularını sınırlayan erkek tipinden, ilkel güdülerini sınırlamayan, yarışmacı sporlarla ilgilenen, savaşçı bir erkek tipine doğru değişmelere yol açmıştır. Connell ve Wood (2005, s. 362) bu durumun da yeni kapitalist küresel düzende daha esnek, enerjisini işine odaklamış, özgürlükçü, teknik bilgi ve uzmanlık alanlarında bilgili ve yenilikçi, iletişim becerileri gelişmiş, daha çok rekabet daha az işbirliği anlayışında erkeklik egemen olmaya başlaması şeklinde yorumlamışlardır.

Erkeklik – kadınlık ayrımını, biyolojik etmenlerin yanı sıra toplumsal etmenlerle etkileşimi inceleyen araştırmalar (Segal, 1992, s. 95) erkek beyninin kadın beyninden daha değişik bir yapıda olduğunu böylelikle de erkeklerin daha fazla bilişsel bir güce sahip olduklarını öne sürmektedir. Dört yaşındaki bir çocukta toplumsallaşmanın etkisini ele almazsak herhangi bir cinsel ayrım görülmeyeceğini ama on dört yaşında hormonların da etkisiyle bu ayrımın belirginleşeceğini, dolayısıyla da biyolojinin önemli olduğunu öne süreren araştırmalar da bulunmaktadır (Rossi, 1984, s. 1- 19). Çocuklar üç yaşından başlayarak erkek- kadın ayrımı yapıp, kendilerini erkek ya da kadın olarak tanımlarken, altı yaşından itibaren de cinsel benlik geliştirebiliyorlar: "Ben bir oğlanım bu yüzden erkekçe şeyler yapmak istiyorum" (Kohlberg, 1966, s. 89). Spence ve Sawin (1985, s. 63) yapmış olduğu bir araştırmaya göre çocukların özdeşlik yoluyla edindikleri özellikler de erkeklik ve kadınlık durumlarında önemli bir yer edinmektedir. Buna göre erkek çocuklar makyaj yapmanın, elbise giymenin, bebeklerle

oynamanın uygun olmadığı, kız çocuklarının boks yapmamaları gibi apaçık somut özellikler görülmektedir.

David ve Brannon (1976) erkek rolünün dört genel boyutu olduğunu söyler. Birincisi “kız gibi olmamak” yani kırılğan, açıklık gibi dişil özelliklerden uzak durmak. İkincisi, “kodaman” olmak yani başarı, saygınlık, izlenme gereği. Üçüncüsü; “dayanıklı, meşe ağacı olmak” kendine güven, sağlamlık, bilgelik, eğilmezlik anlamlarını içerirken sonuncusu ve dördüncüsü “canlarına okumak” saldırganlık, şiddet ve cesaret anlamlarını içermektedir. Bu boyutlara paralel olarak ABD’de yapılan bir araştırmada (Thompson ve Pleck, 1986, s. 531- 543), erkeklerde statü normu; statü edinerek başkalarının saygısını kazanma gereksinimi, sertlik normu; erkeğin, anlık, fiziksel ve duygusal dayanıklılığı, kendine güveni, duygusal açıdan kırılğan olmaması ve kadın karşıtlığı normu; kadınsı işlerden uzak durması şeklinde tezahür eden üç normun varlığına dikkat çekilmiştir.

Erkek ve kadın rolleri ile ilgili sözlere (kadının evde çocuk yetiştirilmesi, erkeğin ev dışında çalışması para kazanması vb. gibi) verilen yanıtlarda işbölümünün böyle olması gerektiğini söyleyen kadınların oranlarının fazla olması, “erkek egemen” söylemin kadınlarda da benimsendiğini ve sürdüğünü gösterir (Onaran, Büker ve Bir, 1998, s. 50).

Kadının bir işte beklenmedik bir başarı göstermesi yeteneğinden daha çok şansa ya da işin kolaylığı ile açıklanmaktayken, erkeklerin başarısı doğalmış gibi algılanır. Erkeklerin daha akıllı oldukları, uzmanlıklarının bir işi yapmaya daha yatkın oldukları kalıp yargısı tetiklemektedir (Dökmen, 2004, s. 119). Furnham ve Rawles (1995)’te bu konu üzerinde bir araştırma yaparak konuyu açıklamışlardır. Araştırmada öğrencilere kendilerinin, anne ve babalarının, büyükanne ve büyükbabalarının zekalarını tahmin etmeleri istenmiştir. Erkeklerin kendi zekalarını kızlara göre daha yüksek tahmin ettikleri sonucu çıkmasının yanı sıra, araştırmaya katılan öğrencilerin babalarını annelerinden, büyükbabalarını da büyükannelelerinden daha zeki oldukları tahmininde bulunmuşlardır.

Erkeklerin kadınlara göre daha fazla lider vasıflarında olduğuna dair var olan görüşler (Varaoğlu, 2001, s. 326) İsrail polis gücü üzerinden verilebilecek bir örnekte de görülebilmektedir. “Bu bölümde çalışan erkekler tüm çalışanların % 80’ini oluşturmaktadır ve işin gerektirdiği özellikler yüksek risk ve fiziksel gücün kullanılmasına dayanmakta, işi gerçekleştirmek için gerekli özellikler otorite, hakimiyet ve güçlü olmaktır” (Dahlia, 1999, s. 51). Böylelikle polis mesleği fiziksel güç istemesi ve risk alma gerektirmesi vb maskülen özellikler sonucu erkek egemen bir meslektir de denilebilir.

Reklamda Yer Alan İdealize Edilmiş Erkek Bedenlerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerini Çerçevesinde Algılanış Biçimini araştıran bir çalışmada (Saatçioğlu ve Sabuncuoğlu, 2016, s. 450) katılımcılarının reklamlarda yer alan idealize edilmiş erkek bedenlerinin toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde nasıl algıladıklarını belirlemeyi amaçlanmıştır. Araştırma neticesinde de İdealize edilmiş erkek bedenlerini kadın katılımcılar eril özellikler olan hareketli, cesur, maceracı; erkek katılımcılar hareketli, maceracı, etkin olarak kadın katılımcılar dişil özellikler olan seksi, çekici, kibar; erkek katılımcılar seksi, çekici, hayalci olarak tanımlamaları öne çıkmıştır. Orhan Pamuk romanlarının incelendiği bir çalışmada da, söz konusu romanların erkeğin iktidarını sağlama yollarından birinin de erkeğin macera peşinde koşması, kamusal alanda görülmesi, olayların odağına yerleşme hevesi gibi özelliklerdir. Bu hareketler erkeğe özgüdür (Sağlam, 2014, s. 118). Birçok kültürde cinsel maceralara atılma erkekliliği tanımlayan olumlu özelliklerden birisi sayılır (Giddens, 2000, s. 67-79).

2.5. Futbol ve Erkeklik Bağı

Spor alanında yeniden üretilen ve sabitlenen toplumsal cinsiyet kavramı geleneksel olarak erkeksi özellikler bünyesinde barındırın erkek etkinliği olarak görülüp, bu alandaki başarıyı ve üstün performansı erkeklikle eşdeğer kabul edilmektedir. Spor ortamında toplumsal cinsiyet konulu çalışmalar, sporun toplumsal cinsiyet eşitsizliğini kuvvetlendirdiğini ortaya koyan spor alanındaki toplumsal cinsiyet çalışmaları da cinsiyet düzeninin kültürel bir pratik olduğunun göstergesidir (Koca ve Bulgu, 2005, s. 165).

Toplumsal cinsiyetin dilsel pratiklerde söylemsel olarak inşa edildiği, toplumsal hafızaya yerleşmiş bu yapı (Davies, 1997, s. 9), ortak duyuda ve gündelik yaşamın kalıplaşmış hallerinde kendini gösterildiği ve kız çocuklarının bebeklerle, erkek çocuklarının arabalarla oynaması, kız çocuklarının ip atlarken, erkek çocuklarının futbol oynaması ve birinin diğerinden kaçınması bu toplumsallığın ilk göstergelerindendir (Cengiz, Tol ve Küçükural (2004, s. 54).

Tarihte, özellikle batı kültürlerinde, toplumsal yaşamı yansıtan bir ayna görevi gören spor (Hargreaves, 1994), erkeklik değerlerini barındıran ve sürdüren bir alan olma (Elias, 1986) özelliğini de bedeni vurgulayan kadın-erkek, zayıf- güçlü ayrımları yaparak üstünlüğü hegemonik erkeklığe tanımaktadır (Bulgu, 2012, s. 208). 18. yüzyıldan başlanarak bir takım standartlarla tanımlanmaya başlanan erkeklik, 20. yüzyıla gelindiğinde daha da derinleşmiş ve eğitim kurumları, yarışmacı sporlar, ve ordu aracılığıyla, erkeklik rekabet, güç, dayanıklılık, sertlik, kendine güven, heteroseksüellik gibi özellikler çerçevesinde kurulmaya başlamıştır (Cengiz, Tol ve Küçükural, 2004, s. 54).

2.5.1. Futbolun bedenle ilişkisi ve futbolun eril yönü

Toplumsal yapının önemli ve ayrılmaz bir parçası olan ve bu sebeple toplumdaki bireylerin, toplumsal ve kültürel anlamları, değerleri ve sembolleri öğrenmelerinde önemli bir işleve sahip olan spor, toplumda egemen olan ideolojilerin en fazla yansımaları bulduğu ve yeniden üretildiği önemli alanlardan biridir (Hacısofuoğlu ve Koca, 2011, s. 69) ve batılı ülkelerde, ideal erkeklik imajlarını en sistematik biçimde yansıtan bir işleve sahip olmakla birlikte, futbol, kriket ve beyzbol gibi oyunları iyi oynamada içerilen güç ve yetenek kombinasyonu erkeklığın oluşumunda önemli etkilerdendir (Connell, 1998, s. 123).

Kadınların ve erkeklerin toplumsallaşma deneyimleri farklılığına yapılan vurgu kızların ve erkeklerin toplum tarafından kendilerine ait olduğu düşünülen toplumsal kodlar içerisinde hareket etmesi şeklinde ortaya çıkmakta (Koca, 2012), erkeklerden hegemonik kodlara uygun hareket etmeleri beklenmekte, ortamın ruhuna uygun hareket etmeyenler, kılıbıklık, yumuşaklık, ibnelik gibi kadınsılıkla ya da erkek olmamakla özdeş görülen bazı ifadelerle aşağılanmakta (Cengiz, Tol ve Küçükural, 2004, s. 60) ve

bu yolla futbol kendi dilini oluşturmaktadır. Futbolda galip gelmenin, gol atmanın doğrudan doğruya erkeğin cinsel eylemiyle özdeşleştiğini ve maçist dilin iyice saldırganlaştığını erkek cinselliğinin bir tahakküm olarak kullanılması “koyduk, siktik, bindik” türünden şarkılarla sözlerde de görülmektedir (Bora, 2013, s. 504-505).

Futbol tüm dünyada yaygınlığı itibariyle spor alanında erkekliğin kurulmasına katkıda bulunan en önemli alanlardan biri olması sebebiyle futbolla birlikte futbol yıldızları hegemonik erkeklik modelleri olarak sunulmasının yanı sıra (Hacısoftaoğlu ve Koca, 2011, s. 79- 80) sportif etkinliğin, fiziksel güç, hırs, güçlü performans, rekor gibi özelliklerle birlikte tanımlanması ve biyolojik farklılıkları normalleşmesiyle birlikte, kadın ikincilleşmekte ve spordaki toplumsal algı erkeksi olmaktadır (Koca ve Bulgu, 2005, s. 165).

Futbolun tarihsel oluşumu, erkekliğin denetim altına alınarak, sertliğin ve şiddetin denetim altına alındığı, “medeni” ama sert bir oyundu ve bu sertlik bir erkek oyunu olarak yüceltilmesine olanak sağlamış (Bora, 2013, s. 503) özellikle maçların sunulduğu televizyon programlarında, görsel imgelerde ve yorumcuların söylemlerinde, saldırgan ve sert oynayan erkek sporcuların daha fazla ön plana çıkarıldığı, bu sporcuların korkusuz oynamakla tanımlandığı ve başarılı görüldüğüne yönelik mesajların egemen olduğu görülmüştür (Hacısoftaoğlu ve Koca, 2011, s. 78).

“Erkek sporları” olarak tanımlanan boks, futbol, karate, güreş, halter, vb sporlar erkekliğin, erkek bedeninin eylem ve işlevleri dolayımı ile toplumsal olarak inşa edilmesini sağlayan önemli mekanizmaların başında gelmekte, erkekler tarafından yapılan sporlar erkek gücünü ve dayanıklılığını temsil etmektedir (Sancar, 2015, s. 179). Fenerbahçeli milli oyuncu Basri Dirimli'nin ikonlaştırılma tarzı, bu temsilin bir örneğidir. Basri, onu krampon darbesiyle yarılmış kafasına sardığı bandajından kan sızarken gösteren fotoğrafıyla ve “Mehmetçik” lakabıyla özdeşleşmiştir. Bu, hırsla, azimle, acı duymadan, erkekçe, tekmeyle kafa uzatan bir erkeklik ikonografisi olarak karşılanmakta ve futbolun da iki erkek grubunun sert, erkekçe boy ölçüştüğü bir spor olması futbol ve erkekliği ortak bir paydaya getirmektedir (Bora, 2013, s. 492).

Hakim toplumsal cinsiyet rejiminde erkeklik kompleksinin kendisini sürekli büyülenme, fetih arzusu ve tehditle dışa vurur. Eşcinsellik erkek kimliği ile ilgili tehdit algısında alarm çaldırır. Bu bakımdan, futboldaki söylemlerde cinsiyetçi slogan ve şarkılarda rakipleri “ibnelikle” damgalamanın global düzeyde yerleşik olması şaşırtıcı olmamakla birlikte (Bora, 2013, s. 505) eşcinsel hareketin yükselmesiyle eşcinselliğini açıklamaya başlayan sporcuların sayısındaki artış dikkat çekicidir. Bu sporcular halen spor alanında çok önemli sorunlarla karşılaşmakta, eşcinsel erkeklerin erkek spor takımlarında hoş karşılanmadığı sporun kadınlara olduğu kadar farklı erkekliklere de kapalı olduğunu göstermektedir (Hacısoftaoğlu ve Koca, 2011, s. 79-80).

Bora (2013, s. 506)'ya göre oğlan çocuğunun ilk maça götürülmesinde bazen hafifçe bir erkeklığe geçiş ritüelinin havası vardır. Bora bu durumu, Türkiye’de erkek argosunda ilk cinsel ilişki için, spordan ve özellikle futboldan nakledilen milli olmak deyimini hatırlatarak örneklendirir. Bora’ya göre futbol ortamı, erkeklere geniş bir kendini koy verme, azma sahası açar.

2.5.2. Erkeklığın futbol tartışma programlarında görünümü

1990 yılında Türkiye’de özel televizyon kanallarının yayın hayatına başlamasıyla birlikte artan televizyon türleri arasına genelde spor özelde futbol odaklı tartışma programları da girmiş, birçok kanal spor için ayrı yayınlar yapmış, spor için tematik kanallar kurulmuştur. Stadyumda maç izlemekle kıyaslandığında televizyon karşısında maç izlemenin çeşitli avantajları bulunmakta, farklı kamera açılarından değişik çekimler, uzmanların yorumlarıyla birlikte sunulan izleyicilerin ne olup bittiğini daha kolay ve detaylı bir şekilde anlatmalarına yardımcı olmaktadır (Kazaz 2002, s. 52). TRT dışındaki spor kanallarında müsabakaların görüntüleri olmadan, hemen hemen hepsi erkek olan yorumcuların sözde futbolun gündemini tartışarak program yapmaktadır (Özsoy, 2014, s. 283).

Erkek futbolseverin gündelik yaşamını da yeniden düzenlemekte olan futbol medya aracılığıyla hegemonik erkeklığın inşasında ve yeniden üretilmesinde oynadığı rol (Akbaş, 2012, s. 6), medya ve özellikle spor medyası aracılığıyla toplumsal cinsiyete ilişkin egemen söylemleri yansıtma eğilimiyle birlikte dil içinde inşa edilmiş yanlı

anlamları destekleyerek toplumsal eşitsizliklerin yeniden kurulmasına katkıda bulunmaktadır (Hacısoftaoğlu ve Koca, 2011, s. 71).

Türk televizyonlarındaki spor programlarının dilini oluşturan öğelerden birini ve belki de en önemlisini cinsiyetçi söylemler, argo sözcük ve söz dizimleri oluşturmakta (Kaya, 2001, akt. Özsoy, 2011, s. 97) futbolun erkek kimliğinin şekillenmesindeki etkilerini göz önünde bulundurduğumuzda, futbol programlarında sık sık “adam gibi adam”, “delikanlı”, “cesur”, vb. ifadelerine yer verilmesi çok sık rastlanan bir olgudur (Talimciler, 2014, s. 124).

Spor medyası bir varlık olarak düşünülse ve “Cinsiyeti nedir?” diye bir soru yöneltirse, kahramanlar çoğunlukla erkeklerden oluştuğu spor medyasında, erkek egemen anlayış ortaya çıkmakta, antik yunan’da kadını spordan alıkoyan anlayış bugün medya aracılığıyla şekil değişirse de sürdürülmektedir (Özsoy, 2008, s. 203-204). Kadın sporcuların medyada temsili, yaptıkları sporun oyunsal durumlarından çok, vücut hatlarının öne çıkartılması, erkek egemen bakış açısının kendi politikalarını oluşturup cinsiyet farklılaşmasını derinleştirilmesi (Öztürk, 1998, s. 73) şeklinde karşımıza çıkmakta, bu konuda FIFA başkanının kadınlar futbolunun daha çok ilgi toplaması amacıyla, kadınlara vücut hatlarını belli eden çok daha dar formalar ile sahada olmaları önerisinde bulunması önerisi dikkat çekmiştir. Ayrıca maç sonları sporcularla, antrenörlerle ve yöneticilerle yapılan röportajlarda da “futbolun bir erkek oyunu olduğuna”, “erkekçe mücadeleye”, “savaşmaya” yönelik söylemler geliştirilmektedir.⁸ Kadınlar, spor alanında ve bu alanın kitlelere yansıtıldığı kitlesel medyanın içeriğinde gösterim şekli anne, eş, sevgili vb. olarak yer almakta (Talimciler, 2009, s. 52- 53) kendi öz kimlikleriyle medyada temsilleri çok az olmaktadır. Türkiye’nin yetiştirmiş

⁸ Erkeklik üzerine bazı söylemler için bakınız:

<http://kralspor.ensonhaber.com/hagi-erkekce-yuzume-soylesinler-2011-03-06.html> (Erişim tarihi: 07.12.2016)

<http://www.fenerbahce.org/fbmobile/detay.asp?ContentID=10859> (Erişim tarihi: 04. 08. 2016)

<http://www.haberturk.com/spor/futbol/haber/1300392-luis-suarez-futbol-erkek-oyunudur> (Erişim tarihi: 10.11.2015)

olduğu en önemli kadın atletlerden biri olan Süreyya Ayhan ile yapılan bir röportajda kendisine sporculuğundan çok evliliği ile ilgili soru sorulmuştur.⁹

Kadının spordaki başarısı daha çok bir rastlantı sonucu, tesadüf ve ya olağandışı gösterildiği, anne, eş, sevgili ve birinin kızı olma durumlarının öncelikli olarak verildiği bir haber anlayışı medyada (Özsoy, 2008, s. 204) görülmektedir. Sporun kadınlar üzerinden söylemine bakıldığında gazetelerde atılan başlıklar farklılaşmakta, televizyonda konuşulan konular bir anda değişmektedir. “Güzel oyuncu artık Fenerbahçe için ter dökcek”, “Potanın Perileri bir mucize gerçekleştirdi”, “Sarı Melekler final yolunda” vb. başlıklar ve haber sunum şekilleri sık sık karşılaştığımız durumlardandır. Daha özele inip futbolu incelediğimizde de bu kadınlar için söylenen bu söylemler çok da farklılık göstermektedir. Kadın futbolundan bahsederken başarılı futbolcu yerine, güzel kadın oyuncu, seksi oyuncu söylemleriyle sıkça karşılaşmaktayız. İnternet siteleri haberlerinde “Futbolun en seksi 11’i işte burada”¹⁰ şeklinde linkler göstermektedir.

Erkeksi bir yapısı olan futbolun, gazetelerde ve televizyon yayıncılığın kadınların daha az yer kaplamasına sebep olmuş ve Türkiye genelinde yayınlanan 3 gazete üzerinde yapılan araştırmada gazetelerdeki spor haberlerinin %79.98’inin erkek sporculara ayrıldığı ve haberlerin toplumsal cinsiyet kodları çerçevesinde verildiği gözlemlenmiştir (Arslan ve Koca, 2006, s. 6). 2014- 2015 UEFA Şampiyonlar Ligi kura çekimi ile aynı gün UEFA tarafından hem kadınlarda hem erkeklerde Avrupa’da yılın futbolcusu da açıklanmış ve Lionel Messi ile Celia Sasic ödül kazanan isimler olarak kürsüye çıkmışlardır. Ancak Lionel Messi’nin ödülü kazandığı bu günde kadınlar

⁹ Bakınız: “2004 Olimpiyat Oyunları öncesinde özel televizyon kanallarından birinde yayınlanan ana haber bülteninde, Olimpiyatlar’a Türkiye’de hazırlanma karar alan Süreyya Ayhan ile ilgili kısa bir haber vardı”. “Süreyya Ayhan’a haber spikerinin sorduğu ilk soru”: “Gelinlik giydiğinizde neler hissettiniz, ne değişti?”

<http://www.radikal.com.tr/radikal2/hormonlu-degil-kiz-gibi-kiz-894011/> (Erişim: 10.11.2015)

¹⁰-Çeşitli dönemlerde görülmekle birlikte, söz konusu çalışmanın yapıldığı 2015 senesini ele aldığımızda, Sporx, Hürriyet, Sabah gibi internet sitelerinde “Futbol’un en seksi 11’i” adı altında şuan futbol oynayan kadınlardan bir futbol müsabakasında oynayabilecek sayıda kadınlar’ın fotoğrafları yer almaktadır. Bunlar çıplak, yarı çıplak ya da genellikle kadının güzelliğini ve vücudunu ön plana çıkaran fotoğraflardır ve kaleciden forvete kadar 11 futbol oyuncusu sıralanmaktadır. Bunların yanında erkeklerinde yar çıplak fotoğraflarının yer aldığı “en seksi karma” şeklinde haberlere de bu dönemde rast gelinmiştir.

futbolunun en iyisi ödülünü alan Celia Sasic'in ismi Türkiye'de ki spor haberlerinin sunumunda ya çok az kullanılmış ya da ismi dahi anılmadığı fark edilmiştir.¹¹

Belirli spor branşlarının kadınlara kapalı olması, kadınların dışlanması ve o sporu kontrol eden kişilerin eril düşünceye sahip olması yüzünden sporda kadınlar ikincilleşmektedir (Koca ve Bulgu, 2005, s. 170). 1990'lı yılların başında sayısı 50'yi bulan kadın futbol takımlarının oluşturduğu Kadınlar Futbol Ligi'nin, federasyonun bütçe ayırmaması, ilgisizlik, sponsorsuzluk ve birçok takımın feshedilmesi yüzünden kapatılması söz konusu duruma en güzel örnektir”.

Hatırlanacağı gibi yakın geçmişte televizyonda yayınlanan spor tartışma programlarında cacık yapma mevzusundan¹², doktorculuk mevzusuna¹³ kadar aslında sporun içerisinde, dilinde bulunmayan birçok gelişme de yaşanmıştır. Türk televizyonlarındaki spor programlarında cinsiyetçi sözlere ve cinsel ayrımcılığa da çokça yer verilmiştir. Simge Fıstıkoğlu ile Ümit Özat'ın daha birkaç yıl önceki tartışması hala hafızalarda tazeliğini korumaktadır.¹⁴

Yine Ümit Özat'ın 2013 yılında Beyaz Tv'de yayınlanan Beyaz Futbol programında Galatasaray'ın Şampiyonlar Ligi'nde gruptan çıkmasını yorumlarken yaptığı yorumun cinsiyetçilik içerdiği görülmektedir. Ümit Özat, Galatasaray'ın 2013 yılındaki Şampiyonlar Ligi grubundan bir üst tura yükselmesinin bir tesadüf eseri olduğunu, futbolun önde gelen teknik direktörlerinden 10 tanesinden birinin “Galatasaray, Juventus, Real Madrid F.C ve Kopenhag F.C takımlarının bulunduğu bir Şampiyonlar Ligi grubunda, Galatasaray ilk iki takım arasına girip, bir üst tura yükselir” demesi durumunda, “etek giyip” programın gerçekleştiği stüdyo'dan Kadıköy'e kadar yürüyeceğini söylemiştir.

¹¹ Yazılı basın örneği için bakınız : <http://www.fanatik.com.tr/2015/08/27/messi-avrupada-yilin-futbolcusu-secildi-618264> (Erişim tarihi: 15.10.2015)

¹² <http://t24.com.tr/haber/erman-toroglu-canli-yayinda-tffye-cacik-yapti,202947> (Erişim tarihi: 01.12.2016)

¹³ <http://www.aktifhaber.com/erman-toroglundan-muz-tedavisi-789636h.html> (Erişim tarihi: 01.12.2016)

¹⁴ Bakınız : 40.Sayfada tartışmanın detaylarına yer verilmiştir.

Aynı şekilde futbol maçı izlemek isteyen kadın taraftara erkeğin yani “gerçek taraftarın” yerini gasp etmiş ya da göz koymuş gözüyle bakılmaktadır. Türkiye Futbol Federasyonu’nun (TFF) gerçekleştirdiği bir uygulama ise söz konusu mantığı açıklamada adeta çığır açmaktadır. Bahsi geçen uygulamada bir futbol sezonu içerisinde belirli sayıda “çirkin ve kötü tezahürat ya da taraftarın sebep olduğu çeşitli olaylar sonucu” ceza alan bir futbol takımı, ligde kendi sahasında oynayacağı ilk futbol müsabakasını “kadın ve çocuk” taraftar önünde oynayacaktır. Federasyon bunu bir ceza uygulaması olarak görmüş ve kadınların futbol maçlarına gitmesi ile takımları cezalandırmış görünmüştür.¹⁵

2.6. Futbolun Kitleliliği ve Taraftar

Futbolun modernleşme süreciyle birlikte, milyonları peşinden sürükleyecek kadar popüler kültürün eğlence aracı olmuş ve hatta insanların dinsel bağlılık gösterdikleri bir statüye çıkmış (Fişekcioğlu ve Çağlayan, 2003, s. 127), toplumları sokağa dökerek, en umursamaz insanı bile izleyici kitlesi yapacak kadar kuvvetli bir olgudur futbol (Özdağ, Duman ve Fişekcioğlu, 2011, s. 19).

Basitçe bir oyundan güç işaretine, milli bağlılığa, modern zaman dinine, halkın oyalanmasına yarayan bir eroine ve profesyonelliğe uzanan bir tutku olan futbolu (Yöney, 2012, s. 1) bütün yönleriyle kavrayabilmek ve yaşayabilmek için, onun da bir kültür olduğunu kavramak gerekmektedir (Gümüş, 2000, s. 15). Futbolun evrensel bir referans olması, basit bir kurgusunun olması, dikey geçişlere açık olması, başarı ve dayanışmaya açık olup, şansın ve tesadüflerin oyuna etki etmesi halleriyle diğer sporlardan ayrılıp (Bromberger, 1995, s. 294- 295) bir futbol takımı bir varoluş şeklini, bir kültürü temsil etmektedir (Bora, 2005, s. Önsöz).

¹⁵ Bilindiği gibi 2011-2012 sezonunda Türkiye profesyonel futbol liglerinde yer alan takımların aldığı seyircisiz oynama cezaları kaldırılmış ve kulüplerin seyircisiz oynamasının önüne geçilmek amacıyla kadın ve çocuk taraftarlar ücretsiz bir şekilde maça girmeleri sağlanmıştır. Maçların 2011 yılındakileri kadın ve 01.01.1996 tarihinden daha sonra doğmuş çocuk taraftarlar, 2012 yılındaki maçlarda ise yine kadın ve 01.01.1997 ve daha sonrası tarihli doğumlu çocuklar ücretsiz izleyebilecek şekilde bir talimat söz konusu idi.

Her ortamda oynanabilir bir oyun olması dolayısıyla, toplumsal hayat içinde taşıdığı anlamların çokluğuyla futbol uluslar arası bir referans haline gelmiştir (Talimciler, 2005, s. 48). Futbol, diğer spor dalları içinde üzerinde en çok konuşulan ve taraftarı sürekli artan bir duruma gelerek sanayi sonrası geçirdiği değişimlerle gittikçe daha fazla konuşulan ve bel bağlanan bir olgu olmuştur (Şentürk, 2007, s. 35). Stadyumlarda ve ya televizyon karşısında büyülenmiş bir şekilde bir futbol maçı izleyen kitleler üzerinde mistik bir duruma benzetilen futbol, birçok insanın futbola inanması ve entelektüellerin ona kuşkuyla yaklaşması durumunu tanrıya benzeten Galeano (2003, s. 55) halkın zamanla ayaklarıyla düşünmeye başladığını ve zihinlerini tutusak ettiğinden söz eder.

1980 öncesi yıllarda solcuların futbola bakışı, Salazar'ın politikalarının¹⁶ da etkisiyle kitlelerin afyonu olarak görülmüş, insanlar 'taraftarlık' kimliğini çok fazla aleni şekilde vurgulamak istemiştir (Bostancıoğlu, 2004, s. 242) fakat futbolun endüstriyellemesiyle beraber, bu oyunun taraftar kitlesinin yeniden düzenlemesini de gerektirmiştir. Bundan sonra endüstrinin istediği şey, ait hissettiği takım için daha fazla para harcayabilecek "müşteri seyircilerdir" (Aydın, Hatipoğlu ve Ceylan, 2008, s. 299).

2.6.1. Taraftarlığın değişen yönü ve kadın taraftar

Taraftar kavramı kolektiviteleri de beraberinde getirir, taraftarlık ilişki ağları içinde olmayı gerektirmesinin yanında (Aydın, Hatipoğlu ve Ceylan, 2008, s. 300) televizyonda yayınlanan maç, haber ve yorum programlarını izlemek geleneksel taraftarlık halleriyken, son dönemde gelişen yeni medya olanaklarıyla birlikte taraftarlığa yeni bir pratik daha eklenmiştir Taraftarlar artık salt izleyici değil, aktif medya özneleri olarak ortaya çıkmıştır¹⁷ (Akbaş, 2012, s. 12).

¹⁶Bakınız: "Sema Tuğçe Dikici'nin 3. kitabı "3F; Futbol, Fado , Fiesta" : "Portekizli diktatör Salazar'a ülkeyi 41 yıl tek başına nasıl yönettiğini sormuşlar. Hafif bir gülümseme ile "Tres F" "yani" "3 F ile" "diye yanıt vermiş"; "Fado (müzik), Fatima (din) ve Football (futbol). 3F'deki din unsurunun yerini zamanla Portekiz dışındaki coğrafyalar" "Fiesta" "yani eğlence unsuru" "ile yorumlamıştır".

¹⁷ Futbol kulüpleri günümüzde artık sadece kupa sayıları ile değil aynı zamanda sosyal medya başarıları ile de ön plana çıkmaya başladılar. Sosyal Medya Ligi adı altında her yıl hangi kulübün ne kadar takipçisi olduğuna yönelik kulüpler arasında bir rekabete söz konusudur. Gazete haberlerinde bunun yansımaları

Aile bağları ve bir şehirde doğma, büyüme durumu futboldaki aidiyette hala en önemli konumda olsa da artık değişen futbolda geleneksel ve yerel futbol taraftarlığı yerini, büyük, endüstriyel bir takım tutma şeklinde kendini göstermektedir (Williams, 2012, s. 201).

Futbol Supporters' Association (Futbol Taraftarları Derneği / FSA) Başkan Yardımcısı Dave Boyle'e göre, 1980'lerde maçlara gelmeyi sürdüren, düşük gelirli taraftarların maddi nedenlerle oyundan dışlanmalarıyla birlikte yeni taraftarlık yavaş yavaş oyuna girmeye başlamış artık tüm taraftarlar sadece futbolla ilgili her şeye susamış tüketiciler olarak görülmüşlerdir (Mcgill, 2006, s. 22- 23). Global televizyon çağı ve yükselen sosyal ve coğrafi değişkenliklerle birlikte taraftarların sadıklığı tahmin edilen geleneksel taraftarlık durumunu da değiştirerek “ daha fazla destek” durumuna getirmiştir. Futbol bu zamanda taraftarı müşteri olarak görüp, marketi korumaya ve satmaya odaklıdır (Tapp, 2004, s. 212).

Fan blogları, forumları, oyundaki değişiklikler, kulüplerin internet siteleri, internet üzerinden gerçekleşen maç yayınları (resmi ve gayri resmi) ve bunlara ek olarak futbol televizyon yayın haklarının yurtdışına satılmasıyla birlikte Avrupa'nın büyük kulüplerine erişimle birlikte genişleme imkanı da sağlamıştır (Levermore ve Millward, 2007, s. 150). Büyük Avrupa kulüpleri dünyanın her yerinden taraftara sahiptir ve kitle iletişim araçları onlar için yerellikten kurtulup daha fazla global olma, ekonomik birer kuruluşa çevrilme ve böylece Avrupa'da ki büyük kulüpleri ağ toplumları haline getirmek anlamları taşımaktadır.

Futbolun ve bu büyük liglerin değişimine de verilebilecek en güzel örnek 2007 yılında Old Trafford'da oynanan ve yaklaşık 75,000 kişinin stadyumdan canlı izlediği Manchester United ile Arsenal arasındaki Premier Lig maçıdır. Bu maç 6 milyondan

görebilmekteyiz. Bakınız: <http://www.hurriyet.com.tr/sosyal-medyada-zirve-galatasarayin-27609559> (Erişim Tarihi: 15. 08. 2016). Sosyal medyanın yanı sıra Türkiye ve Dünya'da bir çok kulüp kendi televizyon kanalını kurup yayın imkanı da sunmaktadır. Ayrıca kendi sigorta şirketlerinden, gsm operatörlerine kadar taraftara birçok imkan da sunmaktadır.

fazla kişi tarafından televizyonda BskyB Tv üzerinden izlemiş, 40.000in üzerinde İngiliz barlarında 2 milyon üzeri kişiye ulaştığı tahmin edilip, bununla da kalmayıp maç 201 dış ülkede canlı yayınlanarak 613 milyon haneye ulaşmıştır. Bütün bunlardan çıkarımla futbol ve futbol taraftarlığı hızlıca değişim göstermektedir (Williams, 2012, s. 201).

Gündelik hayatlarını maça göre organize eden taraftarların televizyonda yayınlanan maç, haber ve yorum programlarını izlemek, geleneksel olarak sosyal ve ekonomik açıdan en dezavantajlı konumda olan erkek taraftarların gündelik hayatını oluşturan pratikler (Akbaş, 2012, s. 12) olduğu gibi televizyonun futbolu, ‘televizyon futbolu’na dönüştürerek âdeta kendisi ile var olabilir bir gerçekliğe büründürmektedir. Böylece bu sistem içinde futbola düşen görev de, televizyon kuruluşlarına reklam, reklam verenlere de “izleyici” sağlamak ve oyundan mümkün olduğunca faydalanmalarına izin vermektir (Arık, 2008, s. 199).

Spor literatüründe spor müsabakalarının yapılabilmesi için özel olarak tasarlanmış spor tesisi anlamına gelmekte stadyum olan stadyum (Durgun, 2007, s. 36) yetmişli yılların ortalarında koltuklara işeyen insanlar, itişmeler kakışmalar, ot dolaşturmaların yoğunlukta olduğu yerlerdi ve bu ortamda kadınların maça gitmesi hoş karşılanmazdı. Bunun yanında 90 dakika kusmuk içinde durup, ayrıcalık olduğu söylenen bu şey için para ödemeyi isteyen kadın sayısı da çok azdı. Bunların hepsi futbolun içine işleyen maço kültürünün bir parçasıydı. Buna katlanırdınız, eğer şikayet ederseniz “pısıırık” ya da “yumuşak” olurdunuz” diyor (Mcgill 2006, s. 17- 18).

“Futbol oynanırken kadınlar alışverişte olurdu” mantığı üzerine yapılan bir araştırma her yedi kadından birinin Premier Lig taraftarı olduğunu ortaya koymaktadır¹⁸

¹⁸ Tessa Hayward tarafından Sir Norman Chester Futbol araştırmaları Merkezi için derlenen bir rapor. Rapora göre, 1880’lerin ortalarına kadar kadınların maça gitmesi serbest kabul ediliyordu ama neredeyse 2.000 kadın ve çocuğun gittiği söylenen Preston’daki bir maçtan sonra bu durum değişti. Dönemin maç raporları ayrıca, kadınların sahanın daha üst sınıf kısımlarında bulduklarını gösteriyor. Yirminci yüzyılın ilk yarısında kadınlar, kısmen seçme hakkıyla ve savaşa dahil olmalarıyla daha bağımsız hale geldiler ve bu, kadınların futbol da dahil olmak üzere sporla daha fazla ilgilenebilmelerini sağladı.

(Mcgill 2006, s. 27). 1960 ve 1970'lerdeki toplumsal değişimler, eşitlik ve feminizm dalgasının İngiltere'ye yayılmasıyla kadınlar giderek daha fazla maça gitmeye başladılar; ancak yetmişlerde ve seksenlerdeki holiganizm kadınları stadyumdan çekmiş (Williams, 2010- 2011. s. 8) olmasına rağmen 1989 yılındaki İngiltere'de sporda bilinen en önemli olay olan Hillsborough faciasında 9 kadın taraftar öldürülmüştür. Doksanların başlarında futboldaki devrim kadınları taraftar ve izleyici olarak daha önce hiç olmadığı kadar oyuna yaklaştırdı ve bu, kadınların daha önce hiç olmadığı kadar ciddiye alınmasını sağladı (Mcgill, 2006, s. 28). 1995 yılında yayınlanan raporda¹⁹ bu duruma örnek teşkil etmektedir.

Değişen sporda ve endüstriyel futbolda kulüpler tarafından desteklenen kadın taraftarın mevcudiyetine rağmen (Williams, 2010- 2011, s. 15) stadyumda kadın olduğun için, oyundan zevk almayan erkeklerin varlığından ve sezonluk stadyum giriş kartı (kombine) olan bir kadının “gerçek taraftar” olarak görülmemesine ve hatta kadının futbolu sadece “birinden hoşlandığı için” izlediği düşüncesine kadar hala erkek egemen değerler halk arasında yaygınlığını korumaktadır (Mcgill 2006, s. 29).

Karşılaşmaların şölenleştirilmesi futbol seyirci pazarındaki erkek hakimiyetini azaltacağı, kadın ve çocuk taraftar ve seyircilerin sayısını arttıracacağı ve netice olarak kadın ve çocuk taraftar ve seyircilerin azlığı stadyumlardaki izdiham, güvenlik endişesi, atılan uygunsuz slogan ve davranışlar gibi sebeplerden kaynaklanmakta olduğu (TFF, Futbol pazarlaması, 2009, s. 24) Stadyum şartlarının geliştirmiş olması, artan güvenlik önlemleri ve pazarın getirdiği şartlar kadınların lehine olmuş ve %25 oranında kadın seyircinin maçlarda bulunduğu belirtilmiştir. Sport+Markt verilerine göre Kadınların

Stadyumlardaki koşullar, kadınlar için olanakları daha çekici ve hoş kılacak şekilde geliştirildi. Rapora göre iki savaş arasında Brentford önemli bir düzeyde kadın desteği aldı ve bu da klübün “kadınlar takımı” olarak anılmasına yol açtı.

¹⁹ Söz konusu rapor için: 1995 yılında yapılan bir FA Carling Premier Lig taraftar araştırması, daha önce yapılan araştırmaları destekledi ve kadın taraftarların kulüplerine yüksek derecede bağlı olduklarını gösterdi. Görüşülen her 10 kadın taraftardan 7'si sezonluk bilet (kombine) sahibiydi ve dörtte üçü en az bir kez deplasman maçıma gitmişlerdi. Aradaki büyük fark ise erkeklerin ezici çoğunluğu futbol oynamışken, kadınlardan çok azı futbol oynamıştı.

Almanya Bundesliga'ya katkıları 100 Milyon Euro'nun üzerindedir ve bu gittikçe yükselmektedir.²⁰

Stadyumlardaki ve toplumsal hayattaki değişimler, seyirci oranlarına da yansımış %35- %40'lara varan oranlarda kadın seyirci maçları takip eder duruma gelmiştir.²¹ Bu oran Kadınlar Dünya Kupası finallerine de yansımış, 1991- 2011 arası düzenlenen turnuvayı toplam da dört milyonun üzerinde taraftar –çoğunluğu kadın- takip etmiştir. 1991- 2011 yılları arasında en yüksek seyirci sayısı ve ortalaması 1999 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde düzenlenen finallerde yakalanırken, en düşük seyirci sayısı ve ortalamasında 1995 yılındaki İsveç finallerini görmekteyiz (Bakınız: Tablo 1). Yapılan 6 Dünya Kupası Finallerinin seyirci sayıları toplamı 4.339.242 iken, seyirci ortalaması ise, 24.107'dir” “(FIFA, 2011)” “(akt. Orta, Lale).

Tablo 1 : Kadınlar Dünya Şampiyonası Seyirci Ortalaması

	Ülke	Seyirci Sayısı	Maç Sayısı	Seyirci Ortalaması
1991	Çin Halk Cum.	510.000	26	19.615
1995	İsveç	112.213	26	4.315
1999	A.B.D	1.119.221	32	37.319
2003	A.B.D	679.664	32	21.239
2007	Çin Halk Cum	997.433	32	31.169
2011	Almanya	845.711	32	26.428
Toplam :		4.339.242	180	24.107

Kaynak: Orta, Lale, 2011).

²⁰ Sport+Markts editörlerinden Alexander Krause bu konuda : “Erkek taraftarlarda bir doymuşluk var. Bu konuda tek yapılabilecek olan sadece bunu stabil tutabilmek. Kadınlarla birlikte bu durum değişebilir. Şuan sadece %25 oranında kadın stadyuma gelmekte fakat bunu %50'ye çıkartırsak ne olur?” sorusunu yöneltmektedir.

²¹İtalya'da kadınların futbolu takip oranı %35, Fransa'da bu oran %40'lara kadar çıkıyor:
<http://www.sporx.com/en-cok-kadin-taraftar-turkiyede-SXHBO332273SXQ> (Erişim tarihi: 04.02.2016)

Erkeklerde Futbol Dünya Kupası 1930'dan beri oynanmaktadır. Köklü bir geçmiş ve sınırsız bir medya gücü ve algı yönetimi mevcuttur. Fakat Kadınlar Futbolu hem taraftar desteğinde hem medya gücünde hem ekonomik güçte, erkeklere oranla çok gerilerde bulunmaktadır. Sadece 1950 yılında Dünya Kupası final maçını stadyumda izleyen seyirci sayısı 173.830 olarak açıklanmıştır. Aynı zamanda 2014 yılında Brezilya'da oynanan Dünya Kupası maçlarını turnuva boyunca 3 milyonun üzerinde seyirci izlemiştir.

Tablo 2 : Dünya Kupası (erkekler) Seyirci Ortalaması

Yıl & Ev sahibi	Toplam seyirci	# Maç sayısı	Ortalama seyirci
2002	2.705.197	64	42.269
2006	3.359.439	64	52.491
2010	3.178.856	64	49.670

“6 kez düzenlenen Kadınlar Dünya Kupası Finallerine yalnızca 24 ülkenin ulusal takımları katılmaya hak kazanmışlardır. Amerika Birleşik Devletleri, İsveç, Norveç, Almanya, Nijerya, Brezilya ve Japonya eleme gruplarında başarılı olarak tüm Dünya Kupası Finallerine katılmayı başaran 7 ülke olmuştur”.

Türkiye’de 2014-2015 Spor Toto Süper Lig Süleyman Seba Sezonunda ise ortalama seyirci rakamlarındaki ise çarpıcılık son derece dikkat çekicidir. 34 haftalık lig

süresi ortalama 6,267 kişilik bir seyirci ortalamasında oynandı.²² Passolig alan kadın sayısında birinci olan Galatasaray toplam Pasolig satış sayısının (toplam 108.630) 26.062'lik kısmını kadın taraftarlar oluşturmaktadır (2014).

Bu noktada diyebiliriz ki kadınların bu seviyelerde stadyuma gitme hevesi barındırması gelinin noktayı göstermesi açısından önem arz etmektedir. Bu durumda hem fiziksel şartlar hem psikolojik olarak kadının da futbol sevebileceğini, futbol konuşabileceğini, oynayabileceğini kabullenmek gerekmektedir.

Türkiye Süper Ligi Hasan Doğan sezonundaki (2015-2016) maçlarda Türkiye'de seyirci oranları Almanya 3. Ligi, Arnavutluk Ligi, Slovenya, Makedonya gibi kendisinden daha düşük profilli liglerden bile daha az noktadadır. Naklen yayın ücretleri kapsamında Avrupa'nın en iyi 6-7 ülkesi arasına giren Türkiye, seyirci ortalamasında çok gerilerde. Alman, İspanyol, Fransız ve İtalyan 2. liginin de ardında kalan Türk futbolu", 2015-2016 sezonunun ilk yarısı itibariyle oynanan 17 hafta maçları sonucu ortalama yüzde 28 doluluk oranını zor yakaladığı görülmektedir. Takımların stadyum kapasitesini de yarı yarıya bile dolduramadıkları göze çarpan bir nokta olarak karşımıza çıkmıştır.²³

2.6.2. Futbolun ekonomisi, pazarlaması ve yeni medya gelişmelerinin futbola katkısı

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde gerçekleşmiş olan sporun endüstrileşmesiyle birlikte sporun örgütlenmesi, biçimi ve toplumsal ilişkileri radikal olarak dönüştürmüş, kapitalist değerler ve pratiklerle "yakın ve yıkıcı temas" gerçekleşmiş (Gökalp, 2005, s. 137), "futbolun geniş kitleleri etkileyebilme gücü tüketim ideolojisi ile birleştirildiğinde, içinde yaşadığımız serbest piyasa ekonomisi için vazgeçilmez bir sektörün yaratılması sağlanmıştır" (Authier, 2002, s. 88).

²² <http://www.futbolekonomi.com/index.php/raporlar/3377-sueper-lig-seyirci-says-passolig.html>. (Erişim tarihi: 14.05.2015)

²³ Bakınız : <http://www.hurriyet.com.tr/ilk-yarinin-seyirci-sampiyonu-fenerbahce-40034860> (Erişim tarihi: 12.01.2016)

Ortaya çıkmasının dinamiklerinde eğlence ve spor aktivitesi olması yatan futbol, zamanla ticarileşmeye başlamış, 1900’lü yılların başlarında da futbol takımlarının büyük sanayi şirketleri tarafından satın alınmaları²⁴ bu ticarileşmenin en önemli örneğini oluşturmuş olup (Szymanski, 2007, s. 196) futbol artık eğlence değil endüstriyel bir iş olarak görülmeye başlanmıştır. Fakat bu endüstriye yapılan yatırımlar, yalnızca takımlar ve futbolcularla sınırlı kalma boyutunu aşp, eğlence, medya, müşterek bahis, spor malzemeleri, ulaşım, turizm sektörü gibi pek çok sektör ile futbol dolaylı ve doğrudan bir ilişki içerisinde (Zeren ve Gümüş, 2013, s. 35). “1994 Dünya Kupası seçmelerine katılan takımların formalarında, Adidas ve Umbro markaları ülkelerin bayraklarından daha çok görülüyordu. Göğüste taşınan reklam, sırtta taşınan numaradan daha önemlidir” (Galeano, 2008, s. 136).

İtalya’da 1993 yılında şampiyon olan Parma ilk kez Avrupa Kupası kazanmış ve kırk ülkede süt ürünleri satan Parmalat isimli İtalyan bir şirketin takımıdır, onların markasını formalarında taşıyan Latin Amerika’da üç takım Palmeiras, Boca ve Peñarol, şampiyon olmuşlar, firma da bu yılı altın yıl ilan etmişti. Parmalat, Brezilya piyasasında on sekiz rakip şirketin arasında futbol sayesinde ön plana çıkmıştı. Üstelik Parmalat, Latin Amerikada sadece kulüplere sponsor olmakla kalmamış, aynı zamanda birçok futbolcunun da sahibi olmuştur: Edilson, Mzinho, Edmundo, Cléber ve Zinho adlı Brezilya’lı milli oyuncular Parmalat’ın para ödeyerek sahip olduğu futbolculardır. (Galeano, 2008, s. 136- 138).

Avrupa futbolunun gelişimindeki önemli sorulardan biri de kaç taraftarın maçlarla ilgilendiği ve kaçının buna etkisinin olduğunun ortaya çıkartılması üzerinedir. Kuypers and Szymanski (1999), Andreff and Staudohar (2000) ve Morrow (2003)’un yapmış oldukları çalışmalara göre, Avrupa futbolunun 5 büyük liginin takımlarının en fazla gelir kalemını, televizyon yayınları, reklam ve sponsorluk gelirleri ile birlikte, bilet satışları oluşturmaktadır (2002, s. 197). Bu noktada sponsorluk anlaşmalarının

²⁴ “Juventus’un Fiat, PSV Einthoven’in Phillips, Bayer Leverkusen’in Bayer, Sochaux’un ise Peugeot tarafından satın alınmaları.”

takımlara sağladığı “bol sıfırlı” faydalar da vardır. Manchester United’ın 2002 yılında Nike firması ile imzaladığı 13 yıllığına 500 milyon Doları aşkın dev bütçeli sponsor anlaşması²⁵ o zamana kadar anlaşılmış en yüksek sponsorluk anlaşması fiyatıydı. Almanya örneğini ele alacak olursak, Bundesliga’nın 1980lerde televizyondan yayınında elde edilen gelir 10 milyon Alman Markıyken (Mikos, 2006, s. 145), 2016’da yapılan ihaleyle birlikte bu yayın hakkı geliri, 4 sene için 4.64 milyar Euro’ya yükselmiştir²⁶. Deloitte’nin 2005 verilerine göre ise Avrupa’nın beş büyük ligi için yayın hakkı gelirleri iki buçuk milyar eurodur (Szymanski, 2007, s. 199).

Deloitte 2015 verilerine bakıldığında dünyanın en çok kazanan 20 kulübünün toplam yıllık gelirleri 2014’e göre daha doğru göre %14 artarak 6.2 milyar Euro olduğu görülmektedir. Real Madrid ve Manchester United kulüpleri ise 500 milyonu aşkın gelirleriyle ilk iki sırada yer almaktadır. Türkiye’den Galatasaray’ın yer aldığı bu listedeki veriler ile futbol ekonomisinin devasa boyutu gözler önüne serilmektedir.²⁷

Gelir kaynaklarını arttırmak zorunda olan futbol kulüpleri, gelişen futbol pazarından daha fazla pay almaya çaba göstermektedirler. Daha fazla pay, daha fazla ekonomik getiri ve daha fazla rekabet anlamındadır. Bunun için de taraftarın ilgisini çekecek özelliklere değerler yaratarak daha fazla müşteri/ taraftar çekme derdindedirler.²⁸ (Demirtaş ve Orçun, 2015, s. 117). Bu yeni tip mücadele de yeni tip taraftar profili doğurmuş, eskinin fakir ama sadık taraftarı yerine artık daha zengin ama daha az sadık taraftar ortaya çıkmıştır (King, 1997, s. 235). Televizyon yayın hakları da bu doğrultuda kulüplere yeni imkanlar açmış ve taraftara yönelik ürün satışında “gerçek

²⁵ <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/1005794.stm> (15.10. 2015)

²⁶ <http://www.sporx.com/bundesligada-rekor-yayin-ihalesi-SXHBO548476SXQ> (Erişim tarihi: 15. 10.2015)

²⁷ Bakınız: <http://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloitte-football-money-league.html> (Erişim tarihi: 15.10. 2015)

²⁸ Takımlar artık kendi televizyonundan radyosuna, banka kartından gsm operatörüne, mağazacılıktan, seyahat acentalığına kadar çok çeşitli iş kollarına salt gelir getirici bir amaçla yönelmektedirler. Örneğin; Galatasaray takımının hem televizyonu, hem radyosu, hem Gs Bonus Kredi Kartı, hem Gs Mobile telefon hattı, hem Gs Travel ile birlikte başta söylenen ekonomik durumu yansıtmaktadır. Kulüp hem bunlardan gelir elde etmekte hem de taraftarlarına bazı durumlarda –öncelikli maç bileti satışı, alışverişte %10-20 indirim vb. şeklinde- öncelik hakkı tanımaktadır.

tarafıtar” imgesini ortaya çıkartarak tarafıtarı forma almaya, kulüp ürünleri almaya yönlendirmiştir (Szymanski, 2007, s. 199- 202). Söz konusu kulüp gelirlerine bir örnekle açıklamak gerekirse 2013- 2014 sezonu için geliri 549,5 milyon avro olan Real Madrid, gelirini 30,6 milyon avro arttırmıştır. “Real Madrid, Santiago Bernabeu stadından 113, 8 milyon avro, televizyon canlı yayın hakları ve UEFA Şampiyonlar Ligi'nden 204,2 milyon avro, marketingden ise 231,6 milyon avro gelir elde etti”²⁹. Bununla birlikte futbolcu satışıının da kulüpler için önemli bir gelir kaynağı olduğu ve başarı ve oyuncu satışı arasında yüksek bir korelasyon bulunduğu da gözden kaçmamalıdır (Szymanski, 2007, s. 201). Bunun da en güzel örneğini 2016- 2017 futbol sezonunun başlamasına sayılı günler kala Paul Pogba'nın futbol dünyasının bir futbolcuya ödenen bonservis ücreti rekorunu kırarak 105 Milyon Euro ile Juventus'tan Manchester United'a transferidir.³⁰ Avrupa Adalet Divanının 1995 yılında aldığı “Bosman Kararı” hem futbolculara serbest dolaşım hakkını sağlamış hem de futbol sektörünün liberalleşmesinin önünü açmış böylelikle Avrupa kulüpleri hızla mali ve spekülative değerli kağıtlara dönüşmüşlerdir (Gökalp, 2005, s. 124- 125).

Futbol, modern dünyada, yüksek teknolojik donanımlı stadyumları, yaşamın her alanını kuşatabilen reklamları, özel televizyon kanalları, uzmanları, medya araçları, kupa, tişört, forma gibi maddî kültür ürünlerinin ranta dönüştüğü butik mağazaları, yüksek transfer ücretleri, futbolcuları, teknik direktörleri, çalışanları ve taraftarları ile hayal gücünü zorlayan dev bir endüstri alanı (Eker, 2010, s. 174) olan futbolun önemli gelir kalemleri sürekli gelişme göstermekte, dünyanın küresel bir stadyuma benzemeye başladığı bir çağda, özellikle stadyumların artık AVM mantığı ile işletilebilir hale gelmesi, insanların yalnızca maç günleri değil günlük hayatlarında da gelip kullanabilecekleri şekilde tasarlanması futbol endüstrisinin diğer endüstrilerle iç içe girmesine katkıda bulunmuştur (Kuyucu, 2014, s. 163). Bu dönemde ortaya çıkan bir diğer gelişme de 1993 yılından itibaren oynanmaya başlanan Şampiyonlar Ligi ile

²⁹“ <http://tr.eurosport.com/futbol/super-lig/2014-2015/>”deloitte-un-para-ligi-raporunda-turkiye-den-sadece-galatasaray-yer-aldi”_sto4562122/story.shtml” (Erişim tarihi: 15. 10. 2015)

³⁰<http://www.hurriyet.com.tr/pogba-rekor-bonservisile-manchester-unitedda-40186175> (Erişim tarihi: 14.11.2015)

birlikte yerel liglerin şampiyonlarının milyonluk starlarla aynı sahada karşılaşmasını sağlayan sistem ve getirdiği ekonomik faydalardır. Daha fazla büyük takımın, daha fazla yıldızla sahada olduğu ve daha fazla getirisi olan bu sistemde Avrupa’da beş büyük lig lobi kullanarak belli sayıda takımının bu platformda oynamasını garanti altına almış ve pastadan en büyük dilimi bu ligler elde etmişlerdir (Syzmanski, 2007, s. 202-203). 2016 yılı ortalarından itibaren gündeme gelen ve birçok tartışmayı da beraberinde getiren ve bu beş büyük lige büyük ayrıcalıklar getiren sistemin UEFA tarafından gündeme alınması 1997’deki bu kararın bir benzerinin ekonomik getiriler düşünülerek tekrar edilmesi şeklinde vücut bulması şeklinde açıklanabilir.³¹

Git gide neo-liberalleşen futbol sektöründe, stadyumlarda niceliksel kuru gürültü oluşturan taraftardan ziyade niteliksel durumları yani ekonomik düzeyleri daha önemli bir duruma geçmiştir. Hemen hemen benzer şeyler futbol endüstrisinin cirosunun 300 milyon dolar (Akşar, 2005) ila 1 milyar dolar (Ünsal, 2005) arasında tahmin edildiği Türkiye özelinde de görülmekte ve futbolun giderek “daha şehirli ve üst orta sınıfların sporu haline getirilmesine” yönelik çalışmalar yapılmaktadır (Gökalp, 2005, s. 125).

Sporun endüstriyel bir çizgiye doğru kaydığı bir noktada, profesyonel sporun talebi, daha çok kişinin spor yapması değil daha çok kişinin izleyici/tüketici ve müşteri haline dönüştürülmesi (Talimciler, 2008, s. 94) şeklinde ortaya çıkarken, spor ürünleri ve hizmetlerinin pazarlanmasıyla birlikte spor doğrudan ilgili tüketici kitlelere ulaştırılıp, aynı zamanda spor bir tanıtım aracı rolünü üstlenerek endüstriyel ürünlerin pazarlanmasına da katkı yapmaktadır (Mullin, Hurdy ve Sutton, 2000, s. 9) ve günden güne bir başka şirket, futbola daha fazla yatırım yapmak için adeta yarış halindedir. Coca Cola’nın ve Visa’nın yaptığı da futbolun kitleliliğinden yararlanarak kendi ürünlerinin pazarlamasını gerçekleştirmektedir (Schlossberg, 1996, s. 6). Üstelik artık en çok taraftarı/ müşterisi olan kulübe sosyal medya hesaplarının takip edilirliliği üzerinden de ulaşılmakta ve böylelikle de o kulüple şirket arasında kurulan sponsorluk sonucu firma bir nevi en çok müşteriye de erişim imkanı sağlanmaktadır.

³¹ <http://www.cnnturk.com/spor/futbol/iste-uefanin-turkiyeyi-vuran-yeni-sampiyonlar-ligi-formati> (Erişim tarihi: 10.03.2017)

Futbolun bir organizasyona dönüşmesinde ve halka ulaşmasında da en önemli katkıyı televizyon yapmış (Özsoy, 2014, s. 282), sporun kitleler tarafından izleniyor oluşu, televizyon yayınlarının büyük çoğunluğunun spor yayınlarına ayrılmasına olanak vermiş ve teknolojinin getirmiş olduğu yenilikleri de ilk olarak spor programlarında kullanmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte televizyonlar yüksek kaliteli yayınlarıyla adeta dev bir stadyuma dönüşmüş, 3D maç yayını izleyen taraftarlar kendilerini stadyumda gibi hissetmişlerdir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte TRT kanalı 2015-2016 sezonundaki Türk takımlarının Avrupa kupalarında oynadığı bazı maçları 4K teknolojisiyle de ekranlara yansıtmıştır.³² Gelişen teknolojilerle birlikte yeni medya ortamlarının; internet, çoklu ortam, e-posta, bilgisayar ve video oyunları, interaktif TV, cep telefonlarını kapsaması ile birlikte spor ve sporun pazarlaması üzerinden de ciddi etkileri olduğu görülmektedir.

İnternet, gittikçe ana bilgi kaynağı ve yeni fırsatlar sunması açısından hem spor organizasyonlarında hem de kişisel olarak kullanımı artmaktadır. Özellikle büyük şirketler işlerini internetin çok uzak mesafelerle de iletişim kurma özelliği ile birlikte işlerini geniş odaklı halletmekte, sponsorlar da spor odaklı sitelerde kendilerinin temsili ve şirketlerin kendi ürün ve hizmetlerinin bilgisinin bu organizasyonlarla birlikte geniş kitlelerce bilinirliğinin artması durumunu da kullanmaktadırlar (Shilbury, 2009, s. 197). Büyük şirketler interneti, iş odaklı olarak ürünler ve servislerle, ürünler hakkında gerekli bilginin mail yoluyla iletimiyle ve ürünlerin fiziksel olarak taşınmasıyla yani müşteri teslimatı için kullanmalarının yanı sıra (Poel ve Leunis, 1999) sporseverler için de aynı anda milyonlarca ürüne ulaşma internet sayesinde olan bir imkandır (Underhill, s. 1999).

Yapılan araştırmalara göre, spor organizasyonları “müşterilerin” ihtiyaçlarını öğrenmek üzere çalışmalar yapılmakta (Beech, 2000; Filo and Funk, 2005, s. 55), bu ihtiyaçlar internet pazarı, e- ticaret, online reklam, taraftar yorumları, fantezi lig gibi

³² Bakınız: <http://dirilispostasi.com/n-2679-galatasaray-astana-maci-4k-yayinlanacak.html> (Erişim Tarihi : 7.12. 2015)

yeni medya araçları ile birlikte programlanmaktadır (Shilbury, 2009, s. 237). Dijital çağın etkilerinden televizyon da nasibini almış, özellikle 1990'ların ortalarından sonlarına kadar görülen ekonomik, teknolojik ve kültürel alandaki gelişmelere paralel olarak, futbol ve ödemeli TV arasındaki ilişkinin özellikle 2002-2003 sezonu sonuna doğru açıklık kazanmıştır. Futbol, çok kanallı sistemin yaygınlaşmasına ve İngiliz yayıncılığının önemli bir güç kazanması olarak BSKyB'nin kurulmasında çok önemli bir rol oynamıştır (Çavuşoğlu, Öztürk, Kara 2011, s. 1350).

Teknolojideki değişimin en önemli avantajı elektronik haberleşmede dijital iletişimin her formunun kullanılmaya başlanması ile elde edilmiştir. Mikroişlemcilerin ve diğer elektronik bileşenlerin çok sayıda bilgiyi aynı anda iletme özellikleri vardı ve kablo sistemi, uydu sistemi, karasal yayıncılık yüzden fazla kanalı yayınlama imkanına erişti ki bu sayı 1980lerde yirmi ve daha az kanala denk düşmekteydi. Paralı Televizyon yayıncısı, izleyiciye daha fazla spor kanalı ve yayın hakkı önererek daha fazla ticari gelir elde etmenin yolunu bulmuştu. Tek bir etkinlik için, maç için, ödemeli televizyon net bir biçimde kötü bir durumdu bununla birlikte tek bir olay çok da nadirdi (Noll, 2007, s. 4-10). Olimpique Marsilya'nın başkanı Robert Louis-Dreyfus'a göre, dijital yayıncılık yapan büyük iletişim gruplarının futbola yönelik ilgisinin temel gerekçesi şudur:

“Ödemeli televizyon kanallarına abone çeken üç şey var sadece: Futbol, sinema ve porno. Eğer bu mesleğin içindeyseniz, bu üç taraktan en azından ikisinde beziniz olması gerek (Authier, 2002, s. 26).”

Teknolojik alanda meydana gelen gelişmeler tüketiciye üretimde ve pazarlama çalışmalarında söz sahibi olmayı sağlarken; spor kulüplerine de hedef kitlelerini daha iyi tanıma ve onlara internet üzerinden daha etkili pazarlama faaliyetleri ile erişebilme imkanı sunmaktadır (Çavuşoğlu, Öztürk, Kara, 2011, s. 1354).

Ntvspor.net'in haberine göre Premier Lig yönetimi İngiltere Premier Ligi'nin 2016-2019 yılları arasını kapsayan yayın hakları anlaşması 6.9 milyar EURO'ya

ulaşılacağını açıkladı. Bu söz konusu ekonominin devasa boyutlara ulaştığının bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.³³

Türkiye Süper Ligi'nde ise 2010 yılında yapılan bir ihale sonucunda 5 sezonu kapsayacak şekilde yaklaşık 2 Milyar Dolar üzerinden anlaşılmıştı. Daha sonra bu anlaşmaya 2 yıl daha eklenerek anlaşmanın 2016-2017 sezonunun sonuna kadar sürmesi üzerinde anlaşılmıştır.³⁴

Yeni medyanın büyümesiyle, sanal dünyadaki kullanıcıların sayısında da bir artış yaşanması dikkat çekmektedir. Twitter gibi sosyal ağlar, gerek spor kulüplerine gerekse sporculara hedef kitle ile doğrudan iletişime geçme imkanı sunmaktadır³⁵. Özellikle her sene güncellenen listelerle Sosyal Medyada hangi takımın kaç takipçisi, kaç hayranı olduğu kolayca ortaya koyulmaktadır. Bu da takımların tanınırlığına ve imaj haklarına önemli katkılar sağlamaktadır³⁶. Futbolla yeni medya arasındaki ilişkiler dünyada futbol taraftarları ile yeni iletişim teknolojileri arasında bir bağ kurulmaya çalışıldığı belirtilmektedir. Bu kapsamda müşteriler olarak taraftarların isteklerinin futbol endüstrisi tarafından karşılanmaya çalışıldığı görülmektedir (Çavuşoğlu, Öztürk, Kara, 2011, s. 1353).

2.6.3. Bir homososyal alan olarak stadyumlar

Cinsel kimlik inşa edilirken ilk adım ailede atılır, hem hemcinslerimiz hem de karşı cinslerimiz ile ilişkiler belirlenir ve genellikle kadınlığı “erkek olmamak”, erkekliği “kadın olmamak” durumu belirlemektedir ve bu belirlenimde sınırların korunabilmesi ayrı bir sosyalizasyon mekanlarını gerekli kılmaktadır (Polat, 2008, s. 147) ve bunu da bazı önemli toplumsal alanların kadınlara kapatılması ve bunun da

³³ Bakınız : <http://www.ntvspor.net/haber/gunun-haberleri/123136/ingiltereden-rekor> (15.10. 2016)

³⁴ <http://www.digiturk.com.tr/digihaber/spor-toto-super-lig-yayin-haklari-karari> (15.10. 2016)

³⁵ 2008 yılının son çeyreğinde bağımsız bir araştırma firması olan Forrester Research tarafından elde edilen sonuçlara göre, Twitter kullanıcılarının Ekim 2008'deki sayısı 2.2 milyon iken; bu rakamın Temmuz 2009'da 20 milyondan daha fazla sayıya ulaştığı kaydedilmiştir. Sosyal ağ sitelerinden bir diğeri de Facebook'tur. Facebook'un popülaritesinin diğer sosyal ağ sitelerinden daha geniş olduğu görülmüştür (Shockley, 2010:12).

³⁶ Bakınız Sayfa 49- 50.

erkek tahakkümü destekleyip yeniden üretmesi homososyalite kavramını ortaya çıkarmıştır (Lipman- Blumen, 1976, s. 15- 17).

Erkeklerin sadece, erkeklerden oluşan arkadaş, iş, spor ve eğlence amaçlı gruplara katılarak sosyalleştiği ve bu tür erkek ortamlarında birçok egemen erkeklik davranışının öğrenildiği, öğretildiği ve dönüştürüldüğü yerler olduğu (Sancar, 2015, s. 178) ve bu erkek cemaatlerinin erkeklere güven aşıl原因, erkeklik kodlarını devam ettiren kollektif olma durumu yaratan mekanlar olarak toplumsal algıları ve “normalleşme”yi güvence altına aldığı (Meuser, 2004, s. 397) bir gerçek olmakla birlikte bu kolektif olma durumu “bir yatkinlik sistemi” olarak da tanımlanabilir (Polat, 2008, s. 153).

Mekân, hem ötekilerin inşasında önemli rol üstlenmekte, hem de ötekiler üzerinde derin izler bırakmakta, bu izler de hayatlarının her alanında hissettikleri dışlanmışlık, sıkıştırılmışlık ve tecrit edilmişlik (Selek, 2001, s. 103-104) olarak ortaya çıkmaktadır. Mekân, fiziki bir alan olmanın yanı sıra aynı zamanda iktidarın mücadele alanı, düzenleyen, planlayan, kontrol ve disipline eden ile yaşayan ve var olanın çatışma alanıdır (Foucault, 1995, s. 55) ve erkek cemaatleri içinde ve sadece erkeklerin yapabildiği eğlenceler, sadece erkeklerin girebildiği kahvehane, kulüp, pavyon gibi yerlerde sürdürülen bir “erkeklik deneyimi” homososyal erkeklik mekanlarıdır (Sancar, 2013, s. 259).

Erkeğin kamusal alanlarda hakimiyet kurması pek çok kültürde yalnızca erkeklere ait ortak alanların oluşmasına sebep olup, erkeklere sosyalleşme imkanı sunan (Polat, 2008, s. 147) şeylerin başında futbol gelmekte, futbolun sosyal paylaşım ortamı, onu erkek homososyalliğinin en güçlü kalelerinden biri yapmaktadır (Bora, 2013, s. 507). Bursaspor’un Texas taraftar grubunun tribün şarkısını bu duruma örnek gösterir. Söz konusu şarkıda erkek ortamının bir yansıması görülmektedir :

Sen uyu ben deplasmana kaçayım,
Yollarda sigara sarayım,
Sevgilim bu gece bekleme beni,
Aşkımдан önce gelir Bursa sevgisi

Homososyal alanlar olarak inşa edilen organize sporlar, çoğu zaman şiddet içeren bir rekabete dayalı erkeklik tarzını gösteriyor ve kadınsılığın dışlanmasına, hatta aşağılanmasına izin veriyor (Bora, 2013, s. 257). Bu türden sporların “erkek cemaati” içinde kabul görme ritüelleri olarak öne çıkarıldığını ayrıca öne çıkarıldığını vurgulamak gerekir (Sancar, 2013, s. 258).

Erkekliğin doğuştan gelen değil, kazanılması gereken bir şey olduğu ifadesiyle birlikte, erkekliğin erkekler arasında kültürleştirilmesi sağlanmakta bununda kadınlara karşı, homoseksüellere ve homoseksüelliğe karşı ve erkekler arası mücadele şeklinde olan üç aşamalı bir mücadele ile bir erkek sürekli olarak erkekliğini ispatlamak ve erkek olarak iktidarını meşrulaştırmak zorundadır (Polat, 2008, s. 154). Modernleşme ile birlikte farklı formlarda, farklı homososyal gruplarla yeniden üretilse de içselleştirilmiş olan erkek davranış kalıplarını yıkamayacağı (Onur ve Koyuncu, 2004, s. 37) erkeklerin homososyal, tek cinsli erkek cemaatlerinde homofobik yönlendirmelerle sağaltıldığı, aynı zamanda eril iktidarın stratejik özneleri olan sermaye, devlet, aile gibi kurumlara da dikkat çekilmektedir (Sancar, 2013, s. 18).

“Dış dünyanın varlığı”, emeğin toplumsal dağılımında kadına yönelik ortaya çıkan “kullanma” kavramı, erkeğin kendisi ve duyguları hakkında konuşmamayı ifade eden “suskunluk”, suskunluğa bağlı olarak gelişen “yalnızlık”, “rasyonellik”, “egemenlik kurma gereksinimi”, “şiddet” ve son olarak fizyolojik uzaklık ile “erkeğin kendi vücudunu işlevselleştirmesinin” vurgulandığı sekiz birbirine bağlı aşamadır erkeklik sosyalizasyonunun en önemli aşamalarıdır (Hailinger ve Engelfried, 1995, s. 75 aktaran: Onur ve Koyuncu, 2004, s. 38).

1960'lara kadar hemen hemen bütün hegemonik sporlarda bir tür cinsiyet ayırımından söz edilebilmekle birlikte (Bora, 2013, s. 506) “spor, oğlan çocukların erkek dünyasına ait değerleri, tutumları ve becerileri öğrenebilecekleri erkekleşme pratiğinin önemli alanlarından biri” (Koca ve Bulgu, 2005, s. 178) futbolsa “sembolleştirilmiş” çatışma ile kurgulanmış eril dostluk/arkadaşlık, yoldaşlık olarak erkek kimliğinin inşa kaynağıdır (Sancar, 2013, s. 255).

Dünyadaki futbol taraftarlarının %85'inin erkek olduğu, özellikle maç günleri futbolla yakından ilişkili erkeklerin homososyalliği oluşturduğunu dolayısıyla erkeklerin hemcinsleriyle kurulu bir dünyada birlikte hareket edebildiği (Talimciler, 2014, s. 61) “futboldaki sosyal paylaşım ortamı, erkek homososyalliğinin en güçlü kalelerinden biridir”, “erkek erkeğe takılmanın kurtarılmış bölgesi, kadınların giremediği, erkek otarşisinin vaat edilmiş ülkesi” (Bora, 2013, s. 507), erkeklerin özdenetiminin asgaride tutulduğu, etik ve erotik davranışlar göstermek zorunda hissetmedikleri, kendilerini daha rahat ifade edebilme durumlarının kadınların dışarıda tutulmasıyla mümkün olduğu (Meuser, 2000, s. 230) bir yerdir.

Bora (2013, s. 507)'ya göre futbol üzerine tatlı tatlı veya asabiyetle atışan erkekler, erkek gürültücülüğünün temel birimlerindedirler. Tribünler, zaten bu narsistik ve homososyal cazibenin doruğa ulaştığı ortamlardır. Futbol dünyasına katılmak, erkek dünyasına girmenin, erkek olmanın ana yollarından biri, futbol muhabbeti içinde nasıl yeniden üretildiğine, nasıl biçimlendirildiğine bakarak, erkeklik hallerinin bir çözümlemesini yapılabilir.

3. İÇERİK ANALİZİ

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde, NTVSPOR televizyon kanalında yayınlanmış olan Yenilsen de Yense de ile Beyaz TV'de yayınlanmış Beyaz Futbol programları incelenmiştir. Bu inceleme ve sonuçlarından önce, programın seçiminde ne gibi kriterlerin etkili olduğu, incelemede neler yapıldığı gibi soruların yanıtlanması, çalışmanın ve sonuçlarının daha kolay anlaşılmasına ve çalışmanın objektifliği ile ilgili soruların yanıtlanmasına, kuşkuların giderilmesine yardımcı olacaktır.

3.1. İçerik Analizi

Merten'in ifadesi ile içerik analizi "Sosyal gerçeğin, yazılı/açık içeriklerinin özelliklerinden içeriğin yazılı/açık olmayan içeriğin özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntemdir" (akt. Gökçe, 1994). Gökçe "Bu tanımlamaya göre, içerik çözümlemesinin amacı, bir metnin tasviri ve açıklaması değil, özellikle metin içeriklerinden sosyal gerçeğe yönelik çıkarımlar yapmaktır" (Gökçe, 1994, s. 24) demektedir.

Berger ise içerik analizi ile ilgili şu ifadelerle yer vermektedir; İçerik çözümlemesi, bazı şeylerin miktarını, bazı iletişim biçimi örneğinde ölçmeye dayanan araştırma tekniğidir. İçerik çözümlemesindeki temel varsayım, iletilerin araştırılması ve iletişimin bu iletileri alan insanları aydınlatmasıdır (Berger, 1993, 76).

Bu tanımlardan sonra içerik analizi yöntemine neden ihtiyaç duyulduğuna da değinilecek olursa, Parsa'nın açıklamaları yol göstericidir: Televizyon, film, fotoğraf, reklam gibi görsel kitle iletişim araçlarındaki mesajların söylevlerin analizi tünden gelimsel bir okumayı gündeme getirmektedir. Mesajın görünen, kolayca yakalanan, sergilenen ve ilk bakışta kavranan içeriği yerine; gizli, üstü görünmeyen içeriğin ortaya çıkarılması için içerik analizine ihtiyaç vardır (Parsa, 1993, 41).

3.1.1. İçerik analizinin özellikleri

Gökçe'ye göre (1994, s. 26), İçerik Analizinin Objektifi Sistematiiklik, Sayısallaştırma (Kantitatitlik), Yazılı/açık (manifest) içerik, özelliklerinden söz etmek mümkündür.

'Objektiflik: Bu şartın meydana gelebilmesi için analizdeki sınıflamaların benzer içeriklere uygulanabilecek ve benzer sonuçlar elde edilebilecek şekilde kesin olarak tanımlamalar gerekmektedir.

Sistematiiklik: Sistematiik bir yandan araştırma sorusunun stratejisine dönüştürülmesinde yöntemin açık ve düzenli bir şekilde uygulanmasına, diğer yandan ise bu araştırma malzemesine hiç kesintisiz uygulanması gerektiğine işaret etmektedir.

Sayısallaştırma (Kantitatiflik): İçerik Analizinin en ayırıcı yönüdür. Sayısallaştırma kavramı, ölçme işlemini içermektedir. Bilgileri yoğunlaştırmak ve böylece karşılaştırılabilirliğin sağlanması bakımından düzenleyici bir işleve sahiptir.

Yazılı/ açık (manifest) içerik: İçerik Analizinin kapsamı yazılı ve açık bir içerik ile sınırlandırılmıştır. Yazılı bir metne dayanmaktadır".

3.1.2. İçerik analizi yöntemi ve uygulaması

İçerik analizi yöntemi ile Türkiye'de herhangi bir kablo veya şifre olmaksızın açık bir biçimde yayın yapmakta olan televizyon istasyonlarının konu ve içerikleri arasında yer alan bir spor programı incelenmiştir.

Söz konusu edilen spor programı, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de en popüler ve yaygın spor dalı olan futbolu konu ve içerik olarak işleyen spor programıdır. Bu program yine futbolun en popüler dalı olan profesyonel futbol ile ilgilidir. Bu nedenle Türkiye Birinci Süper Ligi'nin karşılaşmalarını, konu ve içerik olarak işleyen bu spor programı incelenmiştir.

Ntvspor'da yayınlanan “Yenilsen de Yensen de” programı ve Beyaz Tv’de yayınlan Beyaz Futbol bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Türkiye Birinci Süper Ligi ve kaçınılmaz olarak da televizyonların en büyük rating kaynağı olan ve “3 büyükler” olarak adlandırılan Beşiktaş Jimnastik Kulübü Futbol Takımı, Fenerbahçe Spor Kulübü Futbol Takımı ve Galatasaray Spor Kulübü Futbol Takımlarının birbirleri arasında oynadıkları ve “Derbi” olarak adlandırılan maçlar Yenilsen de Yensen de programının 2014-2015 sezonu ile 2015- 2016 futbol sezonunu kapsayan dönemdeki Beyaz Futbol yayın döneminde ele alınan maçlar olmuşlardır.

Çalışmada program içeriğinin yanı sıra, içeriğin sunum biçimi, süre ve sıraları, sayı ve nitelik olarak katılımcılar, program sunucuları, reklam süreleri ve programların toplam süreleri incelenmiştir.

Çalışma içerisinde aynı zamanda Yenilsen de Yensen de sunucuları Banu Yelkovan ve Bağış Erten ile farklı zamanlar da yapılmış derinlikli görüşmeler de yer almaktadır.

3.2. Programlardaki Kodların Analizleri

Bu bölümde incelenen iki programın sayısal olarak eril dil kullanımının boyutları gösterilmeye çalışılmıştır. Hem Yenilsen de Yensen de hem de Beyaz Futbol'da erkeklik kodlarının kullanımının ne boyutlarda olduğu ve bunun hakim erkeklik kodlarına etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

3.2.1. Agresiflik ve Sertlik Vurgusu

Agresiflik-saldırganlık fiziksel ya da psikolojik zarar vermeyi amaçlayan bir davranış gelişimi olarak tanımlanır. Agresif davranışlar, özellikle de ciddi formları, erkeklerde daha sık olarak gözlemlendiği, kadınlarda bilişsel ve sosyal yeteneklerin gelişmesinin daha erken ve sağlam olduğu böylece kişilerarası ilişkilerdeki problemlerle de daha kolay başa çıktıkları ifade edilmektedir (Yalçın ve Erdoğan, 2013, s. 389- 402). Messner erkeklerin yarışma içeren oyunlar oynadıklarında yalnızca oyun oynamadıklarını, bunun yanı sıra çeşitli kıstaslara göre yargılandıkları bir erkeklik kuruma girdiklerini ve bu kolektif yolla da önemli görülen erkeklik değerlerini

kurduklarını söyler. Ona göre bu değerlerin en önemlisi de sertlik üzerinedir. Humberstone (2002, s. 64), hegemonik erkekliği tanımlamaya giriştiğinde cinsiyet temelli fiziksel güç, sertlik ve saldırganlığın hegemonik erkeğe sporda üstünlük verdiğini, sporun da doğrudan hegemonik erkekliği temsil eden bir alan haline getirdiğinden bahseder. Collinson ve Hearn (2005, s. 71) de hegemonik erkekliği Humberstone ile benzer özellikleride tanımlamaktadır; risk almaktan kaçınmama, fiziksel sertlik, dayanıklı olma, saldırgan olma, homofobik bir heteroseksüellik, duygusal olmama, acıya katlanma, şikâyet etmeme vb. bir takım sosyokültürel özelliklerin hegemonik erkeğin barındırdığı özellikler olduğunu söyler.

3.2.1.1. Yenilsen de Yensen de

Yenilsen de Yensen de programında ortaya çıkan erkeklik kodlarından stüdyoda kullanılan agresiflik vurgusu göze çarpan kodlardan biridir. Bu kod erkek ile özdeşleştirilen agresifliğin program boyunca futbol ekseninde kullanımına değinilmiş ve kullanılmıştır.

Yapılan yorumlar genelde futbolun bir sertlik içerdiği ve takımlar arası rekabette, taraftar aralarında ve futbolcu yapılarında gözlemlendiği şeklindedir. Beşiktaş ve Fenerbahçe takımları arasında 2 Kasım 2014 tarihinde oynanan derbi müsabakası öncesi yapılan ve daha önceki derbi maçlar düşünüldüğünde iki takım arasındaki rekabetten bahsedilirken agresiflik vurgusu ön plana çıkmış ve “sert”, “mücadeleci” bir futbolun varlığından söz edilmiştir. İki takım arasındaki derbi maçlardan bahsedilirken “agresifliğin tavan yaptığı” maçlar olarak yorumlanmış, futbolcuların diğer maçlara nazaran derbi maçlarda daha “hırslı”, daha “mücadeleci”, daha “agresif”, daha “sert” olduğuna değinilmiştir. Futbolcular özelinde yapılan yorumlarda “bu futbolcu oyunun gerektirdiği sertliği göstererek takımı mücadelesi ile ateşliyor” şeklinde ifadeler kullanılmıştır. Aynı zamanda Beşiktaş’ın kamuoyu nezdinde diğer büyük takımlara karşı efendi olarak tasvir edilmesi ve başkanının “sert” demeçler vermemesi diğer büyük kulüp başkanlarına göre onu “pasif” duruma düşürüp düşürmediği tartışması yaşanmıştır.

Her iki takım taraftarının da, iki takım futbolcularının sembol isimlerini saydıkları esnada taraftarlar futbolcu ismi sayarken, “sert”, “mücadele gücü yüksek”, “agresif”, “ateşli”, “hırçın” gibi özelliklerin yanı sıra, “x futbolcu yeteri kadar agresif değil”, “agresif değil ama mücadelecı futbolcu”, “sembol isim olamaz ama sahada varını yoğunu koyan agresif, mücadelecı bir isim”, “rakibe bir agresifliğini göremezsiniz ama topa agresif bir futbolcu” şeklinde yorumlar dikkat çekicidir. Futbolcular “agresifliği”, “oyun içinde aldıkları riskler” ve göstermiş oldukları “mücadele” taraftar gözünde o futbolcuları yükseltmiştir.

Son olarak programdaki konular arasında kulüplerin yapısı konuşulmuş, başkanlar, yöneticiler ve teknik direktörler bazında “agresiflik” konuşulmuştur. Burada başkanların ve yöneticilerin agresifliği daha çok “tuttuğunu koparan”, “istediğini elde eden” şeklinde yansıtılırken, teknik direktörden bahsedilirken de bu agresiflik daha çok “takımı ateşleyebilme” şeklinde olmuştur.

Programın incelenen ikinci bölümünde ise agresiflik ilk programdakine benzer şekilde gelişmiş daha çok oyunun ve taraftarların agresifliği üzerine durulmuştur. Taraftarlar maç yorumu esnasında oyunun belli bir agresiflik içerdiğini ve takımlarının bu agresifliği yeteri kadar gösteremediği serzenişleri önemli bir nokta oluşturmuştur. Takımların güçlü ya da zayıf olduğu yönleri öne çıkarırken takım oyunun yeteri kadar sertliği sağlayamadığı diğer takım karşısında yumuşak kaldığı yorumları öne çıkmıştır. Bu programda kadın taraftarlar futbolcuların sert hareketleri ve devamında sakatlık durumları için bir yorumda bulunurken, erkek taraftarlar bunun bir mücadele ve futbolun doğasında bulunan bir şey olduğuna vurgu yapmışlardır.

Son incelenen bölümde de ilk iki programa benzer agresiflik tanımları burada da görülmüştür. 8 Mart tarihinde yapılan bu programda hem derbi maçının olması hem de 8 Mart Dünya Emekçi kadınlar gününün kutlanması programdaki değinilen konuları bir nebze olsa farklılaştırmış kadına yönelik söylemleri arttırmıştır. Tribündeki agresifliğin, seyircilerin agresifliğin kadın taraftarlara etkisi üzerinde tartışmalar dönmüştür. Seyircilerin agresif bir tutum içinde olması şiddeti körükleyen bir şey olmasının yanı sıra sahadaki oyuncuyu etkilemesi, saha içinde futbolcuların agresifliğinin de tribündeki taraftarı etkilediği ikili bir beslenme durumunun varlığından bahsedilmiştir. Ayrıca

agresifliğin bir yansıması olarak tribünde küfür oluşturduğu ve buna seyircilerin de katıldığı yönünde yaklaşımlarda bulunmuştur. Agresiflik ve sertlik, takımların gösterdiği mücadele ile doğru orantılı olarak kullanılmış ve taraftar nezdinde olumlu bir özellik olarak anlatılmıştır. Ayrıca oyundaki sertliğin tribünleri ateşlediği, tribündeki coşkunun ise futbolcuya ekstra motivasyon sağlayarak daha mücadeleci, daha sert, daha her şeyini ortaya koyan bir yapıya büründürdüğü vurgusu da yapılmıştır. Ayrıca stadyumlarda yapılan küfürlü tezahüratların sert erkek imajına hizmet ettiği yönünde de bir çıkarım yapılmıştır. Futbolda ve futbol ortamındaki temennilerin sıralandığı bir süre de kadın taraftarlar sahalarda ve tribünde şiddet görüntülerinin artık son bulması gerektiğini ve belirtirken erkeklerin sertliğe ve şiddete alışkın olduğunu vurgulayarak konuşmasını sonlandırması da dikkate değer bir nokta olmuştur.

3.2.1.2. Beyaz futbol

14 Şubat 2016 tarihinde yayınlanan Beyaz Futbol programında ise agresiflik vurgusu futbolun doğal olarak agresif bir oyun olduğu şeklinde gerçekleşmiştir. Stüdyoda bulunan dört yorumcu da yaptıkları açık yorumların yanı sıra ima ettikleri düşünceler çerçevesinde de oyunun belli bir agresiflik içerdiği yönünde bir düşünce belirtmişlerdir. Söz konusu yayında futbol maçlarındaki oyuncuların agresifliğine, sertliğine ve yumuşaklığına yapılan vurgu ve “bayanlar liginde olur bu tarz yumuşak hareketler” tarzı söylemler ile birlikte devam etmiştir. “X futbolcu ne kadar sert/hırçın futbolcu” söylemleri futbolcunun oynadığı mevki ile de ilişkilendirilmiş ve “stoper adama daha ilk dakikadan sarı kartı gösterirsen kitlersin adamı, o bölgenin adamı sert olmalı, hırçın olmalı, rakibi yıldırmalı” sözleri ile iddia desteklenmiştir.

Stüdyodaki yorumcular program süresi boyunca birbirlerine “lan”, “maça asılmadı”, “saldırmadı”, “yeterince ısırğan değildi”, “sert/hırçın futbolcu” vb. şekilde agresiflik söylemleri kullanılmış ve sıkça tekrar edilmiştir. Bunların yanı sıra el kol hareketleri ile de anlatımlar olmuş “kol saati” söyleminde de görüleceği gibi el hareketi yapılarak anlatım ön plana çıkmış, “maçası yiyen bana yapsın o hareketi” söyleminde yine el kol hareketleri ile agresiflik öne çıkarılarak anlatılmaya çalışılan şey gösterilmiştir.

Her sene 14 Şubat tarihinde kutlanan “Sevgililer Günü”nün tartışılması esnasında “kılıbık” ile “sert adam” tartışmaları yaşanmış ve yorumculardan Çakar, erkekleri “karı köpeği” olmak ile ilişkilendirmiştir. “Ne kadar sert erkek olursak olalım karının yanında hepimiz birer küçük köpeğiz” ile konuyu noktalamıştır. Başka bir tartışma esnasında ise, gösterilen bir video sonrası Engin, “bu kadının aslan gibi oğlu var” şeklinde bir yaklaşımla erkeklik ile sertlik/güçlülük miti üzerine bir göndermede bulunmuştur. Yine aynı esnada stüdyoda gösterilen bir fotoğraf sonrası ünlü bir kadın aktrisin bir futbol takımına başkan olması stüdyodakiler tarafından “kocasını varken kadın mı başkan olmuş? İzin vermiş mi kocası?” şeklinde yaklaşım görmüş ve kadının kocası “karısına söz geçiremeyen erkek, erkek dururken erkeğin işini kadına yaptıran, ona karşı çıkmayan, kılıbık erkek” iması ön plana çıkmıştır.

Agresiflik kullanımları arasında argo deyimlerine de sıklıkla rastlanılan programın bu bölümünde değinilen hemen her konu sıklıkla argo kullanım ile açıklanmaya çalışılmaktadır. Herhangi bir konu anlatılırken “kol gibi geçirdi”, “idrar yarışı yapıyoruz”, “ne güzel koydu lafi”, “yavrum benim be”, “delikanlı adammış ne geçirdi be!” vb. şeklinde agresiflikle bağdaştırılabilecek, konuları bağlamak için kullanılan veya o an tartışılan konu içerisinde kullanılan argo terimler de sıklıkla kullanılmıştır.

6 Mart 2016 tarihinde yayımlanan ve incelemeye ikinci program olarak dahil edilen programda da agresif kullanımların varlığı dikkat çekicidir. “bu ne lan”, “bu ne ya”, “bu ne baba”, “sıvacı”, “yalaka”, “adam zannettiğim temsilciler”, “takamayan emzik taksın”, “aklını alırım”, “dangalağın teki”, “manyak mısınız?”, “yumuşak oynamaz sert oynamak zorunda”, “canını dişine takar”, “Uefa tokatlıyor” vb. şeklinde birçok söylem vardır. Bu söylemlerin birçoğu argo ile desteklenmektedir.

Galatasaray’ın ligde kötü durumu ve yaşadığı sıkıntılı sürecin Fenerbahçe ile oynayacağı derbi maç için çok sıkıntı yaratmayacağını ve Fenerbahçe şampiyon olmasını diye Galatasaray’ın Fenerbahçe’ye karşı olan oyununda, Beşiktaş’a karşı oyunun arasında sertlik/ yumuşaklık farkının olacağı stüdyodakilerce uzunca bir süre tartışılmıştır. Buna getirilen antitez kısmında ise Galatasaray kötü futbol oynaması ve aynı sezon UEFA’dan aldığı Avrupa Kupalarından bir yıl men cezasına gönderme

yapılmış “Galatasaray ligde önüne gelenden tokadı yiyor, son olarak UEFA’da Galatasaray’ı tokatladı. Bu Galatasaray mı Fenerbahçe’ye sert duracak?” şeklinde açıklamalar yapılmıştır.

6 Mart 2016 Beyaz Futbolun ikinci incelenen yayınında stüdyodaki yorumcular Akhisar Belediye spor ile Fenerbahçe arasında oynanan ve Fenerbahçe’nin 3-0 kazandığı maçı yorumlarken, iki takım arasında sıklet farkı olduğunu ve Fenerbahçe’nin rakibini nakavt ettiğini belirtmişlerdir. Akhisar Belediye takımının, Fenerbahçe için “sert” bir rakip olmamasından söz edilmiştir. Farklı konulara değinildiği bir zamanda “topun inşaata kaçması” tanımına Ahmet Çakar sert tepki vermiş ve kendisinden için “beni öyle yumuşak adamlara benzetmeyin” şeklinde bir yaklaşımda bulunmuştur. Erkek çocuğu için bir iltifatta bulunmayacağını belirtirken de “bir erkeğe, başka bir erkeği övmek yakışmaz” yaklaşımı da Çakar tarafından kullanılan ve dikkat çekici bir argüman olmuştur. Kazanılan maç sonrası “Fenerbahçe şampiyon olsun oynarız burada” söylemine ek olarak “ne oynayacağım be ben düşünümde oynamadım, erkek adam oynar mı hocam” söylemi ve “oynak değiliz biz çok şükür” söylemi agresifliğin ve sert erkek mizacının bir yansıması olarak durmaktadır.

Galatasaraylı oyuncuların Fenerbahçe için konsantre olmasıyla, Beşiktaş’a konsantre olmasının farkı konuşulmuş ve bu konuşmayı Ahmet Çakar şu şekilde örneklendirmiştir: Dünya Kupası elemelerindeyiz. Grupta Kıbrıs Rum Kesimi, Azerbaycan, Türkiye, Almanya falan var ve son maç Türkiye ile Azerbaycan oynanıyor. Maç İstanbul’da Türkiye’nin hiçbir iddiası yok fakat Türkiye galip gelirse Güney Kıbrıs Rum Kesimi finallere gidecek. Soruyorum kaç Türk, Türkiye’nin galip gelmesini ister? Bu aynı durum bizim konuştuğumuz durumda da var.”

8 Mayıs 2016 tarihli Beyaz Futbol yayınında ise Galatasaray ve Beşiktaş arasında oynanan maçın sonucu tartışılmış, program bu konu üzerinden gelişme göstermiştir. Beşiktaş’ın Galatasaray’ı deplasmanda yenmesi ile ilgili olarak yorumcular “Galatasaray’ın gücü bu kadar”, “Dakikalar geçtikçe sağlamaları gereken sertliği kaybettiler ve sonuç olarak sertlik kaybolunca da erimeye başladılar ve maç da bir noktadan sonra koptu” şeklinde açıklamalar yapmışlardır. Engin maç yorumu esnasında

Galatasaray'ın "aslanlar gibi", "adam gibi" bir futbol oynadığına vurgu yapması ve oyunun "sertliğine" atıfta bulunması da dikkat çekmiştir.

Kerimcan Durmaz'ın bahsinin geçtiği bir konu üzerinden "erkek adamın sert olması gerektiği"ne vurgu yapılmış ve Kerimcan Durmaz erkek olarak tanınmamıştır. Çakar, arkadaşlarıyla plaja gittikleri bir anısını anlattığı esnada giydiği şortun kısa olmadığı ayrıntısı üzerine durmuş ve "öyle kısa şort giyecek kadar yumuşak değiliz çok şükür" tarzında söylemde bulunmuştur. Hem erkeklik vurgusunun hem de erkekliğin sert olmak gerekliliğine yapılan vurgu program boyunca devam etmiştir. Cenk Tosun'un düğün görüntüleri eşliğinde programdakilerin hangi oyunda daha iyi oldukları konuşulurken Cenk Tosun'un kendi düğününde Harmandalı oynaması ve adamlığı arasında da bağlantı kurulmaya çalışılmıştır. Tosun'un Harmandalı oynaması onun sert bir oyuncu olduğunun "kıvrak" oyuncu olmadığına göstergesi olarak sunulmuştur. Bu son programda da "yazıklar olsun size", "bu ne aymazlık", "bu ne ya", "kazığa oturtma", "yollu" vb. şekillerde söylemler ile agresiflik konuşmaları devam ettirilmiştir. Bu kullanımlar sadece tek kullanım ile kalmayıp program boyunca sürekli tekrar yoluyla programda yer bulmuştur.

3.2.2. Güç ve Dayanıklılık Vurgusu

Bedenin sahip olduğu maddi ve sembolik sermaye, bedenin bilhassa erkekler arası ilişkilerde bir mücadele silahı olmasını sağlamaktadır. Erkeklerin bahsettiği güçlü olmak ya da baskın olmak hegemonik erkekliğin bir bileşeni olmakla birlikte hegemonik erkekliğin en çok saygı duyulan şeklidir. Connell (1995, s. 123)'a göre beden erkeksi hissetmenin bir yoludur ve bu bağlamda erkeklerin daha kaslı olma isteği, daha erkeksi görünme ve hissetme arzusuyla ilişkilidir. Sporun erkeklik inşası için elzem bir pratik alanı olmasının diğer bir sebebi, pratikleri, performans, güç, dayanıklılık, kaslılık gibi (hegemonik) erkeklikle özdeşleştirilmiş bir takım bedensel özellikleri barındırması ve yüceltmesidir. Monaghan (2002, s. 698) tarafından vücut geliştirme sporunun kaslılık, güç, dayanıklılık gibi erkeklik özelliklerini barındırmakta ve desteklemekte olduğuna yönelik tez, Jhally ve Katz (2002, s. 5) tarafından spesifik bir örnek olarak profesyonel güreş (Amerikan güreşi) üzerinden, fiziksel büyüklük,

dayanıklılık ve şiddetin, hegemonik erkeklik özelliklerini desteklediği yönünde tez ile kuvvetlendirilmiştir.

Güç ve dayanıklılık vurgusu iki programda da öne çıkan konulardan biri olmuştur. Hem Yenilsen de Yensen de programında hem de Beyaz Futbol programında güç ve dayanıklılık daha çok erkekle birlikte ilişkilendirerek anlatılmıştır

3.2.2.1. Yenilsen de yensen de

Yenilsen de Yensen de 2 Kasım 2014 yayınında stüdyodakiler tarafından maç yorumları esnasında Fenerbahçe ve Beşiktaş için önemli futbolculara ve bu futbolcuların yapabileceklerine değinilirken, “Kuyt sportmen ve aynı zamanda mücadele gücü yüksek ve fiziksel olarak güçlü, vurunca kolay kolay yıkılmayan, dayanıklı bir oyuncu” şeklinde fikir belirtilmiştir.

4 Ocak 2015 Yenilsen de Yensen de yayında ise maç yorumları esnasında rakip takımdan bahsedilirken “fiziksel olarak güçlü oyuncularını var bizim oyunculardan bire birde üstün olma durumları olabilir” şeklinde fikir belirtme olmuştur. Aynı programda başka bir taraftar da bazı futbolcuların fiziksel olarak güçlü olmasının taraftarda bir güven unsuru oluşturduğunu ve tabir-i caizse “vurdu mu yıkılmaz oyuncu” gözüyle bakıldığını belirtmiştir. Kuyt isminin Fenerbahçeliler tarafından öne çıkarılmasında da bu düşünce etkili olmuş, Kuty’un mücadele gücüne, kolay kolay sakatlanmamasına, çok fazla koşmasına ve ikili mücadelelerde kolay kolay yere düşmemesine vurgu yapılarak güçlü oyuncu imajına vurgu yapılmıştır.

8 Mart 2015 yayınında ise taraftarlık durumundan bahsedildiği bir esnada programın sunucularından Banu Yelkovan, erkek homososyal alanı olarak görülen stadyumlarda çoğunlukla erkeksi küfürlerin duyulduğu bir ortamda kadın taraftarların da küfre katılmaları durumunu “küfür erkeğe güç katar” düşüncesiyle hareket ediyor olup, kadının erkeğe kendini kanıtlama amacıyla da edilebilirliğinden bahsetmiştir. Benzer bir durumunda medyada futbol programı sunan ya da futbol konuşan kadınlarda “erkeksileşmeleri” üzerinde de görüldüğünü iddia etmiştir. Yelkovan’a göre erkeğin güçlü olduğu bir mecrada kadın da erkek gibi görünerek güçlü imaj çizme peşinde

koşmaktadır. Yelkovan stadyumdaki kolektif küfür etme durumunu da kalabalık erkek topluluğun gücü ile bir tutmuş ve bire bir de birine edilmeyecek küfürlerin stadyum ortamında rahatça edilebilirliğine değinmiştir.

Stadyumdaki şiddet görüntülerine duyulan bir rahatsızlık anlatıldığı esnada kadın taraftarlar burada erkeğin kendisine yapılan bir hareket neticesinde tepkisiz kalamaması durumuna bağlamışlardır ve erkeğin karşı tarafa “gününü gösterme” şeklinde hareket ederek karşılıklı bir güç gösterisinin sonucunda ortaya çıktığına değinmişlerdir.

3.2.2.2. Beyaz futbol

Beyaz Futbol’da bu duruma benzer bir gelişme göstermiş gücün erkekle özdeşleştiği noktasında benzer görüşler sundukları görülmüştür. 14 Şubat 2016 Beyaz Futbol yayınında bir güç göstergesi olarak Mersin İdman Yurdu takımının kendisinden daha güçlü olan Galatasaray’ı yenmesi stüdyoda Mersin’le özdeşleşmiş olan cezerye eşliğinde kutlanmıştır. Stüdyoda ekranlarda gösterilen bir videoda, bir futbolcunun kulüpte malzemeci olarak çalışan birinin kafasına şaka ile yumurta atma cesaretini göstermesini yumurtaya maruz kalan kişinin statüsü ile yorumlayan Ahmet Çakar “statüsü daha yüksekte olan birine bunu yapamazdı, gelsin bana yapsın maçası yiyorsa” tarzı bir yaklaşım göstermiştir.

6 Mart 2016 tarihli Beyaz Futbol yayınında ise Galatasaray’ın içinde bulunduğu ekonomik durumun saha sonuçlarına da yansıdığı belirtilmiş ve stüdyodakiler “Galatasaray o eski şaşalı günlerini çok arar”, “artık eski gücünde değil” vb. şeklinde yorumlar yapılmıştır. Galatasaray’ın Hollandalı futbolcusu Sneijder ve menajerinin medyada yer alan röportajından sonra stüdyodakiler “Koskoca Galatasaray ve onun başkanı, Hollanda’nın bir köylüsüne yem olmuş” şeklinde bir yaklaşımda bulunarak yine statünün bir yansıması programda dillendirilmiştir. Galatasaray’ın kendi futbolcusundan emir alan bir başkan tarafından yönetildiğini iddia eden stüdyodakilere göre, Galatasaray kulübü başkanı bir gücünü kaybetmiş, futbolcusunun her dediğini yapan “bayan sekreter” konumuna düşmüştür.

8 Mayıs 2016 tarihli yayında ise Galatasaray'ın Beşiktaş'a karşı oynadığı futbol "aslanlar gibi oynadılar, mücadele ettiler" şeklinde tasvirten sonra "ama ne yazık ki güçleri yok, pilleri bitti" şeklinde devam etmiştir.

3.2.3. Akıl/ Uzmanlık Vurgusu

Medyada akıllı, güçlü ve aktif erkeklik imajına karşın eksik, zayıf ve pasif olan kadınlık imajını destekleyen, sürdüren ve geliştiren nitelikte yayınlar bulunmaktadır. Medyada kadın temsili, ağırlıklı olarak fiziksel görünüm (seksilik, güzellik) üzerinedir ve bu temsil biçimi, kadını erkeğe oranla güçsüz kılmaktadır (Arsan, Ünal ve Türkoğlu, 2009, s. 387). Medyada edilgen ve güçsüz olarak kullanılan kadın imgesinin karşılığında güçlü ve etken erkek imgesi kullanımı sonucunda nesne olarak konumlanan kadınlar, otorite ya da statü sahibi özneler olarak nadiren fikirlerine danışılan kişiler olmaktadır. 19. yüzyılda yapısal olarak, erkek beyninin kadın beyninden yüzde dokuz oranında büyük olmasını, kadının düşük zihinsel kapasitesiyle yorumlayan bilim insanlarının varlığı (Brizendine, 2008, s. 21) ile birlikte akıl ve kişilik değerlerinden ziyade salt bedene indirgenen kadınlar, reklamlardan haber programlarına varıncaya kadar genç, güzel, seksi, alımlı ya da çekici gibi özelliklerinin öne çıkarılarak kullanımının olduğu bir metaya dönüştürülmüştür (Çimen, 2011, s. 48). Eril yaklaşımının görüldüğü toplumlarda erkekler, daha hırslı, girişken, rekabetçi rolleri yerine getirirken, kadınlar hayatın duygusal yönleriyle daha fazla ilgilenirler. Bu toplumlarda erkekler yönetici pozisyonunda yer alırken, kadınlar ise genellikle onların yardımcıları konumunda yer almaktadır.

Her iki programda da dikkat çeken unsurlardan bir diğeri, erkeklerin daha akıllı, daha makul, daha yerinde konuştukları, herhangi bir konu üzerinde kadınlardan daha fazla bilgiye ve uzmanlığa sahip olduklarını belirtmeleri üzerinedir.

3.2.3.1. Yenilsen de yensen de

2 Kasım 2014 Yenilsen de Yensen de programında unutulmaz derbi maçlar konuşulurken kadın taraftarların söz almaması stüdyoda çok yadırganan bir şey olmamıştır. Diğer yandan futbolcuların yapabilecekleri/ yapamayacaklarının konuşulduğu bir konuda kadın taraftarların sadece o futbolcunun bir iki özelliği ile

cevap vermesi fakat erkek taraftarın daha detaylı ve futbolun kuralları, oyuncunun geçmiş maçlarda yaptıklarından örneklendirerek bir sonuç çıkarması dikkate değer bir durum olarak göze çarpmaktadır. Kadın taraftarlar futbol konusu konuşulurken “az önce feyyaz arkadaşımın söylediği gibi, feyyaz’a katılıyorum, ali de zaten bu konuya değindi” şeklinde cevaplar vermesi de bu konuya örnek oluşturmaktadır.

4 Ocak 2015 tarihli Yenilsen de Yensen de programında da ilk programa benzer bir biçimde kadınların futbol yorumları stüdyoda çok dikkat çeken bir konu olmamış, lafları bölünüp, söyledikleri konuların üzerinde durulmadan diğer erkek taraftarların söyledikleri ile unutulup gitmiştir.

8 Mart 2015 yayınında diğer programlara nazaran görece daha fazla kadın futbol taraftarının bulunduğu stüdyoda kadınların şiddet/ küfür özelinde söyledikleri ve ortaya attıkları tezler ve önerilerin daha fazla dikkate alındığı bir yayın olmuştur. Kadının futbol ortamında genellikle küfür söz konusu olduğunda adının geçmesi durumu ve buna getirilen öneriler stüdyoda hem taraftarlarca hem de sunucularca diğer programlara nazaran daha fazla dikkate alınmıştır. Bu programda kadın taraftarlar futbol ortamında kadın olmanın zorluğunu anlatırlarken deplasman otobüsüne bindirilmemelerinin yanlışlığına değinmiştir. Kadın taraftar erkeklerin “futbolu sadece biz biliriz” anlayışının deplasman otobüsünde bile yansımaları bulmasından dem vurmıştır. Erkek taraftarlar “kadınlar futboldan çok da anlamaz, hatta çoğu kadın hala uzak duruyor” şeklinde sunduğu teze, kadın taraftar “annem stadyumda maç izler, eve gelir yorumları izler, sabahta gazeteden köşe yazılarını takip eder, babam için ise maç başlangıç ve bitiş düdüğü arasındadır” şeklinde anti tez sunmuştur.

3.2.3.2. Beyaz futbol

14 Şubat 2016 Beyaz Futbol yayınında akıl/uzmanlık vurgusu belirgin bir şekilde kullanımının görüldüğü bir program olmuştur. Programda futbol dışı konuların gösterilip videoların izlendiği bir anda, özel bir kanalda yayınlanan bir evlendirme programından bir kadının şarkı söyleme videosu konuşulmuş ve kadın hakkında “hasta”, “akıl sağlığı yerinde değil” şeklinde yorumlar yapılmıştır. Ünlü bir aktrisin bir futbol kulübünün başkanı olması durumu ise “kocasını dururken!” şeklinde şaşkınlıkla

karşılanmış ve “futbolu erkek bilir” görüşünün bir yansıması ortaya çıkmıştır. Yine aynı programda Sinan Engin “malzemeci ne iş yapar?” şeklinde gelen sorunun cevabını “evdeki kadın ne iş yapar öyle düşün. Formaları yıkar, hazırlar, eksik gediği yerine koyar.” şeklinde cevaplamıştır. Ev içi alanın kadının egemenliğinde olduğunu, ev işlerinde kadının uzman olduğunu belirtirken, malzemeci olan erkek kadın işi gibi görülen bir işi yapmaktadır.

6 Mart 2016 yayınında Galatasaray Erkek Basketbol Antrenörü Ergin Ataman’ın “eğitimini alırsam Galatasaray futbol takımını da çalıştırabilirim” sözleri tartışılmıştır. Bu durum stüdyodakileri ikiye bölmüş iki farklı görüş stüdyoda yankılanmıştır. Sinan Engin durumun olabirliğine vurgu yaparken “bu ülkede herkes futbol konuşuyor, kadınlar bile yeri geliyor futbol konuşuyor. Hal böyleyken neden olmasın?” çıkışını yapmıştır. Futbolu sadece erkeğin konuşabildiği, bildiği bir alan olarak gören bu anlayış “kadınlar da yeri geliyor futbol konuşuyor diyerek” futboldaki kadının konumuna da bir gönderme niteliği de taşımaktadır.

3.2.4. Maceracılık Söylemleri

Hegemonik erkeklik tartışmaları, genel olarak kadın ve erkek için belirlenmiş olan cinsiyet rollerine ilişkin eleştirel bir bakışı ifade etmektedir. erkek davranış normları, cesaret, saldırganlık, bağımsızlık, egemenlik, teknolojik beceri, grup dayanışması, macera, zihinsel ve bedensel dayanıklılık gibi değerler üzerine kuruludur (Akca ve Tönel, 2011, s. 27, 28). Sinemayı ele aldığımızda kadınlıkla ilgili kalıp yargıların oluşmasında bir hayli etkili olduğu kadınların edilgin, bağımlı, cinsel nesne olarak temsil edildiği (Onaran, 2000, s. 213) görülse de 1980’lerle birlikte kadınların kahraman olduğu macera, bilim-kurgu filmleri -Alien, The Terminator, Supergirl vb.- yer almaya başlamış fakat bu filmlerde de kahramanlık hikâyelerinin çoğunun başrolünde erkeklerin olması durumu devam etmiş; kadınlar genellikle erkeklerin etrafında şekillenmişlerdir (Gauntlett, 2008, s. 49-52). Macera peşinde koşan kadın bu macerasını ya erkekten destek alarak devam ettirmiş ya da erkeğin ona verdiği tavsiyelerle hareket etmiş ya da erkeğin macerasına katılarak kendi macerasını noktalamıştır. Kültürel mirasın bir yansıması olarak karşımıza çıkan masallar arketipler adı verilen semboller içerir. Arketipler, değişmeyen ve toplumların ortak belleğinde yer

etmiş sembollerdir. Masallardaki arketipler genellikle macera peşinde koşan bir erkek ve erkeğin macerası sonrasında kurtarılmayı bekleyen bir kadındır.

3.2.4.1. Yenilsen de yensen de

Yenilsen de Yensen de ve Beyaz Futbol programlarında maceracılık erkeklerle özdeşleşmiş ve ona yönelik söylemler geliştirilmiştir. 2 Kasım 2014 ve 4 Ocak 2015 Yenilsen de Yensen de yayınlarında herhangi bir macera ve erkeklik bağlantısına rastlanılmamıştır.

8 Mart 2015 Yenilsen de Yensen de yayınında ise taraftarların maça olan ilgisinin düşmesinin sebebi üzerine konuşulmuştur. Bazı taraftarlar, stadyumdaki erkek taraftar çoğunluğunun hala stadyuma gitmesi durumunu onların maceracı kişiliğine bağlamış ve bu taraftarların her durumda her koşulda stadyumda olmasına rağmen bazı taraftarların stadyumdan çekilmesi o taraftarların “gerçek taraftar” olma durumunda olup olmamasının tartışılması şeklinde geçmiştir. Yine 8 Mart 2015 yayınında kadın taraftarların “deplasman otobüsüne” alınmaması durumu erkek taraftarlar tarafından kadınların daha az tutkuya ve maceraya düşkün olmaları şeklinde cevaplanmıştır. Kadınların stadyumda yer alma nedenleri sıralanırken ise kadın taraftarlar erkek arkadaşıyla/ kocasıyla/ babasıyla bir maceraya atılma hevesi şeklinde cevaplar verilmiştir. Aynı programda bir diğer söylem ise şiddet olaylarının stadyumlarda ve futbol ortamında görülmesi durumu da erkeklerin macera arayışı içinde olmaları ile açıklanmıştır.

3.2.4.2. Beyaz futbol

Beyaz Futbol 14 Şubat 2016 yayınında bir evlendirme programından görüntüler gösterilmiş evlenmek amacıyla stüdyoda bulunan bir erkeğin talip olduğu bir kadın tarafından “Beşiktaş’a daha fazla önem veriyor” denilerek reddedilmesi stüdyodakilerce “helal olsun” şeklinde cevaplanmış ve erkek adamın “delikanlı” olması, “dik durması”, “maceracı adam olması” şeklinde yorumlanmıştır. Bir kadın aktrisin bir futbol kulübünün başkanı olması konusunda yorumcular “kadın için unutulmaz macera olmuş” şeklinde yorumlamışlardır. Futbolcu Cristiano Ronaldo’nun yırtık pantolon giymesi

stüdyodakilerce “arızalı”, “değişik” vb. şekilde yorumlandıktan sonra Ertem Şener’in bu kıyafeti normal bulduğunu belirtmesine stüdyodakiler “neresi normal Ertem? Giy bu pantolonu gel Karagümrük’e bakalım normal mi? Böyle maceralar bize ters Ertem” şeklinde yorumlar görülmüştür.

6 Mart 2016 Beyaz Futbol yayını Ahmet Çakar’ın rüyasında Galatasaray başkanı Dursun Özbek ile kutu kutu pense oynadığını anlatması üzerine stüdyoda “erkek adamsın rüyanda başka bir erkekle kömürlükte kutu kutu pense oynaması da ne? Böyle maceralar olmaz. Erkek adam erkek adamla bu tarz maceralar yaşamaz” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Ahmet Çakar’ın bir film projesinde rol alması ve “kestane çizdiğini ama kestanesini çizdirmediğini, Sinan Engin’e kestane çizmeyi öğrettiğini” söylemesini “biz böyle maceralarda da bulduk. Yeri geldi kestane çizdik, yeri geldi düdük çaldık” şeklinde açıklamıştır. Argo kullanım olarak kullandığı “kestane çizmek” deyimini kullanmış, ve bu argo kullanımı “başka bir erkeğe öğretmek” olarak öne çıkarmış ve bunu macera olarak öne çıkarmıştır.

8 Mayıs 2016 tarihinde ise Beyaz Futbol’da Galatasaray- Beşiktaş maçının oynandığı esnada sahaya giren bir erkek taraftar stüdyodaki yorumcular tarafından “erkeklerin maceracı ruhu” şeklinde sunulmuştur.

3.2.5. Risk söylemleri

Hegemonik erkekliği tanımlayan Collinson ve Hearn (2005, s. 71) fiziksel sertlik, dayanıklılık, saldırgan olmak gibi özelliklerinin yanı sıra Risk almaktan kaçınmamayı da hegemonik erkek kodlarından biri olarak saymışlardır. Spor medyasının sunduğu erkek imajı da, sert, agresif, diğerlerden üstün olan ve her zaman kazanan olandır. Kazanmak için her şeyin riskini göze alabilir (Messner: 2012, s. 116). Psikolog Robert Brannon da (1976) erkekliği özetlerken “Onlara Gününü Göster”: Erkeksi bir pervasızlık ve öfke havası yay. Üstüne git. Risk al” şeklinde bir durumdan bahsetmiştir. Dede Korkut anlatıları üzerinden okumaya çalışılan ‘erkeklik’te de; risk almak, pervasız olmak erkeklik onuru olarak yüceltilmektedir (Akbalık, 2014, s. 117).

Eril kodların bir diğeri olan risk söylemi de her iki programda da görülmüş daha çok erkeğin karar alma, mücadeleye girişme, konuşma vb. eylemlerinde görülmüştür. Risk söylemi Beyaz Futbol özelinde de zaman zaman erkekliğin kaybedilmesi endişesiyle birlikte kullanılmıştır.

3.2.5.1. Yenilsen de yensen de

2 Kasım 2014 Yenilsen de Yensen de programında sunucuların konuyu yönlendirmek için sorduğu sorulara erkekler daha net bir dille açıklamalar yaparken, kadınlar bu durumda çekingen kalmışlar, konuya çok fazla girmemişler, girdikleri esnada da daha çok erkeğin dediklerine katılan fikirler ortaya koymuşlardır. Bu durum Yenilsen de Yensen de sunucularının da dikkatinden kaçmamış ve bu durumu kadının toplumsal hayattaki konumu ile de bağdaştırmışlardır. Kadının kamusal alanda çok fazla sesinin çıkmaması, hele de futbol gibi kadınlara kapalı bir alanda, kamera önünde konuşmaları sunucular tarafından kadınların, “acaba yanlış bir şey der miyim?” endişesiyle oluştuğunu ve bu durumda kadınların konuşarak risk almak istemediklerini anlatması şeklinde açıklanmıştır.

Yine aynı programda futbolcuların yapabilecekleri/ yapamayacakları konuşulurken Fenerbahçeli kadın bir taraftar “Kuyt maç içerisinde gereken riskleri alan, karakterli, lider bir futbolcu” tanımını yapmıştır.

Yine 2 Kasım 2014 yayınında derbi mücadelesi için iki takım mevcut teknik direktörlerinin iki takım için doğru kişi olup olmaması durumu tartışılmış burada taraftarlar teknik direktörlerin takım için liderliğinden bahsederken “takımın kazanması için gerekli riskleri almıyor” şeklinde yorumlar yapmışlardır.

4 Ocak 2015 Yenilsen de Yensen de yayınında taraftarı heyecanlandıran futbolculardan bahsedildiği anda taraftarlar futbolcu ismini sayarken “lider özellikli ve risk alan, takım için mücadele eden, karakterli” tanımlamalarını birlikte kullanmışlardır.

8 Mart 2015 yayınında ise taraftarlar, taraftarlığın tanımını yaparken birçok şeyi göze alıp, gerekli riskleri üstlenip gece gündüz, yağmur çamur, ev sahibi deplasman

demedi takımını koşulsuz destekleyen “gerçek” taraftardır. Bu tanımların hemen devamında başlayan deplasman otobüsü ve bu otobüse kadın taraftarların kabul edilmemesi ile bağlantılı düşünüldüğünde kadınların gerekli riskleri almaktan uzak, maceraya atılmayan, bir nevi gerçek taraftar olmaktan uzak taraftar kategorisinde düşünülmüştür.

Yine 8 Mart 2015 yayınında “kadın problemlerine” değinilen bir noktada Beş Harfliler’e üye bir kadın taraftar, sokakların artık kadınlar için çok zor, kadınların görünür olmasının riskli bir alan haline geldiğinden, kadın cinayetlerinden, tacizden ve tecavüzdü, erkek egemen kültürün sokaklarda iyice belirginleşmesinden duyduğu rahatsızlığı belirtmiştir. Ayrıca 8 Mart’ın bir mücadele günü olarak kutlanmasını ve “sokaklar bizindir” şeklinde bir mesaj verilmesi gerektiğini de eklemiştir.

3.2.5.2. Beyaz futbol

14 Şubat 2016 Beyaz Futbol yayınında ise evlendirme programından bir kesitin gösterildiği sırada, Beşiktaş taraftarı bir damat adayının, talip olduğu kadın tarafından “Beşiktaş’a daha fazla önem verdiği” gerekçesiyle reddedilmesi stüdyoda tartışılmıştır. Damat adayının Beşiktaş’a büyük önem verdiğini evlenmeden önce gelin adayına söylemesinin riskli bir hareket olarak görülmesi ve damat adayının bu yüzden “adam gibi adam” yakıştırmasının yapılması dikkat çekmiştir. “Adam risk aldı, takımı öne koydu, ama karıyı kaybetti, yine de helal olsun, yürekli, delikanlı adammış” şeklinde yorumlar yapılmıştır.

Yine aynı programda futbolcu Cristiano Ronaldo’nun yırtık pantolon giymesi de “riskli hareketler” olarak görülmüş ve Ronaldo’nun “erkekliği” giydiği pantolon yüzünden tehlikeye düşmüş ve risk altında olarak yorumlanmıştır.

6 Mart 2016 Beyaz Futbol programında da futbolcu Ozan Tufan ile Ahmet Çakar’ın anılarının anlatıldığı bir bölümde, Ozan Tufan hakkında Çakar’ın “tatlı çocuk” demesini hatırlatan Engin, Çakar tarafından azarlanmış ve bir erkeğin başka bir erkek hakkında “tatlı” demesini söyleyen erkek için “riskli” gördüğünü belirtmiştir. Bir erkeğin başka bir erkek hakkında da övücü sözler sarf etmesi de “risk” kategorisinde

değerlendirilerek, izleyenler ve dinleyenler için “Ahmet Çakar nasıl erkek?” sorusunu doğurabileceğini belirtilmiştir.

Fenerbahçe ve Beşiktaş’ın şampiyonluk için mücadele verdiğinin ve Fenerbahçe’nin ve Beşiktaş’ın Galatasaray deplasmanına gideceğinin hatırlatılması üzerine stüdyoda Galatasaray’ın Fenerbahçe’ye karşı kora kor oynayıp, Beşiktaş’a karşı daha yumuşak oynayacağını tahmininin yapılması stüdyoda epey yer kaplamıştır. Bu durum Rasim Ozan Kütahyalı tarafından “Eğer Galatasaray, Beşiktaş’a çelme takıp Fenerbahçe’nin şampiyonluğunun yolunu açarsa Dursun Özbek için en riskli dönemler başlar, bedelini çok ağır öder” şeklinde açıklanmıştır. Kütahyalı’ya göre böyle bir durumun oluşması durumunda “Galatasaray taraftarı Dursun Özbek’i top yapıp oynar”.

8 Mayıs 2015 Beyaz Futbol programında ise, Ahmet Çakar söz konusu sezonda ligi şampiyon bitirmesi halinde kendisine bir ceza vereceğini açıklamış ve bu stüdyodakiler tarafından “aman hoca erkekliğini riske atma” şeklinde yorumlanmıştır. Kerimcan Durmaz ile Abdülkerim Durmaz arasındaki soy isim benzerliğine de Abdülkerim Durmaz tarafından “bizim ailede öyle riskli erkekler olmaz” şeklinde açıklama getirilmiştir.

3.2.6. Duygusallık söylemleri

Psikolog Robert Brannon (1976, s. 525-534)’un erkekliği özetlerken kullandığı “kaya gibi sağlam ol.”: “Erkeklik, duygularını kontrol altında tutarak, bir badire yaşandığında sakin ve güvenilir olabilmektir. Gerçekten de erkekliği kanıtlamak, duyguları asla göstermemeye dayanır. Erkekler ağlamaz” şeklinde yaklaşımı erkeklerin dünyasında duygusallığın yerini belli etmede önemli bir noktada durmaktadır. Bir erkeklik ifadesi olarak sertlik spor alanlarında görülmektedir. Kaya kadar sert kasların olduğu, duygusallığın olmadığı sert mücadeleler ve sık sık oluşan ağırlı yaralanmalar sporcular arasında oluşturulan atmosferin genel karakteristiğini yansıtmaktadır (Whannel, 2002, s. 68).

Erken dönem feminist yazarlar, kadınların toplumsallaşma sürecinde, pasif, bağımlı, kendine güvensiz, aşırı duygusal ve hayattaki amaçlarının bir çocuk sahibi olup bir erkeği rahat ettirmek olduğunu eleştirmişler (Flodd vd., 2007, s. 415).

Eril söylemde kadınlarla ve kadınsılıkla özdeşleştirilen Duygusallık programda da kadın ve kadınsılıkla özdeşleştirilmiştir. Aynı zamanda erkeğin karar alma sürecine de vurgu yapılırken “duygusal düşünmek”, “mantıklı düşünmek” şeklinde yaklaşımlarla alttan alta erkeklik kodlarının üretimi ve devamı sağlanmaktadır.

3.2.6.1. Yenilsen de yensen de

Yenilsen de Yensen de yayınlarında duygusallık söylemlerine çok fazla denk gelinmediği gözlemlenmiştir. 2 Kasım 2014 yayınında herhangi bir duygusallık söyleminin olmadığı incelenen programda görülmüştür. 4 Ocak 2015 Beşiktaş ve Galatasaray derbi maçı öncesi yapılan programda yorum yapan bir kadın taraftar maçı Galatasaray’ın kazanacağı tahmininde bulunması erkek taraftarlarca “duygusal yorum” şeklinde açıklanmıştır. Aynı yorumu izlenen programlarda erkeğin yapmış olması karşısında susulması bu söz konusu yorumda da “duygusal yorum” şeklinde karşı çıkılması dikkat çekici durmuştur.

8 Mart 2015 Yenilsen de Yensen de yayınında da stadyumda küfür olaylarına değinildiği esnada, kadınlara küfrün yakışıp yakışmadığı tartışılmış taraftarlar kadınların küfür etmesinin mantık çerçevesinde düşünüldüğünde normal olduğuna yönelik fikirler belirtilmiştir. Kadının olduğu yerde küfür yoktur tartışmasının yanlışlığı/doğruluğu taraftar nezdinde tartışılmış, duygusal olarak yoğun olan kadının da küfür edebileceği, küfrü bir duygusal olarak deşarj olma yöntemi olarak kullanabileceği şeklinde açıklamalar getirilmiştir. Kadının küfür etmesinin, kadınlık olarak değil bir insan olarak olağan olduğu, kadına fazla duygusal bir varlık olarak bakıldığı ve edilgen roller yüklenmesinin sonucunda küfür etmesinin hoş gözükmediğine yönelik fikirler ortaya atılmıştır.

3.2.6.2. Beyaz futbol

14 Şubat 2016 Beyaz Futbol yayınında, 14 Şubat tarihinin Sevgililer Günü olarak kutlanmasının tartışıldığı noktada erkekten kadına karşı yapması gereken şeyler ve kadının bu gün özelinde beklentileri konuşulmuş ve stüdyodaki isimler bugün için kadınlar için yapılacak olan şeylerde “mantık” aranmaması gerektiğini söylemişlerdir. Stüdyodakiler Sevgililer gününde yapılan ya da yapılacak şeylerin hepsinin erkek çıkış noktalı olduğunu öne sürerek “erkek yapmak zorunda yoksa kadınının dırdırından kurtulamaz” şeklinde açıklama yapmışlardır. Duygusallığın tavan yaptığı ve kapitalist emellerin metalaştırdığı bir gün olarak 14 Şubat eleştirilmiştir. Evlendirme programında Beşiktaş takımı için talip olduğu kadın tarafından Beşiktaş’a daha fazla önem verip kadın ile görüşmeye gitmemesi sebebiyle reddedilen damat adayı, stüdyodaki isimlerce “duygusal olarak Beşiktaş’a bağlılığı güzel bir şey ama mantık açısından bakarsak aptallık” şeklinde açıklanmıştır.

“Kadın duygusaldır abi, beklentileri vardır, biz erkekler mantık adamıyız, düz adamız” şeklinde birbirlerine 14 Şubat’ı anlatan stüdyodakilere ek olarak, Sinan Engin, Çakar için “duygusallıktan uzak”, “mağara adamı”, “romantiklikten uzak” vb. şeklinde açıklamalar yapmış ve devamında “olsun Çakar hoca bunlara rağmen akıllı adamdır” diye eklemiştir.

6 Mart 2016 yayınında Sinan Engin’in Ahmet Çakar’ın Fenerbahçe’li futbolcu Ahmet Çakar için “şeker çocuk” dediğini iddia etmesi üzerine Çakar, “ben bir erkek için şeker, güzel, tatlı gibi duygusal yorumlar yapmam” şeklinde itirazı damga vurmuştur. Üstelik kendisine yapılan eleştirilere de “ben eski kurdum. Ne dediğimi ne yaptığımı bilirim. Mantıklı konuşurum” şeklinde devam etmiştir. Galatasaray taraftarının, şampiyonluk mücadelesi veren Beşiktaş ve Fenerbahçe arasında “kim şampiyon olsun” tarzında bir ikilemde kalması halinde “Fenerbahçe şampiyon olsun” diyen kesimin olmayacağını iddia eden Kütahyalı, bunu “mantıklı, akli başında hiçbir Galatasaray taraftarı yapmaz burada duygusal davranırlar” şeklinde açıklamıştır.

8 Mayıs 2016 yayınında ise son üç haftasına girilen Süper Lig’in, şampiyonluk mücadelesindeki Beşiktaş için kamuoyundaki genel görüşe göre en önemli maç olarak

gözükten Galatasaray maçını deplasmanda tek golle kazanması ile stüdyoda “Beşiktaş şampiyon” şeklinde şarkılarla kutlanmış ve Galatasaray üyesi de olan Kütahyalı’nın Beşiktaş atkısı takması tartışılmıştır. Kütahyalı bu durumu da “Ben işin içinde Fenerbahçe’nin olduğu bir şampiyonluk mücadelesinde Fenerbahçe’nin rakibini tutarım, objektif de olamam, mantıksal adamım” şeklinde açıklamıştır.

3.2.7. Kadınsılık

“Rol, çeşitli çalışmalarda belli bir toplumsal duruma ilişkin olarak beklenen davranışlar veya belli bir toplumsal durumdaki kişiden beklenen işlemlerle onun gerçek edimlerinin toplamı veya belli bir toplumsal duruma ilişkin gerçek davranış kalıpları ya da beklenen davranış kalıpları (Tan, 1979, s. 158) gibi farklı ifadelerle tanımlanmıştır”. “Rol-toplumsal cinsiyet uyarlamalarında ana fikri bireyin er veya dişi oluşu teşkil etmektedir. Bu nedenle de her zaman iki cinsiyet rolü mevcut olmuştur: Erkek rolü, kadın rolü ya da eril rol ve dişil rol.”

Sancar (2013, s. 40) toplumsal cinsiyet ilişkilerinin aslında biyolojinin dayattığı kaçınılmaz özellikler olarak görüldüğünü belirterek ilkel toplumda eril ve dişinin biyolojik açıdan farklılaşması, cinsiyet rolleri ile bağlantılı olarak bazı ayrımları ortaya çıkarmıştır. Kadının çocuk doğurması ve devamında doğan çocukla ilgilenmesi, erkeğin dışarıda hayvan avlayarak aile geçindirmesi ilkel toplumlarda oluşmuş cinsiyete dayalı rollerdir. Ancak erkeksi ve kadınsı özelliklerin ortaya çıkardığı bu iş bölümü, erkeğin kadın üzerinde egemenliğinin başlangıcı da olmuştur ve farklı toplumlarda uygun kadının nasıl olacağına dair kültürel kodlar çoğunlukla kadınları edilgen konumunda tutmak üzere geliştirilmiştir. Vatandaş (2007, s. 40)’ın ailede ve okulda yaygın ve sistemli şekilde çocuklara aktarılan cinsler arası rol farklılığının ev içi işlerle ilgili boyutu ile ilgili yapmış olduğu bir araştırmada; kadınlar için, en kadınsı işin çocuk hastalanınca bakmak, çocuk için yemek hazırlamak, yemek pişirmek, bulaşık yıkamak, temizlik yapmak, çamaşır yıkamak, ütü yapmak, çocuğu giydirmek, oturulacak eve karar vermek, aile bütçesine katkıda bulunmak, aile içi sorunları çözmek şeklinde rollerin ön plana çıktığını ortaya koymuştur.

Kadınsılık, toplumsal cinsiyet tanımlarında kadına atfedilen görevlerin, yaklaşımların, tanımlamaların, sıfatların vb. birçok şeyin belli bir çerçevede kullanımını yansıtır. Programlarda da bazı kadın rolleri ya aşağılanarak ya da kendi içinde taşıdığı anlamında kullanılarak, farkında olunarak ve ya olunmayarak pek çok kez kullanılmıştır. Bu kullanımlar genellikle Beyaz Futbol programında dikkat çekici boyutlara gelmiştir.

3.2.7.1. Yenilsen de yensen de

2 Kasım 2014 ve 4 Ocak 2015 Yenilsen de Yensen de yayınlarında kadınsılığa dair pek bulguya denk gelinmeyen programın 8 Mart 2015 yayınında da tribündeki taraftar ortamında, erkeğin küfür ettiği kısma gelen bir kadın taraftarın o ortamı yumuşattığı, küfür eden erkeklerin “ortamda kadın var” anlayışına geçtikleri, “kadın varsa küfür olmaz” düşüncesinin hakim olduğunu stüdyodaki kadın taraftarların anılarıyla anlatılmıştır. Kadının gittiği yere olumlu özellikler taşıdığı, küfrü engellediği, duygusallık kattığı, şeklinde anlatımlar ön plana çıkmıştır. Deplasman otobüsüne kadın taraftarların alınmamasını ise erkek taraftarlar deplasman otobüsünün erkeksi olduğu, eğer o ortama bir kadın girerse ortamın duygusallaşacağı, belli bir miktar kadınsılığın ortama hakim olacağını bununda homo sosyal bir alan olarak erkeklerin deplasman otobüsü alanına bir darbe olacağını belirtmişlerdir.

3.2.7.2. Beyaz futbol

14 Şubat 2016 Beyaz Futbol yayınında Naomi Watts’ın bir futbol kulübünün başkanı olmasının tartışılması anında, yorumcular bir kadının bir futbol kulübü başkanı olmasını yadırgamışlar, erkeksi bir spor olan futbolda kadına biçilen kalıp roller nedeniyle de kulübe “kadınsı” özellikler aşılacağı sebebiyle çeşitli endişelerini anlatmışlardır. Ardından Sivas’ta ticari taksilerin sadece kadınlara hizmet veren pembe renge bürünmesi tartışılması yaşanmış, cinsiyetçilik tartışması çerçevesinde, pembe renk ve kadın arasındaki bağlantı kurularak konu kapanmıştır.

Futbol kulübündeki malzemecilerin görevlerinin anlatıldığı bir noktada, malzemecinin kulüpte yaptığı işi bir kadının evde yaptığı işler arasındaki benzerliğe vurgu yapılarak anlatılması, çamaşır yıkar, malzemeleri ayarlar, formalardan

sorumludur vb. şekilde anlatılması ile malzemeci görevinin kadınla ve kadını işlerle bağlantılı halde sunulması programda dikkat çekici bir ayrıntıdır. Cristiano Ronaldo'nun da yırtık bir pantolon giydiği fotoğraf stüdyodakilerce “küçük bir kız çocuğu gibi”, “bir kız giyse anlarım” şeklinde açıklamalarla sunulmuştur.

6 Mart 2016 yayınında Galatasaray başkanının futbolcu Sneijder karşısında sekreter seviyesine düştüğünü belirten Çakar, sekreter için de “düşünün işte uzun saçlı, güzel, alımlı, rujlu, alır mısınız efendim?, yapar mısınız efendim? vb. şeklinde bir kadın” açıklamaları yapmıştır. “Kadınlar böyledir, emir verirsin yaparlar”, “çok fazla samimi olursan tepene çıkarlar”, “Dursun Özbek kulübün sözleşmeli futbolcusu karşısında sekreter konumuna kadar düştü” vb. şeklinde yorumlar stüdyodakilerce anlatılmıştır.

8 Mayıs 2016 yayınında da Ahmet Çakar'ın stüdyodakilerle birlikte Kıbrıs ziyareti anlatılmış, bu esnada Kıbrıs'ta giydiği şort stüdyodakilerce yorumlanmış ve Çakar “öyle renkli falan değildi. Gayet erkeksi bir şorttu” şeklinde açıklama yapmıştır.

3.2.8. Eşcinsellik Vurgusu

Bütün erkeklikler eşit yaratılmamıştır, daha doğrusu hepimiz eşit yaratılmışızdır; fakat herhangi bir varsayımsal eşitlik hızla buharlaşmaktadır, çünkü erkeklik tanımlarımıza toplumumuzda eşit değer verilmemektedir. Bir erkeklik tanımı, öteki erkeklik biçimlerinin ölçüldüğü ve değerlendirildiği standart olmayı sürdürüyor. Hâkim kültürde beyaz, orta sınıf, orta yaşın başlarında, heteroseksüel erkekleri tanımlayan bu erkeklik, öteki erkeklerin ölçüldükleri ve sıklıkla kusurlu buldukları standartları koyan erkekliktir (Bozok, 2013, s. 95). Erkekliği kuvvetli, başarılı, muktedir, güvenilir ve denetim sahibi olmakla eşdeğer görürüz. Kültürümüzde geliştirdiğimiz erkeklik tanımları, bazı erkeklerin öteki erkekler ve bütün erkeklerin kadınlar üzerindeki iktidarını devam ettirir.

Erkeklik eş toplumsal bir mizansen ise, onun en ağır basan duygusu korkudur. Freudyen modelde babanın iktidarından duyulan korku, erkek çocuğu dehşete düşürerek, annesine yönelik arzusunu terk ederek babasıyla özdeşim kurmaya iter. Bu

model, toplumsal cinsiyet kimliğini cinsel yönelim ile ilişkilendirir: Oğlan çocuğun babasıyla özdeşim kurması (erkek olmak), onun kadınlarla cinsel ilişki kurmaya yönelmesini sağlar (heteroseksüel olur). Erkeksi görülmeme, Amerikan erkeklerini kanıtlanması mümkün olmayana –diğer bir deyişle bir kimsenin tam anlamıyla erkek olduğunu- kanıtlanmanın yolu olarak öteki erkekleri erkekliklerinden yoksun bırakmaya sevk eden bir korkudur. Eşcinsellik, erkekliği tehlikeye sokan ve ona bir tehdit olarak duran en önemli olgulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Eşcinselliğin bir erkeğin sadece kendi erkekliğine değil, çevresindeki erkekliklere de bir tehlike oluşturduğu düşünülmektedir. Tim Edwards (1990, s. 114)'ın dediği gibi eşcinsellik erkekliği baltalar. Spor özelinde bakıldığında toplumsal cinsiyet düzeninde, kadınlar erkeklerin yanında ikincil konumda bulunmakla birlikte, erkeklerin kendi aralarında da, ırk, sınıf ve cinsel eğilimleri temel alan bir erkeklik hiyerarşisi yapılandırılmaktadır (Messner ve Solomon, 2007). Erkeklik kültürünü/değerlerini koruyan ve yeniden üreten yapısında, Parker (2001, s. 60), futbolda, heteroseksüelliğin, güç, otorite ve saldırganlığın, ikincil erkeklikler ve kadınlar üzerinde hegemonik erkekliğe bir üstünlük sağladığını söylemektedir. Hegemonik erkekliğin homoseksüellerden nefret ettiğini öne süren Donaldson (1993), erkeklik kimliğinin bu eğilimlerden uzak tutulmaya çabaladığı görüşündedir.

Kimmel (1987)'in de belirttiği gibi, kadınlar lehine erkeklik rol modellerinde bir değişim olsa da, kadına yönelik şiddetin, homoseksüellere karşı hoşgörüsüzlüğün, aşağılamanın sürmesi, aslında erkeklik özelliklerinin korunma eğiliminden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla eşcinselliğin doğrudan erkekliği tehdit eden toplumsal ahlaki bir sorun olarak nitelenmesi, erkek oyunu olarak tanınan futbolda grup üyelerinin eşcinsellere tepki göstermesinin en önemli nedenlerinden biridir. Bir hakemin eşcinsel olduğu için maç yönetmesine engel olunması örneği (Hürriyet Gazetesi 14 Mayıs 2009), futbolda, eşcinsellerin kadınlardan da fazla zorlandıklarının, kadınların görmezden gelinmesine ve önemsenmemesine karşın, eşcinsellere futbolun hiçbir alanında tahammül edilmediğinin göstergesidir.

3.2.8.1. Yenilsen de yensen de

İncelenen Yenilsen de Yensen de yayınlarının hiç birinde eşcinselliğe yönelik herhangi bir bulguya rastlanılmamıştır. Beyaz Futbol programının hemen hemen hepsinde program çok fazla eşcinsel söylemler içermektedir. Eşcinselliğe her türlü vurgu yapılan programda, eşcinsel olmak ve eşcinseller genel olarak alay malzemesi olarak kullanılmış, bazı noktalarda da utanç kaynağı olarak sunulmuştur.

3.2.8.1. Beyaz futbol

14 Şubat 2016 Beyaz Futbol yayınında Cristiano Ronaldo'nun yırtık pantolon giydiği fotoğraf stüdyoda gösterilmiş bunun üzerine Cristiano Ronaldo'ya gay iması yapılmıştır. Ronaldo'nun bir oğlu olduğu ve milyonlarca kadının peşinden koştuğu bir isim olduğunun Şener tarafından stüdyoda söylenmesi üzerine Sinan Engin, “biz ne takım elbiseliler gördük Ertem” şeklinde karşılık vermiştir. Erkekliğe yakışmayan bir durum olarak görülen bu durum stüdyoda uzunca tartışılmıştır. Fotoğrafta Ronaldo'nun çevresinde bulunan siyahi kişilere de gönderme yapılarak “hem de yanında siyahiler var durumu daha tehlikeli kılıyorlar” şekilde konuşulmuştur. Ardından pantolonun ünlü birinin yaşamı için gayet normal olduğunu belirten Ertem Şener'e stüdyodakiler tarafından “küçükken senin topun çok inşaata kaçmış” şeklinde yaklaşım sergilemişlerdir. Aynı zamanda bu “topun inşaata kaçması” deyimini yayınlanan program esnasında farklı zamanlarda dört kez tekrarlanmıştır.

Yine aynı programda Avustralya Ligi'nden Erkekler kriket liginden bir video gösterilmiştir. Bu videoda bir kriket oyuncusunun diğer oyuncuyu taciz ettiği görüntüler söz konusudur ve bu görüntüler stüdyoda “bir erkeğin başka bir erkeğe bu şekilde bir hareket yapmasının onun karakterinin bozuk olduğunun göstergesi” olarak yorumlanmıştır.

6 Mart yayınında da araba galericilerin konuşulduğu bir zaman da Ahmet Çakar'ın “araba galerileri ile kötü anım var” demesi stüdyodakiler tarafından “niye hocam topun galeriye mi kaçtı yoksa” şeklinde gülüşmeler eşliğinde konuşulmuştur. Fenerbahçe'li futbolcu Ozan Tufan'ın konuşulduğu dakikalarda bir erkeğin başka bir

erkeğe övgüde bulunmasında da Çakar tarafından sert itirazlar edilmiş ve “erkekliğe gölge düşürücü şeyler” olarak görülmüştür.

Galatasaray Erkek Basketbol takımı antrenörü Ergin Ataman’ın “eğitim alırsam Galatasaray futbol takımını da çalıştırırım” demesi üzerine “Galatasaray Hamam oğlanı mı?” şeklinde sözler sarfetmiş ve bunu 3 kere stüdyoda tekrarlamıştır. Programın son bölümünde de Ahmet Çakar, rüyasında bir kömürlükte Galatasaray Kulübü Başkanı Dursun Özbek ile Kutu Kutu Pense oynadığını anlatması üzerine yine iki erkeğin oyun oynamak maksadıyla kömürlükte bulunması stüdyodakiler tarafından garip karşılanarak, kahkahalar eşliğinde “sadece oyun mu oynadınız?” şeklinde sorularla dalga geçilmiştir.

8 Mayıs 2016 yayınında ise Galatasaray- Beşiktaş arasındaki mücadelede Galatasaray’lı futbolcu Sabri Sarıoğlu’nun çok iyi oynaması ile sosyal medya fenomeni Kerimcan Durmaz ile arkadaş olması arasında bağlantı kurulmaya çalışılmıştır. Bu bağlantı Kerimcan Durmaz’ın eşcinsel kimliği üzerinden ve Sabri Sarıoğlu ile çektiği videolardaki tavırları üzerinden kurulmaya çalışılmış ve stüdyodakilerin gülüşmeleri eşliğinde yorumlanmıştır.

Ahmet Çakar’ın “kazık” ile ilgili bir hatırasının anlatılması stüdyodakilerce uzunca konuşulmuş ve Çakar “ben bu yaşa masumiyetimi korudum, erkekliğime zeval getirmediğim gölge düşürmedim. Beyler ayık olun!” sözleri ile itirazı dikkat çekmiştir.

Aynı programda Beşiktaş’lı futbolcu Cenk Tosun’un düğününden görüntüler sunulmuş ve Tosun’un düğünde Harmandalı oynaması ile Kerimcan’ın sosyal medyadaki görüntüleri stüdyodakilerce yorumlanarak “erkek adam harmandalı oynar, dansöz gibi oynamaz” yaklaşımı öne çıkmıştır.

Programda ünlü Astrolog Nuray Sayar’ın Ahmet Çakar için yapmış olduğu yıldız falı da gösterilmiştir. Bu esnada Nuray Sayar’ın, Ahmet Çakar için öngördüğü “sağlık problemleri” stüdyonun havasını değiştirmiş ve Cenaze marşı stüdyoda çalınmıştır. Bu esnada Ahmet Çakar kötü bir hayat sürdüğünü ve bunun kaçınılmaz olduğunu belirterek Sağlık Bakanına seslenmiş “ölürsem bütün organlarımı

bağışlıyorum ama sadece içine girince büyüyen organımı öz oğlum kadar sevdiğim Rasim Ozan Kütahyalı'ya ayırıyorum” şeklinde açıklama yapmıştır. Bu açıklama da stüdyoda uzunca bir süre tartışılmış ve “bu organın penis olduğu” öngörüsünden hareketle erkek adamın bunu yapmasının gülüşmeleri stüdyoda çokça tartışılmıştır.

Kerimcan Durmaz ile stüdyodaki yorumcu Abdülkerim Durmaz arasındaki soy isim benzerliğinden hareketle, Abdülkerim Durmaz'a akrabalık olup olmadığı sorulmuş ve Abdülkerim Durmaz “kesinlikle bizim sülalenin erkeklerinde öyle değişiklik bulunmaz” diyerek sert şekilde cevap vermiştir.

3.2.9. Argo söylemler

Sınıfsal, mesleki ya da yöresel olarak sınırlı bir insan topluluğunun kullandığı özel bir dil ve bazı sosyal kesimlerde kullanılan kaba, bayağı biçimlerde süslenmiş anlatım tarzı olarak tanımlanan argo (Aktunç, 1998, s. 9) genel dilden ayrı olarak gelişen özel bir dildir ve ona paralel olarak küfür üretilir.

Ataerki kültürlerde, “erillikle biçimlenmiş dil”in varlığını sözcüklerle ve söyleyişlerle sürdürdüğü açıktır. Hulki Aktunç’un Büyük Argo Sözlüğü adlı eserinden alınan ve özellikle kadına ve eşcinsellere ve buna bağlı olarak cinsel ilişkideki pasifliğe/ edilgenliğe gönderme yapan çok sayıdaki argo deyim bulunmaktadır. Sözlükte “sağlıklı” erkeğe yönelik küfre rastlanmamakla birlikte erkeğin aktifliğine vurgu yapan argo deyimlere rastlamak mümkündür. Argo ve jargon, bir dilin içerisinde aynı şeye gönderen, aynı şey hakkında pek çok niteleme veya adlandırma sözcüğünün bulunduğunu göstermektedir. Dilin, toplumsal kimliği belirten önemli bir araç olduğunu söyleyen König (1996, s. 45), konuşma eyleminde, birey toplumsal, etnik ya da cins kimliğini, üyesi bulunduğu gruba özgü dil kullanımıyla ortaya koyduğunu belirtir”

Hacisoftaoğlu ve Koca (2013) sporu futbol özelinde ele almış ve Türkiye’de hegemonik erkekliğin izlerini burada aramışlardır. Fanatik, Fotomaç ve Fotospor gazetelerinde yer alan içeriğin başlık ve alt başlıkları içerik çözümlemesi yöntemiyle analiz edilmiş ve bu analizler sonucunda erkekliğin üç ana tema çevresinde görünür

olduğu sonucuna ulaşmışlardır; “Saldırganlık/şiddet”, “gücün yüceltilmesi”, “argo kullanımı.

Eril dil ve argo söylem, erkekliğin ayrılmaz bir parçasıdır. Spor da erkek etkinliği olarak görüldüğünden spor gazetelerinde de hegemonik erkeklik oldukça yüksek düzeyde temsil edilmektedir (Mutlu 1996). Haber metinlerinde fanatizmin, çığ bir cinsiyetçiliğin, çok yoğun olarak şiddet/savaş metaforlarının ve kaba argo tabirlerin kullanımı büyük punto boyutlarıyla sür manşet, manşet ve spotlar olmak üzere doruğa ulaştığı görülmektedir (Gökalp, 2005, s. 107- 120). Saldırgan bir erkeklik hem kullanılan haber başlık ve metinleri hem de fotoğraflarla yüceltilmektedir. Kullanılan metaforlarla erkek dile hizmet eden gazeteler argoya da sayfalarında çok sık yer vermektedir.

Dilde argo ifadelerin kullanımı genellikle erkek kültürünün önemli bir parçasıdır ve erkekler tarafından kamusal alanlarda sıklıkla kullanılmaktadır. Kutner (1974: 474-484)’in Amerika Birleşik Devletleri’nde üniversite öğrencileri üzerinde yapmış olduğu bir çalışmada erkek öğrencilerin kadın öğrencilere oranla daha fazla sayıda argo kelimeyi listeleyebildiklerini göstermiştir. (Kutner 1974, s. 474- 484).

3.2.9.1. Yenilsen de yensen de

Yenilsen de Yensen de programlarının incelenen bölümlerinin hiç birinde bir Argo söyleme rast gelinmemiştir. Beyaz Futbol programının incelenen bölümlerinde ise program çok fazla bir şekilde Argo söylem içermektedir.

3.2.9.2. Beyaz futbol

14 Şubat 2016 yayınında programın açılışı Galatasaray’ın Mersin İdman Yurdu takımına yenilmesine bir gönderme olarak programın yorumcularından Abdülkerim Durmaz tarafından stüdyodakilere “cezerye” dağıtılmıştır. Mersin’in ünlü yiyeceği olan cezerye halk arasında cinsel güç ile de bağdaştırılmaktadır ve burada da yapılan gönderme bunun üzerindedir. Hatta programda Cezerye üzerinden konuşmalar dönerken, geçtiğimiz haftalarda program da “Nuri Alço gazozu” dağıtıldığından bahsedilmiştir. Yine aynı programda Fenerbahçe yöneticisi İlhan Ekşioğlu’nun sosyal

medya üzerinden göndermiş olduğu mesajlar tartişılmış ve bu esnada yorumcular birbirlerine anlatmak istedikleri lafları “oğlum bir sus”, “lan”, “baba” vb. söylemler üzerinden yürütmüşlerdir.

Sevgililer günü dolayısıyla Şener’in yorumculara hediyelerini takdim ettiği sırada Ahmet Çakar herhangi bir spor kulübü ile resmi bağının olmaması üzerine kendisi için “bana kol saati”, “babayı aldık” tarzı söylemlerde bulunmuştur. Yine bir argo kelime olan kol saati programda kullanıldığı gözlemlenmiştir. Rasim Ozan Kütahyalı’dan Sevgililer Günü’nün anlamı üzerine yorum konuşması istenmiş, Kütahyalı ise yorumu içerisinde bu günün bir “fanfinifinfon” günü olarak kutlanmaması gerektiğini belirtmiştir.

Durmaz evlendirme programında bir gencin Beşiktaş maçı dolayısıyla evlenme adayıyla randevusuna gitmemesini “maça gideceğim diye karıyı kaybetti adam”, “güzel koydu lafi” şeklinde söylemlerde bulunmuştur. Evlenme adayı bir kadına “karı” diyen ve erkek için de futbol takımı için kadınla randevusuna gitmemesini “helal olsun”, “güzel koydu lafi” şeklinde savunulması programda dikkat çekici noktalardan biridir.

Özel hayatların konuşulmaya başlandığı programda, Sinan Engin için mağara adamı, romantiklikten uzak vb tanımlamalarda bulunurken diğer yorumcular, “oha, adamı gömdün” şeklinde itirazlarını belirtiyorlar. Ahmet Çakar söze girip Ertem Şener için “yalama, sıvacı ertem” derken, diğerlerine “beyler ayıp olmuyor mu?” şeklinde konuşmuştur. “Ben kılıbığım”, “hepimiz karı köpeğiyiz” şeklinde sözler kullandığı gözlemlenmiştir.

Fenerbahçe teknik direktörü Pereira’nın basın toplantısında “ben ve ailem büyük baskı altındayız” sözleri stüdyoda tartişmalara sebep olmuş ve Pereira için “Küçük Emrah”, “yavrum benim”, “yetenekli bir adam değil”, “idrar yarışı yaptığı”, “ulan haydi baskı altındasın diyelim” şeklinde konuşmalar sürmüştür. Bu tartişmaların devamında Fenerbahçe’nin sportif direktörü Giuliano Terraneo hakkında da konuşulmuş, ve “sezon başı çok ortadaydı, seni de alır diyorlardı. N’oldu baba? Adam nerede şimdi?, Saksı gibi adam” değerlendirmeleri yapıldığı gözlemlenmiştir.

Galler’de bir futbol takımının başkanlığına seçilen Naomi Watts’ın fotoğraflarının gösterildiği esnada stüdyodaki yorumcular; “bacımız evli mi?”, “kaç yaşında”, “48 yaşında olmasına rağmen bu güzellikte olmasına bakar mısınız?”, “kocasını izin vermiş mi?”, “çok iyi başkan”, “çok güzel başkan”, “en güzel dişi” şeklinde, laubali ve futbol dışında kadının cinselliği ve evliliği üzerine sorular sorulmuştur.

İlerleyen dakikalarda Kasımpaşa Futbol Kulübü oyuncusu Veysel Sarı’nın kulübün malzemecisine yaptığı bir şaka stüdyoda gösterilmiştir. Ahmet Çakar, “maçasını yiyen bir kişi gelsin o hareketi bana yapın” diyerek hem otoriterliğine vurgu yapmakta, hem de başka bir argo kelime olan “maçasını yemek” deyimini öne çıkarmaktadır. Kendinden yaşça büyük birine bu tarz şakaların hoş kaçmadığını “futbolcudan daha az kazanıyor diye etekte giydir lan bari” söylemiyle açıklamaya çalışan Çakar, Şener’in “futbolcularla çalışanlar arasında zaman zaman bu tarz şakalar görülüyor” demesi üzerine “seni odaya kilitleyip bende sana bir şaka yapayım” diyerekten sunucu Şener’e de çıkmıştır.

Fotoğraf gösteriminin devamında ünlü Portekizli futbolcu Cristiano Ronaldo ve onun yırtık pantolonu gösterilmiş ve bu durum “arıza”, “gayri ahlaki”, “sıkıntı”, “münasebet öncesi bir durum”, “kız çocuğu havası”, “yumuşak”, “gay” sözleri ve imaları üzerinden devam edilmiştir. Hegemonik erkeğin giyim kodları üzerinden devam edilen eril tahakkümde giyilen bir pantolonun yırtık olması futbolcudan öte bir erkek üzerinde “erkekliğe yakışmayan durum”lar yarattığı gözlenmiştir. Öte yandan pantolonun “futbolcu ve ünlü bir erkek” için sorun yaratmayacağını fakat kendisinin böyle bir pantolonu giymeyeceğini belirten Şener için stüdyodakiler “giy pantolonu gel Karagümrük’e” söylemleri üzerine “sizin içiniz fesat, benim küçüklüğümde topum hiç inşaatlara kaçmadı sizin kaçmış ki bilinçaltınızda neler var” muhabbetleri stüdyoda görülmüştür.

Programda son gösterilen fotoğraf ise Avustralya’da bir kriket maçında aynı takımdan bir sporcu diğer sporcunun kalçasını ellemesi durumuna “basur tedavisi” denilmesi ve “çok aşırı tehlikeli hareket” olarak yorumlanması ve bunun üzerine

Şener'e bu videonun neden gösterildiği sorusu sorularak "hemen geç, böyle şey olmaz" yorumları yapılmıştır.

6 Mart 2016 Beyaz Futbol yayınında da benzer durumların çokluğu dikkat çekicidir. Akhisar Belediye Spor- Fenerbahçe maç sonucu 0-3 olarak bitmiş ve şarkıcı Kıraç'ın Fenerbahçe için bestelediği şarkıyı stüdyoda dinletilmiştir. Abdülkerim Durmaz bütün bunlardan sonra, ayağa kalkıp Şener'i alnından öpmüş ve "ya rezalet", "Abi, Akhisar kalecisi hediye etti maçı", "sıvacı ertem", "bu ne lan!", "karpuz yer gibi kaleci gol yedi", "oh suyundan da koy" söylemleri ilk sekiz dakikaya damga vuran argo söylemler olarak göze çarpmıştır.

Fenerbahçe'nin galibiyet sevincinin stüdyoda gösterimi üzerine stüdyodaki Durmaz harici diğer yorumcular; "bu ne aymazlık", "görmemişin oğlu olsun", "bu ne ya", "bu ne baba", "ağabey bir dakika", "artık işin şeyini çıkarmayın", "hadi kardeşim" vb söylemler ön plana çıkmıştır. Bu marşın stüdyoda üst üste çalınması üzerine de stüdyoda "sıvacı ertem", "utanmasan buraları Fenerbahçe balonlarıyla dolduracaksın", "Çekemiyor musun, zoruna mı gitti Sinan Engin, anten tak geçer", "Kendini bilmez aymaz", "yok ağabey olur mu?", "ağabey bakar mısın şuna ya", "kardeşim lan benim" söylemleri programda sıkça duyulan şeyler olmuştur.

Fenerbahçe'nin Avrupa Liginde, Süper Lig'de ve Türkiye Kupasında mücadele etmesi ve ezeli rakibi Galatasaray'ın da bu kulvarlarda iddiasını kaybetmesi ve ekonomik zorluklar yaşaması üzerine Çakar: "Galatasaray'ın başkanı Bilezikçi başkan", "sinsi", "bilezikçi Galatasaray", "Hollanda'nın köylülerini Galatasaray'a yamamaya çalışıyorlar", "otelci başkan", "beyefendi oradan kalkıyor cıyak cıyak bağıriyor", "Sneijder'in hanımını konuşursunuz siz anca" vb birçok laf edilmiştir.

Ahmet Çakar araba galerilerini anlatmaya başladığı esnada araba galerisi ile ilgili kötü bir anısı olduğunu belirtmesi üzerine stüdyodaki diğer yorumcularca "hocam niye kötü anınız var yoksa topunuz araba galerisine mi kaçtı?" tarzı yorumlarda bulunulmuş ve gülünmüştür. Ozan Tufan'la araba galerisinde rast gelmesi üzerine de Çakar; "Ulan ben nerden tanıyorum bu çocuğu" yorumunda bulunmuştur. Yaptığı yorumlara katılmayan diğer yorumculara yönelik olarak "Ben dangalağın tekiyim"

şeklinde konuşmalar da yapılmıştır. Araba galerisi sahibi olan ve stüdyoda bolca adı geçen Erkan Özkaya için; “Erkan Özkaya adamdır”, “Siz manyak mısınız?”, “Erkan’a sallamıyorum” şeklinde konuşmalar da burada konuşulmuştur.

Ekranlarda Ata Demirer fotoğrafı gösterilerek futbolcu Ozan Tufan ile benzerliği tartışılırken, Çakar’da kendi benzerinin “Nikaragua’da Fordçu” olduğunu söylemiştir. Kütahyalı, sözde İl Emniyet müdürlüğünden gelen mesajı okuyarak “topikliler de polis olamıyormuş hocam, demek ki Ertem’de polis olamaz” diye konuşmuş ve stüdyoda kahkahalarla gülünmüştür.

Çakar Galatasaray’ın Beşiktaş’ı yenerek Fenerbahçe’ye şampiyonluk yolunda yardım etmesi durumunda kaybedeceklerini sıralarken “sen zaten bilezikçi olmuşsun, birde rakibini Şampiyonlar Ligi’ne yollayarak bir 20-25 milyon dolar daha koymasına yardım ediyorsun” şeklinde açıklamalar yapmıştır. “Ulan”, “ya bir git” şeklinde konuşulmalar bu esnada duyulmuştur. “Uefa tokatlıyor Galatasaray’ı” şeklinde yaklaşımlarla Galatasaray’ın prestij kaybının olduğu belirtilmeye çalışılmıştır.

Galatasaray erkek basketbol takımı antrenörü Ergin Ataman’ın “eğitim alırsam Galatasaray futbol takımını da çalıştıracığıma inanıyorum” sözüne Kütahyalı “Hamam oğlanı mı lan Galatasaray, bilmem ne oğlanı mı?” diyerek düşüncesini belirtmiştir.

Guido Albers röportajı stüdyoda gösterilmiş “Kim bu Albers, ne ayak bu” şeklinde cümleler sarf edilmiştir. Kütahyalı Galatasaraylı yöneticileri hedef alarak “sizin gibi öküzlerden kurtarın kulübü” şeklinde sözler söylemiş ve “bu ropörtajla Galatasaray spor kulübü olmaktan çıkmış, gece kulübü olmuştur” şeklinde eleştirilerine devam etmiştir. Çakar da yine Galatasaray Spor Kulübü yönetiminden bahsederken “ben zamanında bunları dediğimde cıyak cıyak öttünüz, şimdi malın ne olduğu çıktı ortaya” şeklinde açıklama yapmıştır. “Bazı şerefsiz basın mensupları”, “Mustafa Denizli başa gelsin kulübün diye önüne yattılar” gibi argo cümlelerle birlikte Galatasaray kulübü başkanı için “Sekreter konumuna düştü Dursun Özbek”, “Hanut verdiğiniz simsar tarafından patlatıldınız Dursun Özbek”, şeklinde eleştirilmiş “Mustafa denizli kaçmasaydı o da bilezik olacaktı” şeklinde konuşmalarla eleştiriler devam ettirilmiştir.

Ahmet akar oynadığı bir sinema filminden söz ettiği son bölümde kendisinin sucuk sattığından, Sinan Engin'in kestane sattığından ve Gökmen zdanak'ın genelev tatlısı sattığından söz etmiştir. Sinan Engin itiraz ederek “hocam ekran başındayız genelev tatlısı değil milyon tane adı var onlardan birini sesene!” demesi üzerine stüdyoda bir kahkaha yükselmiştir. Çakar, Engin'in kendisine bu şekilde yaklaşımı üzerine “ben Sinan'a kestane çizmeyi öğrettim” diyerek tekrar argo konuşmaya devam etmiştir. Kestaneyi izdirmek deyimini kullanmıştır.

Programın son bölümünde Ahmet akar, Galatasaray Kulübü başkanını rüyasında görmesini ve kendisiyle “kutu kutu pense” oynadığını anlatmış ve bunu kendi evinin kmrlğne gerçekleştiğini vurgulamıştır. Engin ise muhabbete kmrlklerin, genelevlerin girdiğini belirterek programın kapanmasını rica etmiştir.

8 Mayıs 2016 tarihli yayında ise Galatasaray- Beşiktaş ma sonrası yayında ve Beşiktaş'ın galibiyeti sonrası stüdyoda Beşiktaş marşı çalmıştır. Galatasaray'lı olan Rasim Ozan Kütahyalı sevinç gösterisi yapmış ve ligin bitimine henüz iki hafta olmasına rağmen Beşiktaş'ın artık şampiyon olduğunu iddia etmiştir. Çakar'da “beyler bu büyük bir terbiyesizlik”, “size yazıklar olsun”, “bu ne ya” yaklaşımında bulunmuştur. Kütahyalı, Beşiktaş'ın Galatasaray ile arasındaki puan farkını sorduğunda akar, “31” cevabını vermiş ve “ulan tam puanını bulmuşlar” diyerek kahkaha atılmıştır.

Rasim Ozan Kütahyalı'nın “dünyada 100 milyon Türk varsa 70 milyonu anti Fenerbahcelidir” söylemine Durmaz “saydın mı? Bir yerlerinden atıyorsun” şeklinde karşılık vermiştir. İlk 13 dakika bu şekilde devam etmiştir.

Stdyodan Beşiktaş taraftarının canlı yayında sevinç gösterileri gösterilmiş ve bu esnada şener'e göre bir canlı yayın kazası gerçekleşmiş ve Beşiktaş taraftarının küfürlü tezahüratları ekrana yansımıştır. Rasim Ozan Kütahyalı, Beşiktaş taraftarının ekranlara yansıyan “bu sene Beşiktaş sike sike şampiyon” küfrünü stüdyoda bipleyerek 4 kez tekrarlaması göze çarpmıştır.

Daha önceki programlarda “kazık” muhabbetini hatırlatan Abdülkerim Durmaz, stüdyoda eliyle kazık işareti yapmış ve Engin’in eğer Beşiktaş şampiyon olursa Çakar’ı kazığa oturtacağı söylemi yaptığını hatırlatmıştır. Çakar ise bu yaşa kadar “masumiyetini koruduğunu” ve kazık söyleminin hoş olmadığını belirtmiştir.

Çakar’da Beşiktaş’ın şampiyon olması halinde kendisine bir ceza vereceğini ve bunu da “hiç kıvıracak halim yok beyler” diyerek açıklamıştır. Ahmet Çakar’a verilecek ceza hakkında konuşulurken formanın beden numarası hakkında konuşulurken Çakar şort giymeye karşı çıkmış “bırakın lan bir de tekmelik giyelim bari” demesi ekranlarda duyulmuştur.

Stüdyoda ünlü astrolog Nuray Sayar’ın Süper Lig ve süper lig takımları hakkında astroloji yorumları stüdyoda dinlenmiştir. Nuray Sayar’ın Ahmet Çakar hakkında baktığı yıldız falı stüdyoda dinlenmiş, Çakar’ın hakkındaki sağlık hakkındaki fal öngörüsü Çakar tarafından büyük bir hüznle dinlenmiştir. Nuray Sayar’ın röportajından sonra Çakar dönemin Sağlık Bakanı’na seslenmiş bütün organlarını bağışladığını belirtmiştir. Çakar bütün organları arasından birini “manevi evladım” dediği Kütahyalı’ya bıraktığını, bıraktığı organını da daha önceki programlarda “içine verdikten sonra büyüyen organ” olarak tasvir etmiştir.

Fenerbahçe taraftarı yabancı bir kadının (Aly Eckman)² elinde gitar üstünde Fenerbahçe formasıyla çektiği ve Fenerbahçe için söylediği marş stüdyoda dinletilmiştir. Çakar kadın hakkında “pis kokulu, barbie bebek görümlü, içi fesat ve yolunda” yorumları yapıyor. “Yollu” olduğunu nasıl anladınız yorumları üzerine Çakar “ işte anlarsınız” şeklinde bir yaklaşım sergilemiştir. Kadının güzel görünmesini ve gitar çalıp, şarkı söylemesini “erkekleri tavlama” adına yaptığını inanmakta ve buna da “operasyon peşinde” diyerek iddiasına devam etmekte olduğu gözlemlenmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1. Sonuç

4.1.1. Beyaz futbol ve yenilsen de yensen de programlarının içeriklerinin benzerlikleri ve farkları

Yenilsen de Yensen de ve Beyaz Futbol özelinde incelenen programlarda kullanılan analizleri incelendiğinde (bkz. Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5) ortaya çıkan sonuçlar erkeklik kodlarının bir şekilde iki programda da kullanıldığını göstermektedir.

Yenilsen de Yensen de programında kullanılan kodlar daha çok iki takım arasındaki farklılıkları açıklamak üzerine “futbolun doğal anlatımı, futbolun doğal algısı” üzerinden hareket eden “sertlik, agresiflik, rekabet ve güç” söylemlerini içermektedir. Bu farklar zaman zaman taraftar bazında da kendini göstermiş ve futbolun egemen kodları taraftar yorumlarında da gözlemlenmiştir. Yenilsen de Yensen de programında kullanılan kodlar “mücadele”, “savaş”, “zayıf”, “güçlü” vb şeklinde kendini göstermektedir. Bu söylemler futboldaki şiddeti, sertliği ve mücadeleyi yücelten ya da üreten bir biçimde kullanılmaktadır. Kadınların stadyumda yer bulmaması, oyunun kadınlara biraz daha uzak olması üzerinden yapılan eleştiriler ise çoğunlukla erkekliğin “şiddet, agresiflik, duygusallık vb.” söylemleri üzerinden devam etmektedir. Bu konuşmalar çoğunlukla direkt olarak “kadın futboldan anlamaz” ya da “karşı takımdan bir şey olmaz” şeklinde değil, aksine söyleyenlerinde farkında olmadığı alttan alta sürdürülen bir tahakkümün parçaları şeklinde işlemektedir. “Beşiktaş futbolun yeterli sertliğini sağlayamıyor”, “Biliç hoca biraz duygusal yaklaşıyor ama futbolun duygusal yönü yoktur”, “tribündeki şiddet olayları erkek taraftar için sorun olmazken kadınlar stadyuma gelmemekte haklılık payları var” vb. şeklinde konuşmalarla bu söylemler devam ettirilmekte ve üretilmektedir.

Beyaz Futbol özelinde baktığımızda ise; yaklaşık 3 saati bulan program esnasında çoğunlukla futbolun tartışılmasının çok az yapıldığı genellikle futboldaki bir durum üzerinden konuşmacıların birbirlerine sataştığı, argo söylemler yoluyla birbirleri üzerinden göndermeler yaptıkları bir program profili çizmektedir. Stüdyoda cezerye yenmesinden, küfürlü futbol tezahüratına kadar bir çok şey görülmüştür. Yorumcuların birbirlerine “Lan!”, “Beyler!” şeklinde hitaplarının yanında koltuktan kalkıp birbirlerine

sarıma, kafalarından öpme, telefonlarıyla ilgilenme, sosyal medyadan mesaj okuma gibi durumlarda program boyunca sıkça karşılaşılan durumlar olmuştur. Bu programdaki söylemler ise, eril söylemi daha çok üreten, kullanan ve hatta yayan bunu da alt metinle değil birebir “erkek adam böyle yapmaz”, “kadının görevi şudur” şeklindeki söylemlerle gerçekleştirmektedir.

Futbol takımındaki görevli malzemecinin görev tanımına “evdeki kadın ne iş yapıyorsa bir futbol takımında aynı kadın görevi görür” şeklinde açıklama yapılırken, “yırtık” pantolon giymek “yumuşaklık” göstergesi olarak sunulmuş, kadın kulüp başkanı ise “kocasını ne demiş bu duruma” şeklinde ikincilleştirilerek anlatılmıştır. Bunların yanı sıra argo kelimelerin varlığı da dikkat çekici boyutlardadır.

Tablo 3: *Beyaz Futbol 14 Şubat 2016 yayını ve Yenilsen de Yensen de 2 Kasım 2014 yayını*

SÖYLEMLER	BEYAZ FUTBOL	YENİLSEN DE YENSEN DE	DEĞİŞİM
Agresiflik/ Sertlik	16	34	-18
Güç/ Dayanıklılık	6	9	-3
Akıl/ Uzmanlık	4	8	-8
Argo söylem	-	58	-58
Maceracılık	-	9	-9
Risk alma	4	4	0
Duygusallık	-	8	-8
Kadınsılık	-	10	-10
Eşcinsellik	-	15	-15
Toplam	30	144	-110

Tablo 3’de görülebileceği gibi, eril kodlar Beyaz Futbol programında sıklıkla kullanılmıştır. Beyaz Futbol’da sunucuların bir bilerine hitap şeklinden, maç spekülasyonlarına kadar program boyu eril söylem kodlarından birine rast gelmek mümkündür. “Sıvacı”, “bilezikçi”, “ulan”, “topun inşaata kaçması”, “fordçu” gibi pek çok söylem program boyunca kullanılmıştır. Yenilsen de Yensen de programında hiç denk gelinmeyen argo kelime kullanımı, Beyaz Futbol özelinde bolca yer bulunduğu

görülmüştür. Yenilsen de Yensen de programında, kadın taraftarlar ve kadın sunucunun olması, taraftarlığın sadece erkek olanı içermediğine yönelik inanç, argo kullanımının kötü bir şey olduğuna yönelik bilinç, “cinsiyetçilik” durumunun kadınları ikincilleştirdiğine yönelik durum vb. etkilere ek olarak NTV kanalının çizmiş olduğu “ciddi ve ağır” haber ile güvenilir habercilik profili³⁷ hegemonik erkeklik kodlarından argo söylemi, eşcinselliğin kullanımını, kadınsılık vurgusu, duygusallığa hemen hemen hiç yer vermezken, bu özellikler tam tersi bir şekilde Beyaz Futbol programında sıkça kullanılmıştır. Beyaz Futbol programında kullanılan bu kodlar futboldaki eşcinselliğe, kadının ikincilleşmesine, duygusal söyleme veya argo söyleme bir çözüm bir öneri ya da dikkat çekme içermekten uzaktır. Tamamen eşcinselliği kötülemekte, eşcinsel insanlara yönelik bir aşağılama içermekte, argo kullanımını “hayatın gerçeği” olarak sunmakta, kadını da “erkeğe hizmet için var olan bir varlık”, “kamusal alanda belli şartlar altında görülen bir birey” konumunda yansıtmaktadır. “Topun inşaata kaçması”, “masumiyetini kaybetmek”, “ılıkılık”, “arızalık”, “basur ameliyatı” gibi pek çok argo söylemler ve eşcinsel içerikli söylemlerle beraber kadını erkeğin hizmetine sunan “evdeki kadının yaptığı görevleri yapar” şeklinde kadına görev tanımlaması yapan söylemler de programda bolca kullanılmaktadır. Tablo 4’e bakıldığında da bu durumun yansımaları görülmektedir. Argo söylemler tamamıyla erkeklerin bulunduğu Beyaz Futbol’da fazlasıyla kullanılırken, Yenilsen de Yensen de de hiç kullanılmaktadır. Yenilsen de Yensen de programında Eşcinsellik, kadınsılık ve uysallıkla özdeşleşebilecek maceracı olmama durumları da diğer kullanılmayan kodlardır.

Beyaz Futbol’da erkeksi dilin kullanımına fazlasıyla denk gelirken, Yenilsen de Yensen de programında bu durum gerek stüdyodaki kadın taraftarların konuşmaması üzerinden, gerekse de programdaki taraftarların ve sunucuların anlattıklarının üzerinden bakıldığında kadınlarda stadyumda veya futbol ortamında erkeksi bir dil takındığı veya susarak erkeğin konuşmasını dinlediği görülmektedir. Erkeklerin kullandığı söylemlere katılma, onaylama şeklinde vuku bulan kadın konuşmaları programın kadınlar açısından belki de en dikkate değer durumdur.

³⁷ Bakınız: <http://www.dogusyayingrubu.com.tr/Markalarimiz/Televizyon/ntv-spor> (Erişim tarihi: 14.11.2016)

Tablo 4: *Beyaz Futbol 6 Mart 2016 yayını ve Yenilsen de Yensen de 4 Ocak 2015 yayını*

SÖYLEMLER	BEYAZ FUTBOL	YENİLTEN DE YENSEN DE	DEĞİŞİM
Agresiflik/ Sertlik	9	26	-17
Güç/ Dayanıklılık	7	6	+1
Akıl/ Uzmanlık	3	7	-4
Argo söylem	-	57	-57
Maceracılık	-	4	-4
Risk alma	4	5	-1
Duygusallık	1	3	-2
Kadımsılık	-	4	-4
Eşcinsellik	-	12	-12
Toplam	24	124	-100

Kadın- erkek karma gruplarda söz kesmelerin nasıl işlediğine bakan West ve Zimmerman (1975), inceledikleri gruptaki erkeklerin tamamının söz kesmeyi bir konuşma ögesi olarak kullandığını bulmuşlardır. Erkeklerin büyük gruplarda genel konular üzerinde rahat konuştuğu ve bunu da üst konuma geçmek yada var olan konumunu korumak için bir araç olarak kullandığını savunan König (1992, s. 34) böylece erkeklerin bilgi becerilerini göstermeye çalıştığını ve böylelikle de bütün dikkati üzerinde topladığını savunur.

Kadınların kendilerinin olmayan, gerçek anlamıyla erkekler tarafından üretilmiş olan anlamları kodlayan bir dili kullanmak zorunda olduğunu söyleyen Spender (1998, s. 97), bu durumun gerçeğin erkek kontrolünde kurulması, anlamın denetimini ve dolayısıyla da dilin oluşumunun erkek egemenliğinde süregelmesini beraberinde getirmekte olduğunu söyler.

“Baskın grup olarak erkekler, dili, düşünceyi ve gerçeği üretmektedirler. Tarihsel olarak yapılar, kategoriler ve anlamlar erkekler tarafından üretilmişlerdir. Tabii ki bu üretimde tüm erkekler söz sahibi değildir. Ancak, üretilen anlamlar tüm erkekleri kapsamaktadır. Kadınlar ise bu süreç içinde çok az rol almış ya da hiç almamışlardır.” (Spender, 1998, s. 97)

Bu durum Talbot (1998, s. 48) tarafından anlamın bloke edilmesi, kadınların erkek eğilimli kelimeler kullanmak zorunda kalmaları vb. şekillerde açıklanmaktadır. Anlamın bloke edilmesi, kadınlar konuşurken erkeklerin çok ciddiye almaması kadınların sessizleştirilmesi, suskunlaştırılması şeklinde vuku bulmakta, bu durumda kadınları sessizleştirmekte veya sadece erkekler tarafından kabul edilen tarzda konuşmaya itmektedir. Lakoff (1975, s. 18)'ta kadınların erkek dilini kullanmak zorunda olduklarını ileri sürerek bunun bir iktidar ilişkilerine gönderme yaptığını savunur. Kadınların kibar bir dil kullanmasının beklendiğini ve kibar dilin ifade gücünün eksikliğine sebep olup bunun da bir onaylamaya ihtiyaç duyduğunu savunur. Cheshire (2003, s. 58) ise erkekler tarafından benimsenen anlatma tarzının onların grup üyeliğini pekiştirip kolektifliğine destek olurken, kızlar tarafından benimsenen tarz daha bireysel bir kimlik ortaya çıkarmaktadır. Türkiye'de ise Açıklan (2006, s. 1542) tarafından yapılan bir çalışmada³⁸ erkeklerin farklı dili kullanım modeli oluşturup güç ve statülerini öne çıkardıklarını, kadınların daha dayanışmacı bir dil kullandığını bulgulamıştır.

4.1.2. Verilerin yorumlanması

Sporun her şeyden önce bir erkek üstünlüğünün göze çarptığı bir alan olarak algılandığını alan yazın kısmında değinilmişti. Türkiye'de futbol, sporun en tanınan, en bilinen, en çok hakkında konuşulan ve kitleleri en çok peşinde sürükleyen bir spor dalıdır. Bütün spor dallarına ayrılan zamanın bir futbol maçı için ayrıldığını bile varsayabiliriz. Maç öncesi, maç sırası ve maç sonrasında ve hatta maçtan günler sonra bile hakkında bu kadar konuşulan ve yorumlanan başka bir spor dalı daha yoktur. Söz konusu bir Fenerbahçe- Galatasaray karşılaşması olduğunda televizyon ekranlarında geri sayım saatlerinin varlığına bile şahit olunmaktadır.

Ülkemizde de futbol konusunda yorum yapan, tartışmalar yürütülen birçok program yayını söz konusudur. Türkiye'de yayın yapan Spor Tartışma programlarının

³⁸ <http://www.yde.yildiz.edu.tr/dk15/dk15-IV-VII.htm> (Erişim tarihi: 06.08.2016)

genel olarak ma sonu yayın yaptığı gözlemlenmiştir. Bu yayınlarda yayıncı kuruluş dışında sadece TRT ma görüntülerini kullanmış, diğer kanallardaki futbol tartışma programlarında ise ma görüntülerini göstermek mümkün olmamıştır. Spor Tartışma Programlarının yapıldığı kanallar ve programlar ise aşağıdaki liste 1’de şu şekilde sıralamak mümkündür ;

Futbol müsabakalarından görüntülerin yayınlandığı programlar:

MARATON (Lig TV): (Yayıncı Kuruluş) Şansal Büyüka, Tümer Metin, Marcus Merk.

STADYUM (TRT1): Ersin Düzen, Ayhan Akman, İlker Yağcıoğlu

FUTBOL ATEŞİ (TRT Spor) Tunç Elibol, Bünyamin Gezer ve Arif Erdem

90’DAN SONRA (TRT Spor): Acar Acartürk, Giray Bulak, Serdar akman, Zafer Önder İpek.

SPOR ARTI (TRT Spor): Erdoğan Arıkan, Yalçın etin

CANLI SKOR (TRT Spor): Taha Can, Tanju olak, Sadık İkiler (PTT 1. Lig)

SÜPER FUTBOL (TRT Türk): Altuğ Köseleli, Ceyhun Eriş, Serdar akman

STÜDYO FUTBOL (TRT Türk) Altuğ Köseleli, Levent Özçelik, Zeki ol, Ceyhun Eriş, Mesut Bakkal

FUTBOL AVRASYA (TRT Avaz): Orhan Kılıç, Murat elik, Mehmet Ak

Futbol müsabakalarından görüntülerin olmadığı programlar:

%100 FUTBOL (NTV): Güntekin Onay, Rıdvan Dilmen.

90’A (A Haber): Serkan Korkmaz, Hıncal Ulu, Kemal Belgin, Erol Kaynar.

90+ (NTV Spor): Murat Kosova, Mehmet Demirkol, Bülent Korkmaz, Metin Tekin.

90+3 (Cine 5): Barbaros ıdal, Atilla Gökçe, Gürcan Bilgi.

ARTI FUTBOL (A Haber): Serkan Korkmaz, Levent Tüzemen, Gürcan Bilgi, Olcay akır ve Turgay Demir.

BEYAZ FUTBOL, DERİN FUTBOL (Beyaz TV): Ertem Şener, Sinan Engin, Ümit Özat, Rasim Ozan Kütahyalı, Ahmet akar.

BİZİM STADYUM (Haber Türk): Faik etiner, Halil Özer, Serdar elikler, Ali Gültiken,

Oğün Temizkanoğlu, Tanju olak, Abdülkerim Durmaz ve Bülent Yavuz,

BU DA MI GOL DEĞİL (TV Em): Murat Özarı, Hande Aydınalp.

FUTBOL AKTÜEL (NTV Spor): Ercan Taner, Bağış Erten, Metin Tekin, Önder Özen.

FUTBOL GECESİ (TGRT Haber): Cüneyt Şen, Naci Arkan, Kemal Belgin, Ümit Aktan.

FUTBOL PAZARI (Ulusal Kanal): Hüseyin Şuekinçi, Metin Tükenmez, Cevat Güler.

GOL ATAN KALEYE (Cine 5): Pamir Erbatuk, Gürcan Ulusoy, Barış Gerçeker ve Soner Öztürk.

LİG GECESİ (Kanaltürk): Bülent Ülgen, Selçuk Dereli, Ali Ece.

ORTA SAHA (Skytürk 360): Bülent Tuncay, Melih Gümüşbıçak, Hakan Yaşar.

SADECE FUTBOL (24TV): Değer Okşar, Cüneyt Tanman, Engin Verel, Muhittin Boşat.

SANTRAFOUR (Kanal T): Orhan Zeki Ak, Başar Büyükkol, Kemal Özcanlı, Cihangir Güner ve Behçet Özen.

SPOR ZAMANI (Samanyolu TV): Mehmet Şeyho, Davut Dişli, Osman Şehner, Yemen Ekşioğlu.

SPORVİZYON (Kanal A): Murat Çimen, Osman Tamburacı, Volkan Ballı.

TELEGOL (TV8): Serhat Ulueren, Ziya Şengül, Gökmen Özdenak, Kaya Çilingiroğlu ve Erman Toroğlu.

TELESTAT (TGRT Haber): Cüneyt Şen, Naci Arkan, Cem Buba, Hasan Sarıçipek, Ömer Faruk Ünal.

YENİLSEN DE YENSEN DE (NTV Spor): Banu Yelkovan, Bağış Erten

Liste1: *Türk televizyonlarında tespit edilen futbol programları* (Özsoy, 2014, s. 294-295).

Yukarıda ki listel’de de görüldüğü gibi tartışma programlarının hemen hemen hepsi isim olarak direk futbolu ya da futbol ile ilgili terimleri kullanmaktadır. Liste1’e bakıldığında kadın yorumcu ya da sunucu olarak futbolun içerisinde yer almak kadınlar için futbol, girilmesi güç bir alan olarak göze çarpmaktadır. Bu yüzden çalışma için seçilen Yenilsen de Yensen de programında kadın sunucu ve taraftar oranı nicelik olarak diğer programlardan daha önde olduğu görülmektedir.

Bu çalışma için bu spor programları arasında Yenilsen de Yensen de programı seçilmiştir. Çünkü söz konusu spor tartışma programları içerisinde belirli kuralları ve sınırları olan, futbolun konuşulduğu, konseptinde futbolun belki de en önemli ögesi olan taraftarın olduğu, Türk televizyonlarındaki futbol tartışma programlarının genelinde

görünen polemik yaratma, “cacık yapma”³⁹, “doktorculuk”⁴⁰ oynama gibi çeşitli durumların görülmediği bir programdır. Ayrıca yukarıdaki listede de görülebileceği gibi futbol tartışma programlarında kadın sunucu ve yorumcu bulmak zorken, Yenilsen de Yensen de programında sunucu olarak Banu Yelkovan bu eksikliği gidermektedir. Üstelik hiç olmadığı zamanda en az iki kadın taraftar stüdyoda yorumcu pozisyonunda bulunmaktadır. Program gündüz kuşağında ve spor konusunda tematik yayıncılık yapan Ntvspor kanalında yayın yapmaktadır. Sınırlı sayıda da olsa, taraftara söz hakkı verilmektedir. Bu taraftarlar arasında kadın taraftara da yer verilmiş ve tartışma iki takımın taraftarları arasında gerçekleşmiş, sunucular daha çok tartışmayı yönlendirici kişi olarak programda yer almışlardır. Yenilsen de Yensen de, 2014-2015 sezonu içerisinde sadece Derbi günleri, “DERBİ ÖZEL” adı altında yayınlanmıştır. Yenilsen de Yensen de, 2014-2015 sezonu yayın hayatına sadece 6 derbi maçı öncesinde 6 program yayını yapılmış ve bunlardan üçü bu çalışma kapsamında incelemeye alınmıştır. İncelemeye alınan bu üç programdan ilki 2 Kasım 2014 tarihinde oynanan Beşiktaş-Fenerbahçe maç öncesi yayınıdır. İkincisi 4 Ocak 2015 tarihinde oynanan Beşiktaş Galatasaray maç öncesi yayınıdır ve son olarak 8 Mart 2015 tarihinde oynanan Fenerbahçe- Galatasaray maçı öncesi yayını bu bu çalışmada ele alınan programdır. Bu programlarda futbolun erkek egemen yönüne yapılan vurgu aranmaya çalışılmış, eril dilin üretimi ve kullanımı, kadının futbolda yer alışı şeklinin ve bu yer alma durumunun algısının nasıl gerçekleştiği programda aranmıştır.

İnceleme neticesinde üç programda da ilk olarak dikkat çeken durum sayısal olarak programda yer alan kadın taraftarların azlığıdır. Üç programda da kadın taraftarlar erkeklerin sayıca çok gerisinde kaldıkları gözlemlenmiştir. 2 Kasım 2014 yayınında stüdyoda 15 taraftar yer almıştır. Bu 15 taraftarın 11’ini erkek taraftar oluştururken, 4’ünü kadın taraftar oluşturmuştur. Bu durum programın sunucuları ile yapılan derinlemesine görüşmelerde de dikkat çekilmiştir. Program sunucuları bu

³⁹ Bakınız : <http://t24.com.tr/haber/erman-toroglu-canli-yayinda-tfye-cacik-yapti,202947> (Erişim tarihi: 07.07.2015).

⁴⁰ Bakınız : <http://t24.com.tr/haber/erman-torogludan-canli-yaninda-muz-tedavisi,230223> (Erişim tarihi: 07.07.2015).

durumun ortaya çıkış sebebi olarak genel olarak stadyum konseptinin yaratılmak istendiği ve stadyumların yarı yarıya ve ya kadın çoğunluğun bulunduğu bir ortam olarak düşünülmediğini belirtmişlerdir. Ayrıca Bağış Erten'in söylediklerinden hareketle programa gelen eleştirilerden birinin “kadın taraftarların futbol yorumunda stüdyo da ne işi olduğu” yönündeydi. Medyada yer alan diğer tartışma programlarına baktığımızda kadının hiç olmadığı programlar görülmekle birlikte, bu programda niceliksel olarak az da olsa futbolda bir “kadın sesi”nin varlığına dikkat çekilmiş ve kadın futbol seyircisi dikkate alınarak da program yapılmıştır. Bunun medyada çok sık rastlanan bir durum olmaması programa olumlu bir hava katmış ve “stüdyoda futbol yorumlayan kadın taraftara” gelen olumsuz eleştirilerinin de zamanla değişmesine sebep olmuştur.

Üç programın incelenmesinde de dikkat çeken bir diğer nokta da stüdyoda bulunan kadın taraftarların konuşma süreleri ile ilgilidir. Üç programda da kadın taraftarların konuşmalarının azlığı dikkat çekicidir. Erkek taraftarlar yayın boyunca atak bir vaziyette, sürekli konuşup fikir beyan eder durumdayken kadın taraftarların konuşmaları saniyeler ile sayılabilecek kadar kısa olduğu gözlemlenmiştir. Erkek taraftarlar söz verilmeden de konuşmaya dahil olabiliyorlarken kadın taraftarlarda bu durumun çok sınırlı olduğu görülmektedir. Yine erkek taraftarlar açık şekilde yorumda bulunup keskin ifadeler kullanabiliyorlarken kadın taraftarlar biraz daha durumları “yumuşak” ifadeler ile açıklamaktadırlar.

Erkek taraftarların girdiği futbolun teknik, taktik kısmına kadın taraftarların üç programda da hiç değinmediği gözlemlenmiştir. Program sunucularının kadın taraftara söz vermesi durumunda konuşmaları göze çarpan bir noktayken erkek taraftarlar buna ihtiyaç duymadıkları gözlemlenmektedir. Bu duruma program sunucularının getirdiği açıklama ise “Kadınların stüdyodaki bu durumları göze çarpan bir durum evet fakat sosyal hayattakini yansıtıyor biraz da. Kadınların çoğu, birçok konuda acaba yanlış yapar mıyım?, Acaba yanlış bir şey söyler miyim? endişesi taşıyorlar. Kamera önünde olmaları da onları ayrı bir psikolojiye sokuyor.” şeklinde olduğu görülmüştür. Kadın taraftar programda ya erkek taraftarı destekleyici yorumda bulunduğu ya da çok kısa cümlelerle kendisine söz verilmesi durumunda bu süreyi geçtiği gözlemlenmiştir. Bu durum Bourdieu'nun Kabil toplumu ile ilgili verdiği örneği pekiştirmesi açısından

önemli olmaktadır. ⁴¹ Yukarıdaki tablolarda (tablo 3, tablo 4 ve tablo 5) da görüleceği üzere erkeklik kodlarının programlarda kullanım yoğunluğuna bakıldığında örneğin ilk incelenen programlarda Yenilsen de Yensen de de kodlar toplamda 30 defa kullanılırken Beyaz Futbol'da bu kodlar 144 kez tekrar edilmektedir. Erkeklerin daha çok söz alması konuşması tamamen onların daha fazla atılgan, cesur, bilgili özelliklerine atıfta bulunurken kadınların sessiz kalması ve konuşmaları daha çok onaylamaları onların toplumsal kodlar içerisindeki uyumlu, ılımlı, görece daha az bilgili ve risk almaktan kaçınan özelliklerine gönderme yapmaktadır.

Üç programda da dikkat çeken öge taraftarların küfre karşı olan tutumlarında görülmüştür. Stadyumda edilen küfürlerin çoğunluğu eril dili destekleyici, kadına yönelik bir şekilde gerçekleştiği düşüncesi stüdyodaki sunucular ve taraftarlar tarafından dile getirilmiştir. Özellikle 8 Mart 2015 yayınında bu durum dile getirilmiş ve yok olması için çeşitli fikirlerin öne çıktığı görülmüştür. Hem Erkek hem kadın taraftarlar küfür konusunda, stadyumda “birlikte olma halinin”, kolektifliğin bir sonucu olarak küfrün ister istemez geliştiğini yaygınlaştığını belirtmişlerdir. Küfrün bir şekilde hayatımızda yer aldığını bunu stadyumda “deşarj” aracı olarak kullanılması durumuna 8 Mart 2015 yayınında çokça yer verildiği gözlemlenmiştir. Küfrün sadece erkeklerle bağdaştırılmaması gerektiğine vurgu yapılan 8 Mart 2015 yayınında, Kadınların da küfür ettiğini hatta sadece kadın ve 16 yaş altı çocuk taraftarlara açık bazı Süper Lig maçlarından sonra, küfür yüzünden kulüplerin ceza yediğinden bahsedilmiştir. Programın sunucu Banu Yelkovan'ın küfür konusundaki yaklaşımları ile eril dilin üretimine küfrün katkısını anlattığı 8 Mart 2015 programında, stadyumlarda erkek egemen kültürün küfür yoluyla tekrar tekrar inşasına destek olunduğuna vurgu yapıldı. Kadınlar da erkeklerde bu yolla bir eril dil ürettiklerinin ya da buna katkıda bulduklarının farkında olmadıkları gözlemlenmiştir. Söyledikleri çoğu şeyin “bu da küfür mü ki?” şeklinde savunması yapıldığına dikkat çekilmiştir.

⁴¹ Bakınız : Sayfa: 30-34.

Programlarda dikkat çeken bir önemli nokta da futbol izleyen kadın taraftarların gittikçe “erkekleştiği” ya da “aşırı kadınsılaştığı”na yapılan vurgudur. Kadınların futbola genellikle baba, eş, sevgili, erkek kardeş vasıtasıyla dahil olduğunun vurgusundan sonra stadyuma gittiği ve bu durumun çeşitli sonuçlar doğurduğuna dair düşüncelerin belirtildiği kısım önem arz etmektedir. Kadınların futbola salt futbol sevgisiyle gelmesi durumunda daha nitelikli bir seyircinin stadyumda ve televizyon başında olacağı taraftar profilinde önemli değişiklikler yapacağı vurgusu programlarda vurgu yapılan bir nokta olmuştur. Erkek arkadaşına, babasına, kardeşine kendini kanıtama psikolojisine bürünen kadının erkekle birlikte küfür ettiği düşüncesi program sunucularınca dile getirilen bir durum olarak gözükmemektedir. Stadyumlar da oluşan Eril dilin hem üretiminde hem devamında kadınların da bir şekilde katkısı olduğu yadsınamaz bir şekilde kendini göstermektedir. Ayrıca programda yer alan kadın taraftarlar Türkiye’de de stadyumlarda sıkça karşılaştığımız şiddet unsuruna da gerek sözel şiddet gerekse de kaba kuvvet şeklinde katıldıklarını dile getirmeleri ayrı bir dikkat çekici unsur olmuştur.

Programlarda ortaya çıkan bir başka sonuç ise “futbol erkek egemen bir kültürdür” düşüncesinin doğruluğu üzerine olduğu gözlemlenmiştir. Şöyle ki erkekler takım otobüsüne kadınları almamakta, maç öncesi ve sonrası çeşitli taraftar etkinliklerinden, kareografiden vb. gibi çeşitli etkinliklerden de kadınları dışlama durumları programdaki gerek erkek gerekse de kadın taraftarlar tarafından dile getirilmektedir.

Program boyunca; kadın taraftarların sayıca azlığı, kadın taraftarın erkek taraftara göre pasif kalması, konuşma konusunda isteksizliği, teknik konulardan hiç söz etmemesi, erkek egemen dile doğrudan veya dolaylı bir şekilde katkı sağlamaları, erkeklerin futbol söz konusu olduğunda kadınları o alanda görmeye çok istekli olmaması, kadına karşı cinsiyetçi söylemde bulduklarının farkında olmamaları, eril dil üretmeleri ve kullanmaları vb. durumlar dikkat çekmektedir (Bkz: tablo 3, tablo 4, tablo 5 ve tablo 6).

8 Mart Yenilsen de Yensen de programında dikkat çeken, üzerinde durulan taraftar söylemlerinden belki de en önemlisi program boyunca bolca tartışılan cinsiyet

odaklı küfürlerdir. Kadınlar bu konuda ne kadar şikayet etse de, birkaç yıl önce sadece kadınlar önünde oynanan Beşiktaş ve Bursaspor'un tekrar ceza almasını sağlayan kadınların ettiği küfürler Yenilsen de Yensen de programında da değinilen bir konudur. Hatta söz konusu 8 Mart Derbi Özel programında bir taraftar, stadyumda taraftara katılarak bireysel olarak etmediği küfürleri bir şekilde ettiğini açıklamıştır. Tek başına belki küfür etmekten kaçınan taraftarlar, kolektif bir durumdayken küfür etme durumundan kendilerini soyutlayamadıkları görülmektedir. Programda da göze çarpan noktalardan biri de, kadın taraftarların küfür konusunda kendilerinin de ettiklerini belirtmeleridir. Buradan küfür etmenin ve eril söylemi yaratmanın aslında kadınlarca da yapılan bir şey olduğu sonucu çıkarılabilir. Programda bir kadın taraftarın 8 Mart'ın bazı "erkeklik" tiplerine yönelik olarak "sokaklar bizimdir" mesajının verilmesi gerekliliğinin altını çizmesi dikkate değer bir noktada durmaktadır: "Türkiye'de kadınların sokak ortasında dövüldüğü, tecavüze uğradığı hatta öldürüldüğü ve bununda sıklıkla kamuoyu tarafından bilindiği bir ülkedir. 8 Martta küfrü önlemekten ziyade bunun mesajının verilmesinin daha doğru olduğu olduğunu düşünmekteyim. Erkeklik söylemini önlemede, küfürden öncelikli olarak anlayış değişikliği yaratmada mücadele etmeliyiz."

Kadınların futbol konusundaki yaklaşımına gelince önceki bölümlerde açıklandığı üzere hem dünyada kadınlar futboluna ilgi artıyor, hem de stadyuma giden, pasolig sahibi kadın da büyük bir pay söz konusu⁴².

⁴² Bakınız: Sayfa 41 ve 44.

Tablo 5: *Yenilsen de Yensen de 8 Mart 2015 yayını ve Beyaz Futbol 8 Mayıs 2016 yayını*

SÖYLEMLER	BEYAZ FUTBOL	YENİLTEN DE YENSEN DE	DEĞİŞİM
Agresiflik/ Sertlik	12	16	-4
Güç/ Dayanıklılık	7	5	+2
Akıl/ Uzmanlık	5	4	+1
Argo söylem	-	38	-38
Maceracılık	4	1	+3
Risk alma	4	2	+2
Duygusallık	3	3	0
Kadınsılık	6	1	+5
Eşcinsellik	-	13	-13
Toplam	41	83	-42

Yukarıdaki tablo 5’te de görüleceği üzere diğer programlarda görülmeyen bir şekilde bazı kodlarda artış/azalış dikkat çekicidir. Bu değişimdeki ana etmen Yenilsen de Yensen de programının 8 Mart tarihine denk gelen yayınından kaynaklanmış ve bu tarihte stüdyodaki kadın taraftar sayısındaki artışla beraber bu bahsedilen kodların kadına yönelik diğer programlarda denk gelinmeyen şekilde pozitif yönde bir gelişme görülmüştür. Örneğin kadınsılık konusu incelenen diğer Yenilsen de Yensen de programlarında değinilmeyen bir konuyken bu tarihli programda kadınsı özelliklerin aşağılanmak için bir bahane olmaması gerektiği, kadının erkeğin düşük bir versiyonu olmadığı şeklinde yaklaşımlarda bulunulmuştur. Akıl/ uzmanlık kodunda kadının da futbol bilgisinin arttığı, futbolda kadınların dışlanmasının çok da geçerliliği olan bir şey olmadığı üzerinde hemfikir olunmuştur. Bağış Erten’in de belirttiği üzere, futbol erkeklerin ‘kendilerinin mahrem alanı’ olarak gördükleri bir yer. Fakat bu alandaki mücadele başladı ve kadınlar hem oyuncu hem de seyirci olarak burada var olma mücadelesine giriştikleri görülmektedir. Kadınların bu mücadeleyi sürdürüp sürdüremeyeceği, bu varoluş mücadelesinde akıbetinin ne olacağı düşüncesi ilerleyen dönemlerde kendini belli edecektir lakin mücadele başlamıştır ve durmayacaktır.

Genelde spor, özelde ise futbolda olan hegemonik erkeklik hayatın her alanını da görülmektedir. Erkeğin daha uzman, daha her şeyi bilen, daha karizmatik, daha güçlü, daha bilgili, kısacası daha aktif olduğu anlayışı diğer futbol tartışma programlarına nazaran daha az olmakla birlikte bu programda da gözlenmektedir. Ancak hegemonik erkeklik, günümüzde oluşan farkındalık, dikkat çekme, fırsat eşitliği vb. şekillerde etki alanını daha da gevşettiği düşünülmektedir. Buna verilecek en güzel örneklerden biri de Halil İbrahim Dinçdağ üzerinden gelişen tartışmalar ve olay sonucunda Türkiye Futbol Federasyonu'nun mahkeme tarafınca haksız bulunması olayıdır. Aynı zamanda her ne kadar aktif sporculuk döneminde bunun açıklanmasının örneğinin çok olumlu sonuçları olmasa bile, artık sporu bırakan kişiler cinsel kimliklerini açıklayıp halk gözünde oluşturduğu "sert futbolcu" imajlarını umursamama noktasına gelmektedirler. Bu konuda eşcinsel kimliğini açıklayan eski Alman Milli Futbol Takımı oyuncusu Thomas Hitzlsperger'i örnek gösterebiliriz. Hitzlsperger'in söyledikleri şunlar : "Gay olmak futbolda 'göz ardı edilen' bir konu, 'soyunma odasında da önemli bir konu' değil. Savaşçı ruh, tutku ve kazanma mantığı kendi içinde bağlantılı şeyler; 'Eşcinseller yumuşak olur' klişesine uymuyor."

Beyaz Futbol programındaki hakim erkek egemen söylemler ise Yenilsen de Yensen de programından epey farklılık göstermektedir. Bu çalışmada 2015- 2016 Türkiye Süper Lig'i esnasında aynı sezon içerisinde yayın yapmakta olan Beyaz Futbol programından rastgele üç program seçilmiştir. Bu üç programda da erkeklığe dair çok önemli söylemlerin söylendiği saptanmıştır.

Programda sarf edilen cümlelere bakıldığında çoğunlukla erkeğin pozitif konuma getirilerek eşcinsellere, kadınlara, farklı erkeklik türlerine karşı konumlandığı bir durum göze çarpmaktadır. Futbol programlarında sık sık erkek kimliğini şekillendirici, "adam gibi adam, delikanlı, cesur, sert, mücadeleci vb." söylemlerle karşılaşmaktayız.

Tablo 6: *Beyaz Futbol ve Yenilsen de Yensen de yayınlarındaki hegemonik erkeklik söylemlerinin toplamı*

SÖYLEMLER	BEYAZ FUTBOL	YENİLSEN DE YENSEN DE	DEĞİŞİM
Agresiflik/ Sertlik	37	76	-39
Güç/ Dayanıklılık	20	20	0
Akıl/ Uzmanlık	12	19	-7
Argo söylem	-	153	-153
Maceracılık	4	14	-10
Risk alma	12	11	+1
Duygusallık	4	14	-10
Kadınsılık	6	15	-9
Eşcinsellik	-	40	-40
Toplam	95	362	-267

Beyaz Futbol özelinde de sık sık karşılaştığımız bu durumda “Erkan adam gibi adamdır”, “adamin dibi”, “hocam adamsınız siz”, “baba”, “romantizmden uzak”, “maç için karıyı kaçırdı helal olsun”, “aslan gibi”, “bu kadın artık benim kızım, bu kadına laf söyleyen karşısında beni bulur!”, “Erkek dururken kadın başkanlık yapar mı?”, “hey yavrum benim”, “maçası yiyen bana yapsın o hareketi”, “lan”, “erkek adam oynar mı”, “adam zannedilen temsilciler”, “sıklet farkı”, “sert rakip”, “Sneijder’in hanımını konuşun siz anca”, “bilezikçi”, “karizma”, “erkek adam”, “fordçu”, “tokatlamak”, “hamam oğlanı”, “herkes futbol konuşuyor kadınlar bile”, “ne ayak”, “cıyak cıyak öttünüz”, “hanutçu”, “şerefsiz basın mesupları”, “önüne yattılar”, “sekreter- bayan”, “yumruğunu masaya vuran erkek/başkan modeli”, “31 puan fark tam da puanı”, “bu ne lan”, “adam gibi futbol oynamak”, “küfürlü konuşmalar”, “bir yerlerinden atıyorsun”, “kazığa oturtmak”, “masumiyetini korumak”, “şort- terlik giymemek”, “içine verdikten sonra büyüyen organ”, “yollu”, “erkekleri tavlama için hareket etmek”, “tam erkek”, “oynak”, “Kerimcan Durmaz tarzı erkek” şeklinde üç programda da sıklıkla kullanılan erkek egemen söylemlere denk gelinmiştir. Tablo 6’da da görüldüğü gibi Beyaz Futbol programı üç yayında da 2 katından fazla erkeklik kodlarının kullanımını gerçekleştirmiştir. Argo söylemler ve eşcinsellik Yenilsen de yensen de programında

hiç kullanılmamışken Beyaz futbol'da en fazla kullanılan kodlar olmuşlardır. Programdaki erkeksi hava yayına da yansımış erkek homososyal alanı olan futbolun bir yansımaları olarak Beyaz Futbol programı da ağzına kadar erkeksi söylemleri üretmiş ve devam ettirmiştir.

Eleştiri yapmaktan ziyade karşısındakini aşağılayan söylemler televizyon ekranlarını birer kabareye çevirdiğini savunan Talimciler (2014, s. 124) programlardaki sürekli ve boş konuşmalar telafisi güç düşmanlıklar yaratmaktadır. Beyaz Futbol'da incelenen programlar arasında özellikle Çakar'ın belirtmiş olduğu "bilezik" mevzuu ile bu bahsedilen hakaret ve aşağılama net bir şekilde görülmektedir. Argo bir söylem olan "bilezik" ile birlikte Türk futbol tarihinin en önemli kulüplerinden birinin başkanı programda tasvir edilmiştir.

Beyaz futbol özelinde incelenen üç programdaki farklı erkeklikler, eşcinsel erkekler ve eşcinsellik üzerinden de tanımlandığına şahit olunmuştur. Program esnasında Avustralya'da ki bir kriket maçından bir erkeğin diğer takım arkadaşına yapmış olduğu hareket hem ekranlarda gösterilmiş hem de bunun üzerine konuşmalarda "basur tedavisi", "erkeklik tehlikede", "konuşulmaya değmez" tarzı yaklaşımlarda bulunulmuştur. Yine programların ikisinde yorumcular için "topun inşaata/galeriye kaçması" argosu kullanılmış ve eşcinsel ilişkinin hakaret ve dalga geçme konusu edilmiştir. Bir programda Portekizli futbolcu "Cristiano Ronaldo"nun giymiş olduğu pantolon da "erkeklik/eşcinsellik" ekseninde tartışılmış Ronaldo için "kız çocuğu" benzetmesi yapılarak ve fotoğraf karesindeki arkadaşları da kastedilerek "erkek erkeğe münasebet öncesi çekinilmiş bir fotoğraf" olarak yorumlar yapılmıştır. Beyaz futbol'da incelenen üç programın birinde Kerimcan Durmaz tartışılmış ve "erkeklik" tartışmalarına girilmiştir. Bir Galatasaray taraftarının Fenerbahçe şampiyonluğuna "objektif" bakmasını "Kerimcanlaşma" olarak yorumlayan yorumcular, bu sözü söyleyen taraftarı da "tam erkek olamama", "oynak" olma şeklinde betimleyip, "Kerimcan Durmazlaşmak" olarak nitelemişlerdir. Kerimcan Durmaz ile Abdülkerim Durmaz arasındaki soyadı benzerliğinin, aradaki bir akrabalık, bir yakınlık olup olmadığı tartışmasında ise Durmaz "bizim sülalenin erkeklerinde olmaz öyle erkek" diyerek karşılık vermiştir. Gay olmanın bir dalga geçme, dışlama mekanizması olarak

kullanımının ve bunun üretim ve devamının sağlanması program özelinde böylelikle sağlanmış olmaktadır.

İncelenen üç Beyaz Futbol programında da kadının direk olarak hedef alındığı noktalarda göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki futbolun ülkede herkes tarafından konuşulduğunu belirtirken “kadının bile” futbolu konuşuyor olmasından bahsedilmesi noktasıdır. Futbolun erkek egemen dünyasına o kadar vurgu yapılmıştır ki bu dünya içerisinde kadının futbol konuşması yadırganmış ve futbol “kadının bile konuştuğu basit bir spordur” konuşmasına dönmüştür. Programdaki kadına yönelik ikinci söylem sekreterin tanımının yapıldığı ve Galatasaray başkanı Dursun Özbek’in sekretere benzetildiği kısımda Çakar sekreterin tanımını yaparken erkekten emir alan, uzun saçlı, “evet efendim, buyur efendim” şeklinde emirleri yerine getiren bir kadın olarak tasvir etmiştir. Kadına yönelik birebir pasiflik üzerinden bir gönderme, kadının edilgen konuma sokulması durumu olmakla birlikte bir erkeği de kadın pozisyonuna getirerek ona bir pasifmiş imajı verilmekte, izler kitle üzerine “kadın pasiftir” imajını belli sayıda taraftarı olan bir kulübün başkanı üzerinden gösterilen örnekle sağlanmıştır. Kadına yönelik üçüncü söylem de kulüpte görev alan malzemecinin görev alanının tanımlaması yapıldığı esnada meydana gelmiştir. Malzemeci ne yapar? sorusu karşısında verilen cevap evdeki kadın ne yaparsa onu yapar şeklinde cevaplanmıştır. Soyunma odasını temizler, formaları yıkar, asar, getir- götür işlerine bakar aklına gelen her türlü işi yapar şeklinde cevap verilen cevap devam ettirilmiştir. Kadının toplumsal cinsiyetteki rolü⁴³ bu program vasıtasıyla pekiştirildiği gözlemlenmiştir. Son olarak da Galler’de bir futbol takımının başkanlığına getirilen Naomi Watts için “en güzel dişi”, “seksi”, “iyi oyuncu”, “evli mi?” gibi sorular “kocasız varken bir kadının futbol kulübü başkanlığına getirilmesi durumunun garipliği” gibi konular konuşularak “futbolun bir erkek oyunu” olduğu yönündeki varolan güçlü imaj pekiştirilmiştir.

Bu üç programda da dikkat çekilen bir diğer nokta programın futbol içerikli olmasına rağmen Umberto Eco (2004, s. 11- 12)’nin spor gevezeliği olarak bahsettiği

⁴³ Bakınız: Sayfa 22- 23.

ve entellüktüellerin siyasi bir tartışma, daha ağır konuların tartışılması yerine, popüler kültür ürünü olan futbolun tartışılmasını tercih etmeleri durumu bu programda da bir tezahürünü bulur. Program esnasında futbolun konuşulmasının çok az yer kapladığı, futbol ve teknik yorum diye konuya girildiğinde ise diğer yorumcunun “bırak şimdi ciddi yorumu azıcık goy goy yapalım”, “biz burada futbol programı yapmıyoruz” gibi sözleriyle konu hemen dağılmıştır. Konuşulan konular genelev tatlısından, kestanenin nasıl çizildiğine, kutu kutu pense oynamaktan Erkan Özkaya’nın araba galerisine, polislik alımlarında yüzdeki izlerden Türkçedeki yabancı kelimelere, Konya’nın siyasi figürlerinden evlilik programlarına, Nuray Sayarın astroloji yorumlarından düğünlerde oynanan oyunlara kadar çeşitlenmektedir. Üç programın her biri üç saat civarında sürmesine rağmen her bir programda futbol yorumuna ayrılan süre onar dakikayı geçmediği gözlemlenmektedir. Örneğin futbol diyerek girişilen bir konuda Konyaspor’un çok ciddi bir rakip olduğundan bahsedilirken hemen arkasından gelen cümle, dönemin başbakanı Ahmet Davutoğlu’nun Konyalı olmasına bağlanmıştır. Konya şehrinin etli ekmeği ve Konya pilavının lezzeti de program içerisinde yorumcuların dile getirdiği konular olmuştur.

Beyaz futbol çerçevesinde bir diğer dikkat çekici noktada yorumcuların seçtiği kelimelerde yaşanmıştır. Türk Dil Kurumu’na göre eğretileme⁴⁴, bir sözlüğü yerleşmiş anlamına yakın fakat ondan daha değişik anlamlı başka bir sözcük yerine kullanarak yapılan aldatmacadır. Başka bir anlama göreyse, başka bir sözcük yerine eğreti biçimde kullanmadır. Eğretilemde bilinmeyenlerin “anamlı” bilinenlerin araçları aracılığıyla ortaya konmaktadır. Spor programlarında sıklıkla başvuru, bu çalışma neticesinde incelenen Beyaz Futbol programında, programın içerikleri kısmında görülebileceği gibi sıklıkla karşılaşılan eğretilemde argo ve cinsiyet odaklı küfür ön plandadır. Ağzına kadar eğretilmelerle dolu olan günlük dil de özellikle savaş, şiddet ve cinsellik eğretilmeleri ile doludur.

⁴⁴ http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=107736 (Erişim tarihi: 13. 11.2016).

Osmanlıcada "lisan-ı erazil", "lisan-ı hezele" terimleriyle karşılanan, halk arasında "külhanbeyi, tulumbacı veya ayak takımı ağzı" denen ve yine eski lügatierde "hırsız dili" anlamında "kayış dili" tabirleriyle karşılanan argo (Sağol, Gülden: 2002, s. 73) Oxford Wordpower Dictionary'daki (2010, s. 670) tanımına göre (slang), yazı dilinden ziyade konuşma dilinde yer, alan oldukça informal sözcük ya da ifadelerdir. Argo yapma bir dil olmasının yanında, aynı zamanda masa başında değil, toplumsal yaşama alanlarında, kültürlenme sonucunda oluşmuş bir dil olarak tanımlanabilir (Çifçi, 2006, s. 297). Bir toplumsal sınıfın, bir meslek grubunun ya da bir topluluğun üyelerinin kullandığı, genel dilin sözcüklerine yeni anlamlar vererek ya da yeni sözcükler katarak oluşturulan (Özkırmılı, 1982, s. 119) özel diller ailesine ait olan, genel dilin kelimelerine bazı özellikler vermek ve özel kelimeler katmakla meydana gelen dil argodur (Develioğlu, 1990, s. 21). Hulki Aktunç, argo kavramına ilişkin anlamlandırmaların "Alan Argosu" kavramı tanımlanmadan eksik olacağını belirtmektedir. Aktunç (aktaran: Püsküllüoğlu, 2004, s. 10-11) bu doğrultuda "Alan Argosu" kavramını da şu ifadelerle tanımlamaktadır: "Kendi sosyal çevresiyle sınırlı yaşayan ve genel olarak toplumun, özel olarak da içinde buldukları topluluğun geri kalan kemsinden ayrılmak ve/ya da korunmak isteyen, yaşama ortamı ve biçimleri birbirine yakın kişilerce yaratılıp benimsenmiş sözcükler, deyimler bütünü; bu sözcükler bütününe dayalı konuşma biçimi.

Spor, kültürel politikaya stratejik müdahalelerin yapılabileceği verimli bir zemindir (Rowe, 1996, s. 187) ve kültürel biçim olarak spor, beraberinde, çeşitli koşullar altında başvurulabilecek bir mitler demeti taşır (Talimciler, 2014, s. 187). Galip gelmenin gol atmanın doğrudan erkek cinsel eylemiyle özdeşleştirilmesiyle, maçist dil iyice saldırganlaşır. Cinselliği bir ezen- ezilen ilişkisi, altta kalma- üste çıkma mücadelesi olarak görülmesi, galibiyet ve gollerin "koyduk", "siktik"li şarkılarla kutlanması da futbolun global bir gerçekliğidir (Bora, 2013, s. 504- 505). Bu benzeşimin ve futbolun bu şekilde görülmesinin futbol programlarına da yansımaması düşünülemez. Beyaz futbol özelinde baktığımızda programdaki yorumcular tarafından "fanfifon" gibi halk arasında "seks yapmak" olarak çağrışım yapan, "topun inşaata kaçması" gibi "erkek eşcinsel ilişkiyi" çağrıştıran, "ne güzelliğini gördün" laflarıyla kadın cinselliğinin vurgu yapılan, yırtık pantolon giyen futbolcu için "arızalı durum, ılıkılık" söylemleri ile de eşcinsel erkek çağrışımlarının yapılması gibi argo ağırlıklı olan

ve üstü kaplı söylemler çoğunluktadır. Fordçu⁴⁵ söylemi de yine programda kullanılmış, Cezerye'nin eğretilmesi kullanılmış, kol saatinden⁴⁶ girip, kazığa oturtma söyleminden çıkmıştır. Taraftardan stüdyoya gelen mesajın okunması “çekemiyorsan emzik tak⁴⁷” mesajı da birebir erkeklikle bağdaştırılabilecek bir mesaj olarak, hem mesajı gönderinin hem de gelen mesajı stüdyoda okuyup izleyiciye söylenmesinin de bir erkeklik mesajının yayılması durumuna bir örnektir. Yorumcular tarafından yine “Babayı Almak”⁴⁸, “bilezik”⁴⁹, “hamam oğlanı”⁵⁰, “kestane çizmek”⁵¹ ve kestaneyi çizdirmek”⁵², “31”⁵³, “yollu”⁵⁴ vb gibi pek çok tabir program boyunca kullanılmıştır.

Diğer yandan argonun dile yansıyan boyutunun dışında, çeşitli el hareketleri, jestler ve mimikler ile ifadesi de söz konusudur. Örneğin “üçün birini almak” tabirinin el hareketine yansımaları, başparmağın işaret parmağı ile orta parmak arasına alınması suretiyle elin yumruk haline getirilmesinden oluşmaktadır. Bu kullanım sadece Türk toplumuna özgü bir yapıya sahiptir. Bu yönüyle argonun da tıpkı mizah gibi kültürel yapı ile yakından ilişkili olduğu ifade edilebilir.

Programda özellikle program boyunca yorumcuların hal ve hareketlerindeki erkeksi yöndür. Çoğunlukla koltuğundan kalkıp tokalaşma, alnından öpme şeklinde gerçekleştirilen bu hareketler zaman zaman birbirlerine cezerye yedirme, koltuğu ve masayı terk edip gitme, telefonla ilgilenme, telefon ile mesajlaşma, el şakaları yapma,

⁴⁵ Bakınız: (Aktunç (1998: 116) Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü), Frotterden türemiştir, kalabalık kamu taşıtlarında başkalarına sürünme, önünü sürttürme

⁴⁶ Bakınız: Aktunç Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü 1998: 188), (Argo) “Nah” işareti, fika. Hiçbir şey anlamında kullanılır.

⁴⁷ Bakınız: Aktunç Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü 1998: 103), (Argo) Erkeklik organı, penis anlamında.

⁴⁸ Bakınız: Aktunç Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü 1998: 50), (Argo) Kötü bir sonuç almak, bir işte bir oyunda yenilmek.

⁴⁹ Bakınız: Aktunç Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü 1998: 57), (Argo) Kelepçe, Fahişe, Pasif Eşcinsel erkek

⁵⁰ Bakınız: Aktunç Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü 1998: 131), (Argo) Edilgen erkek, pasif eşcinsel erkek, genç erkek

⁵¹ Bakınız: Aktunç Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü 1998: 178), (Argo) (erkek) Aktif olarak anal ilişkide bulunmak

⁵² Bakınız: Aktunç Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü 1998: 179), (Argo) İlk kez anal ilişkiye alet olmak, anüs yoluyla ırzına geçilmek.

⁵³ Bakınız: Aktunç Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü 1998: 228), (Argo) Mastürbasyon yapmak

⁵⁴ Bakınız: Aktunç Türkçenin Büyük Argo Sözlüğü 1998: 311), (Argo) Fuhuş yapan kadın

eliyle “kazık” işareti yapma, yukarıdaki örneğin birebir örneğini oluşturan “üçün birini alma” hareketini yapmaları, “babayı alma” işareti yapmaları şeklinde davranışlar da görülmüştür. Cinsiyet, bireylerin kendilerini nasıl görmeleri ve diğer bireylere karşı nasıl davranmaları gerektiğini belirlemekte ve çoğu zaman sosyal farklılaşmaya temel oluşturmaktadır. Bu anlamda, cinsiyet eşitsizliği toplumda tabakalaşma sisteminin önemli bir ögesidir (Sullivan, 2003, s. 224).

Kitle iletişim araçları, hegemonik erkeklik fantezileri yaratmada ve bunları desteklemede önemli bir rol oynamanın yanı sıra erkeklerin sosyal davranışları da erkeklığe dair fantezi ve ortak inanışlardan etkilenmektedir (MacKinnon, 2003, s. 16). Hegemonik erkeğin hegemonyasını sürekli kılmak adına medyada erkeğin nasıl görünmesi, nasıl davranması, nasıl giyinmesi ve ne söylemesi gerektiğine dair söylemler büyük ölçüde etkili olmaktadır (Meral, 2011, s. 307). Beyaz futbol programındaki yorumcular takım elbise giyip sürekli hegemonik erkeklik söylemleri üretmeleri, kadını ikinci planda düşünüp erkeği yüceltmeleri, argo kelimelere başvurup eşcinsel erkeklikleri alay konusu etmeleriyle medyadaki erkek egemen söyleme katkıda bulunmaktadır. Canan Uluyağcı (1993, s. 227)’da Türk sinemasında üretilen imgelerle birlikte toplumda bulunan erkeklik tanımlamalarının sürdürüldüğünü iddia eder. Ona göre filmlerde genel olarak acı çekmeyen, ciddi, sert, koruyucu, az konuşan, her koşulda ailesinin yanında olan, toplumda kadınca tabir edilen davranışlardan kaçınan, kadını seyirlik bir nesne olarak gören, erkeksi davranışlardan ödün vermeyen, argo konuşan bir erkeklik imgesi yaratılmaktadır. Beyaz Futboldaki incelenen programlara baktığımızda da Uluyağcı’nın sinema için belirtmiş özelliklerin birçok yansımaya rast gelinmektedir. Eşcinsellerle dalga geçilip, kendilerini sadık bir eş olarak öne çıkarmaları, sert konuşmaları, gözlerini budaktan sakınmamaları, çocuğu yaşındaki birine “şeker” demeyi kendilerine yakıştırmamaları, düğünlerinde bile oynamaya karşı çıkmaları, sık sık argo kelimelere başvurmaları onları bu kategoriye sokmak için yeterli doneler olmaktadır.

Sonuç olarak argoda sık sık kullanılan “kadın” konusu, kendine has bir takım özellikler taşımakla birlikte, bir bütün olarak genel argonun yapısına ait küfür, eğretileme, hakaret vb birçok özelliği de bünyesinde bulundurmaktadır. Bu konuda cinsel argonun hakimiyeti toplumsal yapıda kadına bakış açısı ile alakalı olduğu bir

gerçektir. Bir erkek tarafından söylenen argo ifadeler ve küfür olağan karşılanırken bazı durumlarda hoş bile görülmesi küfür ve argo kullanımının otorite ile eşdeğer tutulması ve bu tarz konuşmaların erkek için “güçlü” imajını kuvvetlendirmesine katkı sunmasında yatmaktadır (Koç, 2002, s. 107). Sadece kadına yönelik olarak değil, farklı erkekliklere, eşcinselliğe, eril söyleme vb pek çok duruma yönelik başvurulan argo söylem programda çok fazla yer kaplamaktadır.

4.2. Sonuç ve Öneriler

Yenilsen de Yensen de programı da dahil olmak üzere futbolda kadının konumu hala önümüzde duran büyük bir sorundur. Futbolda kadının yerini küçümsemek hatta yok saymak bugün hem futbolun, hem onu yönetenlerin, hem de taraftarların büyük bir eksikliği olarak göze çarpmaktadır. TUIK 2014 verilerine göre Türkiye nüfusunun %49.8 ini kadınlar oluşturmaktadır. Bu derece büyük kitleyi futboldan uzak tutmak ya da yok saymak, o derece yüksek potansiyelli seyirciyi futbol sevgisinden mahrum etmekle ya da kulüpler açısından düşünecek olursak “müşteri”yi dışarıda tutmak çok da akla yatkın bir durum olarak gözükmemektedir.

Çözümlemesini yaptığımız programlar içerisinde 8 Mart Dünya kadınlar gününe denk gelen Derbi Özel yayını dışında, kadınlar genellikle daha az sayıda stüdyoda bulunmuş, 8 Mart’taki programda ise ilk defa kadın taraftar sayısı erkek taraftar sayısına bu derece yaklaşmıştır (8 erkek 7 kadın taraftar). İncelenen programlardaki konulara baktığımızda programın yayın tarihi ile kullanılan kodlar arasında da bir bağlantı söz konusudur. 14 Şubat’ın Sevgililer günü olarak kutlanması ile bu tarihe denk gelen Beyaz Futbol yayınına baktığımızda özellikle “duygusallık” ve “kadınsılık” kodlarının kullanımında bir farklılığa yol açmıştır. Tablo 3’te yer alan Beyaz Futbol 14 Şubat 2016 yayınındaki kodlar ile tablo 4 ve tablo 5’te yer alan Beyaz Futbol kodları arasındaki farklılık bu konunun anlaşılması için açıklayıcı olacaktır. Yine 8 Mart tarihine denk gelen (tablo 5) Yenilsen de Yensen de programındaki farklılık ile diğer programlardaki farklılık da (tablo 4 ve tablo 3) bu konuda yeterince açıklayıcı olmaktadır.

Yenilsen de Yensen de programında göze çarpan durumların başında kadın taraftarların maç bilgilerinin küçümsenmesi, düşüncelerine değer verilmemesi,

söylediklerinin üzerinde çok fazla düşünülmemesi şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Kadının söyledikleri söz konusu futbol olduğunda genellikle erkek taraftarın söylediklerinden değersiz bulunmuş, üzerine konuşma gereği hissedilmemiştir. Kadınların futbol konusundaki konuşmaları kısa tutulmuş ya da konuşmalarının arasına başka insanların –çoğunlukla erkeklerin- girmesiyle bölünmüş düşüncelerini tam olarak açıklayamadıkları gözlemlenmiştir. Göze çarpan bir diğer konu ise kadınların futbol yorumu daha çok teknik terimlerden ve kesin konuşmalardan uzak olduğudur. Kadınların eski maçlar hakkında konuşmasına Yenilsen de Yensen de programın incelenen 3 bölümünde çok az rast gelinmiş, teknik yorumlamalara ise ya hiç girmemişler ya da girdiklerinde erkeğin düşüncesini onaylayarak, kendi düşüncelerini açıklamışlardır.

Yenilsen de Yensen de programında kadın konuşmacılar olmasına rağmen onların sesleri erkek yorumculara göre daha az çıkmaktadır. Bu nicelik olarak az olmalarına bağlanabileceği gibi, Banu Yelkovan'ın da değindiği gibi bu durum kadının sosyal hayattaki bir yansıması şeklinde düşünülebilir. Yelkovan'a göre kadın sosyal hayatta da erkeğin gerisinde onu onaylayıcı, pasif görümlü, daha temkinli yaklaşımının futbolda da bir karşılığının bu şekilde gerçekleşmektedir.

Yenilsen de yensen de program sunucuları ile yapılan derinlikli görüşmede fark edildiği gibi sunucular, futboldaki hegemonik erkeklik söyleminden son derece rahatsızdırlar ve bunun kırılması noktasında çeşitli çalışmaları ve önerileri dikkat çekicidir. Kadınların futbol'da “zayıf” algısının kırılması için ön ayak olmak konusunda medyanın bilinçlenmesi, taraftarların ve yorumcuların bilinçlenmesi de sunucular tarafından dikkat çekilen bir noktadır. Bu söz konusu yorumlama işini taraftarla ve bilhassa kadın taraftarla yapmanın kendileri için verdiği hazzı dikkat çekmektedirler. Erkeğin hegemonik konumunun yarattığı rahatsızlık, kadının yavaş yavaş bu erkek özel alana girme mücadelesinin haklılığına vurgu yapmaktalar.

Pembe giyme mevzusundan, cacık yapma mevzusuna, etek giyme mevzusundan, doktorculuk oynama mevzusuna kadar çeşitli aşırılıkları ve eril dilin karşılığını Yenilsen de Yensen de programında görmek bu kadar bariz olmasa da futbolun erkek egemen bir kültür olduğu yadsınamaz bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Programdan çıkan sonuçlar da bu düşünceyi destekler niteliktedir. Derinlemesine görüşmede

programın sunucu Bağış Erten'in de dediği gibi "mücadele başladı". Daha önceden "gerçek taraftar" olarak görülmeyen, stadyumda olması yadırganan kadın artık futbol kulübünde yönetici pozisyonunda görülebilmektedir⁵⁵. Kadın taraftarlar da kombine alıp, "gözünü kırpmadan" maç yayını izleyebilmektedir. Beyaz Futbol programında kadınların olmaması stüdyodaki argo kullanımını, küfrü ve davranışları etkiliyordu çıkarımı verilerden hareketle yapılabilir. Kadın yorumcunun olmadığı, kadının aşağılandığı, küfür ve argo kullanımının yoğun olduğu Beyaz Futbol'da maç hakkında konuşmalar çok kısa sürerken, araba galerileri, Ronaldo'nun yırtık pantolonu veya yorumcuların rüyalarının yorumlanması dakikalarca programda yer edinmektedir.

Futbol kadınlara eskisine nazaran çok da uzak bir alan olmadığı görülmektedir. Futboldaki erkek egemen kültürün hakim konumundan düşüp düşmeyeceğinin tahminini yapmak zor olabilir fakat eril söylem üretiminin ve kullanımının farkındalığını arttırılıp, stadyumlar da daha fazla kadının yer almasıyla birlikte "eril dil" kullanımının azalacağı öngörüsünü yapmak zor değildir. Kadın taraftarların da küfür ettiği, eril dil kullandığından çalışmanın önceki bölümlerinde bahsedildi fakat bu konuda belli bir bilincin oluşmaya başlamasıyla birlikte bunun ortadan kalkacağına inanmak zor değildir. Ayrıca TFF'nin de stadyumlarda küfrü önlemeye yönelik gerçekleştirdiği çalışmalar da bu konuda umut verici bir durumdur.⁵⁶

Bu durumun sadece stadyumlarla bağlantılı olmadığı da görülmektedir. Televizyondaki spor tartışma programlarında da eril dil kullanımına sıkça rastlandığı çeşitli örneklerle gösterilmiştir. Bu konuda da yapılacak şey spor mediasındaki erkek egemen kültürün kırılmasıyla olabilir. Tıpkı Yenilsen de Yensen de programın da olduğu gibi kadının da futbol konuşabileceği, yorumlayabileceği, yazabileceği bir düşüncesinin varlığı spor mediasında yer alabilmesiyle bu konuda yol alınabilir.

⁵⁵ <http://www.haberler.com/galatasaray-da-futboldan-sorumlu-yonetici-eburu-6139509-haberi/> (Erişim tarihi: 17.05. 2015)

⁵⁶ <http://www.trtspor.com/haber/futbol/spor-toto-super-lig/iste-tffnin-kufur-ve-siddet-paketi-75363.html>

Çalışmanın önceki bölümlerinde açıklandığı gibi ailede ve okullarda başlayan cinsiyetçi yaklaşımlar da önemli bir konumdur. Beden eğitimi derslerinde kız öğrencilerin voleybol oynaması ya da dersi boş geçirmesi sıkça karşılaşılan, erkek öğrenciler genellikle futbol oynamaktadır. Burada da okul zamanından gelen “futbol bir erkek oyunudur” düşüncesinin devam ettiği görülmektedir. Son yıllarda gelişen kadın futbolu ile bu düşünce bir nebze de olsa kırılmaya başlanmıştır. Yine aileden gelen erkeği fiziksel güçle ve eril kodlar içerisinde yetiştirme durumunun da bütün bu erkeklik söylemlerini üretmede hegemonik erkekliğe katkısındaki etkisi göz ardı edilmemesi gereken bir nokta olarak durmaktadır.

Görüşme esnasında Banu Yelkovan'ın da belirttiği gibi stadyumlarda küfrü önlemek adına futbolcuların, eş, kız kardeş, anne, sevgili, kız çocuğunu yanına alıp seremoniye çıkması ve taraftarlara “küfür ettiğiniz kişiler burada” düşüncesinin verilmesi, küfrü önlemede atılacak önemli bir adım olabilir.

Sonuç olarak, erkek egemen dünya olan futbolun kapıları, son yıllardaki gelişmelerle birlikte artık kadınlara da açık pozisyona geldiği görülmektedir. Bütün bunlardan hareketle kadınlara yönelik küfürler, futbolun erkek egemenliğine yapılan vurgular biraz da olsa zayıflama, geçerliliğini yavaş yavaş yitirme evresine girdiği aşikardır. Bu noktada da “kuru bir kalabalık”, “bakın biz bu alanda da varız” mantığı yerine ortak bir bilinçle ve eğitimle toplumda egemen olan eril söyleme futbol alanında bir engel olabilme durumu mümkün gözükmemektedir. Ayrıca kadının futbol programında yorumcu olarak veya stadyumda taraftar olarak yer alması o ortamı daha yumuşatıp eril söylemin önüne geçtiğine yönelik çıkarımlarda verilerden hareketle yapılabilir. Stadyumda küfre katılan veya kadın taraftarın yapmış olduğu şiddet hareketlerinden kulübün ceza aldığı karşılaşılan bir durum olsa da stadyumda şiddet olaylarında bile kadının yer değiştirmesiyle gelen bir azalma bile söz konusu olabilmektedir. Aynı zamanda programlarda da taciz, argo söylem, kadını aşağılama, vb. pek çok olumsuz durum kadınların olduğu spor programında görülmemesi de televizyonda bu tarz programlar kadınların yer alması için dikkate alınması gereken bir öneridir.

Bu çalışma bundan sonraki akademik alana, spordaki kadın algısına vurgu yapması ve bu alandaki tarihsel değişimin gösterilmesine katkı yapması

beklenmektedir. Türk televizyonlarında yayınlanan futbol tartışma programlarında kadına yönelik yerleşik, toplumsal cinsiyet odaklı yapılan yorumlara dikkat çekilerek bu alanın daha da görünür kılması amaçlanmaktadır. Kadının hem taraftar olarak stadyumda yer alması hem yorumcu olarak televizyonda futbol konuşmasının futbolun erkek egemen dünyasında yarattığı etkiyi gözler önüne sermesi ve futbol alanındaki hem kadınların kadınlara hem erkeklerin kadınlara hem de kadınların erkeklere yönelik söylemlerinin akademik alanda daha fazla ilgi çekeceği ve araştırılma fırsatı bulacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca akademideki toplumsal cinsiyet, medya, televizyonun etkileri vb derslerde de futbolun erkeksi yapısına vurgu yapılarak bu alanda kadınların daha fazla görünür kılınması, dışlanmaması için çeşitli düşünceler öne sürülüp, uygulanması yolunda da akademiye yön göstermesi düşünülmektedir. İlerleyen zamanda spor tartışma programlarının sahip olduğu içerikten yola çıkılarak hangisinin “gerçekten” spor programı olduğu, hangisinin “goy goy” programı olduğuna yönelik bir yol format incelemesi şeklinde bir çalışmaya yol açacağı yönünde bir düşünce ortaya çıkmıştır. İsmi futbol tartışma programı olup 3 saat civarında yayın yapan bir programda futbolun konu olarak kapladığı zaman dilimi çok az olup çoğunlukla; araba galerilerinden, futbolcu tiplerinden, stüdyoda fotoğraf gösteriminden, eşcinsellik ile dalga geçilmesinden, rüya anlatımlarından, Konya’dan, sevgililer gününden, dinden, kapitalizmden, filmlerden, otel anılarından bahsedildiği bir program ne derece spor programıdır sorusu bu çalışmada ortaya çıkan en önemli sonuçlardan biridir.

4.3. Programın Sunucularının Futbol Ve Eril Söylem Düşünceleri Üzerine Yapılan Derinlemesine Görüşme

Bu çalışma esnasında çözümlenmek istenen Yenilsen de Yensen de programının iki sunucusu Banu Yelkovan ve Bağış Erten’le görüşmeler gerçekleştirilmiş ve çalışmaya paralel olarak futboldaki kadın söylemleri, kadının futbol içerisindeki mücadelesi, eril söylem vb konularındaki düşünceleri çalışmaya aktarılmıştır.

Futbolun Eril yönü ve herhangi bir spor medyasında kadın olarak çalışmak hakkındaki düşünceler programın iki sunucusu Banu Yelkovan ve Bağış Erten için de benzerdir. Banu Yelkovan bu konuda şunları söylemekte: “Kadın olmanın herhangi bir fark yarattığını çocuğum olana kadar bir kez bile düşünmedim. Aynı şartlarda aynı işi yapan insanlardık. Tabii aynı işi yapan bir erkeğe göre daha az maaş aldığım ya da

kendimi kanıtlamak için daha fazla çaba sarf etmek zorunda kaldığım gibi şeyler mutlaka vardır ama özellikle hatırladığım yok. Çocuk olduktan sonra belli ölçüde mesai saatleri dahilinde çalışmak gerekince bunun farkına vardım. Erkekler son derece rahat bir şekilde mesai planlayabilirken, yeni baba olanların dahi iş bakımından hayatlarında herhangi bir fark olmazken ben belli bir saatte işten çıkmak ve daha organize çalışmak zorunda olan bir insana dönüştüm. Bu kadar eril bir alanda kadın olmanın avantajı nedir? Yapabilmektir, bu işi yapabiliyor olmaktır herhalde. Çünkü sanki görünmez bir kota var ve kimse bizim spor servisinde 20 erkek çalışıyor, 21.'yi almalıyım filan demeyecekken, o serviste diyelim 1 kadın yorumcu varsa, 2.'yi alırken, "bizde bir kadın yorumcu var zaten" diye düşünebilir. Cam tavan muhabbeti zaten bilinen birşey, hem mevkii hem maaş olarak görünmez sınırlar olduğu da kesin. Kişisel olarak herhangi bir cinsiyetçi tavırla ya da ahlaksız teklifle karşılaşmadım ama karşılaşanlar olmuştur. Avantajı sevdiğin işi yaparak para kazanmaktır. Herkesin yapmak isteyeceği bir işte çalışmaktır. Ama bu sanırım erkekler için de geçerli. Kadın olmaya özel bir durum değil.

Bağış Erten'in bu konudaki düşünceleri ise şunları içermektedir : Türkiye'de futbol bir erkeklik alanı, erkeklik oyuncağı olarak kurgulanmış. Yurtdışında da durum benzer ama Türkiye'de bir abartı söz konusu. Futbol kültüründen bahsediyorum burada. Oyunun kendisi de bir sertlik, agresiflik barındırıyor. Savaş mitleri gibi çeşitli mitleri içinde bulunduruyor. Bütün bunlardan hareketle zaten kendi içinde bir 'erillik' var. Bu yüzden futbol erkek oyunu, voleybol kadın oyunu sınıfı şeklinde ayrıma düşeriz. Savaş göğüs göğse yapılır, futbolda da bu durum vardır, sertlik vardır. Ancak Voleybol'da bir temas söz konusu değildir. İçinde bir sertlik barındırmaz, barındırsa da bu futbol kadar belirgin değildir. Futbolun barındırdığı bu erkeklik, sertlik, savaş durumu yüzünden şöyle bir dünya oluşuyor : Çok uzun zamandır erkeklerin kendilerine özgü, hayattan izole, olduklarından daha fazla testosteron salgıladıkları bir tür erkeklik sergileme alanı olarak duruyor.

Futbol'da erkekliğin en görünür olduğu alan olarak iki sunucuda aynı görüşe sahipler. Teknik- taktik bilgiden, taraftara, yöneticiye, sporcuya hepsi aynı düşüncüyü taşıdıklarından bahsediyorlar. Banu Yelkovan bu konudaki düşüncesinde erkeklerin "erkeklik" söylemini yaratmadaki farkındasızlıklarından yakınmakta: "Kendilerini

savunurken “Ben o niyetle söylemedim ki” mantığıyla yaklaşımları çok ilginç. İddiaya girerken bile bıyıklarımı keserim ya da bikini giyerim, hatta daha da komik, pembe giyerim diye iddialaşmaları bu süreci devam ettiren. Erkeklerin verdikleri mesajın farkında bile olmadan yaymaya devam etmeleri bu söylemi yaratan ve bunun farkında değiller ne yazık ki.”

“Toplumdaki “kadın” algısı nasıl bir değişim göstererek, hem toplumsal cinsiyetteki kadın algısı hem de genel olarak spor’da özel olarak ise futbol’da kadının hem seyirci hem oyuncu olarak yer almasını ve önemsenmesini nasıl sağlarız?” sorusu karşısında Banu Yelkovan “Bilmiyorum. Baya planlı ve kapsamlı bir çalışma gerekir muhtemelen. Tek bir alanda değil, paralel şekilde eş zamanlı olarak kurgulanmalı. Misal sadece spor sayfalarında değil, ekonomi, sağlık vs gibi çok boyutlu düşünülüp aynı mesaj katman katman verilmeli. Futbolda büyük takımların kadın futbol takımları kurması bir başlangıç olabilir. O takımların erkek takımları aksine daha güler yüzlü daha pozitif mesajlar vermesi olabilir mesela.” Bağış Erten ise bu duruma verdiği yanıt daha olumlu mesajlar içermektedir : “Bu alanda zaten bir mücadele başladı. Sivilce efekt diyebiliriz buna. Mücadele başladıktan sonra ondan kolay kolay vazgeçilmez. 10 yıllardır süren bir oluşum süreci var kadınların daha etkili bir alana gelmesi için. Geriye baktığımızda Olimpiyatlara kabul edilmeyen kadınlardan, futbol oynayan, Kadınlar Dünya kupası düzenlenen bir ortama geçildi. Önümüzde çok uzun bir süre olmadığı aşikar.⁵⁷

Bu konuyla bağlantılı olarak Banu Yelkovan’a “Medyada futbol konuşan, yazan bir kadın olmanın ne gibi zorluklar yaşattığı?” sorusu üzerine bu konuda kendisinin bir istisna olduğunu hem tavır hem kıyafet olarak feminen biri olmadığını, medyada da fırsat buldukça kadın konusuna değindiğini belirterek şöyle bir ekleme yapmaktadır ; “Televizyon’da genel olarak yorum yaparken erkeğin kilolu olması, kel olması, kısa olması çok bir anlam ifade etmeyebiliyorken, aynı durumlar kadınlarda olduğunda bir bu mümkün olmayabiliyor. Bağış Erten medya’da yer alan kadınların ise bu durumda

⁵⁷ Bakınız Sayfa 36-37.

güzelliklerinin, fiziğinin çok da ön planda olmadığını belli bir “kapasitelerinin” olmasının onları bir noktaya taşıdığını söylemektedir : Bugün Sine Büyüka’ya baktığımızda basketbolcu geçmişi mi onu oraya taşımıştır yoksa salt güzelliği mi?, Aynı şekilde Burcu Esmersoy güzel kadın olmasından ötürü mü ekranlarda yoksa 20 yıldır bu sektörde olması, bu alanı çok iyi biliyor olmasından mı? İşin içine güzelliği, alımı, fiziği yerleştiresek bunun adı cinsiyetçilik olur ama ben sadece güzellik kıstasıyla medyada buldukları düşüncesine katılmıyorum.”

İki sunucuya göre de medyada futbol sektörüne giren kadınlar genelde iki tür eğilim gösteriyorlar: Ya fazlasıyla kadınlaşıyorlar ya da var olan erkek egemen söylemi destekleyici hal ve tavırlarda bulunuyorlar. Halbuki maç yorumlamak mini etek ve topuklu ayakkabı gerektirecek bir durum değil. Banu Yelkovan maç yorumlarında, maçtan daha çok onun arka plandaki olaylarına yazmayı daha fazla tercih ettiğini belirtiyor. Maçın taktik teknik tartışmasına girmemesini kadınlığı ile değil de, o alanda bilgisi olmamasıyla bağdaştırıyor. Erkekler bu bilgisi olmama durumunu kabullenemiyorlar. Sonuçta kadın olarak farklı bir bakış açısından bakmayı ve bakış açısını kaybetmemeye çalışmayı tercih ettiğini belirtmiştir.

Yenilsen de yensen de programında kadın sunucunun olması, kadın taraftarların bulunması programa kalite olarak bir fark kattığına inanıyor musunuz? Yenilsen de Yensen de’nin diğer futbol tartışma programlarından farklı olduğunu düşünüyor musunuz? sorusu karşısında iki sunucu da burada bir olumlama etkisinden bahsediyorlar. Maksat futbolsa ve taraftarsa bu işin içinde kadın taraftar da bulunmaktadır. “Kadın taraftarı dışlayarak, görmezden gelerek bir program yapamazdık, taraftar sözünden çıkış yaptığımız bir program da kadın taraftarın olmaması demek büyük eksiklik olurdu” görüşü hakim iki sunucuda da. Banu Yelkovan sunucu olarak kendi etkilerinin yanında programa gelen taraftarların da programa etkisinin son derece olumlu olduğundan bahsetmektedir. Programdaki kadınların erkeklere oranla daha pasif kalması üzerine Bağış Erten bu konuda bunun uzun erimli bir mücadele olduğunu, topluma sinmiş algıları kırmanın kolay olmadığını belirtmiştir. Erkeklerin futbolu kendilerine “özel alan” olarak düşündüğünü ve bunu değiştirmenin çok da kolay olmayacağını belirtmektedir. Futbolda ne kadar görmezden gelinse de bir kadın bakış açısı var bunu yansıttığımızı düşünüyoruz şeklinde açıklama yapmıştır.

Programa başlarda gelen eleştirinin “ne anlıyor ki kadın orada” şeklindeyken bugün gelen eleştirilerin çok daha farklı, çok daha olumlu olmasından söz etmektedir.

Kadınların, futbola erkek desteğiyle çekilmesine, abi, baba, kardeş, sevgili, koca vasıtasıyla futbol sevmeye başlamasına ya da erkeklerin düşüncelerini onaylar görünmesine ise Bağış Erten’in düşüncesi şu şekildedir : “Futbol bundan önceki jenerasyonlarda bir erkek kültürüydü. Bu alanda varolan “erkeklikten” vazgeçemeyiz. Yani kadınların temas edecekleri, ele alacakları başka bir şey yok. Eş desteğiyle, sevgili desteğiyle, baba, kardeş, ağabey desteğiyle olacak tabii. Sonuçta bir şeye maruz kalıyorlar. Bir şeye maruz kalınca da ya çok seversin ya da reddersin. Bu, bahsettiğimiz durumda iki şekilde ortaya çıkıyor : ya bu erkeklik durumunu kabul ediyorlar ve buna uyum sağlıyorlar ya da bunu, karşılaştıkları erkek egemen dünyayı değiştirmeye dönüştürmeye çalışıyorlar. Bu böyle bir süreç. Ve değişim çoktan başladı. Burada asıl tehlikeli olan şeyse şu; erkeklik dilini tekrar üretmeleri, küfüre ve söyleme katkı vermeleri ama maalesef zaman zaman bunlarla da karşılaşılıyor.

Söz kadın futbol yazarlarının ve eleştirmenlerinin topladığı tepkiye geldiğinde ise Banu Yelkovan yazılarının tepki toplamak amacıyla yazmadığını, aynı yazıyı bir kadının yazmasıyla bir erkeğin yazması arasında toplayacağı tepki belki biraz farklı olacağını ama neticede tepki çeken bir yazı olacağı için cinsiyetin çok da belirleyici faktör olmayacağını öne sürmektedir. Bağış Erten ise “Ana akım düşünceye ters ne söylenirse söylensin, kadın erkek fark etmez tepkiyi toplarsınız” şeklinde görüş belirtmiştir.

Programdaki kadın taraftar sayısının erkek taraftar sayısına göre oranlarını açıklarken Banu Yelkovan bunun biraz tribünlerle de benzeştiğini ama elbette kadın taraftarın fazla olmasını yeğleyeceğini söylemiştir. Son dönemdeki kadın taraftar profili ile geçmişteki taraftar kıyaslamasında ise günümüzdeki kadın taraftarların birilerinin iteklemesi ile stadyuma gitme oranının epey azlığına ve kadın taraftarların sayılarının artmasıyla kendilerini daha özgür ve daha güvende hissettiklerini söylemiştir.

Ekonomik konjektürde düşünüldüğünde kadın taraftar stadyuma kendilerinin mi geldiğini yoksa ekonomik koşulların mı onlara davetkar davrandığı sorusu üzerine

Bağış Erten bu konuya şu şekilde açıklık getirmektedir : “Önce kadınlar futbola girdi sonra piyasa kadınlara göre konum aldı. Kadınlar stadyuma girmeye başladılar sonra bir ticari akıl ortaya çıktı. Ticari akıl da burada kötü bir şey değil, kadınların varlığını teyit etmekte kullanılıyor çünkü. Artık futbol kulüpleri kadına göre forma çıkarmak durumunda kadına göre ürün üretmek zorunda. Kapitalizmin kadınları varsayması çok da olumlu bir durum olacak futbol ve cinsiyetçilik özelinde düşündüğümüzde en azından mücadeleyi geriye götürmeyecek diyebiliriz.” Banu Yelkovan’da aynı görüşleri savunup, “kadınların daha fazla para harcadıkları sır değil, ekonomik sistem kadınları daha bile fazla dikkate değer görüp bu mücadeleye daha fazla katkıda bulunabilir.” Şeklinde ekleme yapmaktadır.

Halil İbrahim Dinçdağ örneği ve eril söylem arasındaki ilişkiye bakış açıları Banu Yelkovan hem kadınların, hem eşcinsellerin bu hegamonik erkeklige, bu eril söyleme daha fazla sesini çıkarmaları gerektiğini belirtmektedir. Bağış Erten ise “Cinsel tercihin yaptığın meslekle alakası olmamalı. Erkekliğin bu derece mitleştirildiği, tektipleştirildiği bir alanda bunların patlak vermesi güzel bir gelişme. Hep söylediğim gibi mücadelenin daha çok başındayız o yüzden bu tarz ihlallerin de olması güzel bir gelişme. “Ben bir kadınla futbol konuşmam” gibi, Halil İbrahim Dinçdağ gibi, “gerçek” taraftarlık gibi birçok sorunla karşılaşmamız çok normal, bunlar mücadele için de gerekli şeyler. Pek çok kadının bu alana girmesi yönünde önüne bir sürü “Cam Tavan⁵⁸” çıkacak ama bu bir savaşsa, savaş başladı. Cephe, cephe geri püskürtülmeli.” şeklinde görüşlere sahipler.

⁵⁸ Birçok gelişmiş ülkenin yasalarında ve uluslararası belgelerde cinsiyet ayrımı yapılmaksızın kadın erkek tüm çalışanlara çalışma hayatının tüm alanlarında fırsat eşitliği sunan hükümlere rağmen, kadınlar iş hayatında açıkça ifade edilmeyen görünmez engellere maruz kalmaktadırlar. Yönetim literatüründe kadınların bu tür resmi olmayan ve somut bir şekilde varlığı ortaya çıkarılmayan engelleri yaşamalarına “Cam Tavan Sendromu” denilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbalık, E. (2014). Dede Korkut Kitabı'nda bir cinsiyet rejimi olarak 'Erkeklik'. *Türkbilig/ Türkoloji Araştırmaları Dergisi*, Ankara.
- Akbaş, E. (2012). *Türkiye'de sosyal medyada futbol taraftarlarının erkeklik söylemleri*, İstanbul Bilgi Üniversitesi yüksek lisans tezi, İstanbul.
- Akça, E. B. ve Tönel, E. (2011). Erkek(lik) Çalışmalarına Teorik Bir Çerçeve: Feminist Çalışmalardan Hegemonik Erkekliğe. İ. Erdoğan (Ed). *Medyada Hegemonik Erkek(lik) ve Temsil* içinde (11- 41). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Akkaya, C. (2008). Küreselleşme ve futboldaki dönüşüm, *Ethos felsefe ve toplumsal bilimlerde diyaloglar*. ¼. , 1-14.
- Akkaya, C. ve Kaplan, Y. (2014). Toplumsal cinsiyet bağlamında spor medyasında kadın, *International Journal of Science Culture and Sport* Ağustos: 2014/ 2. 177-182.
- Aktunç, H. (1990). *Türkçe'nin Büyük Argo Sözlüğü (Tanıklarıyla)*. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Andreff, W. ve Staudohar, P. D. (2000). The evolving european model of professional sports finance. *Journal of Sports Economics*, Vol. 1, No. 3, 257-276.
- Arık, M. B. (2008). Futbol ve televizyon bağı: simbiyoz beslenme, *İletişim kuram ve araştırma dergisi*, sayı: 26, 197-222.
- Arsan, E., Ünalın, E., Türkoğlu, S. (2009). Cinsiyetçilik ve Medya: "Güzin Abla" Köşesinde Yeniden Üretilen Ataerkil Cins Kimlikleri. *Cogito*, Sayı: 57, 385- 414.
- Arslan, B. ve Koca, C. (2006). Kadın sporcuların yer aldığı günlük gazete haberlerinin sunum biçimine dair bir inceleme, *Hacettepe spor bilimleri dergisi*, 17(1), 1-10.
- Atabeyoğlu, C. (2001). *Sporda devlet mi, devlette spor mu?*, İstanbul: Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi Yayınları.
- Ataş, İ., Yıldırım, E., Gacar, A., Altungül, O., Çoşkuner, Z. ve Kirtepe, A. (2015). Elazığspor futbol takimi taraftarının sosyo- ekonomik düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Yıl: 3, Sayı: 16, 431-441.
- Atay, T. (2004). " "Erkeklik" En Çok Erkeği Ezer!", *Toplum ve Bilim*, sayı: 101, 11-30.
- Authier, C. (2002). *Futbol a.ş* (Çev. A. Berktay), İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Aydın, B., Hatipoğlu, D. ve Ceyhan, Ç. (2008). Endüstriyel futbol çağında taraftarlık, *İletişim kuram ve araştırmaları dergisi*, sayı 26. 289-316.

- Beech, J. ve Chadwick, S. (2007). *Managing sport products and services: The Marketing of Sport Upper Saddle River*, New Jersey: Prentice Hall.
- Bek, M. G. ve Binark M. (2000). "*Medya ve Cinsiyetçilik*", Ankara: Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi (KASAUM) Yayını.
- Berger, A., A. (1993). *Kitle İletişimde Çözümleme Yöntemleri* (Çev. D. Güler). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bora, T. (2007). "Erkeklik ve futbol", *KAOS-GL*, dosya: erkeklik, sayı 32. 16- 17.
- Bora, T. (2013) .“Futbolda erkeklik, militarizm, milliyetçilik: tek kale”, N., Y. Sünbuloğlu (Ed). *Erkek Millet Asker Millet: Türkiye’de Militarizm, Milliyetçilik, Erkek(Lik)ler*, , İstanbul: İletişim yayınları.
- Bora, T. (2013). *Karhanede romantizm*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bora, T. ve Erdoğan, N. (2009). Dur Tarih! Vur Türkiye: Türk Milletinin Milli Sporu Olarak Futbol, H., Reither., ve B., Tanıl (Ed). *Futbol Ve Kültür: Takımlar Taraftarlar, Endüstri, Efsaneler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdeiu, P. (2000). *Televizyon üzerine* (çev. T. Ilgaz). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2001). *Language and Symbolic Power*. Cambridge, Harvard University Press.
- Bourdeiu, P. (2013). *Erişim tahakkümü*, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bozok, M. (2013). *Constructing Local Masculinities: A Case Study From Trabzon, Turkey*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Brannon R. (1976). The male sex role: Our culture’s blueprint for manhood and what it’s done for us lately. David D., Brannon R. (Eds.), *The forty-nine percent majority: The male sex role* (pp. 1-48). Reading, Massachusetts: Addison-Wesley.
- Brizendine, L. (2008). *Kadın Beyni*. İstanbul: Say Yayınları.
- Bromberger, C. (2010). Sport, football and masculine identity: the stadium as a window onto gender, F., Sybille ve Steets (Ed.). *Stadium worlds: football, space and built environment*, London/New York: Silke, Routledge.
- Butler, J. (1993). *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of "Sex"*, New York: Routledge.
- Cengiz, K., Tol, U., ve Küçükural, Ö. (2004) .“Hegemonik Erkekliğin Peşinden”, *Toplum ve Bilim*, No: 101, İstanbul: Birikim Yayınları.
- Cheshire, J. ve Britain, D. (2003). *Social Dialectology*, Amsterdam: John Benjamins Publisher.

- Chodorow, Nancy. (1978). "The reproduction of mothering: *Psychoanalysis and the sociology of gender*". London: University of California Press.
- Coakley, J. (2004), *Sports in Society: Issues and Controversies (8th Ed.)*, New York: McGraw-Hill Education.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Collinson, D. L., ve Hearn, J. (2005). Men and masculinities in work, organizations and management. In M. Kimmel, J. Hearn and R.W. Connell (eds.) *Handbook of Studies on Men and Masculinities*, Thousand Oaks, Ca: Sage.
- Collinson, D. L. ve Hearn, J. (1994). Naming men as men: implications for work, organization and management in gender, *Work and Organization*, 1(1), 2-22.
- Collinson, D.L./Hearn, J. (1995). Men managing leadership? men and women of the corporation revisited. *International Review of Women and Leadership*, 1(2), 1-24.
- Connell R.W. (2000) Understanding Men: Gender Sociology and the New International Research on Masculinities, *Social Thought & Research*, Vol.24,1&2. 13- 31.
- Connell RW. (2003). The Role of Men and Boys in Achieving Gender Equality, Brasillia: United Nation: 1-39.
- Connell, R. W. (1998). *Toplumsal cinsiyet ve iktidar*, Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Connell, R. W., and J. Wood. (2005). Globalization and business masculinities. *Men and Masculinities*. 7 (4): 347-64.
- Connell, R.W. (1995). "*Masculinities*", Cambridge: Polity Publish.
- Connell, R.W. (2009). *Gender*, Cambridge: Polity Publish.
- Çağlayan, H., S. ve Fişekçioğlu, İ., B. (2003) *Futbol seyircisini şiddete yönelten faktörler*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi.
- Çavuşoğlu, B, Öztürk. G., R. ve Kara, B. (2011). Spor pazarlama çalışmalarında yeni medya aracı olarak internet kullanımının stratejik önemi: "Türkiye ve İngiltere'deki spor kulüplerinin web sayfalarının incelenmesi". *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt:8, Sayı: 1, 1342- 1363.
- Çiftçi, Ç. (1999). "*Türkiye'de büyükşehir statüsündeki bazı kentlerde sosyal donatım alanlarının durumu ve planlama ile ilişkisi*", Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çimen, D (2011). *Toplumsal cinsiyet eşitliği bağlamında televizyon reklamlarında kadın*. Uzmanlık Tezi, Ankara: Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu.

- Dahlia, M. (1999), "Gender Traits and Identities in a "Masculine" Organization: The Israeli Police Force", *The Journal of Social Psychology*, 139(1), 46- 68.
- Deaux, K. ve Lewis, L. L.(1984). Structure of gender stereotypes: Interrelationships among components and gender label.. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 46(5), 991-1004.
- Değerli, Ö. (2003). *Ekolojik denge ve kadının geleneksel ve cinsiyetçi rollerindeki farklılaşmalar*. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Demez, G. (2005). *Kabadayıdan sanal delikanlıya değişen erkek imgesi*, İstanbul: Babil Yayınları.
- Demitaş, M., C. Ve Orçun, Ç. (2015). Gelişen futbol ekonomisinde taraftarların kulüp değerlerine olan bakış açıları: bucaspor örneği. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 113-126.
- Develioğlu, F. (1959). *Türk Argosu*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Donaldson M. (1993). What is hegemonic masculinity? *Theory and Society*, 22, 643-657.
- Dökmen Z.Y. (2004). *Toplumsal cinsiyet: sosyal psikolojik açıklamalar*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Dökmen, Z. Y. (2010). *Toplumsal Cinsiyet: Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Durgun, D. (2007). "Türkiye’de Sporun Gelişimi ve Değişen Kullanıcı Gereksinimlerini Karşılıyıcı Yönde Modern Stadyum Yapılarının Temel Planlama Özellikleri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Edirne: Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı.
- Edwards, T. (1990). Beyond Sex and Gender: Masculinity, Homosexuality and Social Theory. J. Hearn ve D. Morgan (Ed.). *Men, Masculinities and Social Theory* içinde. s.110-123. Unwin Hyman.
- Eitzen, D.S. ve Sage G.H. (1997). Physical Education, Sociology, and Sociology of Sport: Points of Intersection, Volume 14 Issue 4, 317- 339.
- Eker, G. T. (2010). Futbolun dayanılmaz çekiciliği, büyülenen taraftar portresi, fanatizm ve Beşiktaş. *Milli Folklor*, 22(85), 173-182.
- Ekmekçi, R. ve Ekmekçi Y.A.D. (2010). Spor pazarlaması. *Pamukkale journal of sport science*, vol: 1, no: 1. 23- 29.

- Ekmekçi, R., Berber, S. ve Kutlu, Ö. (2009). Spor pazarlamasında internetin kullanımı: Türkiye futbol süper ligi takımlarının ağ ortamında pazarlama açısından incelenmesi, *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 11(4). 11- 20.
- Erdemli, A. (1992). *Temel Sorunlarıyla Spor Felsefesi*. İstanbul: E Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2008). Futbol ve futbolu inceleme üzerine, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, sayı: 26, s: 1-58.
- Erdoğan, İ. (2011). *Medyada hegamonik erkek(lik) ve temsil (derleme)*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar K. (2010). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*, Ankara: Erk Yayınları.
- Filo, K., & Funk, D. C. (2005). Congruence between attractive product features and virtual content Delivery for internet marketing communications. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 112-122.
- Fişek, K. (1985). *100 soruda Türkiye Spor Tarihi*, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Fişek, K. (2003 ve 1998, 1983). “Devlet politikası ve toplumsal yapıyla ilişkileri açısından spor yönetimi Dünyada ve Türkiye’de”, İstanbul: Ygs yayınları.
- Furnham A., Rawles R. (1995) Sex differences in estimation of intelligence. *Journal of Social Behaviour and Personality*, 10, 741–745.
- Galeano, E. (2011). “Gölgede ve güneşte futbol”, (Çev. E. Önalp, M., N. Kutlu), İstanbul: Can Yayınları.
- Gauntlett, D. (2002). *Media, Gender and Identity: An Introduction*. London: Routledge.
- Genç, D.A, (1999). *Futbol Kulüplerinin Stratejik Yönetimi*, İstanbul: Bağırhan Yayınevi.
- Gerschick, T. and A. Miller (1994). "Gender Identities at the Crossroads of Masculinity and Physical Disability." *Masculinities* 2(1): 34-55.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. Yay. Haz. Hüseyin Özel ve Cemal Güzel. Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Giulianotti, R. (2005). *Sport: A Critical Sociology*. Polity Press,
- Gökalp, E. (2005). Medya ve spor ya da spor/futbol medyası. *Toplum ve Bilim Dergisi*, sayı 103. 121- 137.
- Gökçe, O. (1994). *İçerik Çözümlemesi*, Konya: Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi yayınları.

- Güllüoğlu, Ö. (2012). Bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun popüler kültür ürünlerini benimsetme ve yayma işlevi üzerine bir değerlendirme, *Global Media Journal* Kayseri: Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Bahar, Sayı: 4. 64- 86.
- Gümüş, S. (2000). *Futbol ve Biz*, İstanbul: Can Yayınları.
- Hall, S. (1999). “Kültür Medya ve İdeolojik Etki”, (Der: M. Küçük), *Medya İktidar İdeoloji*, Ankara: Ark Yayınları.
- Hearn, J. (1998). *The Violence of Men: How Men Talk about and How Agencies Respond to Men’s Violence to Women*, USA: Sage Publication.
- Hearn, J. (2004) “From Hegemonic Masculinity to Hegemony of Man”, *Feminist Theory*, 5(1), 49-72.
- Humberstone B. (2002). Femininity, masculinity and difference: what’s wrong with a sarong? A. Laker (ed.), *The Sociology of Sport and Physical Education: An Introductory Reader*. içinde. 58- 78. Londra: Routledge.
- İnal, A.N. (1998). *Futbolda eğitim ve öğretim*, Konya: Selçuk Üniversitesi Basımevi.
- Jhally, S. ve Katz, J. (2002). *Wrestling with manhood [Video]*. Northampton, MA: Media Education Foundation.
- Kandiyoti, D. (2011). *Cariyeler, bacılar, yurttaşlar: Kimlikler ve toplumsal dönüşümler*, (çeviri: Aksu, Bora vd). İstanbul, Metis Yayınları
- Kazaz, M. (2002). “*Türk televizyon spor programlarına yönelik içerik analizi*”, Konya: Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Kıvanç, Ü. (2001). *Kesin ofsayt: televizyon futbolu ve futbol medyası*, İstanbul: İletişim yayınları.
- Kimmel, M. S. (1987). Rethinking masculinity. M. S. Kimmel, (ed.). *Changing Men: New Directions in Research on Men and Masculinity* 9-24. USA: Sage Publications.
- Kimmel, M. S. ve Kaufman, M. (1994). “Weekend Warriors: The New Men’s Movement”. H. Brod. ve M. Kaufman. (ed.), *Theorizing Masculinities*, içinde. 142-163. Thousand Oaks: Sage.
- Kimmel, M. S. (2004). Masculinity as Homophobia: Fear, Shame and Silence in the Construction of Gender Identity. P. F. Murphy (Ed.). *Feminism & Masculinities* içinde. 33- 219. Oxford Readings in Feminism.
- Kimmel, M. S. ve Messner, M. A. (2007). (Ed).. *Men’s Lives*, 7th edition, Boston, MA: Allyn&Bacon.

- Kimmel, M.S. (2008). *Masculinity Studies: An Introduction*. J., M., Armengol ve Angels Carabi (ed.) *Debating Masculinity*. İçinde 16-30. Men's Studies Press.
- King, A. (1997). New directors, customers and fans: The transformation of english football in 1990's. *Sociology of Sport*. 14(3): 226-244.
- King, A. (1998). *The end of the terraces: the transformation of english football in 1990's*. London: Leicister University Press.
- King, A. (2001). Violent pasts: collective memory and football hooliganism. *The Sociological Review*, 49 (4): 568-585.
- Klose, A. (2001). "Televizyon futbolu". (Der :Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora) *Futbol ve Kültürü: Takımlar taraftarlar, endüstri, efsaneler, futbol ve kültürü*, içinde. 373-385 İstanbul: İletişim yayınları.
- Koca, C. ve Bulgu, N. (2005). "Spor ve toplumsal cinsiyet : genel bir bakış", *Toplum ve Bilim*, sayı : 103, s: 163-184.
- Koyuncu, B. ve Onur, H. (2004). "Hegemonik erkekliğin görünmeyen yüzü: Sosyalleşme sürecinde erkeklik oluşumları ve krizleri üzerine düşünceler", *Toplum ve Bilim*, Güz 101, 31-50.
- Kozanoğlu, C. (2002). *Bu maçı alıcaz!*, İstanbul: İletişim yayınları.
- König, G. (1992a). "Dil ve Cins: Kadın ve Erkeklerin Dil Kullanımı", Ankara: Hitit Yayınevi.
- König, G (1992b). "Cinslerarası İlişkilerde Algılama", Department of American Culture and Literature, *10th Anniversary Special Issue*, Ankara: Hacettepe University. 79-92.
- Kutner, N. G. ve Brogan, D. (1974). An Investigation of Sex-Related Slang Vocabulary and Sex-Role Orientation among Male and Female University Students, *Marriage and Family*, 36 (3): 474-484.
- Kuyucu, M. (2014). Futbol endüstrisinde sosyal medya pazarlama uygulamaları, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, yıl 2, sayı : 7. 161- 175.
- Lakoff, R. (1975). *Language and The Women's Place*, New York:Harper Colophon Books.
- Lakoff, R. (1995). "Cries and Whispers", (ed.) K. Hall. *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self*. İçinde. 25-51, USA: Routledge.
- Lasswell, H.D. (1948) *Structure and function of communication in society*. Bryson, L. (ed.) *The communication of ideas*. NY: Harper and Brothers.
- Lipman- Blumen, J. (1984). *Gender roles and power*, Virginia Üniversitesi, Prentice-Hall, Incorporated.

- Lips H.M. (2007). *Sex & Gender*. New York: McGraw-Hill Education.
- Maral, E. (2004). “İktidar, Erkeklik ve Teknoloji”, *Toplum ve Bilim*, sayı: 101, s. 127-143.
- McGil, C. (2006). *Futbolun karhanesi, futbol taraftarın elinden nasıl kayıyor*, (çev: C. cemgil), İstanbul: İthaki yayınları.
- Messner, M.A. (1990). Men studying masculinity: Some epistemological issues in sport sociology. *Sociology of Sport Journal*, (7), 136-153.
- Messner, M.A. (1992). *Power at Play: Sports and the Problem of Masculinity*. Boston: Beacon Press.
- Messner, M.A. (2002). *Taking the Field: Women, Men and Sports*. USA: University of Minnesota Pres.
- Messner, M.A. (2005). Still a man’s world? Studying masculinities and sport (M.S. Kimmel, J. Hearn, R.W. Connell, der.). *Handbook of Studies on Men and Masculinities*, içinde. 313-325, USA: Sage Pub.
- Messner, M.A., Solomon, N.M. (2007). Social justice and men’s interest: *The case of Title IX*. *Journal of Sport & Social Issues*, 31 (2), 162-178.
- Meuser, M. (2004). Homosexuality. (Ed.), M. Kimmel & A. Aronson. *Men and Masculinities: A Social, Cultural and Historical Encyclopedia* içinde (s. 396 – 398), California: Abc-Clio.
- Mikos, L. (2006). “German football- a media economic survey: the impact of KirchMedia company on football and television in Germany”, (eds), Tomlinson and Young, *German Football: history, culture, society*.143- 154. London: Routledge.
- Millward, P. ve Levermore, R. (2007). “Official’ policies and informal transversal networks: Creating a sense of belonging across Europe through sport? *The Sociological Review*, 55(1), 144- 164.
- Monaghan, L. F. (2002). Vocabularies of Motive for Illicit Steroid Use Among Bodybuilders. *Social Science & Medicine* (1982), 55(5), 695–708.
- Monovich, L. (2001). *The Language of New Media*, Cambridge-Massachusetts: MIT Press
- Morrow, S. (2003). *The People’s Game? Football, finance and society*. Palgrave Macmillan.
- Mullin, B.J., Hardy, S. ve Sutton, A.W. (1993). *Sport Marketing*. Champaign, IL: Human Kinetics Publishers.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu anlamak*, Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve toplum*, Ankara: TRT yayınları.

- Orçun ve Demirtaş (2015). Gelişen futbol ekonomisinde taraftarların kulüp değerlerine olan bakış açıları : Bucaspor örneği, *optimum ekonomi ve yönetim bilimleri dergisi*, 2(1), 113- 126.
- Noll, R.G. (2007). Broadcasting and team sports. *Scottish Journal of Political Economy*, volume: 54, Issue: 3, 400- 421.
- Oktan, A. (2008) “*Türk Sinemasında Hegemonik Erkeklikten Erkeklik Krizine: Yazı-Tura ve Erkeklik Bunalımının Sınırları*”, Selçuk İletişim, cilt: 5, sayı: 2, s. 152-166.
- Onaran, O. (2000). *Televizyonda gösterilen yabancı filmlerde kadının sunumu: Televizyon Kadın ve Şiddet*, KİV yayınları, Ankara.
- Onaran, O., Büker S., ve Bir, A.A. (1998). *Eskişehir’de Erkek Rol ve Tutumlarına İlişkin Alan Araştırması*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Özdağ, S. Duman, S. Fişekçioğlu, İ.B. (2011). *Popüler kültür : futbol mu, “putbol” mu?, Türkiye kickboks federasyonu spor bilimleri dergisi*, vol 4 sayı 1. 1309-1336.
- Özsoy, S. (2008). “Türk spor medyasında kadın” *spor bilimleri dergisi Hacettepe journal of sport sciences*, 19 (4), 201-219.
- Özsoy, S. (2011). Spor gazetelerinin başlıklarında militarist ve şiddet içerikli metaforlar, Gümüşhane: *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 88-114.
- Parker, A. (2001). Soccer, servitude and subcultural identity: Football traineeship and masculine construction. *Soccer and Society*, 2, (1), 59–80.
- Parsa, S. (1993). *Televizyon Haberciliği ve Kuramları*, İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Polat, N. (2008). Cinsiyet ve mekân: Erkek kahveleri, *Toplum ve Bilim*, Sayı: 112, 147- 158.
- Postman, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence*, çev : Osman Akınay, İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Rice, F.P. (1996). *Intimate Relationships, Marriages, and Families*. Mountain View, CA: Mayfield Publishing Company
- Saatçioğlu ve Sabuncuoğlu (2016). Reklamda Yer Alan İdealize Edilmiş Erkek Bedenlerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerini Çerçevesinde Algılanış Biçimi, *Global Media Journal TR Edition*, 6 (12). Bahar/Spring 2016. 434.
- Sage, H., G. (1997). Sociocultural aspects of human movement: The Heritage of Modernism, the Need for a Postmodernism. J.M. Fernandez-Balboa (Ed.). *Critical*

- Postmodernism in Human Movement, Physical Education, and Sport içinde. 11-59. State University of New York Press.
- Sağlam, M. (2014). *Orhan Pamuk'un romanlarında erkeğin iktidarı*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi,
- Sancar, S. (2008). “*Erkeklik: imkansız iktidar: ailede piyasada ve sokakta erkekler*”, İstanbul: Metis yayınları.
- Sancar, S. (2008b). *İdeolojinin Serüveni: Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme*, 2. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.
- Savaş, İ. (1997). *Spor genel kültür*, İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Schlossberg, H. (1996). 'Sport Marketing', Cambridge: Blackwell.
- Segal, L. (1992), *Ağır Çekim: Değişen Erkeklikler Değişen Erkekler*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Selek, P. (2008). Akıllı ol!.. (Der.) Nil Mutluer, *Cinsiyet halleri*, İstanbul: varlık yayınları.
- Shilbury, D., Westerbeek, H., Quick, S. ve Funk, D. (2009). *Strategic sport marketing* (3rd ed.) Sydney: Allen & Unwin.
- Spender, D. (1987). *Man Made Language*, London: Pandora.
- Spender, D. (1998). “Extracts from Man Made Language”, D. Cameron (ed.) *İçinde*, s. 93-100. London: Routledge & Kegan Paul.
- Stemmler, T. (2000). *Futbolun kısa tarihi*. Ankara: Dost Yayınevi.
- Szymanski, S. (2007). “*The Link Between Gambling and Sport*”, A paper prepared for the Association of British Bookmakers.
- Szymanski, S. ve Kuypers, T. (1999). *Winners and losers:the business strategy of football*. London: Viking Books.
- Şafak, Ş., Çopur, Z. ve Özkan, M. (2006). *Çocukların evle ilgili Faaliyetlere Harcadıkları Zamanın İncelenmesi*. www.sdergi.hacettepe.edu.tr/sszcmao.pdf. (Erişim tarihi: 09.11.2016).
- Şahan, H. ve Çınar, V. (2004). Kitle iletişim araçlarının spor kamuoyu üzerine etkisi, DOAJ, Konya: Selçuk Üniversitesi beden eğitimi spor eğitimi yüksek okulu.
- Şeker, M. ve Gölcü, A. (2008). Futbolun televizyonda yeniden üretimi, *İletişim kuram ve araştırmaları dergisi*, sayı, 26. 115- 134.
- Şentürk, R. (2009). McLuhan'ın televizyon teorisi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi sosyal bilimler dergisi* yıl:8, sayı: 15, 17- 31.

- Şentürk, Ü. (2007). Popüler bir kültür örneği olarak futbol, *Cumhuriyet Üniversitesi sosyal bilimler dergisi* :31. 25- 41.
- Talbot, M. (1998). *Language and Gender*, Cornwall: Polity Press.
- Talimciler, A. (2014). *Türkiye’de futbol fanatizmi ve medya ilişkisi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Talimciler, A. (2005). “Bir meşrulaştırma aracı olarak futbolun Türkiye’de son yirmi beş yılı” *Toplum ve bilim dergisi* 103. sayı. 147- 162.
- Talimciler, A. (2005). *Türkiye’de futbol ve ideoloji ilişkisi: medya’daki futbol söylemi üzerine bir inceleme*, doktora tezi, İzmir: Ege Üniversitesi.
- Talimciler, A. (2006). İdeolojik bir meşrulaştırma aracı olarak spor ve spor bilimleri, İzmir: Ege Üniversitesi, *Spor yönetimi ve bilgi teknolojileri dergisi* cilt:1, sayı :2. 38- 43.
- Talimciler, A. (2008). Futbol değil iş: endüstriyel futbol, *iletişim kuram ve araştırmaları dergisi* sayı:26. 89- 115.
- Talimciler, A. (2009). ‘Türkiye’de erkek kimliğinin oluşumunda gözardı edilen alan: spor/futbol’ Huriye Kuruoğlu(ed.), *Erkek kimliğinin değişe(meye)n halleri içinde*. 45-65, İstanbul: Beta Yayınları.
- Talimciler, A. (2010). “*Sporun sosyolojisi sosyolojinin sporu*”, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Tan, M. (1979). *Kadın: Ekonomik Yaşamı ve Eğitimi*, Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Tapp, A. (2004). "The changing face of marketing academia: What can we learn from commercial market research and practitioners?", *European Journal of Marketing*, Vol. 38 Issue: 5/6, 492-499.
- Thompson, E.H., Jr., ve Pleck, J. H.. (1986). The structure of male norms. *American Behavioral Scientist*, 29, 531–543.
- Turan, Ş. (1994). *Türk Kültür Tarihi: Türk Kültüründen Türkiye Kültürüne ve Evrenselliğe*. Ankara:bilgi Yayınevi.
- Uslu, Z.K. (2000). *Televizyon ve Kadın*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Van den Poel, D. and Leunis, J. (1999). ‘Consumer acceptance of the internet as a channel of distribution’, *Journal of Business Research*, 45, pp. 249–56.
- Van Dijk, Teun A. (1999). “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, Mehmet Küçük(ed.), *Medya İktidar İdeoloji*, Ankara: Ark Yayınları.
- Varaoğlu, D.B. (2001). “Örgütsel Yaşamda Toplumsal Cinsiyet Rollerini”, Güney (ed.), *Yönetim ve Organizasyon*, İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Vatandaş, C. (2003). *Aile ve Şiddet*, Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.

- Wahl, A. (1989). *Les Archives du Football: Sport et societe en France (1880-1980)*. Juillard: Editions Gallimard.
- Webster, J.G., Phalen, P.F. ve Lichty, L.W. (2006). *Ratings analysis: the theory and practice of audience research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- West, C. ve Zimmerman, D.H. (1987). Doing Gender, *Gender and Society*, 1 (2), 125-151.
- Whannel, G. (2002). *Media Sport Stars: Masculinities and Moralities*. New York:Routledge.
- Williams, A.M., ve Hodges, N.J. (2005). Practice, instruction and skill acquisition in soccer: Challenging tradition. *Journal of Sports Sciences*, 23(6), 637– 650.
- Williams, E.J. ve Best D.L (1990). *Measuring Sex Stereotypes: A Multination Study (Cross Cultural Research and Methodology)*. Newbury Park, CA: Sage publications
- Willis, P. (1992). Women in sport in ideology, J. Hargreaves, (ed.) “*Sport, Culture and Ideology*”, 31-45. Londra: Routledge & Kegan Paul.
- Yalçın, Ö. ve Erdoğan, A. (2013). Şiddet ve Agresyonun Nörobiyolojik, Psikososyal ve Çevresel Nedenleri. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. 5(4):388-419.
- Yöney, P.G. (2012). *Kitlelerin afyonu futbolun latin amerika edebiyatındaki yankıları*. yayınlanmış yüksek lisans tezi. Ankara.: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yüce, M. (2014). *Osmanlı, Melekleri: Futbol Tarihimizin Kadim Devreleri*, İstanbul: İletişim Yayınları,
- Zeren, F. ve Gümüş, B.F. (2013). Türk ve yabancı futbol takımlarının borsa performansları üzerine bir uygulama. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 3, Sayı 2, 34-54.
- Zoonen, L.V. (1994). *Feminist Media Studies*, Sage publication, 15-27. Newbury Park, CA: Sage.