ESİN SANAT VE FELSFE YAYINCILIK.
ERSAN-ER YAYINCILIK, REKLAM, MATBAA, BİLGİ, BİLİŞİM, İLETİŞİM TİC. LTD. ŞTİ.'nin kuruluşudur.

DÜŞÜNEN SİYASET

AYLIK DÜŞÜNCE DERGİSİ

DÜŞÜNEN SİYASET, aylık yayınlanır.
DUŞÜNEN SİYASET'e gönderilen yazıların yayını hakkında kararı yayın kurulu verir.
DUŞÜNEN SİYASET'in gönderilen yazılara cevap verme süresi otuz gündür.
DUŞÜNEN SİYASET ve yazarın ismi kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.
DUŞÜNEN SİYASET'de yayınlanan yazılar düşünsel planda dergiyi bağlamaz.

RESİMLER KAYNAKÇASI

KAPAK RESMİ
COLE, Chris, London Welsh Front Row, Richmond, Assigments 2, Phaidon, Oxford

RESİM 1
Empics, Nottingham England, European Football, A Fan's handbook, P. Cresswell and S. Evans, Ed: Dan Goldstein, The Roughguides (1997), London

RESİM 2
Taraftar Foto Maç Gazetesi,

RESİM 3-4
Colors, *sport*, sayı 10 Mart – Mayıs 1995

RESİM 5
Şanlı Fenerbahçe Albümü, 1. Fasikül,Gazete

RESİM 6
The Ohio State University Department of History (The Verdict'ten 16 Ekim 1899 tarihinde alınmıştır.)

RESİM 7
Şanlı Fenerbahçe Albümü, 2.Fasikül,Gazete.

RESİM 8
Empics, Nottingham England, European Football, A Fan's handbook, P. Cresswell and S. Evans, Ed: Dan Goldstein, The Roughguides (1997 London)

RESİM 9
Aktüel, 28 Aralık 1995 s.91

RESİM 10-11
Colors, *sport*, sayı 10 Mart - Mayıs 1995

RESİM 12-13
Doç.Dr. Özbay Güven, Beden Eğitimi ve Spor Tarihi, Cumhuriyet Dönemi Arşivi No:15-18

RESİM 14-15
Doç.Dr. Özbay Güven, Beden Eğitimi ve Spor Tarihi, Cumhuriyet Dönemi Arşivi No: 21-25

RESİM 16
Ancienne Collection Mc'le'topoulos, Athènes ,Musèe national archèlogique, 873 Le Carps Et L'esprit (Lausanne 1990)

RESİM 17
Empics, Nottingham England, European Football, A Fan's handbook, P. Cresswell and S. Evans, Ed: Dan Goldstein, The Roughguides (1997 London)

RESİM 18
Empics, Nottingham England, European Football, A Fan's handbook, P. Cresswell and S. Evans, Ed: Dan Goldstein, The Roughguides (1997 London)

RESİM 19
Aktüel, 28 Aralık 1995 s.93

HABERLEŞME ADRESİ
ATATÜRK BULVARI 105/812 KIZILAY/ANKARA
TEL: 0 (312) 418 72 51 / FAKS: 0 (312) 418 36 94
E-POSTA:esinst@bir.net.tr

ABONELİK(YURT İÇİ)
BİR YILLIK ABONE BEDELİ: 10.000.000 TL
İKİYILLIK ABONE BEDELİ: 16.000.000 TL

ABONELİK(YURTDIŞI)
BİR YILLIK ABONE BEDELİ: 90 $ / 160 DM
İKİYILLIK ABONE BEDELİ: 160 $ / 280 DM

HESAPLAR
POSTA ÇEKİ: 1002457
TÜRKİYE İŞ BANKASI: Emek Şubesi, 4207 037370
YAPI KREDİ BANKASI: Kızılay Şubesi, 317 300 145036
YAPI KREDİ BANKASI: Kaynarca Şubesi, 572 300 013542
DM VE $ İÇİN
T.C. ZİRAAT BANKASI: Bulvar Kızılay Şubesi, 1247 0000 009 80494 ($)
T.C. ZİRAAT BANKASI: Bulvar Kızılay Şubesi, 1259 0000 009 80494 (DM)

ABONE OLMAK İÇİN BEDELİN YATIRILDIĞINA DAİR DEKONTUN POSTA YA DA FAKS İLE YUKARIDAKİ ADRESE ULAŞTIRILMASI GEREKMEKTEDİR

İÇİNDEKİLER

9
FERMAN

11
DÜŞÜNEN SİYASET'TEN
VEYL MAĞLUBA!

FUTBOL
17
SÜLEYMAN SEYFİ ÖĞÜN
OYUN İÇİNDE OYUN: FUTBOL
25
MEHMET ALİ KILIÇBAY
FUTBOL SADECE FUTBOLDUR
29
OKTAY GÖKDEMİR
BİR POLİTİK SÖYLEM ARACI OLARAK FUTBOL
33
TAMER KORKMAZ
GENERAL VİDELA'NIN OYUNA GİRMESİNE GEREK KALMADI
39
AHMET KÜSKÜN
FUTBOL VE... DEĞİL, SADECE FUTBOL
43
YASİN AKTAY
FORMANIN RENGİ SERMAYENİN RENGİNE KARIŞIRSA
53
AHMET TURAN ALKAN
DÜŞÜNUYORUM; ÖYLEYSE CİMBOM
59
M. NAÇİ BOSTANCI
FUTBOLUN ANLATTIĞI
67
DURSUN AYAN
AŞIRI TARAFTARLIK ETİK BİR SORUN MUDUR?
73
İSMAİL DOĞAN
TÜRK FUTBOLUNDA POTANSİYEL İSTANBUL RUHU VE ŞİDDET
87
MEHMET KÜÇÜK
FUTBOL VESİLESİYLE "WHAT ALAKA" BİR DENEME DÖKÜNTÜSÜ
95
ÖZBAY GÜVEN
FUTBOL TOPU İLE OYNAMANIN BAZI KÜLTÜRLERDEKİ BENZER GÖRÜNÜMLERİ VE TARİHSEL GELİŞİMİNE AİT BİLGİLER

SPOR
115
ÖMER ÇAHA
SPORA YASLANARAK NEFES ALMAK
125
ABDÜLLATİF TÜZER
İNSAN, SPOR VE DİN

AHMET OKTAY'LA SÖYLEŞİ
133
EKREM S. ÂRAM
NE İLGİM OLABİLİR FUTBOLLA?



Resim 7

TARİHİ BİR RESİM
Fenerbahçe ve Galatasaray'da sembol haline gelmiş iki kaptan: Zeki Rıza Sporel ile Aslan Nihat Bekdik, bir emekliler maçından önce. Ortada maçın hakemi, eski futbolcu ve güreşçi Burhan Felek.

Zeki ile Nihat, yalnız takımlarının kaptanlığını değil, aynı zamanda yıllarca Milli Takımımızın kaptanlığını da yapmışlardır. Zeki Sporel ayrıca, İstanbul Mıntaka Futbol Heyeti Başkanlığı da yapmıştır. Futbol heyetinin görevlerinden biri de maçlara hakem tayin etmekti. Ve Zeki Sporel'in başkanı bulunduğu heyetin tayin ettiği hakemlere, kulüplerce herhangi bir itiraz olmamış ve maçlarda en ufak bir olay dahi çıkmamıştır. Kulüplerin, taraf bir başkana itiraz etmemeleri, o başkanın tüm spor yaşamı süresince güven sağlamış olmasından kaynaklanıyordu.

YASİN AKTAY

FORMANIN RENGİ SERMAYENİN RENGİNE KARIŞIRSA

FUTBOL DÜNYASININ METALAŞMASINDA SON DURUMLAR VE SPONSORLUK

Televizyon'da haber spikeri Jet-Pa'nın sponsorluğuyla İstanbul spor'dan "satın alınıp" Fenerbahçe'ye "hediye" edilen Sergen Yalçın'a soruyor: "Bu konuşmalar sizi rahatsız etmiyor mu? Yani birileri sizi satın alıyor, pazarlamaya çalışıyor, birilerine hediye edi-

yor; bu esnada bir kısmı size biçilen fiyatı çok buluyor, ortada kalıyorsunuz falan? Ne diyorsunuz?" Yanında sponsoru Fadıl Akgündüz ve yeni menajeri Tanju Çolak bulunan Sergen olağanüstü karşılanan bir rahatlıkla cevap veriyor "Hayır, ben profesyonel futbolcuyum, bunlar gayet normal şeyler. Zaten daha önce bütün bunları konuşmuştuk."

Kuşkusuz bu diyalogda Sergen popüler gündem içerisinde kendisine yüklenen bütün anlamlarıyla birlikte profesyonellik anlayışı çerçevesinde bakıyor olaya. Spiker kadın da bu tarz telaffuz edilen bir anlayışa karşı popüler dildeki en naif(profesyonellik jargonuna bulaşmamış) tepkiyi, muhtemelen cevabını bildiği bir soruyu seyirci adına(!) sormak sûretiyle, temsil ediyor. Aslında profesyonellik jargonunun geçerliliği oranında veya geçerli olduğu alanlarda hiç de yadırganmayacak bir dil ve iletişim biçimidir bu. Haddi zatında futbolla oturup futbolla kalkılan bir ortamda bu dilin, şu veya bu şekilde yadırganmasının kendisini yadırganır kılacak bir hegemonyasından bile sözedilebilir. Futbolcuların kendilerinden ziyade mensup oldukları takıma ait oldukları, kendi bireysel varlıklarıyla kollektif bir kimliği temsil ettikleri; bedensel varlıklarıyla daha toplumsal bir bedenin organik bir parçası olarak görüldükleri bir gerçek. O yüzden futbolcu sahada oynarken kendi başına bir varlık iddiasında bulunamaz, o varlığıyla mensub olduğu takıma ait bir bedenin taşıyıcılığını yapar. Esasen oyun sürecinin kendisi bireysel inisiyatife, veya daha felsefi bir deyimle "özne" düşüncesine karşıdır. Oyuncu ne kadar iyi oynarsa oynasın bütün olasılıkları öngörmüş ve kapatmış sınırlar içerisinde kalmak zorundadır. Oyuncunun buna katkısı ancak, sözkonusu sınırlar içerisinde kalmakla birlikte, estetik bir katkı olabilir. Dolayısıyla futbolcunun profesyonellik anlayışında, oynayacağı kulüpte kendisine teklif edilen parayı ve kendisine sunulan imkanları gözetmek her ne kadar kanıksanmış bir durumsa da, taraftarın fanatik duygularını okşaması ve o takıma intisabında paradan başka saiklerin geçerli olduğunu bir serenomi olarak ilan etmesi beklenir.

Sergen'le ilgili aşağıda söyleneceklere rağmen bu örnekte bile Sergen'in Fenerbahçe'yle sözleşme görüşmelerinin bitiminde "küçükken zaten Fenerbahçeli olduğu"nu, hatta hâlen ailesinin Fenerbahçeli olduğunu söyleme ihtiyacı tamamen bundan kaynaklanır. Aynı manzara hemen her oyuncunun takıma transferi esnasında bir ritüel olarak tekrarlanır. Futbolcu imzayı atar atmaz gider formayı manevi bir hava altında öper, giyer; o formayla bir topun peşinde koşturularak resimleri çekilir ve cümle aleme bu futbolcunun artık bizim takımdan olduğu, bizim takımda oynamaktan duyduğu mutluluk ifadeleriyle birlikte duyurulur. Onu gazetede kendi takımlarının formasını giymiş gören ve muhtemelen bu takımla ilgili çocukluğundan bu yana taşıdığı özlem ifadelerini okuyan taraftar –muhtemelen fanatizm düzeyine göre– onu profesyonellikle izah edilemeyecek bir yakınlık hissiyle bağrına basacaktır. Aynı oyuncunun eski takımının taraftarları içinse bu oyuncu kelimenin değişen tonlardaki anlamlarıyla bir "dönek"tir. Onun cezası şu veya bu şekilde tribünlerden de verilir zaten. "Takımı satıp giden" bu oyuncu hele bir de eski takımına karşı başarılar kaydediyorsa, bir gol atma veya attırma gafletinde bulunuyorsa, vay haline... Onun ne cinsiyeti kalır, ne şerefi ne haysiyeti.

Bütün bunları, futbolun son zamanlarda kapitalizmin yeni gelişen üslûp ve renkleriyle olan değişik temaslarının futbolun bugünkü pratiğine getireceği veya ondan götüreceklerini öngörmek için söylüyorum. Haddi zatında bu muhtemel gelişmeyi takdir edebilmek için futbolun modern toplumlardaki manevi işlevini gözönünde bulundurmak gerekiyor. Futbolun sanayileşen toplumun bir ürünü olan milliyetçiliğin dinamikleriyle çok yakın motivasyonları olduğu malum. Ernest Gellner(1992) ve Eric Hobsbawm(1993) bize bu millet olma sürecinin, bilinenin aksine, sanayi devletinin ürünü olduğunu çok iyi gösterdiler. İnsan topluluklarının evrensel sayılabilecek kimlik algısını, sanayi devletinin talep ettiği düzen çerçevesinde merkezileştirerek bir ulus çatısı altında tesviye etmesi yine de insanlardaki daha değişik düzeylerdeki tabakalaşma potansiyellerini yok etmiyordu. Gerek sınıf çatışmaları, gerekse etnik ve dinsel farklar, ulusçuluğu doğuran modern koşullarda bir ulus, Benedict Anderson'un deyimiyle bir "cemaat tahayyülünü" rahatlıkla barındırarak ulus-devletin tekçi yapısını kesen bir gerilim oluşturabiliyordu. Daha basit bir ifade ile ulus, uluslaştırdığı bünyeyi yeterince tesviye edemiyordu ve bu işlem onun için bir dizi mekanizmayı devreye sokmayı gerektiriyordu. Şu kısa yazının sınırları içerisinde biraz abartılı sayılmayacaksa, bir nevi ideolojik aygıt olarak, futbolun, önemli bir işlevi deruhte etmiş olduğunu söyleyeceğim(aslında sadece hatırlatmış olacağım, çünkü futbolun bu yönü, kitlelerin basit bir yönetim tekniği boyutuna, özellikle Portekiz diktatörü Salazar'ın meşhur 3F formülüne atıfta bulunularak sıkça değinilmektedir). Buradaki ideolojik işlevi ise azımsamamak lazım ve bugün Sergen'in transfer tarzıyla birlikte ortaya çıkan ve bundan sonra öyle zannediyorum ki çok sıkça karşılaşacağımız yönelimde bu işlevin ciddi bir kayma yaşayacağını söylemek mümkün. Kuşkusuz bu kayma, herşeyden önce gündelik hayatın, ve devletin ideolojik aygıt ve tekniklerinin de giderek daha yoğun bir metalaşma sürecine girmiş olması, sözümona küreselleşmenin boyuna kışkırttığı tüketim çarkının dönme hızındaki değişimle de alakalı bir kaymadır. Bu yazıda ayrıntılı bir takım analizler yapmak

yerine sadece bu sürecin atlanmaması gereken bir kaç yönüne işaret etmek gerekiyor.

Dedik ya, futbolun ideolojik işlevini azımsamamak gerekiyor. O, herşeyden önce gelenceksel toplumdan modern topluma geçen insanların içine girdikleri –semavî dinin hegemonyasınca belirlenmiş bütün olumsuz çağrışımlarından uzak olmak kaydıyla– totemsizleşme sürecinin de katkıda bulunduğu büyük bir boşluktan bir çıkış yolu sağlamıştır. Yani benzeri bir çok etkinliğin yaptığından çok daha etkin bir biçimde, bir çeşit totem servisi yapmıştır futbol. Buradaki "totem" insanların boş inançlarla kafalarından uydurdukları putumsu nesneler olarak anlaşılmamalıdır. Aslında, bu yaygın anlamına karşı ilk direnenlerden biri olan Durkheim'ın kavrama getirdiği sosyolojik yaklaşım, totemin mantığını anlamayı, basit –veya ilkel– bir putlaştırmaya indirgememeyi sağlamıştır. Ona göre totem cismani varlığı itibariyle kendinden menkul güçleri olan bir şey değil, daha ziyade sembolize ettiği anlamıyla temayüz eden bir kimlik inşâ unsurudur. Genellikle bir hayvan veya bitki olan totem aracılığıyla her kabile kendine seçtiği –genellikle bir– hayvan yoluyla kendisiyle başka kabileler arasındaki ilişkileri sembolize eder, kendi kimliğini tesis eder. Sembol olarak seçilen hayvanın veya bitkinin veya tahayyül edilmiş (yedi başlı ejderha, çift başlı kartal, deniz kızı vb gibi) bir varlığın vurgulanan özelliğiyle birlikte "öteki" kabilelere karşı konumu tanımlanmış olur (Durkheim'ın totemizmle ilgili görüşlerinin bir değerlendirmesi için bkz. Levi-Strauss, 1964; E. Durkheim, 1976).

Bugün birçok futbol takımının kendini temsil etmek üzere seçtiği sembollerin (örn. kara kartal, çiftbaşlı kartal, sarı kanarya, arslan, boğa vs.) işleyiş mantığı hiç de farklı değildir ve bununla, kuşkusuz, modernliğin tabiatına da uygun olarak biraz daha soft bir özdeşleş(tir)me/farklılaş(tır)ma işlemine, yani yumuşak kimlik inşâ süreçlerine zemin sağlanmaktadır.[1]

Bütün bunlardan çıkan sonuç, futbol taraftarlığının –sivil toplumsallaşmaya olumlu veya olumsuz katkısını bir kenara bırakacak

1 Özellikle Türkiye'deki futbol taraftarlığının kimlik siyasetleriyle milliyetçiliğin genel seyriyle ilgisi üzerine Tanıl Bora ve Necmi Erdoğan'ın çok yerinde analizlerini kaydetmek gerekiyor. Nitekim Bora ve Erdoğan'ın tribün söylemleri üzerine yaptığı gözlemleri de ortaya koyuyor ki, genellikle karşıt takımla özdeşleştirilen düşmanlarla ilgili tavır ve tutumlar, sloganlarda vaadedilen büyük işler fiiliyatta ancak oyun alanı içerisinde yapılabilecek işlere, bir metafor işlemi görerek, bir anlamda "sığdırılmış" oluyorlar. Özellikle, bazen karşıt takım yerine, hatta karşıt takımla "birlik ve beraberlik" içerisinde daha büyük bir düşmana (örneğin, İtalya, PKK, Yunanistan) karşı oyun alanındaki bütün oyun davranışlarını özdeşleştiren tutum veya sloganlar, onlara karşı duyulan bütün hıncı onlara "gol atmak", "yenmek" mesabesinde gideren bir işlevi de görüyor (bkz. Bora, Erdoğan, 1993a, Bora, 1993, Erdoğan, 1993). Ancak yine de bu şiddet duygusunun gazını almak kadar kışkırtan besleyen, hatta vareden bir tarafları da olduğu görülmeyesi değil.

olursak–[2] ister bir kimlik inşâsında deruhte ettiği işlev itibariyle, ister detaylandırılmış pratikler içerisinde insanı içine soktuğu atmosfer itibariyle son derece manevî bir bağlılık olduğu ve bunun bütün süreçlerinin dinsel veya ulusal mensubiyetlerle benzer mekanizmalarla çalıştığıdır. Gerçi kapitalizm çağında hiç bir şeyin metalaşma sürecinden kurtulamadığı gibi, dinsel ve milli mensubiyetlerin kendileri ya bizzat kapitalizme eşlik ederek ortaya çıkmış veya kısa zamanda kapitalizmin temellük ettiği alanlara dahil olmuşlardır. Dolayısıyla başından beri futbol taraftarlığının da kapitalizm için kaydadeğer bir kâr hedef alanı olarak görülmüş olduğu herkesin malûmudur. Ancak burada metalaştırma sürecinin giderek herhangi bir manevî değerin tutunumunu ve mevcudiyetini imkansız hale getirecek şekilde işlemeye yüz tutmasının daha yeni bir şey olduğu söylenebilir.

Aslında küreselleşme sürecine eşlik eden sanal tecrübeler, aşırı tüketim ve sanallık (Baudrillard'ın deyişiyle, simülatiflik) gibi olguların maksimum görecelik ve nihilizme yol açmasıyla birlikte ortaya çıkan bu durum, –kapitalizmin ilk dönemlerinden çok daha fazla olmak üzere– herhangi bir ahlâkî veya manevî değerin tutunmasına elverişli değildir. Bu süreçten futbolun payına benzer şeylerin düşmesi de tabiatıyla gayet normaldir. İnsanların gündelik hayatlarındaki metalaşma sürecini, film artistleri, müzik ilahları veya futbolcularla giderebilecekleri hissinin bile yine bu metalaşma mekanizmasınca pompalandığına günden güne daha fazla insan kânî oluyor.

Buna rağmen bu kültür endüstrisinin hâlâ yüksek dozda fanatizm ve şiddeti besleyip tırmandırabilecek kadar müşteri toplayabiliyor olması da ayrı bir konudur. Aslında bu bile kapitalizmin bir başarısıdır, en şiddetli ve fanatik duyguları bile hızlı bir tüketime

2 Yine de tümüyle bir kenara bırakmadan bu yönüyle atlanmaması gereken bir nokta var. İşin içine şu veya bu şekilde kapitalist insiyatif bulaşmadıkça futbolun bir sivil hareket olmaktan ziyade hep bir politik hareket olarak devlet çapında bir insiyatife bağımlı olarak gelişmiş olduğunu görmek mümkün. Kulüplerin tarihine, bütün kulüplerin bir lig içinde mücadele etme çağrısına ve bu çağrının bir federasyon tarafından örgütlenme sürecine bakıldığında bunda sivil iradenin nerede durduğunu, buna mukabil sivil insiyatifin elden kaçırılmasında nasıl bir rol oynamış olduğuna bakmak çok mânidâr olabilir. Bu anlamda devletin veya politik alanın tribüne ne kadar hükmettiği ayrı bir konudur, ama bu zevk teknolojisi üzerinden devşirilen politik kârların, sivil toplumsallaşma açısından çok da hayra alamet, sadra şifa sayılamayacağını belirtmek gerekiyor.

konu yapabilmiştir o. Zaten daha fazla sürecek bir duyguya pek bir ihtiyaç da yoktur, imkan da. İnsanların tüketim alışkanlıklarıyla anlam dünyaları arasındaki ilişki de buna fevkalade uyum sağlamıştır. Deyim yerindeyse kapitalizmin "hız" ile özdeşleştiği bir dünyada, insanlara tüketecekleri nesneyle uzun süren beraberlikleri rahatsızlık konusu kılacak bir hava pompalanır. En asgari miktarda kullanıp atacakları ürünler sunulur tüketicilere. Futbol taraftarlığında bile durumun buna uyum sağlamaması için bir sebebin kalmamış olduğu görülüyor. Kendi takımında uzun süre oynayan bir oyuncudan insanların artık bıkmaları, değişik bir futbolcu tipi aramaları, bundan değil mi sanki? Burada oyuncunun sadece sahadaki performansı değil gündelik hayatta, hoşlandığı kadın tipi, kaçamakları, evliliği ve çocuklarıyla ilgili anekdotları, dünya görüşü, geldiği toplumsal köken, hepsi birden veya ayrı ayrı, oyun sürecine bir farklılaştırıcı unsur olarak katılırken, adeta tüketen insanların bu değişiklik arayışlarına hitap edilir. Televole'lerle gazetelerin spor sayfalarında sporcuların magazin haberlerine ayrılmış bölümler, bir anlamda oyunu sahada bırakmayan, oyun alanını genişleten aktif bir rolü oynarlar.[3] Gerçi, oyun alanının, hiç bir zaman sadece kendisini göstermekle yetinmediği, futbolda ise bilhassa, bu alanın millî, etnik, cinsel, hatta dinî kimliklere servis verecek bir genişliği her zaman barındırdığını yukarıda da belirttik. Ancak burada biraz daha farklı olduğundan sözedilebilecek olan, bu genişlemenin kendi çapında bile bir değerin, bir semboller sisteminin, bir özdeşleşme/farklılaşma düzeninin kendini hissettirmeye vakit bulamadan buharlaşıp gitmesidir. O yüzden oyunun kendisinin, oyun alanı içerisinde sunduğu estetik imkanlar bile, hatta bu oyuna eskiden beri eşlik etmiş olan millî, dinî ve cinsel duygu veya kimlik servisleri bile, artık insanların oyundan beklentilerini karşılamaya yetmiyor. Bu, aslında bir anlamda futbolda, kendi telosunu gerçekleştirme kabiliyetini yitirmesi anlamında oyunun bitişiyken, bir başka anlamda da temsil kabiliyetindeki genişlemeler hesaba katıldığında dönüşümü olarak ele alınabilir.

3 Buna rağmen popüler kültüre açıldıkça her sporda olabileceği gibi, bu açılmayı fazlasıyla yapabilmiş olan bir spor olarak futbolda da oyunun büyük ölçüde heroik bir jargona sahip olmasının da bundan olduğunu yeri gelmişken söylemek lazım. Oyunun temsil kabiliyeti ve oyunda "özne" sorunu üzerine bkz. Gadamer, 1986; Huizinga, 1991.

Bizim burada ilgilendiğimiz aslında ne oyunun bitişi ne de dönüşümü; daha ziyade oyunun başına gelenlerde, daha doğrusu oyunun temsil kabiliyetindeki genişlemeler yoluyla eski işlevlerinden yavaş yavaş uzaklaşmasında, sermayenin bilinen katkısını, kendine özgü bir renge sahip olan Jet-Pa yoluyla yapması. Esasen sermayenin yola bir forma altında çıkmış olsa bile, bir renge sahip olamayacağı veya kalamayacağını en iyi gösteren örneklerden biridir bu durum. Sergen'in Jet-Pa tarafından satın alınarak, Fenerbahçeye bir süreliğine hediye edilmesi oyun alanına sermayenin nüfûz edişinde yeni ve ileri bir aşama olarak değerlendirilebilir. Gerçi bunun daha önceleri değişik örneklerde zaten denenmiş olduğu söylenebilir. İstanbulspor'un Uzanlar tarafından satın alınmasıyla birlikte kamuoyunda futbol sponsorluğunun yeni bir tarzıyla karşılaşmış oluyordu taraftar. Öyle anlaşılıyor ki kendi kulüpleriyle problemli olan klas oyuncuların hepsini uhdesinde tutmakla, Uzanlar, hem reklam hedeflerine fazlasıyla ulaşacaklardı, hem de bir pazar vasfı itibariyle futbol alanında gidebilecek ürünlerin (en önemlisi futbolcunun) seri olarak üretilip pazarlanması sağlanacaktı. Kuşkusuz bu faaliyetin aynı zamanda belli bir ticarî faaliyeti meşrulaştırmak gibi yan bir işlevi olacaktı.[4] Ancak İstanbulspor'un bir türlü istenilen taraftar kitlesine kavuşamaması ve, öyle anlaşılıyor ki, beklenen kârı getirememesi, Uzanları Adanaspor'a ağırlık vermeye yöneltmiştir. Çünkü yeni taraftar herşeye rağmen öyle çok kolay kazanılmıyor. Özellikle İstanbul'da, İstanbul'un adını taşıyor bile olsa, bütün Türkiye'de hemen herkesin kendi takımının yanısıra taraftar olduğu üç –veya Trabzon ilavesiyle dört– büyük kulübün yanında bir yer kapabilmek kolay değil. Bütün rasyonalitesini sermaye merkezli kılmış, beş-on almadan bir koymaya yanaşmayan bir sponsor için-

4 İtalya ile Türkiye'nin Apo meselesi yüzünden, tam da Juventus'la Galatasaray'ın Şampiyonlar ligi karşılaşmasına denk düşen bir dönemde, gerilen ilişkilerini fırsat bilip rakibi bir cep telefonu firmasını, PKK'yı destekleyen bir ülkeden lisans almasını öne sürerek köşeye sıkıştırmaya, bu yönde kendisine ait Star televizonunda aleyhinde yayın yapmaya vardıracak kadar metacî bir ufuk sözkonusudur burada. Sermayesinin gelişmesi konusunda hiç bir ahlâkî sınır tanımayan bu ufkun, spora verdiği desteğin karşılığını nasıl tahsil edeceği kolayca tahmin edilebilir. Ayrıca sponsorlukta bir dönüm noktası addedilmesi gereken Sergen'in alım-satımının 80'li yılların Özal zenginlerinden biri olan Uzanlarla, yükselen yeni girişimci ruhun temsilcisi olan Jet-Pa arasında yapılmış olmasının da saf bir tesadüf olarak geçiştirilemeyeceğini düşünüyorum.

se, İstahbulspor'un getirisi anlaşılan yeterli görülmemiştir. Bir takımın arkasında aktif ve fanatik bir taraftarın olması çok önemlidir.

Jet-Pa da Sergen'i satın almadan önce de sponsorluk işinde bir hayli mesafe katetmişti. Aralarında Göztepe, Siirt Köy Hizmetleri, Elazığspor ve hatta 1.ligden Antalyaspor da olmak üzere onüç takımın sponsorluğunu üstlenmiş ve bu sayıyı daha da artıracağını ilan etmiş, her geçen gün daha da artırıyor. Kendisine yöneltilen "yeşil sermaye" suçlamasına karşı bir çeşit cevabı, bu faaliyetlerle yeşil renginin uyuşmazlığını gözler önüne sermeye çalışmak oluyor. Gerçi formanın rengiyle sermayesinin rengi arasında şu ana kadar doğrudan bir ilişkiyi bizzat kendisi telaffuz etmemişse de, kamuoyunda olayın böyle algılanışından yola çıkarsak, küreselleşmenin gözümüze batırdığı gerçekliğin tabiatındaki ironiyi daha iyi görmüş oluruz. Sonuçta öyle görünüyor ki, ne Fadıl Akgündüz'ün bu ironinin kuşatıcı gücüne karşı koyabilme imkanı var, ne de bu ironi sermayenin rengini ayırdedici bir göze sahiptir. Normalde yeşil rengine daha çok yakıştırılabilecek bir davranış, kültürel ve geleneksel değerlerin korunması, değişimin değerleri buharlaştırıcı etkisine karşı bir direnişi temsil etmesi ve bu dünyada korunacak ne kalmışsa onun korunması için uğraşmak olurdu herhalde. Haddi zatında Marx'ın deyişiyle "tarihin kaydetmiş olduğu en devrimci sınıf" olan burjuvazi bile, (tabii ki Marx'ın gözlemlediği 18. ve 19. yüzyıl burjuvazisinden bahsediyoruz) benimseyip yaygınlaşmaya çalıştığı saray muaşeretiyle bir çeşit muhafazakarlığa prim ayırmıştır. Aslında bugün bile, pop kültürünün en yaygın olduğu bir dönemde, Kanal 7'nin ısrarla, bir zamanlar saray erkanının zevkini hatta sefahatini temsil etmiş olan klasik Türk Musikisini ısrarla gündeme getirmesi ve bu yönde istikrarlı yayınlar yapıyor olması bile çağrısı yapılan değerlerin, geleneğin sabitlerinde daha iyi bir yatak bulacağına olan güvenden, buna mukabil popüler kültürün değerlerden bir çok şey alıp götürdüğünden duyulan kaygıdan kaynaklanıyor. Bu anlamda kendisi de bir çeşit yatırım olan Kanal 7'nin kendisine yakıştırılan renkle münasip bir faaliyet icra etmekte olduğu söylenebilir.

Jet Pa'ya gelince, yeşil sermayenin bu girişimci ruhu, giriştiği işlerle sadece kendi rengiyle uyuşmayan, muhafazakâr kaygılar gözetmeyen adımlar atmış olmuyor, aynı zamanda Türk kapitalizmi için ciddi bir açılım da sağlıyor. Kuşkusuz bu yönüyle sadece kendisi değil, Anadolu kaplanları diye bilinen yeni kapitalistlerin hepsi de bu konuda Türkiye'nin hâlihazırda yaşamakta olduğu ekonomik krizin daha az travmatik geçirilmesini sağlıyorlar. Bundan sonra

gerek demokrasinin gelişimi, gerekse de Türkiye'nin Dış dünyadaki "itibarı"nı herkesten daha fazla bunların dert edinecek olmasına kimsenin şaşmaması gerekiyor, çünkü gerçek anlamda bir yatırım ve istihdam koşullarının gerektirdiği siyasi ve hukuki ortama en ziyadesiyle bu kesim ihtiyaç duyacaktır. Hatta özellikle işdünyasının zorunluluklarından dolayı çağdaşlık söyleminin gerçek taşıyıcılarının bunlar olacağına kesin gözüyle bakılabilir. Fadıl Akgündüz'le yapılmış bir söyleşide verdiği cevap bunun ilginç bir örneğini ve haberini veriyor. Şöyle diyor Akgündüz:

"Türkiye'de klasik bir zengin tipi var. Adeta Hulusi Kentmen tipi bir zengin tip. Ama Türkiye artık o tip işadamları ile bir yere gidilemeyeceğini anladı. Daha dinamik, daha genç ve dünya ile entegre olmuş işadamları arıyor. Bugün Hulusi Kentmen tipi babacan işadamları ile çağdaş işadamları arasında bir mücadele var ve bu mücadelede son beş-altı yılda çağdaş işadamını temsil edenlerden biri de ben oldum"[5]

Kuşkusuz bu ayrı bir yazının konusudur ve bunun böyle olması bunların kapitalizmle ilişkilerine kendi renklerini hakim kılabilecekleri anlamına gelmiyor. Nitekim, kâr ve verimlilik ufku açısından kaz gelecek yerleri giderek daha fazla öğrenmekte olan bu sermayenin boyuna tavuk kurban ettikleri sporla olan ilişkisi de bunun en iyi örneklerinden biri olarak kaydedilmelidir. Jet-Pa'nın Cemil Turan, Rıdvan ve bunun gibi nispeten daha mazbut tipleri değil de Televole'lerin en gözde figürlerinden biri olan Tanju Çolak'ı futbol danışmanlığına getirmiş olması; televizyon programları arasında kendi değerleriyle pekâlâ çok iyi uyuşabilecek bir çok programı değil de Show TV'nin Televole'sinin sponsorluğunu tercih etmesi; Beşiktaş'lı Ertuğrul gibi herkesin inanç ve değerlerine ve de aile yaşamına düşkünlüğüyle tanıdığı ve takdir ettiği, buna mukabil Televole'lerde pek görünmeyen birileri yerine, özel hayatı kanı-kız dalgalarıyla ve at yarışlarıyla karışık, bu yüzden de kulübüyle arası bozuk bir Sergen'in sponsorluğuna talip olması her çeşit inancı ve değeri aşan, dolayısıyla hepsini de bir anlamda alakasız kılan profesyonellik anlayışının bütün kurallarına uyulacağını gösteriyor. Kuşkusuz, bundan sonra Sergen sahaya çıkıp oynadıkça Proton'un satışında artışlar olacaktır. Sergen zaten artık Proton adına oynayacaktır. Elazığspor, Göztepespor, Antalyaspor ve Jet-Pa'nın sponsorluğunu yaptığı bütün takımlar ve oyuncular sahaya çıkıp kendi adlarına değil Jet-Pa ve Proton adına oynayacaklardır. Seyircinin gözünde sahada hep bir onikinci oyuncu olarak onlar olacaktır. Ne kadar başarılı olacağı tabii ki şimdiden kestirilemez,

5 *Yeni Şafak*, 14 Şubat, 1999, Düşünce Günlüğü Sayfası.

ama en azından Sergen'e yatırılan paranın Sergen'in popüler kişiliği sayesinde daha şimdiden fazlasıyla amorti edilmiş olduğu söylenebilir.

Diğer yandan Fadıl Akgündüz'ün polemiğe girdiği herkesle para konuşunu dile getirme biçimini salt onun kişisel özelliklerine bağlayanların fena halde yanılıyor olduklarını düşünüyorum. Emin Çölaşan'a bir hodri meydan bahsi esnasında, iddialarını ispatlaması halinde ona "bir trilyon vereceğini" ilan etmesinde; milletvekilleriyle ilgili münasebetleri sorulduğunda istediği milletvekilini "parayı basıp satın" alabileceğini söylemesinde, özellikle sporla ilgili her mevzuda kendisinin bir "satın alan" konumuyla temayüz etmesinde çocuksu bir pervasızlık göze çarpsa da, bütün bunlar, sermayenin içini dışına vurması olarak algılanabilecek şeylerdir. Giderek daha fazla geçerli olmak üzere sermayede "herşeyi, ama herşeyi" satın alabileceklerine dair böyle bir özgüvenin egemen olduğunu, kendilerine bu güveni sağlayan pek çok akılalmaz alışveriş örneklerine bakarak da görmek mümkün. Bu özgüven, bir oyun kurucu olarak bizzat kapitalizmin genlerinde olan bir şey. Renk gözetmeyen kapitalizmin kurduğu büyük oyunda Fadıl Akgündüz ve arkadaşları kendilerine verilen yerin hakkını en iyi şekilde vermeye çalışıyorlar.

REFERANSLAR

BORA, Tanıl Ş. Erdoğan, Necmi, 1993, N., Dur Tarih, Vur Türkiye: Türk Milletinin Milli Sporu Olarak Futbol, *Futbol ve Kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Sanayi, Efsaneler*, Holak, REİTER, W., Bora, T. (Der), İstanbul: İletişim.

BORA, Tanıl, 1993, *Tanrı Türk'ü Korusun ve Şampiyon Yapsın*, Birikim, Sayı: 55.

DURKHEİM, Emile, *The Elementary Forms of the Religious Life*, Fransızcadan İngilizceye çev. J. Ward Swain.

ERDOĞAN, Necmi, 1993, *Yaşasın Futbol-Galatasaray'ın Avrupa'yı Fethi*, Birikim, Sayı: 55.

GADAMER, Hans-Georg (1986) *The Relevance of the Beautiful and Other Essays*, trans. Nicholas Walker, Cambridge: University Press.

GELLNER, Ernest, 1992, *Uluslar ve Ulusçuluk*, Çev. B. Ersanlı-Behar, G. Göksu Özdoğan, İstanbul: insan.

HOBSBAWM, Eric J., *1780'den Günümüze Milletler ve Milliyetçilik*, Çev. Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı.

HUİZİNGA, Johan, 1994, Homo Ludens, çev. M. Ali Kılıçbay, *Sanat Dünyamız: Oyun Kültürü*, Sayı: 55.

LÉVİ-STRAUSS, Claude, 1964, *Totemism*, London.

FUTBOL

AHMET TURAN ALKAN

İRRASYONEL BİR TARAFTARLIK "ANALİZİ"

DÜŞÜNÜYORUM; ÖYLEYSE CİMBOM

İnsanlara kısacık ömürlerinde alabildiğine taraf olmanın küçük saadetlerini, büyütülebilir hazzını, hesaba almağa değmez güvenlik hissini ve mutlaka tatmin edilmesi gereken "muhalif olmak" içgüdüsünü karşılayan birşey sunulmalıdır ve öyle bir şey vardır: Viva futbol!