

TÜRKİYE’DEKİ ŞİKE SÜRECİNDE TARAFTARLARIN ALGISI

Müge Demir¹

Özet

Futbolun en önemli güzelliği sonucun belirsizliği ilkesidir; şike aracılığı ile bu durumun ortadan kaldırılması, aslında ‘oyunun’ ortadan kaldırılması demektir. Şike en genel anlamda oynanan oyuna dışarıdan müdahalede bulunma ve sonucu istenilen şekilde manipüle etme biçiminde tanımlanabilir. Futbolun şike için bu kadar uygun bir zemin hazırlamasında, oynanan oyunun kitlesel boyutu kadar yarattığı ekonomik rant ve getirilerin büyüklüğü de etkili olmaktadır. Futbolun içinde bulunduğumuz dönemdeki en önemli tamamlayıcı unsuru medyadır. Şike sürecinin haberleştirilmesi, üzerinde en çok durulması gereken ve gelecekte akademik çalışmalara konu olması mümkün bir boyut arz etmektedir. Medyadaki hakim anlayış şike ve soruşturmayı öncelikle ‘ taraftarlık penceresi içerisinden’ ele almak suretiyle bu doğrultudaki yorumlara ağırlık vermiştir. Böylesi bir yaklaşım ise medya, taraftarlar ve kulüp yöneticilerinin içinde bulunduğu spor kamuoyu tarafından konunun sağlıklı ve doğru bir yönde tartışılabilmesini engellemiştir.

Anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilen çalışmamızda Türkiye’de son yıllarda sıkça gündeme gelen futbolda şike iddialarının taraftarlardaki algısı değerlendirilmiştir. Çalışmamızın özgünlüğü ülkemizdeki taraftar kitlesinin neredeyse tamamını oluşturan dört büyükler olarak adlandırılan takımların (Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş, Trabzonspor) taraftarlarının şikeye nasıl yaklaştıklarını ve şikenin ne şekilde gerçekleştiğini ortaya koymalarıdır.

Anahtar Kelimeler: Taraftar, futbol, şike, medya.

JEL Kodu: L82, L83

THE PERCEPTION OF THE FANS ON FOOTBALL HANDICAPPING IN TURKEY

Abstract

When the final score is concerned, “The principle of uncertainty” becomes the most appealing feature of football. The elimination of this feature via handicapping actually means the total elimination of the 'game'. Handicapping means making external interference on the game and the manipulating the final score in the aim of getting a specific, desired result. The reason behind the establishment of such suitable grounds on handicapping in football, is the massive size of the game, and the possibility of economic rent leading to great returns. The most important complementary element regarding football in the era we are in is the media. Delivering news of handicapping process is the most important subject to focus on and it is an issue that will be the subject for future academic studies. Handicapping and investigation primarily 'in favor of the window' has been addressed by the media. Such an approach has prevented the topics to be discussed by the public sphere gathered around football in a healthy and proper direction.

In this study, an “interviewing method’ was used on the above mentioned concepts regarding the perception of the fans on football handicapping in Turkey that has been coming up frequently in recent years. Originality of this study comes from the analysis made on the supporters of the teams placed in the “Big Four” category in the Turkish league (namely Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş and Trabzonspor), that constitutes most of the overall football fans in this country. As a result, a careful analysis will be made on the supporters’ approach to handicapping allocations and the ways in which these are made.

Key Words: Football fans, football, handicapping, media

JEL Code: L82, L83

¹ Doç.Dr., Medipol Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul / Türkiye, muggedemir@medipol.edu.tr

1. GİRİŞ

3 Temmuz 2011 günü Türkiye kamuoyu şike operasyonu ile güne başladı ve uzun bir süre bu operasyonun etkilerini konuşmaya devam etti. Futbolun ülkemizdeki geniş kitleleri etkileme potansiyeli nedeniyle söz konusu gelişmelerin etkisinin büyüklüğü çok ama çok daha fazla hissedildi. Toplumsal hayatımızın diğer alanlarında görmediğimiz kadar hızlı bir şekilde taraftarların örgütlendiği ve takımlarının haklarını savunduğu günler yaşandı. Soruşturmaya konu olan kişilerin başında gelen ismin, ülkenin en büyük kulüplerinden birisi olan Fenerbahçe olması, medyanın ilgisinin çok daha fazla bir şekilde hissedilmesine yol açtı. Şike soruşturmasına kısa süre içinde siyasi partilerin müdahil olmalarının yanı sıra UEFA ile yapılan görüşmeler çerçevesinde yapılacak olan düzenlemeler ile sürecin en az hasarla atlatılabilmesi için hazırlıklar hızlandırıldı. Ekonomik ve politik kaygılar şike sürecinin gerçek anlamda soruşturulması yerine geçiştirilmesine neden oldu. Bu amaçla göreve başlayan Futbol Federasyonu, oluşturduğu yeni kurulları aracılığı ile ‘şikenin sahaya yansımadağı’ açıklamasında bulundu. Yaşanan gelişmelerin en büyük etkisi ise hiç kuşkusuz Fenerbahçe kulübü ile Trabzonspor kulübü arasındaki gerilimin tırmanması ve bu olağanüstü durumun iki takımın oynadığı Süper Lig karşılaşmalarına yansımadağı şeklinde oldu.

Futbolun en önemli güzelliğı sonucun belirsizliğı ilkesidir, şike aracılığı ile bu durumun ortadan kaldırılması, aslında ‘oyunun’ ortadan kaldırılması demektir. Şike en genel anlamda oynanan oyuna dışarıdan müdahalede bulunma ve sonucu istenilen şekilde manipüle etme biçiminde tanımlanabilir. Futbolun şike için bu kadar uygun bir zemin hazırlamasında, oynanan oyunun kitlesel boyutu kadar yarattığı ekonomik rant ve getirilerin büyüklüğü etkili olmaktadır. İşin bir diğer önemli boyutu ise son yıllarda tüm dünyada etkili olan ve maç ayarlamalar üzerinde mafyanın sürecin içerisine dahil olmasına yol açan bahis endüstrisi ve yarattığı milyarlarca dolarlık kara paranın varlığıdır.

Çalışmamızda önce sosyolojik bir oyun olarak futbolu nasıl gördüğümüz ve futbolun içinde bulunduğumuz dönemdeki en önemli tamamlayıcı unsuru niteliğindeki medya ile olan ilişkileri üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde ise önce araştırmamızın amacı ve tasarımı ile araştırma bulgularının yorumlanmasına yer verilecektir.

2. SOSYOLOJİK BİR OYUN OLARAK FUTBOL

Futbol, insana ve insanlığa ait değerleri bünyesinde barındırdığı ve dünyanın en kitlesel spor dalı olduğu için, her zaman üzerinde konuşulmayı, araştırılmayı ve yorumlanmayı hak etmeye devam etmektedir. “Futbol, girdiğı ülkelerin toplumsal yapısı içerisinde kendisine yer

açmış ve kısa bir süre içerisinde o kültürel yapının önemli bir göstereni haline gelmiştir. Bugün futbol, içinden bakılarak farklı toplumlar ve toplumsal yapıların gözlemlenebileceği önemli bir prizma haline gelmiştir. Futbolun kolaylıkla her ortamda oynanabilir bir oyun olması ve içinde barındırdığı göstergelerin toplumsal hayat içinde taşıdığı anlamların çokluğu, futbolun evrensel bir referans haline gelmesini sağlamıştır. Futbol, tek bir çerçeveye sığdırılmayacak kadar kapsamlı bir spor dalıdır. Futbol olgusu oynanan maçın ötesinde anlamları bünyesinde taşımaktadır. Maçların oynandığı statlar, tıpkı kitlesel temsiliyetlerde yaşanmakta olduğu gibi kitlelerin anlam dünyalarında geçişkenliği sağlayabilen, Ehrenberg'in deyişiyle; 'demokrasi ütopyasının ete kemiğe büründüğü yerlerdir'" (Talimciler, 2010:107) .

Futbol hayli geniş hayran tabanından (dünyanın her yerinden ve her kesiminden olan insanlardan) önemli ölçüde destek görmektedir. Başka bir şekilde söylemek istersek futbol, çok anlamlılığın ortaya çıktığı bir alandır. Ne kadar çok anlamlığa sahip metin üretirse, popülerite potansiyeli de o oranda artmaktadır. Bu açıdan futbolun birçok avantajı bulunmaktadır. Birincisi futbol, birbirinden farklı çeşitli duygulara seslenebilme yeteneğine sahiptir. İkincisi futbol pek çok kişi için kendi dünyalarını kurmalarında bir anlamlılık kaynağı olabilmektedir (grup içi aidiyet-kimlik kurma ve geliştirme, bir bütünün parçası olma gibi duyguların yanı sıra) futbolun siyasal, kültürel, ekonomik, psikolojik, sosyolojik yönlerinin yanı sıra ideolojik bir yönü de bulunmaktadır.

Futbol, toplumsal yaşam içerisinde bir 'minyatür' model olarak işlev görmekte ve futbol üzerinden toplumsal yaşama bir takım rol ve değer transferleri gerçekleştirilmektedir. Bunların yanı sıra futbol, ortak bir referans çerçevesi sağlayabildiği ve ortak duyunun inşasına katkıda bulunabildiği için her dönem iktidarlar tarafından dikkatle takip edilmiştir. Futbolun her türden yorumu kaldırabilen bir yapıya sahip olması, onun hem bölen hem de birleştiren bir spor dalı haline gelmesine yol açmıştır.

3. FUTBOL-MEDYA İLİŞKİSİ

Günümüzde futbol, sadece sahada oynanan bir oyun olma vasfını yitirmiş, 90 dakika sonrasında yeniden kurulan gerçeklikler aracılığı ile bambaşka bir kimliğe büründürülmüştür. Artık sadece bir oyun olarak düşünülmemeyen futbol aynı zamanda büyük bir kitlesel fenomendir. Futbolun geniş kitlelerle buluşmasını sağlayan ve futbolun son yirmi yıl içerisinde bambaşka bir aşamaya geçmesine aracılık eden güç hiç kuşkusuz medyadır.

Futbol, toplumsal bir olgu olduğu için sözlü ve yazılı açıklamalar ile birlikte, futbol üzerine yapılan yorumlardan da ayrı düşünülemez. Olan bitenleri kamuoyuna aktarmakla

görevli olan medyanın en büyük güçlerinden biri de toplumun düşünce kalıplarının şekillendirmesidir.

Futbol, giderek televizyon-sponsorluk ve reklamın oluşturduğu bir üçgen içerisinde oynanmaya başlayan bir oyun halini almıştır. Futbolun bu üç farklı kesime göre belirlenmesi ise, onun özellikle televizyona olan bağımlılığını arttırmıştır. Televizyonla olan birlikteliği sonrasında futbolun hayatımız üzerinde kurmuş olduğu etki düzeyi yükselişe geçmiştir. Futboldaki metalaşma sürecinin hızlanması sonrasında oluşan ‘yeni futbol’ kalıpları ile birlikte futbol, tüketim kalıplarımızı biçimlendiren bir alan haline dönüşmüştür. Bu süreçte seyirci profili, gelir kaynakları ve futbola yüklenen değer kalıpları değişmiştir. “Küreselleşmenin avantajlarını paraya çevirme bakımından, yeni futbol ekonomisinin en önemli aracı bugün televizyonlardır. Sosyal anlamda, futbolun bir tüketim kalıbı oluşturmasında, temel araç televizyon olmuştur. Ekonomik anlamda ise televizyon, yeni futbol ekonomisinin kendisini yeniden üretiminde en önemli üretim faktörüdür” (Akşar, 2005:7-22).

Medya, futbolun coşkusunun kitlelere aktarımında aracı olurken aynı zamanda kullandığı dil vasıtası ile üstü örtük bir biçimde ideolojik öğeleri de kitlelere aktarmaktadır. Kitle iletişim araçları ile sporun birlikteliği başka hiçbir kurumun gerçekleştiremeyeceği bir bütünleşme ve imgesel birlik duygusu yaratır. Bu birlik duygusu özellikle uluslararası karşılaşmalar sırasında bir millete ait olma hissini kitlelerde uyandırır. Televizyon, bu birlikteliğin yaratılmasında kullandığı militarist - milliyetçi dil ve söylem aracılığı ile katkıda bulunur. Bu durum özellikle uluslararası sportif etkinliklerde ‘bizim takımımız’ ve bizden olmayan ‘onların takımı’ biçiminde kurgulanmak suretiyle desteklenir. Futbol medyası, bu karşılaşmaları aktarırken kullandığı dil ve söylemlerde sıkça metaforlar kullanmakta ve bu metaforlar aracılığı ile evrenselcilik, aşkınsallık, kahramanlık, rekabetçilik, bireysel güdülenim ve takım ruhu gibi sporla ilintili ideolojik ifade ve değerlerin dolaşıma sokulmasına aracı olmaktadır. Spor programları, özellikle futbolla ilgili haberleri verirken taraftarlar arasındaki rekabeti düşmanlığa çevirmeye zemin hazırlayacak türde bir dil kullanmaktadır. Milli takımımızın yaptığı maçlarda rakibi ötekileştirmeye ve milli kimliği ön plana çıkarmaya yönelik militarist ve şiddet içeren öğeler kullanan bir yayıncılık anlayışını benimsemektedir. Futbol sayfalarındaki manşet ve başlıklarda savaş ve şiddete gönderme yapılan bir dilin ağırlıklı olarak kullanıldığı, bu dilin şiddeti özendirebilecek bir yapıda olduğu görülmüştür. (Talimciler, 2014:127; Gökalp, 2005:135; Özsoy, 2011:111; Gökulu, 2008:159-162; Erol, 2011:481).

Medya, futbolu ve futbol alanına ait aktörlerle ilgili olarak yapmış olduğu yayınlar ile sadece futbolu ve bu aktörleri değil, toplumsal yaşamı ve bu alanla ilgili düzenlemeleri de

etkilemektedir. İşte bunun içindir ki, medyanın futbol ideolojisinin dekode edilmesi, aslında toplumsal yaşam içerisine sinmiş olan bir takım ideolojilerin, değer yargılarının ve rol kalıplarının da ortaya çıkartılması anlamına gelecektir. 3 Temmuz 2011 tarihinde gerçekleşen tarihi şike operasyonunun medya üzerinden nasıl kamuoyuna aktarıldığı sosyal bilimciler açısından zengin bir inceleme alanı arz etmektedir. Çünkü üç yılı aşkın süredir futbol üzerinden toplumsal hayatımıza aksettirilen değerlerin sadece ekonomik değil, siyasal ve toplumsal yansımaları da söz konusudur. Bu açıdan taraftarların şikeyi nasıl algıladıkları ve kendi takımlarını nerede konumlamış oldukları meselesi aslında buzdağının sadece görünen kısmını oluşturmaktadır. Asıl ideolojik yapı daha derinlerde yer almakta ve gazete metinleri üzerinden çözümlenmeyi beklemektedir.

4.ARAŞTIRMANIN AMACI ve TASARIMI

Bildirimizde Türk futbolunun taraftar dağılımının büyük bölümünü oluşturan dört büyükler olarak adlandırılan Beşiktaş, Galatasaray, Fenerbahçe ve Trabzonspor takımlarının taraftarlarına yönelik olarak hazırladığımız çalışmanın şike ile ilgili olan bölümünden elde edilen bulgulara yer verilecektir. Araştırmamızda söz konusu dört takımın iç saha maçlarında tribünlerde basit tesadüfî örneklem türüne göre belirlenen 789 kişi ile görüşülmüştür. Seyirci profili; kapalı tribün, kale arkası tribün ve numaralı tribün olmak üzere üç grup olarak düşünülmüştür. Görüşülen bireylerin bu üç grubu yansıtabilecek biçimde olmasına dikkat edilmiştir.

5.ARAŞTIRMA BULGULARI

5.1 Cinsiyet

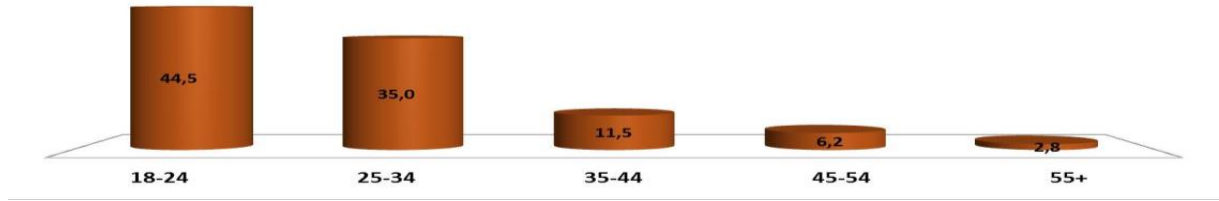


Şekil 1. Cinsiyete göre dağılım

Görüşülen bireylerin %87.5'i erkek, %12.5'i kadındır. "Futbol taraftarlığının geleneksel olarak dünyanın her yerinde erkeklere ait bir özellik olduğu bilinmektedir. Ancak bir süredir futbolun da önemli bir popüler kültür unsuruna dönüşmesi ve sektöre dönüşmesi, taraftarı bir tüketiciye ve maç izlemeyi de bir boş zaman etkinliğine dönüştürmüştür. Bu çerçevede basın ve federasyonun da desteklemesiyle kadınların da birer taraftar olarak stadyumlarda boy

göstermeye başladıkları görülmektedir” (Talismiler, Balkız ve Önen, 2011:92). 2011-12 sezonundan itibaren futbol federasyonunun seyircisiz maç oynama cezası yerine kadın ve çocukların maça alınması uygulaması çerçevesinde stadyumlarımızda daha fazla kadın taraftar tribünlerde yer almıştır. Kadınların tribünlerde daha fazla yer alma nedenlerinin arkasında kulüp yönetimlerinin ücretsiz bilet uygulamaları, ailecek maça gitme sıklığının artması ve endüstriyel futbolun kadın taraftar gerçeğini keşfetmeye başlamasının da etkisi bulunmaktadır. Çalışmamızda kadın taraftar oranının bu doğrultuda temsil edici bir nitelik arz ettiğini söyleyebiliriz.

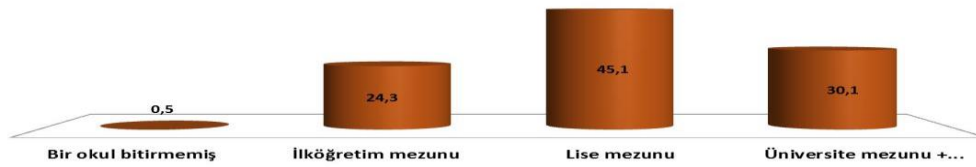
5.2 Yaş



Şekil 2. Yaşa göre dağılım

Çalışmamızda görüşülen taraftarların yaş gruplarına göre dağılımları incelendiğinde; %44.5’inin 18 – 24, %35’inin 25 – 34, %11.5’inin 35 – 44, %6.2’sinin 45 – 54, %2.8’inin 55 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. “Dünyadaki taraftar dağılımının %85’ten fazlası erkeklerden oluşmaktadır ve bunların yarıdan fazlası da 15-24 yaş arasında değişen gençlerdir” (Talismiler, 2014:61). Ağırlıklı olarak bir erkek faaliyeti ve gençlere özgü bir alan olarak görülen futbol taraftarlığı, çalışmamızda da benzer sonuçları içermektedir. Gençliğin daha enerjik ve daha fazla boş vakit sahibi olması, futbol karşılaşmalarını takip etmede etkili olmaktadır.

5.3 Eğitim



Şekil 3. Eğitim durumuna göre dağılım

Taraftarlığı açıklamada kullanılan diğer bir sosyal değişken de eğitim düzeyidir. Geleneksel açıklamalar, taraftarlık ile eğitim düzeyi arasında ters orantı kurma eğilimindedirler.

Ancak bir süredir bu varsayımın aksine pek çok gözlem ve araştırma söz konusudur. Gençlerin ağırlıklı olduğu taraftar kitlesinde lise ve üniversite mezunu bireyler çoğunluktadır. Futbol taraftarlarının yaklaşık yarıya yakın (%45.1) lise mezunu olduğu ve ikinci sırada üniversite %30.1 ile üniversite ve üzeri mezun olanların yer aldığı bir dağılım söz konusudur. İlköğretim mezunları ile bir okulu bitirememiş olanların toplamının yaklaşık olarak %25’lik bir orana sahip bulunması da dikkat çekicidir.

5.4 Meslek

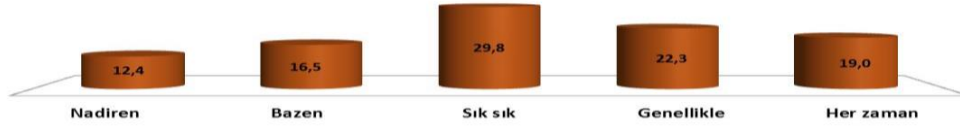
Tablo 1. Meslek grupları frekans tablosu

	Frekans	Yüzde
Ücretli, maaşlı çalışıyor	365	46,3
Öğrenci	263	33,3
Kendi hesabına çalışıyor	100	12,7
İşsiz, şuan çalışmıyor, düzenli ek geliri yok	19	2,4
Emekli, çalışmıyor	15	1,9
Emekli ama şuan çalışıyor	10	1,3
Ev kadını, ek geliri yok	8	1,0
İşsiz, şuan çalışmıyor, düzenli ek geliri var	3	0,4
Ev kadını, düzenli ek geliri var	1	0,1
Cevap yok	5	0,6
	789	100

Görüşülen taraftarın yaklaşık %90’ı ücretli maaşlı çalışan (%46.3), öğrenci (%33) veya kendi hesabına çalışan (%12.7) bireylerdir. Taraftarların yaş dağılımının 18-24 yaş arasında yaklaşık %45’lik bir orana ulaşması, bu soruya verilen yanıtlar içerisinde öğrenci kitlesinin %33’lük bir pay kaplamasına neden olmaktadır. Taraftarların %46.3’lük bir kesimi ücretli bir maaş karşılığı çalışmaktadır. Kendi hesabına çalışan %12.7’lik kitleyi de eklediğimizde örneklem grubumuzun yarısından fazlasının bir işi ve ücreti olduğu görülmektedir. Görüşülen bireylerin dörtte üçünden fazlası (%78.1) 1000 - 3000 TL gelir aralığında yer almaktadır. Futbolda bilet fiyatlarının ve deplasman maçlarına gitme maliyetinin yükseldiğini göz önüne

aldığımızda, taraftarlığın endüstriyel futbolla birlikte stadyumlara giden kitlenin gittikçe daha fazla orta ve üst sınıflara doğru bir eğilim gösterdiğini söyleyebiliriz.

5.5 Maç İzleme Sıklığı



Şekil 4. Maç izleme sıklığı

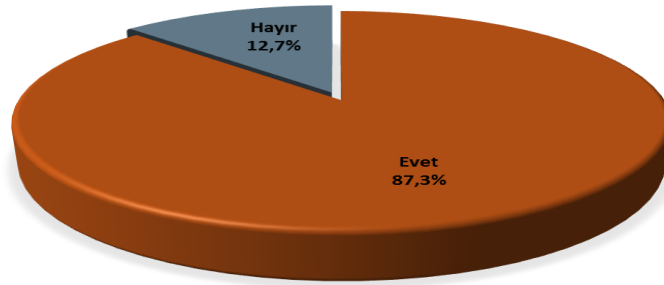
Taraftarlığın gerçekleşme düzeyini belirlemede maça gitme sıklığı önemli bir referans kaynağıdır. “Maçlara gitme sıklığı bir taraftarın takımına bağlılığının ve bir kimlik olarak taraftarlığın benimsenme derecesinin en önemli göstergelerinden biridir. Maçlara gitme sıklığı ile birçok değişken arasında anlamlı bir ilişki görülmektedir. Örneğin meslek bu değişkenler arasında en önemlilerinden biri sayılabilir. Çünkü meslek bir yandan gelir düzeyi ve boş zaman olanakları açısından maça gitme sıklığını etkileyebilir.”(Talimciler, Balkız ve Önen, 2011:95). Görüşmeye katılan taraftarın %29.8’i sık sık kendi takımının maçlarını izlemektedir. Genellikle izlediğini belirtenlerin oranı %22.3, her zaman izlediğini belirtenlerin oranı %19, bazen izlediğini belirtenlerin oranı %16.5, nadiren izlediğini belirtenlerin oranı ise %12.4’tür. Görüşülen bireylerin %71’i takımı ve maçları ile daha ilgili bir kesimden, geriye kalan %29’u ise daha az ilgili bir kesimden oluşmaktadır.

Tablo 2. Maça gitme sıklığı

	Galatasaray taraftarı	Fenerbahçe taraftarı	Beşiktaş taraftarı	Trabzon taraftarı
Nadiren	27,1%	17,3%	5,0%	1,0%
Bazen	24,0%	19,3%	22,0%	1,0%
Sık sık	31,3%	31,0%	31,5%	25,1%
Genellikle	6,3%	15,7%	22,5%	44,2%
Her zaman	11,5%	16,8%	19,0%	28,6%
	100%	100%	100%	100%

Takımlara göre ma izleme sıklığı düzeyini incelediğimizde son derece ilginç sonuçlar ile karşılaşmaktayız. Görüşülen Galatasaray taraftarlarının dörtte birinden fazlası (%27.1) takımının maçlarına nadiren gitmektedir. Bu oran Fenerbahçe taraftarlarında %17.3'e düşerken, Beşiktaş taraftarlarında %5 oranına gerilemektedir. Trabzonspor taraftarlarında ise sadece %1'lik bir kesimi içine almaktadır. Galatasaray taraftarlarının takımları ile kurmuş oldukları aidiyet düzeylerinin maça gitme sıklığına yansımada diğerk takımlarla kıyaslandığında nadiren ve bazen oranlarını birleştirdiğimiz takdirde %50'lik bir orana yükselmesi önemlidir. Buna karşılık Fenerbahçe ve Beşiktaş taraftarlarının takımlarının maçlarını daha yüksek bir oranda takip ettikleri görülmektedir. Trabzonspor taraftarları ise üç takımla kıyaslandığında çok daha fazla takımlarının karşılaşmalarını takip etmektedirler. Üç büyük takımın taraftarının ma izleme sıklığı incelendiğinde her birinin yaklaşık %30'unun sık sık maçları izlediği görülmektedir. Trabzon taraftarı diğerklerinden daha fanatiktir %44'ü genellikle maçları kaırmamaktadır.

5.6 Futbolda Şike Yapıldığını Düşünüyor musunuz?



Şekil 5. Futbolda şike algısı

3 Temmuz 2011 tarihi hem futbol dünyamızda hem de ülke kamuoyunda büyük yankılar uyandırmıştır. Fenerbahçe kulübü başkanı Aziz Yıldırım'ın gözaltına alınması ve görüntülerinin medyaya sızdırılması ile birlikte Fenerbahçe taraftarları yaşanan gelişmeleri takımlarına yönelik bir komplo olarak görmüşler ve bu doğrultuda yürüyüşler düzenlemişlerdir. 2003 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından oluşturulan bir komisyon futboldaki şiddet ve şike iddialarını incelemiş ve şike şüphesi üzerinde durmuştur. 2004 yılında yapılan bir çalışmada “Türk toplumunun %67'si futbolda şike olduğunu düşünmektedir. Şike durumlarının ise kulüpler ve hakemler yoluyla gerçekleştirildiğini ifade etmektedir” (GENAR, 2004:15).

Çalışmamızda görüşülen taraftarın %87.3'ü futbolda şike yapıldığını düşünmektedir. Üzerinden 3 yıldan fazla bir zaman geçmiş olmasına rağmen bugün halen şike davası ile ilgili

olarak kamuoyuna yansıyan açıklamalar devam etmektedir. Ayrıca davanın sonucunda verilen cezalar ve taraftarların bu cezalar ile adaletin gerçekleşmesi arasında kurmuş olduğu bağlantı düzeyi de halen etkisini sürdürmektedir. Taraftarlar şike yapıldığını düşünüyorlar ancak kimin şike yaptığı meselesi gündeme geldiğinde tuttıkları takımın yerine bir başkası üzerinden var olan durumu açıklama eğilimi içerisinde bulunuyorlar. Bu durumu aşağıdaki takımlara göre şikeye bakış açısında daha net bir biçimde görebiliriz.

Takımlara Göre;



Şekil 6. Futbolda şike algısı (takımlara göre)

2010-2011 sezonunda şampiyonluğu Fenerbahçe'ye kaptıran Trabzonspor taraftarlarına göre futbolda şike %97.40 oranında vardır. Takımlar arasında bir kıyaslama yapıldığında en yüksek oranın Trabzonspor kulübünün taraftarlarında en düşük oranın ise %69.10 ile Fenerbahçe takımı taraftarları arasında olması tesadüf değildir. Çünkü bu takımlardan bir tanesi söz konusu sezonun sonunda kendisini şike nedeniyle mağdur olarak görmekteyken diğeri ise takımlarının şampiyonluğuna leke sürülmeye çalışıldığını düşünmektedir. Bununla beraber diğer iki takımın taraftarlarının da şikenin var olduğuna ilişkin inançlarının Beşiktaş taraftarlarında %91.40, Galatasaray taraftarlarında ise %90.40'lık bir düzeyde bulunması dikkat çekicidir.

Trabzonspor, Beşiktaş ve Galatasaray taraftarlarına göre futbolumuzda şike vardır ve bu oran %90'ların üzerinde bulunmaktadır. Fenerbahçe taraftarları açısından da şikenin varlığı göz ardı edilmemekle birlikte bu oran diğer üç takım taraftarlarına göre daha aşağılarda yer almaktadır.

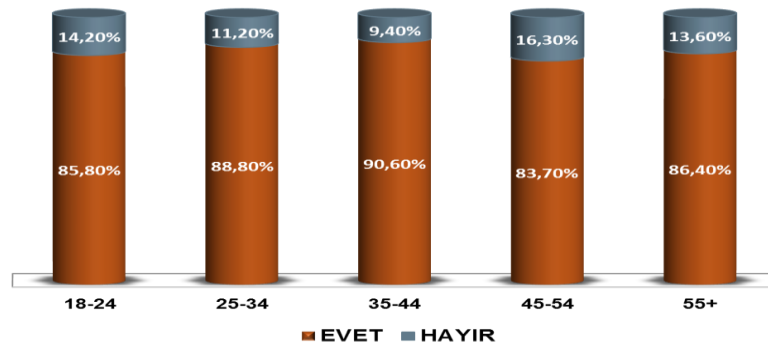
Maç İzleme Sıklığına Göre;

Tablo 3. Futbolda şike algısı (maç izleme sıklığına göre)

MAÇ İZLEME SIKLIĞINA GÖRE	EVET	HAYIR	TOPLAM
Nadiren	85,70%	14,30%	100,0%
Bazen	81,50%	18,50%	100,0%
Sık sık	86,50%	13,50%	100,0%
Genellikle	90,30%	9,70%	100,0%
Her zaman	90,60%	9,40%	100,0%

Şike sürecinin medya üzerinden kamuoyu ile çok fazla paylaşılması, maç izlemek için stadyumlara nadiren giden taraftarlar da bile (%85.70) bir haberdarlık etkisine neden olmuştur. Stadyumlarda maç izleme sıklığının artması, tutulan takımla daha fazla ilgilenmeyi ve medya üzerinden takımının haberlerini daha fazla takip etmeyi de beraberinde getirmektedir. Takım taraftarlarının maç izleme sıklığına göre yapılan değerlendirmede, izleme sıklığı yüksek grupta futbolda şike olduğunu düşünenlerin oranının daha yüksek olduğu görülmüştür. Deplasman dahil takımının hiçbir maçını kaçırmayan taraftarlar açısından bu oran %90.60 düzeyindedir.

Yaşa Göre;



Şekil 6. Futbolda şike algısı (yaşa göre)

Bir önceki grafik için kullandığımız argüman burası için de geçerlidir. 3 Temmuz süreci şikenin ve ardından yaşanan gelişmelerin sürekli olarak kamuoyu önünde tartışılmasını getirmiştir. Bu ise şike algısının yerleşmesine ve bir biçimde şike yapıldığının kabullenilmesine neden olmuştur. Tüm yaş gruplarında şike olduğunu düşünenlerin oranı %83.70 ile en düşük

seviyede 45-54 yaşları arasında görülürken en yüksek oranda %90.60 ile 35-44 yaş aralığında saptanmıştır.

Eğitim Durumuna Göre;

Tablo 4. Futbolda şike algısı (eğitim durumuna göre)

EĞİTİM DURUMUNA GÖRE	EVET	HAYIR	TOPLAM
Bir okul bitirmemiş	50,00%	50,00%	100,0%
İlköğretim mezunu	84,50%	15,50%	100,0%
Lise mezunu	86,00%	14,00%	100,0%
Üniversite mezunu+...	91,90%	8,10%	100,0%

Eğitim düzeyi ile şike olduğunu düşünme eğilimi arasında doğrudan bir korelasyon görülmektedir. Bir okulu bitirmemiş kişilerin yarısı şikenin varlığını kabul ederken, üniversite ve yüksek eğitimli kitle için bu oran %91.90 seviyesine ulaşmaktadır. İlköğretim ve Lise mezunları için ise sırasıyla %84.50 ve %86’lık oranlar söz konusu olmaktadır. Taraftarların genç ve teknolojik olanaklardan daha fazla yararlanan bir kitle olduğunu düşündüğümüzde şike sürecinin sosyal medya ve internet üzerinden de yoğun bir şekilde tartışıldığını ve bu mecralardan da sürekli olarak bilgi akışına ulaşıldığını söyleyebiliriz.

Mesleklere Göre;

Tablo 5. Futbolda şike algısı (meslek gruplarına göre)

MESLEKLERE GÖRE	N	EVET	HAYIR	TOPLAM
Emekli ama şuan çalışıyor	10	80,00%	20,00%	100,0%
Emekli, çalışmıyor	15	93,30%	6,70%	100,0%
İşsiz, şuan çalışmıyor, düzenli ek geliri yok	19	78,90%	21,10%	100,0%

İşsiz, şuan çalışmıyor, düzenli ek geliri var	3	100,00%	-	100,0%
Ev kadını, ek geliri yok	8	100,00%	-	100,0%
Ev kadını, düzenli ek geliri var	1	-	100,00%	100,0%
Öğrenci	263	85,60%	14,40%	100,0%
Ücretli, maaşlı çalışıyor	365	87,00%	13,00%	100,0%
Kendi hesabına çalışıyor	100	94,90%	5,10%	100,0%

Taraftar grupları içerisinde önemli bir orana sahip olan öğrencilerin %85.60 oranında şike olduğunu belirttikleri görülürken, çalışanlarda bu oran %87'lik bir orana ulaşmaktadır. Yapılan işe göre şike olup olmadığının incelendiği bu tabloda en yüksek oran ise %94.90 ile kendi hesabına çalışanlarda görülmektedir.

5.7 SİZCE FUTBOLDA ŞİKE EN ÇOK HANGİ YOLLARLA YAPILMAKTADIR?

Takımlara Göre;

Tablo 6. Futbolda şikenin yapılış şekli algısı (takımlara göre)

	GALATASARAY TARAFTARI	FENERBAHÇE TARAFTARI	BEŞİKTAŞ TARAFTARI	TRABZON TARAFTARI
Kulüpler arasında	32,70%	63,80%	52,70%	49,60%
Hakemlerle	24,30%	11,40%	17,90%	15,40%
Oyuncularla	29,90%	20,80%	20,30%	17,50%
Federasyonla	11,70%	4,00%	9,20%	14,60%
Hepsi	0,50%	-	-	1,20%
Cevap yok	0,90%	-	-	1,60%
	100	100	100	100

Takımlara göre futbolda şikenin nasıl yapıldığı sorusuna verilen yanıtlar büyük farklılıklar arz etmektedir. Her takım taraftarlarının kendi takımlarının pozisyonlarına göre şike ve şikenin yapılış yollarına ilişkin algıları da farklılık göstermektedir. Örneğin Galatasaray taraftarları açısından şike %32.70 ile en çok kulüpler arasında yapılmaktadır. Onu sırasıyla %29.90 ile oyuncular, %24.30 ile hakemler ve %11.70 ile Federasyon ile yapılan şike izlemektedir. Fenerbahçe taraftarlarına göre ise şike en çok % 63.80 ile kulüpler arasında yapılmaktadır. İkinci sırada tıpkı Galatasaray taraftarlarında ve diğer iki takım taraftarlarında da olduğu gibi oyuncular ile yapılan şike %20.80 oranında yer almaktadır. Üçüncü sırada ise diğer takım taraftarlarındaki gibi hakemler ile yapılan şike %11.40'lık bir oranda bulunmaktadır. Son sırada ise %4 ile Federasyon aracılığı ile gerçekleştirilen şikeye yer verilmiştir. Beşiktaş taraftarları içinde ilk sırada kulüpler arasında yapılan şike %52.70'lik bir oranla bulunmaktadır. Ardından %20.30 ile oyuncular ile yapılan şike, %17.90 ile hakemlerle ve son sırada %9.20 ile federasyonla gerçekleştirilen şike yanıtları yer almaktadır. Trabzonspor taraftarlarının %49.60'ı şikenin kulüpler arasında yapılan bir eylem olduğuna inanmaktadır. Diğer takımların aksine Trabzonspor taraftarları açısından diğer şike gerçekleştirme türleri arasında çok küçük oranlarda farklılıklar gözükmemektedir. Oyuncular ile yapılan şike %17.50 iken bu oran hakemlerde % 15.40 ve Federasyon ile % 14.60'a gerilemektedir. Ancak Trabzonspor taraftarları şike sürecinde federasyona diğer takımlara oranla daha yüksek bir yüzde ile yer vermektedirler. Bu oranın Fenerbahçeliler de % 4, Trabzonlular da ise %14.60 olarak yansımalarının arkasında ise 3 Temmuz sürecinin bu takım taraftarları tarafından algılanmasında futbol federasyonunun takınmış olduğu tavırların etkisi bulunmaktadır.

6. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

3 Temmuz 2011 günü başlayan ve etkileri halen devam eden şike operasyonu ile Türkiye'de futbol büyük bir krizin içerisine girmiştir. Şike sürecine dahil olan takımlar ve şampiyonluğun el değiştirip değiştirmeme meselesi ile başlayan ardından Avrupa kupalarına gidecek olan takımların belirlenmesine kadar süren bir dönemi yaşadık. Bu süre içerisinde ülke içinde özellikle Fenerbahçe ile Trabzonspor takımları arasındaki gerilim her oynanan karşılaşmada biraz daha yükseldi. Çalışmamızın özgünlüğü ülkemizdeki taraftar kitlesinin %90'lık bir kitlesini oluşturan dört büyükler olarak adlandırılan takımların taraftarlarının şikeye nasıl yaklaştıklarını ve şikenin ne şekilde gerçekleştiğini ortaya koymalarıdır. Bu takımlar arasında en net farklılığın bir sezon boyunca şampiyonluk mücadelesi veren ve şampiyonluğu kazanan ile kaybeden iki takım olan Fenerbahçe-Trabzonspor arasında olması tesadüfi değildir. Fenerbahçe taraftarları şikenin varlığını yadsımamaktadırlar ancak şike sürecine diğer rakipleri

kadar yüksek oranlarda evet de dememektedirler. Buna karşın Trabzonspor taraftarları yaşadıklarından ötürü mağdur olduklarını her fırsatta dile getirmeye devam ederlerken, şikeye neredeyse yüzde yüze yakın bir oranda evet demektedirler. Bu farklılık kulüplerin şikenin ne şekilde gerçekleşmekte olduğu düşüncesini de doğrudan etkilemektedir. Trabzonsporlu taraftarlar için şike sürecinin en önemli bileşenlerinden birisi Türkiye futbol federasyonu ve onun yönetimidir. Bu düşünce ile İstanbul'da federasyon binası önünde belirli aralıklarla eylemlerde bulunmuşlar ve federasyonu protesto etmişlerdir. Şikenin kiminle yapıldığı sorusuna Trabzonspor taraftarlarının diğer takım taraftarlarına oranla futbol federasyonu için en yüksek rakamı vermeleri buna karşın Fenerbahçelilerin ise en düşük oranı vermeleri de bu açıdan son derece anlamlıdır.

Şike sürecinin haberleştirilmesi, üzerinde en çok durulması gereken ve gelecekte akademik anlamda çalışmalara konu olması mümkün bir boyut arz etmektedir. Medyadaki hakim anlayış şike ve soruşturmayı öncelikle 'taraftarlık penceresi içerisinden' ele almak suretiyle bu doğrultudaki yorumlara ağırlık vermiştir. Böylesi bir yaklaşım ise konunun sağlıklı ve doğru bir yönde tartışılabilmesini engellemiştir. Fenerbahçe ve diğer takımlar şeklindeki kutuplaşma özellikle Fenerbahçe taraftarları tarafından medyada yayın yapan gazeteler açısından da yaşanmaktadır. Medyanın konuyu ele alışındaki bir diğer yön ise yaşanan gelişmeleri hep ekonomik temelde yansıtmış olmasıdır. Ekonomik anlamda yaşanacak sıkıntılara yapılan vurgu, yaşanan çarpıklıkların 'normalleştirilmesine' ve şike, teşvik gibi futbolun doğasına aykırı uygulamaların toplumda kabul bulmasının kolaylaşmasına yol açmaktadır. Medyanın görevi gücün iktidarının değil gerçeğin iktidarının gerçekleşmesine katkıda bulunmaktır. Şike sürecinin gazeteler üzerinden nasıl verildiğinin incelenmesi ülkemizdeki futbol-medya ve iktidar ilişkisi açısından da büyük bir önem taşıyacaktır. Çünkü bu şekilde şikenin toplumsal hayat içerisinde nasıl normalleştirildiği ve bunda medyanın nasıl bir rolü üstlendiği gösterilebilecektir. Ayrıca toplumsal hayatımızda önemli bir yer teşkil eden futbol ve futbol üzerinden oluşturulan iktidar ağlarının nasıl ve ne şekilde kurulduğu da öğrenilebilecektir. Futbol ve futbol üzerinden yaşadıklarımız medya aracılığı ile yüzümüze tutulan aynadan şike süreci boyunca kusurlu bir şekilde yansıtılmıştır. Şikenin yarattığı tahribatın ortadan kalkmamasında futbolun yönetimi kadar futbolu bize aktarmakla görevli olan medyanın da büyük bir rolü bulunmaktadır ve bunun ortaya çıkartılması için daha fazla akademik çalışmalara gereksinim duyulmaktadır.

KAYNAKÇA

AKŞAR, T. (2005). Endüstriyel Futbol, İstanbul: Literatür Yayınları.

GENAR (2004). Türk Toplumunda Futbol Algısı Araştırması: Futbol, Fanatizm, Şiddet, İstanbul.

EROL, İ. (2011). Spor Basınında Manşet ve Başlıklara Yansıyan Dil, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu, (Der.Mustafa Yağbasan ve Gülda Çetindağ Sümer içinde), Fırat Üniversitesi, Haziran 2012, Ankara.

GÖKALP, E. (2005). Medya ve Spor ya da Spor/Futbol Medyası, Toplum ve Bilim Sayı:103, ss.121-137, İstanbul.

GÖKULU, G. (2008). Futbol Haberlerinin Sunumunda Şiddet, Fanatizm ve Milliyetçilik, Toplum ve Demokrasi Dergisi, Cilt:2, Sayı:3, Mayıs-Ağustos 2008, ss: 159-162.

ÖZSOY, S. (2011). Spor Gazetelerinin Başlıklarında Militarist ve Şiddet İçerikli Metaforlar, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Sayı 1, ss.:93, Gümüşhane.

TALİMCİLER, A. (2010). Ayrıcalıklarımı ve İnsanlarımı Kaybeden Kentin Futbolunun Dünü, Bugünü ve Yarını, 'Değişen İzmir'i Anlamak', (Der. D.Yıldırım ve E.Haspolat içinde), ss:463-488, Ankara: Phoenix Yayınları.

TALİMCİLER, A. (2014). Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi, İstanbul: Bağlam Yayınları.