

## Kitle Toplumundan Ağ Toplumuna Taraftarlık Altkültürünün Değişim Pratikleri: Fenerbahçe Tribünü

### The Changing Practises of the Fan Subculture from Mass Society to Network Society: Fenerbahçe Stand

Hüseyin SERBES<sup>1,2</sup>, Ahmet ESKİCUMALI<sup>3</sup>

#### Öz

Futbol taraftarlığı altkültürü üzerine odaklanan bu çalışma, 'Ağ Toplum Teorisi' çerçevesinde değerlendirilmiştir. Nitel araştırma yaklaşımı deseni, taraftar gruplarının bağımsız yayınları olarak değerlendirilen tribün fanzinlerindeki metinleri odağa alarak söylem çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında yer alan metinler, stadyumlarda konuşlanmış taraftar gruplarındaki çeşitli yaş gruplarında yer alan bireylerin çözümlemesini içerir. Çalışmada yer alan fanzinlerin karşı-kamusal alanlar oluşturduğu görülmüştür. Kitle toplumu ve ağ toplumu tipolojisindeki unsurlar karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmada metinlerde yer alan çalışmanın kuramsal çerçevesindeki kodlar aracılığıyla bölümler halinde temalar oluşturulmuştur. Bu temalar tartışılmış ve yorumlanmıştır. Elde edilen sonuçlar, futbolun daha çok piyasalaşmasıyla birlikte, taraftar gruplarının kitle toplumundan ağ toplumuna doğru yön değiştirdiğini açığa çıkarmaktadır. Bu durum, sosyal medya örgütlenmelerinin iletişim kanallarını artırıcı bir güç olmasına rağmen tribün kültürüne bütüncül zarar verdiğini ortaya koymaktadır. Taraftarlar, yeni medya teknolojilerinin hem olumlu yanlarına hem de karanlık yanlarına dikkat çekmektedir. Metinler bağlamında yapılan değerlendirme, tribünlerdeki modernite uygulamalarının üretim, paylaşım ve sahiplenme konularında olumsuz duygular meydana getirdiğini göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kitle Toplumuna, Ağ Toplumuna, Tribün Grupları, Taraftarlık Altkültürü, Fanzin.

#### Abstract

This study, which focuses on football fans subculture, was evaluated within the framework of 'Network Society Theory'. In the qualitative research approach, discourse analysis was carried out by focusing on the texts in fanzines, which are considered as independent publications of fans. Texts in the research include the analysis of individuals from various age groups in the fan groups deployed in stadiums. It was observed that the fanzines in the study form counter-public spaces. The elements in mass society and network society typology were compared. In this comparison, themes were created in sections by means of codes in the theoretical framework of the study. These themes were discussed and interpreted. The results revealed that fan groups were shifting from the mass society to the network society with the increasing marketization of football. This situation displayed that although social media organizations created a power to increase communication channels, they caused total damage to the fan culture. Fans pointed out both positive and negative sides of new media technologies. The evaluation made in the context of the texts showed that the modernity practices in the stands created negative feelings in the subjects of production, sharing and ownership.

**Keywords:** Mass Society, Network Society, Supporters' Groups, Fandom Subculture, Fanzine.

Araştırma Makalesi (Research Article)

Gönderim Tarihi (Received): 26.02.2021

Kabul Tarihi (Accepted): 12.05.2021

Atf (cite as): Serbes, Hüseyin ve Eskicumalı, Ahmet. (2021). Kitle Toplumundan Ağ Toplumuna Taraftarlık Altkültürünün Değişim Pratikleri: Fenerbahçe Tribünü, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 35, s. 141-157, DOI: 10.31123/akil.887529

1 Doktorant, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri ABD, hserbes@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-7913-6178

2 Sorumlu Yazar

3 Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri ABD, ecumali@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3296-9580

## Giriş

Kültür, Hall'un (1976, s. 16) ifadesiyle, insanın aktarıcısı rolünü üstlenir. İnsana dair işlevleri bütünüyle yorumlayan kültür, arkaik bir geçmişi yansıtarak çeşitlilik gösterir. Levi-Strauss (1997), özlerin hayata geçirilmesi olarak gördüğü kültürün ortak değerlerin yerelliği sürdürmesi halinde anlaşılabilirliğini belirtir. Kültürü oluşturan toplumsal örgütlerin kendi içinde de farklılaştığı görülmektedir. Farklılaşan kültürler, birlikte bütünü oluşturur ve altkültürel gruplar olarak ifade edilir. Bu grupların kendi aralarında, anlamı üzerinde uzlaştıkları özgün sembolleri, kendilerine has kural ve normları ile davranış kalıpları vardır (Kartarı, 2014, s. 39). Bu anlamda, insana ait olanı aramanın bir çabası olarak değerlendirilebilecek olan kültür, bizi karşılaştırmalı bir bilgiye, bir gündelik hayat tarihine götürür. Lefebvre (2016, s. 87), gündelik olanı anlamak için gündelik hayatın içinde bulunmayı, orada yaşamış olmayı ve kültürün karşısında arzuların izini sürmemizi tavsiye eder. Buradan hareketle, futbol kültürünün parçalarından biri olan tribün altkültürünü, Dijk'in öne sürdüğü 'ağ toplumu teorisi' çerçevesinde değerlendirildiği bu çalışma, taraftarların yazın alanı olan fanzin kültürüne odaklanarak söylemsel bir çözümleme sunar. Dili, duyarlı kavramları, tarzı, temel yazıları, ilham verici kabulleri, felsefi temellendirmesi, araştırma konuları ve temel bulguların inşa edici doğası bakımından sosyal bilimlerde özel bir faaliyet alanı olan etnometodolojik söylemsel araştırma, Manen'in (2015, s. 7) ifade ettiği şekilde, toplumsal etkileşimi ve dili kültürel bağlamda toplumsal düzenin kurucu unsurları olarak görür ve bu aktörlerin ayrıntılı ve sistematik bir araştırmayı hak ettiklerini düşünür.

Söylem, dil deneyimlerinin ideoloji, iktidar, bilgi mübadelesi ve anlatım biçimlerinin ilişkisini ortaya koyan meta-eylemdir (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 100). Benzer şekilde, gündelik hayat değerlerinin, pratiklerinin, anlatı ve inançlarının sadece pozitivist yaklaşımla açıklanamayacağını düşünen etnometodolojik yaklaşım, toplumsal fenomenolojinin tek bir gerçek noktada bulunamayacağını ileri sürer. Etnometodologlar, ampirik sosyal araştırma gelenekleri ile çelişerek araştırma nesnesini insan (özne) olarak belirler. Bu çalışmada, araştırma konusu tribün aktörleri olarak belirlenmiş, bu kapsamda Fenerbahçe taraftar gruplarının oluşturduğu fanzinlerden Cefakâr Maraton adlı yayında yer alan metinler incelemeye alınarak olgulara dair yol gösterici söylemlerin analizi hedeflenmiştir. Fanzinler, tribün medyasının 'underground' biçimini yansıtan ve anonim kalmaları halinde gerçek değerine kavuşacaklarına inanılan; her türlü otoriteden bağımsız fotokopi dergilerdir. Böylece, bu yayınların dolaşımında oldukları yerlerin belirli kişilerce bilinmesinin ve kopyalarının 'yüzlerce' ya da 'binlerce' değil sınırlı bir şekilde üretilmesinin fanzin altkültürünün önemli bir değeri olduğu söylenebilir (Serbes, 2021, s. 239). Güngör (2020, s. 264), söylem çözümlemesinin sadece metinde kullanılan dilin görünürdeki anlamlarına bakmakla yetinmediğini; sözcüklerin, terimlerin, kavramların içerisinde üretildikleri ilişkilere, tarihsel süreçlere ve paradigmaya odaklandığını ifade eder. Bu bağlamda, taraftarların kendi yayınları olan fanzinlerde ortaya koydukları metinlerde kullandıkları dil merkeze alınarak sosyopolitik bir çözümlemeye gidilmiştir.

Gündelik hayat içerisinde izini sürebileceğimiz kültürel alan, Gardiner'in (2016, s. 14) söylemiyle bizim doğayla dönüştürücü bir praksis içine girdiğimiz, iletişimsel becerileri edinip geliştirdiğimiz, normatif kavramları pragmatik biçimde formüle edip uyguladığımız, çok çeşitli arzuları ve acıları hissettiğimiz çevredir. Bu çalışmada bu çevreyi, Fenerbahçe tribünleri ve fanzinleri oluşturmaktadır. Gündelik hayatın özgün sembollerinin araştırıldığı ve bu yolla toplumsal değişimin izlerinin sürüldüğü çalışma, şu sorulara cevap bulmaya çalışmaktadır: Kitle ve ağ toplumu tipolojisine göre tribün kültürünün temel öğeleri nelerdir? Bu öğelerin yapısı, türü ve ölçeği nasıl oluşur? Sosyal medya mecralarının tribün kültürüne olan etkileri nelerdir? Modernite ile toplumların yaşadığı değişim

pratikleri tribün kültürünü ne yönde etkilemiştir? Tribün aktörlerinin karşı-kamusal alanlarda üretici olma potansiyelleri hangi şekilde gelişmektedir?

Çalışma, özetlenen amaç ve yöntem ışığında disiplinlerarası bir gayretle gençlik altkültürlerinden taraftarlık nosyonunu soruşturarak bu kültürün doğasını tartışmaya açmaktadır. Bu araştırmada kişisel yayıncılığın söz söyleme sanatı olarak değerlendirilebilecek taraftar fanzinleri ele alınarak Fenerbahçe örneği incelenmiştir.

## 1. Literatür ve Kavramlar

### 1.1. Kitle Toplumu

Yapısal olarak küreselleştirici bir niteliğe sahip olan modernlik, on yedinci yüzyılda Avrupa'da başlayan ve sonraları neredeyse bütün dünyayı etkisi altına alan toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimlerine işaret eder (Giddens, 2018, s. 9). Bu anlamda, değişim ve dönüşümü anlamlandıran modernite, bireylerin içinde bulunduğu toplumsal yapıların örgütlülüğündeki tüm süreçlerin başka bir noktaya evrilmesini yansıtır. Modern olmak, Berman'ın (1982) ifadesiyle, ilerleme ve dünyanın dönüşümünü vaat eden, ama aynı zamanda, kendimizi sahip olduğumuz, bildiğimiz, olduğumuz her şeyi imha etme tehdidini taşıyan bir ortamda bulmamız demektir (aktaran Harvey, 2019, s. 23). Özçetin (2018, s. 46), modern dünyanın inşası ile birlikte meydana gelen dönüşümler ve yeni ortaya çıkan kalabalıkları adlandırmak için kullanılan terimlerden biri olan kitle kelimesinin uluslarına, mesleklerine ya da cinsiyetlerine bakılmaksızın yan yana gelmiş bireylerin oluşturduğunu ifade eder.

Kitle toplumu, tarihsel kökenini on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında gelişen Batı Avrupa kapitalizminin hızlı sanayileşme sürecinde bulur. Bu bağlamda, 'kitle toplumu', kapitalist işbölümünün gelişimi, büyük ölçekli fabrika organizasyonu ve meta üretimi, yoğun şekilde yoğunlaşmış kentsel nüfus, merkezileştirilmiş karar alma, daha karmaşık ve evrensel bir iletişim sistemi ve buna dayalı kitlesel siyasi hareketlerin büyümesi gibi kimi özelliklere sahiptir (Swingewood, 1977, s. 2). Tıpkı ilkel topluluklarda olduğu gibi bilinçdışı hareketlenmenin hâkim olduğu kitleler, değişen nitelik ve niceliklerin bir araya getirdiği bireylerin bütünü kapsar. Le Bon'a göre (2018, s. 29), oluşumlarının organizasyonu yalnızca ırka ve toplulukların yapısına göre betimlenemeyeceğinden, kitlelerin ruhları bu toplulukların tabi oldukları uyaranların doğasına ve derecesine göre çeşitlilik arz eder. Bu çeşitliliklerden oluşan psikolojik birlikte yer alan bireyler, oluşturdukları kitleler ile kolektif bir bilincin parçası haline gelirler. Böylece, bir kitle içerisindeki birey, olduğundan daha farklı bir kişiliğin izlerini taşır. Dijk (2018, s. 68), kitle toplumunun çok sayıda insanın endüstriyel şehirler ve ticaret merkezlerinde bir araya geldiği endüstri devrimi sırasında ortaya çıktığını belirterek bu toplumun temel öğeleri olarak köy veya şehirdeki mahallelerdeki nispeten daha yakın ilişkileri olan topluluklarda bulunan hane halkı ve geniş aileleri görmektedir. Bu yapılar, modern toplumların bir araya geldiği gelişmiş topluluklarda ağ toplumuna doğru yön değiştirmiştir.

### 1.2. Ağ Toplumu

Bireyin ait olduğu evren, doğal olarak gelişim, dönüşüm ve yenilik içerir. Bu dönüşüm parametrelerinden biri olan iletişim, endüstrileşme süreci ile değişimlere sahne olmuştur. Bu noktada iletişimin başat ögesi olarak gösterilebilecek insan iletişiminden post-modern zamanların karmaşık iletişim aygıtlarına kadar her bir alanda dönüşüm yaşanmıştır (Dilmen ve Öğüt, 2006, s. 5). Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin toplumları kuşattığı bir çağda, insanların birliktelikleri

de bu teknolojilerin olanakları doğrultusunda genişlemektedir. Yeni teknolojik paradigmanın ortaya çıkmasıyla toplumların yapısal dönüşüm süreçlerinde önemli değişiklikler görülmüştür. İnternetin yükselişi, bireylerin birbirine bağlanması, sürekli olarak bilgi ve iletişimin erişir hale gelmesi kişiler arası, örgütsel ve kitle iletişimini ön plana çıkarmıştır (Humida, 2015, s. 72). Fischer'ın (1992) öne sürdüğü gibi, maddi kültür olarak anlaşılan teknoloji, sosyal yapının ve sosyal değişimin temel bir boyutudur. Bu değişiklikler, alanyazında ağ metaforu ile açıklanmaktadır.

Yirminci yüzyılın sonlarında sosyolojik anlamını bulan 'ağ toplumu' nosyonu, bilgi toplumu ve iletişim alanındaki çalışmalarla daha tanınır hale gelmiştir. Castells (2004, s. 3), ağ toplumunu sosyal yapısı mikroelektronik tabanlı bilgi ve iletişim teknolojileriyle desteklenen ağlardan oluşan bir topluluk olarak niteleyerek bu toplumu anlayabilmek için akışlar uzamı, mekân uzamı ve zamansız zaman gibi kavramları ortaya atar. Ağ toplumu, bu bilgileri etkin bir şekilde kullanmak için gerekli iletişim ve ulaşım altyapısına sahip düğümler, şehirler veya bölgelerle kesişen küresel bilgi akışlarından oluşur (Andrew, 2016, s. 2). Vleuten (2004, s. 196), mevcut ağ şeklindeki küresel toplumun yükselişini son birkaç on yıldaki bilgi ve iletişim teknolojilerinin yükselişiyle ilişkilendiren Castells'in üçlemesinin teknoloji ve toplum üzerine teorik gözlemler ortaya koyduğunu ancak bu değişikliklerin teknolojik gelişmelerle nasıl ilişkili olduğu konusunda üstü kapalı kaldığını ifade eder. Benzer şekilde, eleştirel bir şekilde yaklaşan Dijk (1999, s. 128), Marx ve Weber'i hatırlatarak bu düşüncülerin kapitalizm ve sanayi toplumu teorisinin dikkatli ve tamamen ayrıntılı kavramsal çerçevelerini geliştirdiklerini söyler. Onlarla karşılaştırıldığında, bilgi çağına ilişkin özelliklerine ilişkin kavramsal detaylandırmalarını çok daha kabataslak bularak geleneksel ağ yaklaşımının ilişkili oldukları birimlere kıyasla bu ilişkilerin önemini vurguladıklarını söyleyerek bu yaklaşımın öz yerine şekle eğildiğini öne sürer. Bu anlamda, ağ teorisi, ağ yaklaşımının sadece ilişkilere odaklanmasına karşı çıkarak ağların birbirlerine bağlandıkları birimlerin özelliklerine de odaklanır. Toplumlardaki deneyimler ve süreçlerin değişen özünü enformasyon toplumu olarak niteleyen Dijk'a göre (2018), toplumların örgütlenme biçimleri ve altyapılarının değişen özelliklerine vurgu yapılmak için insanlık kadar eski olan sosyal ağlardan yola çıkarak 'ağ toplumu' kavramı kullanılmalıdır.

Ağ toplumunun küresel ölçekte yükselişi böylesine hızlanmışken, dünya çapındaki ağ kavramsallaştırması değiş tokuşun başladığı çağlara kadar gitmektedir. Bu anlamda, Davis (2005, s. 568), insanları ilişkilerde birbirine bağlayan etki ağlarının, sürekli olarak fikirlerin ve bilginin iletişimini içerdikleri için insan gelişiminin merkezinde olduğunu belirtir. J. R. ve W. McNeill'e göre (2003), 'dünya çapındaki ilk web', işbirliği, rekabet ve karşılıklı hayatta kalmak için iletişimin geliştirilmesi gibi konular yaklaşık on iki bin yıl önce gevşek bir ağ olarak başlamıştır. Sosyal ve kültürel değiş tokuşun böylesine eski bir geçmişi olması, ağlarla kurulu bir yaşamın aynı zamanda işbirliği ile de çevrili olduğunu göstermektedir. Dijital teknolojilerdeki son gelişmeler, organizasyonun olağanüstü bir canlılıkla yaratılabilen, sürdürülebilir, çözülebilen ve yeniden kurulabilen küresel, esnek, uyarlanabilir ve geçici ağlar tarafından gerçekleştirilen bir süreç olarak değerlendirilmesini gerektirmektedir (Contractor, 2009, s. 743). Bu süreç içerisinde özellikle toplumsal grupların sadece ağ üzerindeki bağlantılarına ve ilişkilerine değil aynı zamanda grupların ritimlerine ve rutinleri bağlamında özelliklerine odaklanmak yerinde olacaktır.

### 1.3. Toplumsal Gruplar

Bozkurt (2011, s. 152), içinde yaşadığımız toplumun kendi aralarında hiçbir işbirliği olmayan tek tek bireylerden oluşması durumunda nasıl yaşayabileceğimizi sorgulayarak grupların ve örgütlerin

olmadığı bir dünyanın olanaksızlığını öne sürer. Bireyin iyice yalnızlaştığı modern dünya, bir anlamda belli amaçlarla bir araya gelmiş insanların işbirliği ile aşılabilecek bir olgu haline gelir. Toplumsal gruplar, birçok amaç için bir arada bulunan insanları kapsar. Tan'a göre (1981, s. 44), grupların oluşturduğu insanlar hem birbirleriyle karşılıklı ilişkiler içinde bulunur hem de davranışlarında birbirinin davranışını dikkate alır. İnsanlar bir arada bulunsalar dahi, herhangi bir işbirliği gerektiren bir eylem içerisinde bulunmadıkları sürece bir grubu oluşturmazlar. Fichter (1994, s. 54), toplumsal grubu tanımlarken ortak sosyal hedefleri izleyen, sosyal normlar, ilgiler ve değerlere göre karşılıklı roller oynayan bireylerin sürekli birlikteliğinden bahseder. Durkheim'ın (2006, s. 59) ifadesiyle, her toplumsal grup, parçalardan oluşan bir bütündür; yinelenerek bu bütünü oluşturan nihai unsur ise bireydir. Toplumsal grubu oluşturan bireyler, yığın şeklinde bir araya gelmenin ötesinde belirli değer ve tutumları paylaşırlar.

Bir futbol stadyumunda bir araya gelen bütün bireylerden bahsederken bir grup aidiyetinden bahsetmek olanaklı değildir. Bu bireylerin bir amaç doğrultusunda birbirlerine kucak açması ile bir grubun varlığından söz edilebilir. Bir gruptan bahsederken, hedefler ve etkileşimler doğrultusunda üç ya da daha fazla insanın bir araya geldiği bir oluşum tarif edilir (Lewin, 1948). Bu tarz oluşumların futbol stadyumlarında konuşlanmaları ve buldukları alanları panayır yerine çevirmeleri, spor müsabakalarını birer kültürel alanlar haline getirir. Futbolun farklı dilden, kültürden ya da sosyal kökenden gelen insanlar arasında toplumun entegrasyon işlevini yerine getirdiğini ifade eden Alver'e göre (2008, s. 224), futbol, grup aidiyetliklerinin tanımlandığı ve kimliğin edinildiği, davranış esaslarının şekillendirildiği, politik ve sosyal temsilin gerçekleştirildiği bir toplumsal alandır. Küresel ölçekte kabul görmüş bir temsiliyet alanı olarak futbol, toplumların kültürlerini değiş tokuş yaptıkları bir saha görevi taşır. 19. yüzyılın ortalarından itibaren İngiliz topraklarından dünyaya yayılan futbol, tüm spor dalları içerisinde en gözde olanı olarak dikkat çekerken girdiği toplumların kültürel yapısı içerisinde kendine yer edinerek kültürel yapıların bir göstergesi olmuştur (Ergen ve Aydeniz, 2020, s. 89). Bu anlamda, toplumsal hareket alanı olarak değerlendirilebilecek stadyumlarda yüksek oranda örgütlenmeler görülmüştür. İnternet öncesi dönemde 'kitle toplumu' olarak adlandırılacak toplumsal örgütler, stadyumlarda aidiyet hissettikleri futbol takımlarını destekleyebilmek amacıyla bir gün önceden stadyum civarında bir araya gelerek toplumsal gruplaşmanın bir örneğini sergilemişlerdir.

Taraftar gruplarının futbolun endüstrileşmesi ile ortaya çıkışı arasında görülen paralellik, İtalya'da başlayan işçi sınıfına üye gençlerin bir arada oluşu ile devam eder. Ergen (2017, s. 43), bu doğrultuda, 1960'ların sonunda İtalya'nın Milan kulübünün taraftar oluşumu Fossa dei Leoni'yi kurumsallaştırmış ilk taraftar grubu olarak gösterir ve taraftar gruplarının kulüp kimliğinin yanı sıra ortaya koydukları grup isimlerinin alınmasında örgütlülüğün bir işareti olduğunu belirtir. Batı'da olduğu gibi ülkemizde de sermayedarlar için yeni bir pencere açmış olan futbol, kitlelerce sevildikçe endüstriyel bir pazarın parçası haline gelmiştir. Demir (2020, s. 359), modern futbolun doğumuyla beraber müsabakaların büyük ilgi görmesinin, futbol endüstrisi adında yeni bir endüstrinin oluşmasına neden olduğunu ifade eder. Muhtelif manifestolarla bir araya gelmiş taraftar grupları, futbolun 'gösteri dünyası'ndaki failliğinden rahatsızlık duysalar da, küreselleşme ve sanayileşme olgularının futbolu bir 'oyun'dan ötesine taşımasıyla birlikte; stadyumlarda [Weber'ci ifadeyle] 'büyüsü bozulmuş' bir alanda hissederler. Bu nedenle, endüstriyel futbola karşı bir tavır sergileyen taraftar grupları, stadyumlarda her daim dayanışma bağlamında kolektif bir kimlik oluşturma arzusu güderler. Taraftar grupları, stadyumlardaki konuşlandıkları tribünlerden bir endüstriyel futbol gerçeği olarak farklı yerlere ayrılarak küçülmek ve dağılmak tehlikeleri ile yüzleşmeye başladığından beri futbolun 'taraftar' mefhumunu 'seyirci'ye dönüştürmesi, aidiyet kurulan kulübe karşı yabancılaşma sürecini zorunlu kılar. Debord

(2017, s. 43), gösteri dünyasında izleyicinin seyredilen nesneye karşı yabancılaşmasını 'izleyici ne kadar çok seyredirse o kadar az yaşar; kendisini egemen ihtiyaç imajlarında bulmayı ne kadar kabul ederse kendi varoluşunu ve kendi arzularını o kadar az anlar' şeklinde ifade eder. Böyle bir gösteri dünyasının vazgeçilmez bir unsuru olarak görülen taraftar grupları, futbolun pazar payında oldukça önemli bir parametre olarak değerlendirilmesine karşın çoğunlukla olumsuz yaftalarla itibarsızlaştırılmaktadır. Rookwood ve Pearson (2012) tarafından yürütülen ve bir dizi etnografik çalışmadan oluşan saha araştırması, 'holigan' şeklinde ötekileştirilen taraftar oluşumlarının pratik bağlamda sadece zararlı yönlerini görenlere karşı taraftar ilişkileri anlamında olumlu yönlerini de ortaya koymuştur.

## 2. Yöntem

Bu çalışma, toplumsal gerçeklerin bir analizini sunan paradigma ışığında nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Nicel araştırmaların temelinde yatan olgucu düşünceye karşı yorumlamacı anlayışı savunan nitel paradigma; olguculuğu aşırı statükocu bulmakta ve gerçeğe her zaman ya da yalnızca görgül yaklaşımlarla ulaşılamayacağını ileri sürmektedir (Şimşek, 2015, s. 168). Bu anlamda, gündelik hayat değerlerinin ve pratiklerinin sadece pozitivist yaklaşımla açıklanamayacağını düşünen nitel paradigma, toplumsal fenomenolojinin tek bir gerçek noktada bulunamayacağını ileri sürer. Nitel veri ile elde edilen kelimeler, insanların ve örgütlerin özel bir niteliği olarak Robson'ın ifadesiyle (2017, s. 535), öyküler, açıklamalar ve diğer sözcüklerin derlenmesi zengin, dolu, gerçek gibi farklılaşan biçimlerde tanımlanmakta ve rakamların zayıf çıkarımları ile karşıtlık oluşturmaktadır. Buradan hareketle, araştırma, nitel çalışma deseninde tasarlanarak, taraftarlık altkültürünün değişim boyutlarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

### 2.1. Araştırma Alanı

Özen ve Gül'e göre (2007, s. 396-397), araştırmalarda araştırmacının amacı evrenin tanımlanmasında temel ölçüt olurken, örneklem ise evreni temsil etmek üzere çeşitli tekniklerle evren elemanlarından seçilen ve üzerinde inceleme yapılan grubu temsil etmektedir. Bu araştırma, taraftarlık altkültürünün yeni medya mecralarının artmasıyla beraber değişim pratiklerinin gözlenmesini amaçladığından, söz konusu çalışmanın evrenini Fenerbahçe tribün gruplarındaki bireylerin yayınları olan fanzinler oluşturmaktadır. Fanzinlerin çoğu tarihsiz ve sayısızdır; anonim metinleri içerdikleri için yazar ve editörlerinin kimliğini öğrenmek, dahası bütçeleri, dağıtım yerleri ve ne kadar süredir çıktıklarına dair bilgilere ulaşmak neredeyse imkânsızdır (Young, 1999, s. 125). Bu nedenle, araştırma fanzinlerin tüm çalışmalarına ulaşılmasının kısıtlı olması nedeniyle belirli bir örneklem ile sınırlandırılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örnekleminin kullanıldığı çalışmada fanzinler evreninde yer alan çok sayıda yayından tipik olan bir fanzin ele alınmıştır. Bu doğrultuda, araştırma sahasını, Fenerbahçe futbol takımının öncü tribün gruplarının aktif üyelerince oluşturulan yayın olan Cefakâr Maraton fanzini oluşturmaktadır. Cefakâr Maraton adlı yayın, A5 boyutlarında, zımbalı, kapak sayfaları renkli, diğer sayfaları renksiz olarak hazırlanan taraftar dergisidir. 2005-2021 yılları arasında dokuz sayı çıkmış olan çalışma, fanzin kültürünün düzensiz ve aperiodyk şekilde basılma tekniği düşünüldüğünde, sonraki nesillere taşınmış kültürel bir öge olarak göze çarpmaktadır. Araştırmanın Fenerbahçe tribün gruplarının çeşitli üyelerinin bir arada bulunarak oluşturduğu bir yayın olan bu fanzinin seçilmesinin nedenleri arasında araştırmacıların yayınlara ulaşmada kolaylık unsurunun yanı sıra söz konusu tribün örnekleminin geniş, renkli ve çeşitli taraftar gruplarıyla Türkiye'de avangard bir konumda olması gösterilebilir. Çalışmada yer alan metinler, stadyumlarda konuşlanmış

taraf tutar gruplarındaki çeşitli yaş gruplarında yer alan bireylerin çözümlemesini içerir. Tribün kültürü ve taraftarlık bilinci içerisinde önemli organizasyonlara imza atmış kişilerce oluşturulan metinlerin semantik ve sentaktik yapısının sosyolojik bir çözümlemeye gidilmesinde önemli olduğu görülmüştür. Bu anlamda, tribün kültürünün kapitalist yayın anlayışından uzak 'karşı-kamusal alan'ını oluşturan fanzinlerin tümünün evren olarak belirlendiği araştırmada yer alan örneklemeledeki fanzinlerdeki metinlerin, çalışmanın amacını belirlemede önemli olduğu söylenebilir.

## 2.2. Araştırmanın Teorik Çerçevesi ve Veri Toplama Teknikleri

Araştırmanın temel kurgusu, tribün kültürü fenomenini oluşturan çeşitli unsurların sentezini bir araya getirerek kapsayıcı bir bakış açısı sağlamak amacıyla söylemsel analiz üzerine temellendirilmiştir. Ayrıca, araştırmanın temelinde Marshall'ın ifade ettiği üzere (199: 829), sembolik etkileşimcilik ile etnometodolojiye dayanan ve her toplumsal etkileşimi yorumlanacak bir olgu olarak değerlendiren yorumsamacı paradigma yatmaktadır. Enformel gözleme alanı olarak uzun süre stadyumlarda bulunarak çeşitli tespitlerde bulunmuş, bir anlamda Bourdieu'cu şekilde tribün aktörleri metinler aracılığıyla konuşturulmaya çalışılmıştır. Literatürde 'kitle toplumu' ve 'ağ toplumu' olarak belirtilen toplulukların örgütlenme aşamasında stadyumlarda aktör olarak hazır bulunarak birer özne edinimi olarak yer almış kişilerin bağımsız yayınlarında yer alan metinlerinden söylemsel bir analize gidilmiştir.

## 2.3. Veri Analizi

Veri analiz sürecinde geçerlilik ve güvenilirlik konularına dikkat edilmiştir. Sığrı (2018), nitel araştırma yöntemlerinde doğal ortamda bilgi toplamaya, araştırmacının araştırma alanına yakın olmasına ve ek bilgi elde edilebilme hususlarına dikkat çeker. Çalışma, bu anlamda söz konusu noktalara önem göstererek bu parametreleri doğrulamıştır. Ayrıca, metinlerden elde edilen verilerin analiz süreci alıştırma, kodlama, tema geliştirme, iyileştirme, adlandırma ve yazma aşamalarını kapsamaktadır (Braun vd., 2016). Söylem analizi yönteminde çalışmanın kuramsal çerçevesi ışığında, Sarıkulak ve Koca'nın (2019) çalışması örnek alınarak araştırmaya uygun kodlar aracılığıyla temalar oluşturulmuş; bu temalar, çalışmanın parametreleri ekseninde tartışılmış ve yorumlanmıştır.

**Tablo 1.** Veri Analizi Sürecine Dair Kod ve Tema Örnekleri

Kod	Tema	Örnek
Ritüel	Gündelik Yaşamın Mikro-Kozmosu: Maç Günü Rutinleri	"Maç sonrası arkadaş çevremde oluşan ritüel gereği, kokoreç yer, bu sırada maç ile ilgili değerlendirmeleri yaparız" (Fatih Baş).
Tribün Kültürü	Gösterinin Uçsuz Bucaksız Birliğine Karşı Tribün Kültürü	"Maç öncesi tribünlerde zaman geçirilemediği için üretim, paylaşım ve sahiplenme azaldı. Modernleşirken içi ruhsuzlaşan bir tribün yapısı ile beraber taraftarlık kültürü de yok olmaya başladı" (Volkan Eruçar).
Eylem	Vita Activa: Taraftarlığın Praksis Hali	"Son senelerde tribün kültürü adına aktif sahnenin arkasında kalsak da geçmişten günümüze yaptıklarımızdan bazılarını el emeği pankartlar, taraftarlar için üniversitelerde düzenlediğimiz paneller, özgün tezahüratlar, bir iletişim aracı olarak fanzinler olarak sıralayabiliriz" (Cenk Günel, Ferhat Eren).

### 3. Bulgular ve Tartışma

#### 3.1. Gündelik Yaşamın Mikro-Kozmosu: Maç Günü Rutinleri

Her kültür kendi doğru ve yanlışlarının belirlendiği ve bireyin gündelik yaşamında yol gösterici olarak yararlandığı etik sistemlere sahiptir (Kartarı, 2014, s. 276). Tribün, hayatın bir mikro-kozmosu olarak, bir kültürler sisteminden oluşur. Bu kültürel semboller evreninde, gündelik yaşamın örüntülerine rastlanır. Örgütlerin, grupların ya da organizasyonların oluşturduğu gündelik yaşamı anlayabilmek, anlatıcının araştırma sahasını söz konusu hayatın merkezine kurması ve sonra farklı bir gözle bakabilmesi ile gerçekleşir. Merleau-Ponty'nin işaret ettiği üzere (2020), bireye gündelik yaşamdaki duyu ve tutumlarıyla açılan dünya, ilk bakışta en iyi bilinen dünya gibi gelse de algının evrenini somutlaştırmak belli bir çaba ve zamanla gerçekleşebilir. Bir stadyumda bulunmak, temel olarak bir spor müsabakasını takip etmek için alanda yer almak gibi bir anlam içerse de, tekil insanın içinde yaşadığı hazı barındırır. Dahası bir grup halinde bulunan taraftar örgütleri, tribünlerde Durkheim'ın 'mekanik dayanışma'sını sergilerler. Tönnies'in (1887) 'cemaat' şeklinde açıkladığı kavram [Gemeinschaft], birbirine içtenlikle bağlananlar arasında gelişir, böyle bir edimi sergilemek için herhangi bir düşünsel faaliyet sergilemeye gerek kalmaz. Nitekim bir tribün setinde bir amigonun işareti, bütün tribünleri yönlendirir. Geçmişin "nostaljik ancak yok olmaya mahkum büyü" ve yarınların "mecburi tatsızlığı" arasında Tönnies konumlanmakta zorlanır (Ünsaldı ve Geçgin: 2020, s. 165). Bahsedilen modern memnuniyetsizliğin tribün evrenindeki taraftarda da karşılığı yüksektir. Ortaya çıkan endüstriyel ve modern futbol, taraftar gruplarını da kitlesel toplumdan ağ toplumuna taşımaktadır. Tönnies'in modernite öncesine dair kavramsallaştırdığı ilişkiler, geleneksel şekilde konumlanmış taraftar bağlarını hatırlatır. Taraftar-tipi bir arada oluş, tribündekileri kentsel-kapitalist alanın devasa ağındaki sarmalından çıkarır, insani ve sıcak ilişkilere götürür. Tribünü sıklıkla mekân edinmiş taraftar olarak birey, [içeriden olana olağan gelen] rutinlerle yaşamını şekillendirir.

*Maç öncesi stadyum etrafında arkadaşlarla erkenden buluşur, yemek yer, bir şeyler içeriz. Genelde futbol ve o günkü kadro üzerine sohbetler edilir. Tezahüratlar eşliğinde güzel bir eğlence ortamı oluştururuz. Stada girdikten sonra aynı ortam tribünde de devam eder. Maç sonrası arkadaş çevremde oluşan ritüel gereği, kokoreç yer, bu sırada maç ile ilgili değerlendirmeleri yaparız (Fatih Baş, 2019, s. 18; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 7).*

*Maç saatinin gelmesi için sabırsızlanıyorum. Tribünde olacaksam Kadıköy'de yemek yiyeceğim arkadaşlarım ve mekân genelde değişmiyor. Açıkçası maç günlerinde ibadetlerimi daha düzenli yapmaya çalışıyorum. O gün maçı kazanıp eve mutlu dönmemiz için bol dua ediyorum (Mustafa Mücahit Sak, 2005, s. 7; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 2).*

*Bir maç günüm, eğer çok önemli bir şey yok ise uyandığımdan itibaren maç hazırlıkları ile geçer. İç sahada ise devamlı maç seyrettiğim arkadaşlarımız ile 'nerede, ne zaman, nasıl ve nerede yemek yiyeceğiz gibi konuları konuşur anlaşıyoruz. Deplasmana gideceksek yine arkadaşlarımızla yola çıkarız. Maç öncesi yemek yeriz ve yoldaysak 'akşam ne olur, nasıl takım çıkar' kritiği yapılır. Keza tribün ve bilet konuları her zaman gündemde olur. Maça girilir. Her zamanki gibi deplasmana gelenler ya da iç sahada aynı tribünde olanlar [birbirini tanıdığı için] selamlaşır, maç öncesi son sohbetler yapılır. Maçı kazanmışsak eve keyifle maç kritiği eşliğinde dönülür. Eğer kaybetmişsek işte o zaman kâbus başlar, eve gitmek istemeyiz. Deplasman dönüşüyle azap yolu bitmek bilmez. Günün sonundaki halet-i ruhiyemiz sahada ve tribünde yaşadıklarımıza göre şekillenir (Adem Köz, 2018, s. 4; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 6).*

Taraftar ontolojisi, mitlerle dolu olsa da ritüeller, bu kültürün önemli bir parçasıdır. Bireyselleşmenin bir modernite çıktısı olduğu günümüzde, azalmalar göstermekle birlikte, ritüeller silsilesi sergilenmeye devam eder. Bir futbol maçı öncesi, stadyuma gelmeden önce tribünden birileriyle buluşulur, sofralar kurulur, geleneksel bir şekilde kimi zaman yoğunlaşan tezahüratlar eşliğinde sohbetler edilir. Tribün insanının sohbetinde öne çıkan iki olgu oynanacak müsabaka ve 'tribün'ün halidir. Her ne kadar sahada oynanacak olan 'oyun'a puanlar verilse de, tribünlerde karşı taraftar gruplarıyla bir başka oyun oynanır. Bu oyun, şölenin bir parçasıdır. Daha iyi performansla kazanılacak bir karşılaşma,



tribündekilerin ruh halinde önemli kazanımlar gösterir.

*Maç gününü mutlaka Cefakâr Kanaryalar adını verdiğimiz gruptaki ailemle geçiririm. Maçın durumuna göre, hâlihazırda yaptığımız pankartların görece daha genç arkadaşlar tarafından tribünlere asılması, söyleyecek sözlerimizin tribünün dili çerçevesinde söylenmesi beni rahatlatır. Oynayacağımız karşılaşma bir derbi müsabakası ise koreografi hazırlanır. Bu nedenle, erkenden tribünde olunur. Maça gelmeden önce Yoğurtçu Parkı'nda buluşulur, tribün ve Fenerbahçe temalı sohbetler yükselir (Alpaslan Özçelik, 2005, 2. 23; Cefakâr Maraton sayı 1).*

*Maç öncesi rutin bir şekilde arkadaşlarımla buluşur, mutlaka bir şeyler yer, içeriz. Taraftarların yoğun tezahüratları eşliğinde sokaklarda yürümeyi severim. Tribünden içeri girdiğimde uzun süre taraftar gruplarını gözlemlerim. Yarı yarıya tribünlerin olduğu zamanları özleyorum. Her ne kadar şiddet görülse de, aidiyet ruhu üst düzeydi. Tribün kültürü için internet forumlarında çok zaman geçirmiştım. Şimdi başka türlü düşünüyorum. Olmasa da olur diyebilirim (Ahmet Vehbi Şafak, 2014, s. 15; Cefakâr Maraton sayı 4).*

Çetin (2018, s. 3), gündelik hayatın bireyin rutin alanı görülmesine karşın her türden politik, toplumsal ve ekonomik tesire açık olduğunu belirterek sürüp giden değişimlerin sistemdeki yansımalarının taşıyıcısı olarak görür. Maç günü edimleri bağlamında taraftarlık kültürü, kolektif bir çabaya tanıklık eder. Daha çok arkadaşlarla buluşma, yeme-içme gibi faaliyetlere sahne olan maç günü rutini, toplumsal değişmeden payını almaktadır. Özellikle stadyumlara erken girilip maç saatinin beklendiği dönemlerdeki toplum dinamiklerinde, birliktelik ön plandadır. Bir arada olmanın getirdiği şenlikli hal, taraftarların söylemlerine katkı yapmıştır. Birlikte bestelenen tezahüratlardan yükselen sesler, on yıllardır tribünlerde dillendirilmeye devam etmektedir. Öte yandan, bireyselleşmenin muktedir olduğu günümüz evresinde, tribünlerdeki örgütlenme daha küçük yapılarla devam etmesine rağmen büyük birlikteliklerin yok olmaya yüz tuttuğu görülmektedir. Tribün grupları, Anderson'ın tabiriyle (2017, s. 225), çerçeveleri tarihsel, ortamları sosyolojik olan bir yapıdadır.

### 3.2. Gösterinin Uçsuz Bucaksız Birikimine Karşı Tribün Kültürü

Giddens (2018, s. 81), modernliğin kuramsal boyutlarını dört kavram altında toplayarak modernlik koşullarında çok sayıda insanın, yerel pratikleri küreselleşmiş toplumsal ilişkilere bağlayarak günlük yaşamın başlıca yönlerini düzenlediği koşullarda yaşadığını belirtir. Giddens sosyolojisinde bu kavramlar, kapitalizm, endüstriyalizm, iktidar ve gözetleme olarak açıklanır. Taraftarlık deneyimleri, bu ilişki merkezlerin yoğun yaşandığı futbol sahalarından nasibini oldukça fazla bir şekilde alır. Toplumsal dönüşümün birer merkezi olan tribünler, Giddens'in öne sürdüğü kavramlarla düşünüldüğünde, değişimin gözlenebileceği bir kültürel aktarım aracı haline gelir.

*Bir tribün grubu içinde [özne] olma deneyimini politik ortamın görece daha normal olduğu ve endüstriyel futbolun bu kadar alevlenmediği bir dönemde on yıl kadar yoğun biçimde yaşadım. Büyük bir sosyal zenginleşme deneyimi oldu benim için. Farklılıklarla karşılaşma, çatışki durumlarıyla yüzleşme, çözmeye çabalama, kültürel birikim oluşturma ve sevinci/üzüntüyü kolektif biçimde yaşama deneyimi elde ettim (Erden Kosova, 2021, s. 7; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 9).*

Kolektivitelerin (gruplar, örgütler, topluluklar) bir hayli yoğun görüldüğü 'kitle toplumu' kavramsallaştırması, tribün kültüründe önemli bir konumda yer bulur. Taraftar grupları içerisinde bireylerin kültürel değiş tokuş süreçleri içerisinde yer alması, toplumsal bir biçim oluşturur. Biçimler yoksa toplum da yoktur (Freund, 2002, s. 168). Simmel'e göre (1968, s. 8-9), bizi bir arada toplayan, yani toplumsallaştıran biçimlerden biri terk edildiğinde toplum ayakta kalabilir ancak biçimlerin tümüyle ortadan kalktığı bir toplum var olamaz (Freund'dan akt. Ünsaldı ve Geçgin: 2020, s. 162). Toplumunu oluşturan biçimlerden biri olarak gösterilebilecek tribün kültürü, sosyal bir deneyim sunar.

*Doksanlı yıllarla şimdiki zamanın en büyük farkı iletişim. İnternetin, sosyal medyanın, cep telefonunun olmadığı bir dönemden bahsediyoruz. Kimsenin kimseye sanal bir üstünlük kurmaya çalışmadığı, her anlamda gerçek ve fiziki güçlerin yarıştığı, gerçekten emek verilen dönemlerdi (Ferhat Eren, 2019, s. 7; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 7).*

*İnternet öncesi hatta cep telefonu öncesine kadar gittiğimizde, bir derbi maçı sabahlamasına üç bin kişinin aynı yerde toplanabilmesi ve rakibinde ona yakın sayıda hazır beklemesi örgütlenmenin büyüklüğünü gösterdiğini düşünüyorum. Hangi maçta kimin nerede toplanacağı, nasıl hareket edileceği bir ritüel gibi olur ve bilinirdi. Anadolu'daki deplasman maçlarında tribünler büyük oranda İstanbul takımlarına ayrıldığından, taraftarlar akardı. Şimdilerde deplasman taraftarına uygulanan yüzde beşlik kontenjan nedeniyle çok kısıtlı sayıda taraftar hareketi ve örgütlenmesi mümkün olabilmektedir. Günümüzde tribün grupları adında örgütlenmeler mevcut olsa da yapılabilecek organizasyonlar minimuma inmiştir. Endüstriyelleşmemiş futbol gibi çok daha samimi, çok daha emek verilen, çok daha içten sevilen zamanları özleyorum. Gece maçlarının başlamasından önce ve sonra, kombine uygulamasından önce ve sonra, derbi maçlar için yarı yarıya tribün uygulamasının kalkmasıyla taraftarlık tasnifleri değişim göstermiştir. Seksenli ve doksanlı yıllara kadar geriye gidersek, bir gece önceden öğlen maç saatine kadar sabahlamaların yapıldığı, çok acımasız kavgaların yaşandığı ama aynı zamanda tribünlerde maç başlayana kadar zaman geçirildiği, bilet fiyatlarının ucuz olduğu, kombine ya da loca gibi daha net sınıf farklılıklarının görülmediği dönemlerden vahşi kapitalist endüstriyel futbolun zalimce etkisini gösterdiği dönemlere geldik. Maç öncesi tribünlerde zaman geçirilemediği için üretim, paylaşım ve sahiplenme azaldı. Modernleşirken içi ruhsuzlaşan bir tribün yapısı ile beraber taraftarlık kültürü de yok olmaya başladı (Volkan Eruçar, 2020, s. 11; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 8).*

Tribün kültürü, modernist dalganın ardından benliğini ve büyüsunü kaybetme korkusu ile karşı karşıyadır.. Tribünlerin aktörleri, geçmişi yüceltmek duygusunun ötesinde, güdülen politikaların taraftarlığına kimliğini yokettiğine inanmaktadır. Metinlerde değerlendirildiğinde, modernite uygulamalarının üretim, paylaşım ve sahiplenme duygularında negativite unsuru oluşturduğu gözlenmektedir. Harvey'in vurguladığı gibi (2019, s. 21), modernizm; bilgi ve üretimin standartlaşması, pozitivist ve teknoloji merkezli bir şekilde özdeşleştirilen bir bakış açısına sahipse, taraftarlarca modernizmin bu yönüne yükselen ses, meşru bir tepki olarak değerlendirilebilir. Bu anlamda, tribüne dair var olan toplumsal ve kültürel değerler, birer 'gösteri'nin parçası haline gelir. Özellikle, İstanbul'un üç büyük takımı arasında yarı yarıya paylaşılan tribünlerin belirli bir kontenjana daraltılması, kombine ve loca uygulamalarının 'belirli' bir sınıfı tribünlerden uzaklaştırması gibi olgular, gösteriyi imaj haline getirir. Modern koşulların hâkim olduğu toplumların tüm yaşamı, gösterilerin uçsuz bucaksız birikimi olarak görülür ve dolaysızca yaşanmış her şey, yerini bir temsile bırakarak uzaklaşır (Debord, 2017, s. 34).

*Ben Eskişehir'den İstanbul'a 18 yaşında bir üniversite öğrencisi olarak gelen genç birisi olarak maça gidebilecek tek bir arkadaşım bile yokken Fenerbahçe adına herkesi internet kanallarıyla tanıdım. Fenerlist, Antu, Omuzomuza, FriendFeed ve Twitter aracılığıyla pek çok insanla tanıştım, görüştüm, onlarla birlikte çalıştım, Fenerium'da iş bile buldum. Elbette bunun faydalarını bu yüzden görmezden gelemeyiz. Öte yandan özellikle ilk yıllarında insanların ekranlar arkasına saklanarak şiddeti körüklediğini, nefreti tetiklediğini de gördük yaşadık. Ve bunu yapanlar, suç işleyenler, bu işin içinde olup mutlu olmaya çalışanlara büyük zararlar verdiler. Şu anda elimizde eskisinden beter bir futbol kültürü var. İyi bir teknoloji kötü ellerde silaha da dönebilir, iyi ellerde çok işe de yarayabilir. Ben yine de pozitif taraftayım ve buna minnet ediyorum. Olmasaydı belki çok daha kabuğunda bir insan olarak kalırdım (Tuncay Yavuz, 2020, s. 15; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 8).*

*İnternet taraftar gruplarının kolayca örgütlenmesini sağlamıştır. Daha rahat iletişim kurması, birlikte hareket edebilme kabiliyetlerini arttırmıştır. Kitlesele halinde hareket edebilen grupların oluşmasına sebep olmuştur. Bunun yanı sıra saygıyı ve sevgiyi kaybetmemize sebep olmuştur. İnsanların bilgisizce, cahilce ve fütursuzca hareket etmelerini kolaylaştırmıştır. Şu anda internette oluşan taraftar olgusu birçok gerçeği yok etmiş ve kontrol edilemeyen bir güç haline gelmiştir. Bu çoğunluk, doğru veya yanlış kararların arkasından koşmaya başlamış ve bunları futbol yöneticilerine dikte etmiş ve baskı kurmuştur. Bu baskı futbolda her şeyi baştanbaşa değiştirmiştir (Fatih Baş, 2020, s. 19; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 8).*

İletişimin ön planda olduğu sosyal medya mecraları, ilişkiler anlamında birbirinden farklı ortamları içerir. İlk bakışta, sosyal medyayla birlikte, insanlar herhangi bir durum ve sorun karşısında daha kolaylıkla haberleşebilmekte, bilgilenmekte ve hatta örgütlenebilmektedir (Tokgöz, 2015, s. 410). Bu bakımdan değerlendirildiğinde, iletişim pratikleri oluşturan sosyal medya platformları, taraftarların birlikteliğini, beraber paylaşım ve üretim duygularını artırmaktadır. Özellikle, internet ağının ilk dönem yaygınlaşmasıyla birlikte taraftarların bir arada olduğu forumlar, farklı örgütlenmeleri doğurmuştur.

*Benim tribünde olduğum dönemde cep telefonu bile yoktu. Taraftarlar öğleden sonra ya da akşam olan maçlar için sabahın erken saatlerinde stadyum kenarına gelir sosyalleşirdi, ardından orada randevular verilir ve bir dahaki toplanma zamanı beklenirdi. Elbette iletişim olanakları zayıftı o zamanlar. Şimdilerde maç bittiğinde taraftarlar sosyal medya ortamlarında kızgınlığını, sevincini, hüznünü anlık paylaşabiliyor. Yine de ben internet ve sosyal medya araçlarıyla beraber daha geniş kitlelere ulaşıldığını düşünüyorum ama her şeyde olduğu gibi tribün kültürü açısından da ruhsuz bir döneme girildiğini düşünüyorum (Mustafa Mücahit Sak, 2009, s. 16; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 3).*

*Taraftarlık nasıl ki artık tribünde değil de sosyal medyada yaşıyorsa, tribün grupları da benzer şekilde sadece tribünde değil, sosyal medyada kuruluyor, çatışıyor ve birbirlerine saha sonuçlarından bağımsız olacak şekilde, üstünlük sağlamaya çalışıyor. Hiyerarşi, rütbe, önceki nesile saygı gibi kavramlar tamamen ortadan kalkmış durumda. Bunun yerini etkileşim sayıları aldı (Ozan Cılga, 2018, s. 8; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 6).*

*Tık almak üzerine yürüyen bir sistem. Herkes 'ben de konuştum' demenin peşinde. Bazıları bunu maddi faydaya çevirmeye çalışıyor. Taraftarın görevi tribüneyken takıma destek olmaktır. Onun dışında ne dedikleri, nasıl dedikleriyle bağlantılı olarak önem kazanır veya kaybeder (Onur Tuncer, 2020, s. 19; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 8).*

Öte yandan ticari sosyal medya platformlarında, kullanıcıları sadece enformasyonun tüketicileri olarak değil ayrıca kullanım değerleri olarak profiller, içerik, bağlantılar, toplumsal ilişkiler, ağlar ve topluluklar yaratan üretkeçiler [üretken tüketiciler] olarak gören Fuchs (2015, s. 404-405), 'dijital emek' kavramıyla sosyal medyanın kullanım değerinin yabancılaşmayla sonuçlandığına dikkat çeker. Ona göre, kullanıcılar, artı değer ve parasal karlar yaratarak sömürülen işçilerdir. Bu anlamda, Castells'in tekno-coşku ve tekno-determinizm düşüncelerine eleştirel bir yaklaşım sunarak [Castells'in] sosyal medya kuramında güç, özerklik, toplum, sosyallik ve kapitalizm kavramlaştırmaları ile bir ilişkiden yoksun olduğunu belirtir (Fuchs, 2016, s. 124). Metinlerden hareketle, teknolojilerin sağladığı olumlu yaklaşımların farkında olunduğu saptanırken, tribün kültürü bağlamında düşünüldüğünde karanlık tarafların ön plana çıktığı görülmektedir. Kullanıcıların ortaya koyduğu dijital emek, toplumsal değişimin bir yansımasına ortaya koyar. Özellikle etkileşim sayıları, sosyal medya ağlarında güç ve kapitalist ilişki ağını doruğa çıkarır. Taraftar örgütlenmeleri, yerini tribünlerden çok sosyal medya platformlarına bırakarak asıl kültürün yok edilmesinde pay sahibi olmaktadır. Toplumsal değişimin bir sonucu olarak, taraftarlık altkültürünün sosyal medya ağlarında farklı bir yöne evrildiği günümüzde, tribün cemaatinin görev ve sorumlulukları tribünlerden daha çok bu platformlar olmaktadır. Bu haliyle, taraftarlar, kendi uzamlarından koparak yabancılaşmış ve sömürleşmiş dijital işçiler haline gelmeye devam etmektedir.

### 3.3. Vita Activa: Taraftarlığın Praksis Hali

Arendt (1994, s. 17-19), üç temel insani etkinliği, emek, iş ve eylemi ifade etmek amacıyla, Antik Yunandan izler taşıyan 'Vita Activa' – aktif yaşam terimini önerir. Ona göre, yaşam süreci içerisinde üretilen bir etkinlik olarak emek, dünyasallık olarak gördüğü iş ve doğrudan insanlar arasında geçen yegâne faaliyet olan eylem, insani varoluşun en genel durumuyla yakından ilgilidir. Praksis ya da eylem olarak ortaya konulan olgu [Arendt'in ifadesiyle (1994, s. 242) inisiyatif almak, başlamak, bir şeyleri harekete geçirmek], insani çoğulluğa işaret eder ve insanı 'şeyleştirmek'ten kurtaran aktif bir yaşamı temsil eder.

*Doksanlı yılları başında Fenerbahçe tribünü; maraton, açık ve numaralı olarak üç ana unsurdan oluşmaktaydı. Bu üç tribün katılımcıları, iletişim bağlamında birbirlerinden oldukça kopuk bir tutum sergilemekteydiler. Biz numaralı tribün sakinleri olarak ilk etapta [Sefa Kalya ve ekibi olmak üzere] maraton tribünü ile iletişimsel diyalogu başlattık. Bu iletişim pratiklerinden 'Fenerbahçe Taraftarlar Birliği' adında bir oluşum doğdu. Bu birliğin [daha sonra yaptıkları emekleri düşünülecek olursa] oluşmasında emeğimiz olduğunu düşünüyorum. Tek düze bir görsellik içerisinde olan tribün dinamiklerini, Avrupa tribünleriyle olan etkileşimler doğrultusunda önce toplu forma giyilmesi ile başlayan süreçte meşale ve davullarla çok daha görsellik kazanmasına katkı verdik. İki binli*

*yıllarda özellikle İtalya tribünlerinde gördüğümüz koreografi çalışmalarının Türkiye'deki yansımaları için zemin oluşturacak eylemler içerisinde yer aldık. Ünifeb ve Cefakâr Kanaryalar gibi gruplardaki genç kardeşlerimizin muhteşem tribün görselliklerine desteklerimizi elimizden geldiğince yapmaya çalıştık (Adem Köz, 2005, s. 14; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 1).*

Yılmaz'a göre (2016, s. 24), bireysel bir faaliyet olarak değerlendirilebilecek saf düşüncenin, yani theoria alanı anlamına gelen 'vita contemplativa'nın ters istikametinde olan 'vita activa', bu dünyadaki aktif eylemlerle ilgilidir. İnsanlar, Arendt'in dediği gibi (1994, s. 245), eylemde bulunarak ve konuşarak kim olduklarını gösterir, benzersiz kişisel kimliklerini etkin bir biçimde ortaya koyarlar ve bu sayede insani dünyada boy gösterirler. Bir eylem alanı olarak tribünler, oldukça aktif bir yaşamın evrenini oluşturur. 1982 yılında Fenerbahçe Stadı'nın açılmasıyla birlikte ekonomik ve sınıfsal anlamda tribünlerde konuşlanan taraftarlar, iletişimsel bağlamda oldukça kopuktu. Aynı stadyumda farklı sınıfların bir arada oluşu, taraftar tezahüratlarında da görülmekteydi. Özellikle deplasman maçlarına giden taraftarların, tribünlerde görsel ve işitsel bir birliktelik oluşturması adına kurulan 'Fenerbahçe Taraftarlar Birliği' farklı büyüklükteki tribün gruplarını bir çatı altında toplamayı arzulamıştır. İnternetin henüz olmadığı ancak yine de çeşitli kültürel değiş tokuşlarla birbirine bağlı olan taraftarların geniş ölçekte bir isime, pankarta ya da ambleme sahip olmaları 'ağ toplumu' kavramı ile gelişmiştir. İnternet ağları ile iletişim birlikteliği yakalayan taraftar oluşumları, özellikle Avrupa'daki maçlara daha sık gitmeye başlamışlardır. Bu etkileşim, kültürel transferi de bir araya getirerek Türkiye tribünlerindeki ilk toplu forma giyme, meşale, davul gibi tribün eylemlerinin görülmesine öncülük etmiştir.

*Genç Fenerbahçeliler'in bir alt grubu olan 1907 Gençlik'in kurucuları olarak tribün kültürü için çok faydalı işler yaptığımızı inkâr edemeyiz. Son senelerde tribün kültürü adına aktif sahnenin arkasında kalsak da geçmişten günümüze yaptıklarımızdan bazılarını el emeği pankartlar, taraftarlar için üniversitelerde düzenlediğimiz paneller, özgün tezahüratlar, bir iletişim aracı olarak fanzinler olarak sıralayabiliriz (Cenk Günel, 2009, s. 11; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 3).*

*Tribünde [Vamos Bien grubu olarak] sol, insancıl bir duyarlılık geliştirmeye çalıştık. Koreografik çalışmalarda diğer gruplarla dayanışma içine girdik. Fanzin çıkardık. 3 Temmuz komplosuna direndik. İktidarın tribünü denetleme hamlesi olan Passolig uygulamasını protesto ederek geri çekildik. Tutarlılık sonucu olsa da, tribüne etki etme potansiyeli böylece ortadan kalktı. Ama devam edilseydi, hedef haline getirilme riski de yüksekti (Erden Kosova, 2020, s. 16; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 8).*

*Üniversiteye girip 1907UNIFEB'e dâhil olmamla birlikte grup aidiyetim oluştu. Bu üyelik süresince pankart yapımı, deplasman organizasyonları ve koreografi gibi çalışmalarda rol aldım. Sevdiğiniz kişilerle birlikte gönüllü olarak hiçbir karşılık beklemeden bu tarz çalışmaların içinde olmak inanılmaz bir haz veriyordu. Bunu senin gibi düşünen, senin gibi hisseden insanlar ile yapmak işin içine bir kat daha keyif katıyordu. Sabahlara kadar tiner - boya kokularıyla pankart için uğraşmak, o koltuklara tek tek karton dizmek, saatlerce bir otobüste aynı koltukta durup deplasmana gitmek. Bütün bunları karşılıksız yapmak tamamen saf sevgi ile açıklanabilir (Levin Susar, 2019, s. 17; Cefakâr Maraton Fanzin sayı 7).*

Tribün, bir toplumsal faaliyet alanı olarak içinde bulundurduğu dünyaya farklı katmanlar hediye eder. Bir taraftar grubu üyeleri, aidiyet hissettikleri kulübünün her daim savunucusu olurlar. Bu anlamda, aktif bir eylem sahası olarak gördükleri tribünleri için muhtelif organizasyonlarda yer alırlar. Elde edilen bulgulardan da anlaşılacağı üzere, birbirinin benzeri hislerle yan yana gelen taraftarlar, herhangi bir çıkarı düşünmeden kulüpleri için çalışmalarda bulunurlar. Bu çalışmalar, tribünlere asılan pankartlar ya da gösterilerle kolektif hafızayı oluşturur. Özellikle, stadyumun yenilenerek eski tribünlerin yıkılma süreciyle birlikte belleklerde biriken anılar, nostaljinin vazgeçilmez güzelliğine dair betimlemeleri içerir. Halbwachs (1980), toplumsal grup üyelerinin belleklerindeki anıların hatırlanma sürecinde grup içerisindeki zihninde aynı biçimde gerçekleşen canlanmayı 'kolektif hafıza' kavramıyla açıklar. Metinler, birer özne olarak taraftarların kolektif hafızalarının şekillenmesinde, icra edilmesinde ve yeniden inşasında birbirlerinden oldukça etkilendiklerini ortaya koymaktadır. Anılar, tribünlerin panayır yerine çevrildiği zamanlardan son demlere kadar belli bir perspektifi

kapsar. Başlar (2018, s. 147), bireylerin ait oldukları toplumsal grubun perspektifini hafızalarına dâhil ettiklerini ifade ederek bireysel düşüncelerin bu toplumsal çerçeveye içerisinde konumlandığını belirtir. Tribün cemaatinin hafızalarındaki kolektif deneyimler, büyük oranda ait oldukları toplumsal gruplarca şekillenir. Bu bağlamda, dönemin güncelini bir şekilde anılar haline getiren yayınlar ‘fanzin’ler olarak tribünlerde yerini almıştır. Kişisel ya da kolektif yayınlanabilen ve belli bir gençlik altkültürüne hizmet edebilen yayınlar olarak dikkat çeken fanzinler, egemen ideolojilere karşı bir tutum geliştirerek yayın yaparlar (Serbes ve Güzel, 2020, s. 708). Fanzinler, tribün aktörlerinin bir meta haline dönüşmeden taşıdıkları kültürlerin radikal bir yeniden yorumlamasının mümkün kılındığı yayınlar olarak dikkat çeker. Dahası, futbol [ya da taraftar kültürü] fanzinleri, kültürel zemini savunmada ve tribüne ait tartışmalarda önemli örnek sunarlar (Jary vd., 1991: 592). Türkiye tribünlerinde fanzin kültürü çok ses getiremese de, nitelikli taraftar fanzinleri dolaşımda kalmıştır. Fanzinler, tribün kültürünün kapitalist yaygın anlayışından uzak ‘karşı-kamusal alan’ını oluşturmuşlardır. Bu karşı-kamusal alanlarda, tribün altkültürü yaşamaya devam etmektedir.

## Sonuç

Kitle toplumu ve ağ toplumu tipolojisinde yer alan temel öğeler, kolektiviteler (gruplar, örgütler, topluluklar) ve ağlarla birbirlerine bağlanan bireyler olarak ön plana çıkar. Bu anlamda, kitle toplumunda öne çıkan kolektif yapılanmaların karşılığı taraftar örgütlenmelerinde görülmektedir. İnternet olanaklarının gelişmesiyle beraber temel öğelerin ağlarla birbirlerine bağlanmış taraftarlardan oluştuğu gözlenmektedir. Endüstriyel ve modern olarak adlandırılan futbolun daha çok piyasalaşmasıyla, taraftar gruplarını kitlesel toplum yoğunlaşmalarından ağ toplumuna taşımaktadır. Tönnies’in (1887) ‘cemaat’ şeklinde açıkladığı kavram [Gemeinschaft], birbirine içtenlikle bağlananlar arasında gelişirken, taraftarlığın örgütlenmesinde ilk safhada bir özdeşlik kurulabilir. Taraftarlar, bu aşamada Durkheim’in tabiriyle ‘mekanik dayanışma’ sergilerken kentsel-kapitalist alanın devasa ağındaki sarmalından çıkarak insani ve sıcak ilişkiler geliştirir. Bir kitle toplumu tipolojisinde öğeler homojenlik gösterirken ağ toplumunda heterojenlikler görülür. Böylece, taraftar oluşumlarında niteliklerin farklılaşması, özellikle sosyal medya mecralarının yaygın hale gelmesi ile belirginlik kazanmıştır. Topluluk türünün fiziksel ve bölünmez olarak gerçekleştiği kitle toplulukları, taraftarlık bağlamında değerlendirildiğinde, etkinlik alanları olarak tribünlerin olduğu belirlenmiştir. Ağ toplumundaki taraftar toplulukları, sanal ve dağınıktır. Temel iletişim türü ise yüz yüze etkileşimlerden artan biçimde dolayımlanmışa evrilmiştir. Taraftarlar, etkileşim sayıları ile yoğunlaşmış sosyal medya platformlarının kendilerini birer dijital işçilere dönüştürdüğünü belirtirken, Fuchs’un ifadesiyle (2015, s. 404-405), kendi uzamlarından kopmuş bir şekilde dijital emeklerinin kullanım değeri yabancılaşmıştır. İçinde bulunduğumuz çağda, Lyon’a göre (2013, s. 171), gözetim küresel bir fenomendir ve paradoksal bir biçimde merkezine verileri alır. Stadyumlarda görülen şiddet olaylarının ön plana çıkarılarak taraftarların gözetim ile karşı karşıya kalması, tribünlerin tatlı neşesini yok etmektedir.

Her ne kadar sosyal medya platformları ile kuşatılmış olsa da, tribünü sıklıkla mekân edinmiş taraftar olarak birey, rutinlerle yaşamını şekillendirir. Mitlerle dolu bir evrene sahip olan ritüellerin tribün kültürü açısından [hâlâ] önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra, Çetin’in belirttiği üzere (2018, s. 3), rutin alanlardaki değişimlerin sistemdeki yansımalarının taşıyıcısı olduğu görülmektedir. Bir arada olmanın getirdiği şenlikli hal, toplumsal değişimin bir tezahürü olarak giderek azalmaktadır. Özellikle tribün kültürü, modernist dalganın ardından yaşanan süreç ile benliğini ve büyüsunü kaybetmek üzeredir. Metinlerden elde edilen sonuç, tribün değerlerinin yok edilmesine

yükselen sesi meşru bir tepki olarak değerlendirmektedir. Tribün cemaati, aktif eylemleriyle tribün alanını panayır yerine çevirmeyi arzular. Debord (2017, s. 34), modern koşulların hâkim olduğu toplumların tüm yaşamının, gösterilerin uçsuz bucaksız birikimi olarak yerini bir temsile bırakarak uzaklaşacağını söyler. Tribün aktörleri, tribün kültürünün birer meta haline gelerek 'şeyleşmesi'ne karşı kültürün taşıyıcıları olarak [bu kültürün] varlığının devam etmesine inanmaktadırlar.

## Kaynakça

- Alver, F. (2008). Kapitalist üretim sürecinde ırkçılık, futbol ve medya. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Kış-Bahar 2008, Sayı: 26, s. 223-248.
- Anderson, B. (2017). *Hayali Cemaatler* (Çev. İskender Savaşır). İstanbul: Metis Yayınları.
- Andrew, W. (2016). Manuel Castells' Trilogy the Information Age: Economy, Society, and Culture. *Information, Communication & Society*, 1–6.
- Arendt, H. (1994). İnsanlık *Durumu* (Çev. Bahadır Sina Şener). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Başlar, G. (2018). "Kullanıcı Üretimi" Kolektif Hafıza: Adalet Yürüyüşü Örneği. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 28, 143-175.
- Bozkurt, V. (2011). *Değişen Dünyada Sosyoloji: Temeller, Kavramlar, Kurumlar*. Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Braun, V. & Clarke, V. & Weate, P. (2016). Using Thematic Analysis in Sport and Exercise Research. (Ed: B. Smith, A. C. Sparkers). In *Routledge handbook of qualitative research in sport and exercise*. 213-227. Routledge.
- Castells, M. (Der.) (2004). *The Rise of the Network Society*. Malden, MA: Blackwell Publishers.
- Contractor, N. (2009). The Emergence of Multidimensional Networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 743–747.
- Çelik, H. & Ekşi, H. (2013). Söylem Analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27 (27) , 99-117.
- Çefin, A. (2018). Yakup Kadri'nin Kiralık Konak Romanında "Gündelik Hayat"ın İzleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Türkoloji Dergisi*, 22 (1), 1-21.
- Debord, G. (2017). *Gösteri Toplumu* (Çev. Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Demir, M. (2020). Endüstriyel Futbol ve Futbolda Teknoloji Kullanımı. *TRT Akademi*, 5 (9), 356-375.
- Dijk, J., V. (2018). *Ağ Toplumu* (Çev. Özlem Sakin). İstanbul: Kafka Yayınları.
- Dilmen, N., E. & Öğüt, S. (2006). Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşime İletişimsel Bilişim Yaklaşımı. *International Conference of New Media and Interactivity*.
- Durkheim, E. (2006). *Sosyoloji Dersleri* (Çev. Ali Berktay). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dursun, O. (2018). Toplumu Pierre Bourdieu ile Düşünmek. *Global Media Journal TR Edition*, 8 (16).
- Ergen, Y. (2017). *Türkiye'de Futbol Taraftar Gruplarının Siyasal Amaçlı Mobilizasyonu*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ergen, Y. & Aydeniz, H. (2020). Yeni Toplumsal Hareketler ve Yeni Medya İlişkisi Ekseninde Futbol Taraftar Gruplarının Siyasal Mobilizasyonu. *İNİF E- Dergi*, 5(1), 88-109.
- Fichter, J. (1994). *Sosyoloji Nedir?* (Çev. Nilgün Çelebi). Ankara: Attila Kitapevi.

- Fischer, C., S. (1992). *America Calling: A Social History of the Telephone to 1940*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Freund, J. (2002). "Max Weber Zamanında Alman Sosyolojisi". *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi* içinde, Tom Bottomore ve Robert Nisbet (der.), Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Fuchs, C. (2017). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş* (Çev. Diyar Saraçoğlu, İlker Kalaycı). Ankara: Notabene Yayınları.
- Fuchs, C. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx* (Çev. Tahir Emre Kalaycı, Senem Oğuz). Ankara: Notabene Yayınları.
- Gardiner, M. (2016). *Gündelik Hayat Eleştirileri* (Çev. Deniz Özçetin, Babacan Taşdemir, Burak Özçetin). Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Giddens, A. (2018). *Modernliğin Sonuçları* (Çev. Ersin Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Güngör, N. (2020). İletişim. *Kuramlar, Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hall, E., T. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Press.
- Halbwachs, M. (1980). *The Collective Memory* (Çev. F. Ditter, Jr., & V. Ditter). New York: Harper Colophon Books.
- Harvey, D. (2019). *Postmodernliğin Durumu* (Çev. Sungur Savran). İstanbul: Metis Yayınları.
- Humida, T. (2015). New Media and Network Society: Teens Are More Into Social Media- Is That Addiction? *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*. Volume 20, Issue 3, Ver. VIII (Mar. 2015), pp 68-78.
- Jary, D. & Horne, J. & Bucke, T. (1991). Football 'Fanzines' and Football Culture: A Case of Successful 'Cultural Contestation'. *Sociological Review*, 39(3), 581-597.
- Kartarı, A. (2014). *Kültür, Farklılık ve İletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Le Bon, G. (2018). *Kitleler Psikolojisi* (Çev. Elif Kanur). İstanbul: Say Yayınları.
- Lefebvre, H. (2016). *Modern Dünyada Gündelik Hayat* (Çev. Işın Gürbüz). İstanbul: Metis Yayınları.
- Levi-Strauss, C. (1997). *İrk, Tarih ve Kültür* (Çev. Reha Erdem). İstanbul: Metis Yayınları.
- Lewin, K. (1948). *Resolving Social Conflicts: Selected Papers in Group Dynamics*. NY: Harper.
- Lyon, D. (2013). *Gözetim Çalışmaları* (Çev. Ali Toprak). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Manen, J., V. (2015). *Etnometodolojiye Giriş*. Coulon, A. (2015). *Etnometodoloji* (Çev. Ümit Tatlıcan), içinde (s. 7-8). İstanbul: Küre Yayınları.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, (Çev. O. Akınhay, D. Kömürücü) Ankara: Bilim ve Sanat.
- McNeill, J., R. & McNeill, W., H. (2003). *The Human Web: A Bird's Eye View of World History*. New York: W. W. Norton.
- Merleau-Ponty, M. (2020). *Algılanan Dünya* (Çev. Ömer Aygün). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özen, Y. & Gül, A. (2010). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0 (15), 394-422.
- Robson, C. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri: Gerçek Dünya Araştırması*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Rookwood, J. & Pearson, G. (2012). The Hoolifan: Positive Fan Attitudes to Football 'Hooliganism'. *International Review for the Sociology of Sport*, 47(2) 149–164.
- Sarıkulak, İ. & Koca, C. (2019). Futbol Taraftarlığı Alanında Kadınları Marjinalleştiren Doxalar. *Journal of Sport Sciences Researches*, Cilt/Vol: 4, Sayı/Issue 2, s. 246-263.

- Serbes, H. (2021). İletişimin Avangard Mecrası: Fanzin Mitine Fenomenolojik Bir Bakış. *Etkileşim*, (7), 236-241. DOI: 10.32739/etkilesim.2021.7.126
- Serbes, H., Güzel, M. (2020). Gençlik Altkültürleri: Punk Estetiğinin İkonografik Fanzinleri. *TRT Akademi*, 6 (10), 686-713.
- Sığırı, Ü. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Swingewood A. (1977) *The Theory of Mass Society*. In: *The Myth of Mass Culture*. London: Palgrave.
- Şimşek, A. (2015). İletişim Araştırmalarında Paradigma Değişimi. Yıldırım, B. (2015) (Der.). İletişim Araştırmalarında Yöntemler, içinde (s. 155-196). İstanbul: Literatürk Academia Yayınları.
- Tokgöz, O. (2015). İletişim Kuramlarına Anlam Vermek: Başlangıcından Günümüze Anglo-Amerikan İletişim Kuramı. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Tönnies, F. (1887). *Gemeinschaft und Gesellschaft*. Abhandlung des Communismus und des Socialismus als Empirischer Culturformen. Leipzig: Fues's Verlag.
- Ünsaldı, L. & Geçgin, E. (2020). *Sosyoloji Tarihi – Dünya'da ve Türkiye'de*. Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Vleuten, E. (2004) Introduction: Networking Technology, Networking Society, Networking Nature. *History and Technology*, 20:3, 195-203.
- Yılmaz, Z. (2016). Vita Activa ve Modern Çağ Okumak: Hannah Arendt. *Düşünbil Dergisi*, Yıl 10, Sayı 51, s. 24-29).
- Young, T., H. (1999). *Punk- Bir Altkültürün Oluşumu* (Çev: Hira Doğrul). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

## Extended Abstract

### Purpose of Research

Lefebvre (2016, p.87) recommends being in everyday life, having lived there, and tracing desires in the face of culture in order to understand the everyday life. This study, which evaluates the football fan subculture, one of the parts of football culture, within the framework of the 'Network Society Theory' proposed by Dijk (2018), offers a discourse analysis by focusing on the fanzine culture. In this study, the subject of the research was supporters' groups and within this scope, the texts in the publication named *Cefakâr Maraton*, one of the fanzines produced by Fenerbahçe fan groups, were analyzed, and it was aimed to examine the guiding discourses about the football culture. The research explores the notion of advocacy of youth subcultures with an interdisciplinary effort in the light of the purpose and method outlined, and opens the nature of this culture to discussion.

### Research Questions

This study, in which the original symbols of daily life were investigated and the traces of social change were explored, tries to find answers to the following questions: What are the basic elements of supporters' groups according to the mass and network society typology? How are the structure, type, and scale of these elements formed? What are the effects of social media channels on the fandom culture? How did the changing practices of modernity and societies affect the fandom culture? What is the potential of the supporters to be productive in counter-public spaces?



## Literature Review

In most of the studies, it has been mentioned that football has become an industrialized market, rather than a game for the fans. Football has the characteristics of being a social phenomenon that fuses with the dynamics of culture, and has become an important parameter of the market with the commodification process. The activism dynamics of radical supporters' groups, which can be considered as ultra fan groups in Turkey with the differentiation of fans and spectators, reveal the behavior patterns that are developed against social events. This study, which tries to fill the gap in the literature, includes the participants who have been a member of Fenerbahçe fan groups.

## Methodology

This study was carried out with the qualitative research method in the light of the paradigm presenting an analysis of social realities. The design of the research was based on discourse analysis in order to provide a broad perspective by bringing together various elements that make up the phenomenon of fan culture. Discourse analysis was preferred in this study as it is a special field of activity in social sciences in terms of language, concepts, style, basic writings, inspiring assumptions, research topics, and the constructive nature of basic findings. Since this research aimed to observe the changing practices of the fan subculture with the increase of new media channels, the universe of this study consisted of fanzines. Typical case sampling, one of the purposeful sampling methods, was used in this study. Accordingly, the research area was Cefakâr Maraton fanzine, a publication created by active members of Fenerbahçe football team. Cefakâr Maraton was a fan magazine prepared in A5 size, stapled, with colored cover page. The analysis process of the data obtained from the texts includes the stages of exercise, coding, theme development, improvement, naming and writing (Braun et al., 2016). Data analysis was arranged by taking the work of Sarikulak and Koca (2019) as an example. The parts of the publications determined as samples that met the research questions were determined. While creating data analysis, the texts were coded in accordance with frequently repeating words. Themes were developed and interpreted in the axis of the parameters of this study.

## Results and Conclusion

When the findings of this study were evaluated, it was determined that when the mass societies where the community type occurred physically were evaluated in the context of advocacy, there were football stadiums as areas of activism. Social media channels, where communication is at the forefront, included different environments in terms of relationships. When evaluated from this point of view, social media platforms that created communication practices increased supporters' togetherness, and boosted feelings of sharing and production together. Especially, with the widespread use of the Internet in the first period, the forums where the supporters came together gave rise to different organizations. The research findings confirmed that the supporters were faced with surveillance in the stadiums. It was observed that this surveillance phenomenon weakened the fan culture.