

TELEVİZYONDA YAYINLANAN ‘TELEVOLE’ İSİMLİ MAGAZİN PROGRAMLARINA SPOR-SOSYOLOJİK BAKIŞ

Ertan KILCIGİL¹

ÖZET

Türk spor kültüründe futbol, ayrıcalıklı bir konumdadır. Televizyonların spor programları da futbol içeriklidir. Erkek egemen bir toplumda futbolun bayan cinsellik ve arabesk müzik ile sunulması televole isimli programlarla olmaktadır.

Anahtar kelimeler: Futbol, bayan cinsiyet, arabesk müzik, televole

SPORT-SOCIOLOGICAL ASPECT OF MAGAZINE PROGRAM CALLED ‘TELEVOLE’ ON TV

ABSTRACT

Football has a privileged position in Turkish sports culture. The sports programs on TV are mainly about football. In a patriarchal society presenting football with women eroticism and ‘arabesque music’ (a kind of Turkish music) is only possible by such magazine programs like ‘televole’.

Key words: Football, women eroticism, arabesque music, televole

GİRİŞ

Toplumsal görünümde iyi bir vücut belirgeni, kaslı ve güzel bir vücuttur. Buna bedensel rekabet gözüyle bakmak denilebilir. Bu bedensel rekabet, cinsiyetin öne çıkmasındandır. “Cinselliğin bedensel boyutu, insanlar arasındaki ilişkilerin biçimlendiği ve sürdürüldüğü toplumsal pratiklerden önce veya bu pratiklerin dışında var olmamaktadır. Cinsellik, oynanır ya da idare edilir ama ifade edilmez” (1). Bugün ülkemizdeki kitle iletişim araçlarında, cinselliğin oynanması ya da idare edilmesi, sporu kullanarak gerçekleşmektedir. Program adı ‘televole’ olan birçok spor, daha doğrusu futbol programı içeriğinden dolayı bazı sosyal çözümlemelerde ‘televole’ cisimleşmesini hak etmiştir. Yani ‘televole’ adıyla başlayan bir anlatım, sosyal içeriği tek bir sözcükle açıklanabilen olası bir tamlamayı ifade etmektedir. Bu da herkes tarafından anlaşılıyor olmasını getirdiğinden, bu cisimleşirme, ayrıca açıklanması zorunlu bir tamlama olmaktan çıkmaktadır. Cinsiyetin veya cinselliğin kullanılmasıyla beraber futbol programları arabesk sanatçıların görüntüleri ve onların şarkılarıyla birlikte yayınlanırken, çok izlenip izlenmeme (reyting) amacı, araca dönüşmektedir.

Televole ismiyle yayınlanan bir program, ilk önce tek bir televizyon kanalında yayınlanırken, program yapımcılarının kanal değiştirmesiyle isim haklarının kendilerinde olduğu gerekçesiyle bu program yeni bir kanala transfer olmuş, aynı isimle yayınlanmaya başlanmıştır. Bunun yanında, bu programın ilk önce kendi televizyonlarında yayınlanmasını haklı gerekçe göstererek, program yapımcıları başka bir televizyon kanalına geçse bile, isim hakkının transfer olamayacağını, asıl program adının yine eskiden olduğu gibi kendilerinde olduğunu savunarak yayınlamaya devam etmişlerdir. Dolayısıyla iki tane olan televole programları, diğer televizyon kanallarında da isim değişikliğiyle sayısını artırmışlardır. İçerik aynıdır. Yani toplumun beğenisi olan futbol, bu toplumun popüler kültürünü kullanarak magazinleştirilmektedir.

Bedensel yetenekler, Türk müzik kültüründe popüler olan arabesk sanatçı taraftarlığında, cinsellikle birlikte kullanılmaktadır. Bunun öne çıkarılmasının nedeni, medyanın gündelik yaşam pratiklerine aynı ölçüde uyarlanabilir tek çözüm olarak böyle programları görmesindedir. Çünkü televizyon izlemek veya müzik dinlemek, toplumsal açıdan tek başına pratikler olmayıp, değişik zamanlarda değişik haz’lar, yaratmaktadır. Aslında bu haz’lar, medya tarafından topluma zaten haz olarak sunulmaktadır. Eğer cinselliği magazin ağırlıklı arabesk sanatçılarla beraber yayınlamak futbolu izlettirecekse, zaten futbol, popüler bir kültür olmasından dolayı böyle bir kaygının olmaması gerekirdi. Oysa ki buradaki kaygı, farklı beğenileri olan toplumu bir programda birleştirerek reyting ve reklâm gelirlerini artırmaktır. Yani popüler kültürü (futbolu), imgelerin tüketimi olarak görmeyip, üretken bir süreç olarak kavramsallaştırdığımızda, kaygı olarak belirlenen odağımızın gösteriye (arabesk sanatçılar ve cinsellik) dönüştüğünü çok rahat kavrayabilmekteyiz. Hayranlık duyulan ünlü futbolcular ve yaşamları, onlarla aynı gelir ve yaşam düzeyine sahip arabesk veya pop müzik sanatçılarıyla yaşamlarıyla birlikte sunulmaktadır. Bu gösteride, ünlü bir bayan mankenin, yine ünlü bir futbolcuyla aşk hayatı ve maç izlemeye gitmesi, çeşitli eğlence mekânları, bir giysi tanıtımı veya mankenlerin taraftar kimliği yer almaktadır.

Magazin’in her zaman reklâm değeri yüksek olduğundan, televizyonların en çok izlenen saatlerinde bu tür programlara yer verilmesini, magazin basınına takip eden bir toplumun nabzının da yine böyle programlarla daha da yükseltilmesi sonucunu, sporu ve sporcuyla kullanarak yayınlanmasını gerektirmiştir. Çünkü hayran olmak veya bir

¹ Ankara Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

yıldızla özdeşleşmek, tür açısından değil, derece açısından birbirinden farklıdır. Bu fark, beğeni ve üretkenliktir. Beğeni burada, manken, arabesk sanatçı veya futbolcu; üretkenlik ise, içeriği veya adı televole olan programlardır.

Bu çalışma, adı geçen bu programlara spor-sosyolojik bir yaklaşımda bulunurken, toplumsal cinsiyet, popüler-arabesk müzik ve spor konularıyla beraber tartışmanın ana öğelerini oluşturmalarına yaklaşımlar getirmeyi amaçlamaktadır.

TOPLUMSAL CİNSİYET

“Beden, hiç kuşkusuz, toplumsal cinsiyeti barındıran süreçlerin bir parçasıdır; ama öyleyse beden her tür toplumsal pratiğin de parçasıdır” (1). Doğal olarak bedenin işlevi sırasında, cinselliğin tarihsel bir süreçten geçtiğini söyleyebilmekteyiz. Tarihte kimi devlet adamlarının bile cinsel zaaflarını toplumsal pratik açısından görmüşüzdür. Bunları ileri sürerken cinselliğin, korunması gerekli saklı bir toplumsal boyutunun olduğunu, yine toplumsal pratikten bilmekteyiz. Geçmişte bunlarla ilgili birçok tarihi olay yaşanmıştır. Toplumsal boyutta cinselliğin işlevinin çok doğal ve özel bir kimliğinin olduğunu herkes kabul etmektedir. Üremek, aile olmak, bu yapı içerisine girer. Toplumsal boyutta saklanamayan cinsellikte ise, bireylerin zaafı söz konusudur. Bu zaaf, kişiyi küçük düşürdüğü gibi, toplumsal değerlerde ahlaki bir boyutta ele alınmaktadır. Çünkü bu doğallık, alenen hiçbir toplumda gerçekleşmez. Gerçekleşme durumları sadece pornografi filmleridir.

Toplumsal bakımdan cinsiyet doğayla tamamen bağlantısız anlamında da değildir, ama bu bağlantının da açık sergilenebileceği anlamı da çıkarmamaktadır. Toplumsal cinsiyette sadece ilişki yoktur. Makyajlar, giysiler, saç şekilleri ve takılar toplumsal cinsiyet kategorisindedir. Her yapılan büyük spor organizasyonlarında, tıpkı moda özdeşleştirilmesi gibi, özellikle atletizmde, yeni koşu şortları, mayolar, gözlükler, saç şekilleri ve takılar görmekteyiz. Bu durum, bireysel açıdan topluma cinsiyetin sunulmasıdır. Bunun dozu ve şekli, ülkeden ülkeye, toplumdan topluma ve hatta aynı toplum içinde farklı bölgelere göre değişiklik göstermektedir. Kitle iletişim araçlarından, magazin programlarında popüler kişilerin cinselliğinin sunulması çok yaygındır.

ARABESK MÜZİK

Beeley'e göre (2), 1950'lerde Türkiye'de politikanın demokratikleşmesiyle beraber geniş bir dış borç programı uygulanmaya başlayınca, büyük kentlerdeki sanayi akımı kırsal kesimden göçü hızlandırmış, sosyolojik olarak dolmuş şoförlüğünün müziği ile özdeşleştirilirken “dolmuş şoförünün şehir etrafındaki hareketi de bireyin, toplumda huzur bulacağı bir yer edinmemesi” (3) gibi eşanlamlı bir analiz yapılmasına neden olmuştur. “İç göçler ile şehirlerin çevresindeki gecekonduları doldurmayı sürdüren insanlar, biraz da yalnızlıktan kurtulmak amacıyla kendi hemşerilerinden oluşan mahalleler meydana getirdiler” (4). Bu mahalleler artık birer gecekondu yaşamı sergilerken, “gecekonduyunun psikolojisini ve bilinç altını yalalayarak söz ve müzikleriyle, bir anlamda o dönemin kentlileşmeye çalışan ve kendi içinde bocalayan gecekonducuların ‘idolü’ haline” (5) gelmiştir.

“Genel havasıyla Türk halk müziği ve Türk sanat müziği motifleriyle, Arap ve batı müziği motiflerinden oluşan arabesk müziğin, Türk müziğindeki arayışların, toplumsal siyasal, ekonomik ve kültürel koşulların etkisine maruz kalması sonucunda” (6) ortaya çıktığını söyleyebiliriz. Sözlerinin aşk ve acı ağırlıklı olması nedeniyle, toplumsal ve kültürel açıdan değişmeye geçiş aşamasında olmamızdan dolayı sevilmesini, her televizyon programlarına veya haberlerine arkadan fon müziği olarak kurgulanabilmesini sağlamıştır. Kültürel yabancılığa da diyebileceğimiz bu müzik-ki bizim kültürümüzde tarih boyunca arabesk müzik yoktu-toplumun modernleşmesine ayak uyduramayan, köy-kent arasında sıkışıp kalan ve geleneklerinin geçiş döneminde ürettiği ve sevdiği bir müziktir. “Arabesk aynı zamanda müziksel bir Doğu-Batı sentezine de tekabül eder” (7). Uzun bir süre dolmuş müziği diye anılmıştır. Çünkü geçim derdiyle köyden kente göç edenlerin en kolay yapabildikleri iş, ellerindeki üç kuruşluk sermayeyle dolmuş şoförlüğü yapmaktı, hamallık, kapıcılık v.b. işler yapmaktı. Büyük kentlerdeki toplumsal kesimler, sanki farklı bir toplumun parçaları gibi bakınca, kendi kırsal yaşama sistemi hepten, göç ettiği yerlere uymadı. Uyum güçlüğü çeken vatandaşlar, en sağlıksız koşullarda yaşamaya devam ederken, içeriğinden dolayı arabesk müziği sevdiler ve ürettiler.

FUTBOL, CİNSELLİK VE ARABESK MÜZİK

Dünyanın dört bir köşesine gönderilen televole muhabirleri, plâjlarda tangalı veya üstsüz bikinili bayanlarla röportaj yapmaktadırlar. Bu görüntüler, o hafta oynanan lig maçlarını kısa görüntülerle de olsa izlemek isteyen insanları ekran başında tutmak, reyting ve program süresini uzatmak amacıyla yapılmaktadır. Futbol görüntüleri de her bir kareye uygun gelecek sözleri taşıyan arabesk müzikle süslenmektedir. Çünkü bugünkü toplum yapımızda cinsiyet, erkek egemen bir toplumda bayan cinsiyet ile eşanlamlı kullanılmaktadır. “Sadece egemen olmaları sebebiyle erkekler kendilerini cinsiyeti olan özne olarak vurgulamak zorunda hissetmezler. Eşitlik mücadelelerini sadece cinsiyet düzeyinde tanımlayan kadınlar, cinsiyetli özne olarak algılanmaktan fazlasını elde edemezler. Cinsiyetlerden sadece birinin tanımlanmaya ihtiyaç duyduğu bir toplumda egzersiz yapan kadın görüntüsü dramatik bir değişim isteği ile cinsel kimlik isteği arasındaki çelişkiyi ifade eder” (8).

Futbolun bir erkek sporu olmasının yanında, erkek egemen toplumda, kendilerini cinsiyetli özne olarak görmek gibi bir zorunluluk içinde hisseden bayanların olması ne kadar doğalsa, sporu sadece izleyici durumunda bir çoğunluğun izlediği topluma da, spor programları içinde bayan cinsiyeti sunmak neredeyse bir görev haline gelmektedir. “İşte bu nedenle güç ve beceriye duyulan ilgi, bedene kök salmış, yıllar süren katılımlarla örgütlü spor gibi toplumsal pratiklere kök salmış bir önerme halini alır. Ama bu, boşluktan kaynaklanan bir önerme değildir. Anlamı, erkekleştirici pratikleri

kuşatan, bunlara katılan toplumsal yapıların bazı önemli özelliklerini yoğunlaştırır” (1). Erkek güçlüyse, onun sporu futbolu izlettiren karşı cins kullanılmaktadır ve bu bakışa göre; mutlaka göze hoş gelen ve cinsel hisleri uyandıran sunumlar yaratılmaktadır. Çünkü futbol, toplumdaki cinsel bölünmeyi destekler. Yaratılışının gereği; güçlü, aktif, saldırgan ve cesaretli olan erkek, futbolla özdeşleştirilmiştir. İlk kırkbeş dakikadan sonraki devre arasında yapılan bayanlar atletizm yarışlarında bile izleyiciler sporcuları, sporcu olarak değil, bayan olarak seyretmektedirler. Çünkü futbolun kültürü çok aşağılardan başlamaktadır. Tıpkı önceleri tamamen alt kültüre ait olanlarca benimsenen arabesk müzik gibi. “Genel kültür ve spor kültürü arasındaki yöndeşme, sporun başlıbaşına bir kültür ögesi olmasındandır. Ne kadar kültürünüz varsa, o kadar sporunuz vardır. Kamu ne veriyorsa, spor onu alır ve sizin spordan beklentiniz; kamunun verdiği kadar fazla olmaz” (9). Burada, ‘verici’ durumunda olan televole programlarıdır. Kamuyu etkileme ve yönlendirme durumu gibi bir görev, alt kültür seviyesinde arabesk müzik ve cinsellik sembolleriyle birleştirilerek sunulmaktadır. “Konfiçyüs, bir yerde müzik bozulmuşsa, diğer sanatlar ve kültür de bozulmuş, demektir: Yani müzik bozulmuşsa, diğer sanatlar ve kültür de bozulmuş demektir” (10).

Topraksız veya az topraklı köylü vatandaşlarımızın, geçim derdi açısından kurtuluş gözüyle bakılan büyük kentlere, özellikle de İstanbul’a göç edışıyle başlayan bu serüvende, yanlarında geleneklerini, değerlerini ve müziklerini beraber getirdiklerini görmüşüzdür. Çünkü bu insanlarımız, diğer insanlar gibi bir ‘değerler’ taşıyıcısıydı. Göç eden insanların sembolü olan gecekondu yaşam, her türlü sağlık sorunları içerse bile yaşamak için varolmak zorunda olanların acılarını ve sıkıntılarını da içine atmalarını getiriyordu. Bu içe atım, ancak müzikle dışarı atılabiliyordu. Bu müzik türü ise arabesk olarak tanımlanıyordu. “Aslında viski ve lahmacun benzetmesi arabesk kültürün yapısal özelliğine ilişkin bir gerçeğe değiniyordu, yani onun zıt ve farklı kültürel öğelerin yanyana gelmesiyle oluştuğuna” (11).

1980'lere gelindiğinde ise ülkemizde gerçekten büyük bir değişim oldu. “Futbol 80’li yıllarda profesyonel kesimin veya yuppieleşen kesimin hobi yelpazesinde önemli bir yere yerleşti. Aslında 70’li yılların gençliği için takım taraftarlığı da bastırılmış bir duyguydu. Belki o dönemde de gençler çocukluklarından taşıdıkları taraftarlık duygularını iç dünyalarında daha yoğun yaşıyorlardı, ama siyasî çevrelerde ‘futbolun coşkusu’ hoş karşılanamayacak bir sapmaydı” (12). 1980’lerin değişen ortamına toplumsal ve kültürel açıdan uyum sağlayabilmek için “arabesk şarkılar gerek üretimsel gerekse tüketimsel alanda etkinliğini sürdürürken bir yandan da alışılmışın dışında birtakım biçimsel özelliklerle çok sayıda arabesk” (6) parça üretilmeye başlandı. 12 Eylül’ün siyasî koşullarındaki her türlü yasaklamanın getirisi, ülkemizde zaten futbol ve seks fıkraları konuşmaya hevesli toplumumuzda, kahvehane köşelerinden berber koltuklarına, bindiğimiz ticarî taksi şoförlerinden, ‘nerelisin hemşerim’ diye sözlerine başlayan her karşılaştığımız yabancı kişilere kadar ilk konuşulan tek konu ‘futbol’ ve ‘taraftar kimliği’ olmuştur.

SONUÇ

Dünyada ve Türkiye’de güzel bayan vücutları santimetre cinsinden ölçülebilen vücut bölümleriyle standartlaştırılırken, kitle iletişim teknolojisinin ilerlemesiyle, televizyonlardan bu vücutları formda tutmak için diyet ve egzersiz programları devreye sokulmuş, bundan sonra da bu vücutları daha gözalıcı kılmak için onun giysileri piyasalara sürülmüştür. Cinsiyet de ‘bayan cinsiyet’ olarak öne çıkartılınca, kitle iletişim araçlarından hangi program adı içinde olursa olsun abartılarak kullanılmaya başlanmıştır.

Arabesk müzikle, futbolun ve cinselliğin birleştirilmesi televole programlarıyla beraber başlamıştır. Bir süre sonra “bu müziği icra edenler, söz ve ezginin önüne geçerek müziği seyirlik hale dönüştürdüler” (13). Bu seyirlik olma hali, önceleri bu müziği yapanların sayısının artmasıyla olurken, yaptıkları şovlar ve kliplerle desteklenmiş, daha sonraları ise bu seyirlik hal, magazin ve televole programlarıyla nicelik değiştirmiştir. Kaybeden bir takım sahadan yenik ayrılırken, bu takımın teknik direktörü İbrahim Tatlıses’in;

‘Allahım neydi günahım,
Günahım neydi Allahım?
Nerede nerede nerede,
Ben nerde,
Yanlış yaptım?’

müziğiyle beraber gösterilmeye başlanmıştır. Güftesi uyan her şarkıya mutlaka bir görüntü monte etmek gelenek haline gelmiştir. Sporcu, teknik direktör, yönetici hiç farketmemektedir, hepsine uygun bir güfte, arabesk müzikte her zaman bulunmaktadır. Bu arada, arabesk sanatçıların taraftar kimliği de çok önemlidir. Çünkü bu sanatçılar maç öncesi veya sonrası görüşlerini belirtecekleri bir televole programı her zaman bulmaktadırlar. “Ancak kadın ya da erkek, şarkıcıların tamamına yakınının arabesk müziğin sevilen isimleri olması ve bu isimlerin ‘en gerçek taraftar benim’ tartışmaları ardında, yeni çıkan kasetlerinin tanıtımlarını amaçladıkları, en azından kişisel reklamlarını yaptırdıkları görülmektedir” (14).

“Bir bireyin kültürel değerleri içinde müziğe ilişkin değerlere müziko-kültürel değerler ya da onun müziko-kültürel kimliği diyebiliriz” (15). Bu kimlik, cinsellik ve spor kültürümüzle birleşince ortaya televole programları çıkmaktadır, bir başka konuda da bir başka program. Her konunun sahip olduğu televole kimlikli bir program mutlaka vardır. Futbol ve müziğin birleştirilerek sunulması “kültürel üretim yapılarının ve ilişkilerinin artan akışkanlığının, sermaye ve imajların hızlandırılmış hareketliliğinin aralıksız tarzda yeni popüler oluşumlar ve farklı bileşimler önerdiği” (16), şeklinde yorumlanabilir, fakat kitle iletişim araçları sahiplerinin gelirleri, bu gelirleri nasıl ve ne şekilde sağladıkları, yönetim, ilke ve örgütleri, ulusal veya uluslararası pazar payları, ortaya koyduğu ürünler ve güçleri, sanatçıların kaset satışlarıyla ilgili reklâm yönünden ilişki içinde olup olmadıkları, sorgulanması gerekli konulardır. Ancak bu çalışmanın sınırlılığı

açısından ayrıntı kabul edildiğinden değinilmemiştir. Ama şunun bilinmesinde de yarar vardır; ortak değerler, araçların egemen olduğu grupların çıkarlarına hizmet etmektedirler.

Bu çalışma, varolan bir duruma sosyolojik bakış açısı taşımakta olduğundan, belirli bir önermeler dizisi içermemektedir. Yalnız şunu söyleyebilmekteyiz:

Cinsellik, toplumsal boyut anlamı itibarıyla da, genel ahlâki değerler bakımından da futbol içerikli programlarda arabesk müzik ile birlikte kullanılmamalıdır. Neden kullanılmaması konusunda ileride yapılacak çalışmalarda sebep-sonuç ilişkisi önermelerle birlikte değerlendirilmelidir.

KAYNAKLAR:

- 1- Connell, R.W., Toplumsal Cinsiyet ve İktidar-Toplum, Kişi ve Cinsel Politika, (çev: Cem Soydemir), Ayrıntı Yayınları, s. 114, 123, 156, İstanbul, 1998
- 2- Beeley, B. W., Migration: The Turkish Case, Open UP., p. 8, Milton Keynes, 1983
- 3- Stokes, M., Türkiye'de Arabesk Olayı, (çev: Hale Eryılmaz), İletişim Yayınları, s. 306, İstanbul, 1998
- 4- Belge, M., "Toplumsal Değişme ve Arabesk", Birikim Dergisi, Sayı: 17, s. 16-23, Eylül, 1990
- 5- Ayvazoğlu, B., "Arabeskin Üç Dönemi", Türkiye Günlüğü, Sayı: 5, s. 13-16, Ağustos, 1988
- 6- Güngör, N., Arabesk-Sosyokültürel Açından Arabesk, Bilgi Yayınevi, s. 133, 214, Ankara, 1990
- 7- Paçacı, G., (editör), Cumhuriyetin Sesleri, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları Bilanço '98 Yayın Dizisi, içinde, Tekelioğlu, Orhan., "Ciddi Müzikten Popüler Müziğe Musiki İnkılabının Sonuçları", s. 150, İstanbul, 1999
- 8- Willis, S., Gündelik Hayat Kılavuzu, (çev: Aksu Bora, Asuman Emre), Ayrıntı Yayınları, s. 88, İstanbul, 1993
- 9- Kılıçgil, E., Kırmızı Kart "Örneklerle Türk Spor Kültürüne Sosyolojik Bakış", Ankara Üniversitesi Basımevi, s. 132, Ankara, 2001
- 10- Turgut, İ., Tarihte Tatil (Azgelişmişliğin Felsefesi), Bilgehan Matbaası, s. 94, İzmir, 1992
- 11- Özbek, M., Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, İletişim Yayınları, s. 12, İstanbul, 1999
- 12- Kozanoğlu, H., Yuppieler, Prenslar ve Bizim Kuşak, İletişim Yayınları, s. 160, İstanbul, 1993
- 13- Kaygısız, M., Türklerde Müzik, Kaynak Yayınları, s. 361, İstanbul, 2000
- 14- Sert, M., Gol Atan Galip Futbola Sosyolojik Bir Bakış, Bağlam Yayınları, s. 149, İstanbul, 2000
- 15- Yurtseven, G., "Türkiye'de Müzik Eğitimi ve Müziko-Kültürel Kimlik", Toplum Bilim, Sayı: 12, Mayıs, 2001
- 16- Rowe, D., Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası, (çev: Mehmet Küçük), Ayrıntı Yayınları, s. 35, İstanbul, 1996