

FUTBOL TARAFTARLIĞI, ÖZDEŞLEŞME VE KİMLİK: TARAFTARLIKTAN FANATİZME...

¹Mert Kerem ZELYURT^{ADE}

A Çalışma Deseni (Study Design)

D Makalenin Hazırlanması (Manuscript Preparation)

E Maddi İmkanların Sağlanması (Funds Collection)



Özet: Futbol dünyada en yaygın, en sevilen spor dalıdır. Oynayan, izleyen ve taraftar sayısı ile, her yaşta insanın ilgisini çekmesiyle diğer spor dallarına göre bariz bir farkla öndedir. Futbolun kitleler için taraftarlık, oyun, seyir zevki, deşarj, eğlence, sohbet, iletişim, sosyalleşme gibi işlevlere sahip olması bu spor dalının Türkiye’de de gündelik hayata ve topluma yerleşmesini sağlamıştır. Çok işlevli olması ve kiteselliği futbolun aynı zamanda bir “özdeşleşme” ve “kimlik” alanı haline gelmesini sağlamıştır. Kişilerin gündelik hayattaki birçok tercihini (siyasi parti vs.) kolaylıkla değiştirmesine rağmen tuttuğu takımı başarısızlık durumunda dahi değiştirmemesi önemsiz bir konu değildir. Futbol takımı tutmak bir sportif faaliyetin ötesinde kişilerin bir takım ruhi, manevi ve toplumsal ihtiyaçlarına cevap verebilir. Aidiyet, kimlik, bağlılık, anlam, güç ihtiyacının tatmin yollarından birisi olabilmektedir. Bu yönleriyle diğer sportif faaliyetlerden farklılaşmış ve toplumsallaşmıştır. Bu çalışmada da futbolun özdeşleşme ihtiyacını karşılayan bir sosyal alan olması ve taraftarlığın bir kimlik biçimine dönüşmesi sorunsallaştırılmıştır. Çalışmada takım tutmanın güçlü ve yaygın bir özdeşleşme alanı olması, gündelik hayattaki taraftarlık pratiklerine yansıyan farklı özdeşleşme görünüşleri, stadyumda ve dışındaki kamusal alanlarda kitle/grup duygusu etkisiyle (bireylik yitimi) meydana gelen fanatizm olgusu incelenmiştir. Takımla özdeşleşmenin ve taraftarlığın sporseverlik vs. olumlu işlevleri yanı sıra özdeşleşmenin şiddete varan biçimleri de örneklerle ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: futbol, taraftarlık, kimlik, özdeşleşme, fanatizm, bireylik yitimi

“Yaşar’ı almışsınız”. Sanki o almış gibi, paraları cebinden tıkr tıkr saymış, imzayı da attırılmış gibi: “Aldık abi, aldık. Çok para istedi ama değer”(Can Kozanoğlu, Bu Maçı Alıcaz!, s.107)

Tek tek yüzleri seçmek mümkün değildi. Birey değildiler... Ama, onlar ‘grup’ olarak tam karşı cephede bağırıp duruyorlardı. Elleri birlikte havaya kalkıyor, birlikte sloganlar atıyor, birlikte şarkı söylüyorlardı. Benim yerim aslında onların arasıydı(Ali Kırca, Futbol Hayattır, s.56)

Bir taraftarın, “Bugün benim takımım oynuyor”, dediği pek görülmez. Çoğunlukla “Biz oynuyoruz” denir.(Eduardo Galeano, Gölgede ve Güneşte Futbol, s.21)

Dünya Kupası biletini baraj maçlarında yitiren ulusların üstüne müthiş bir hüznün çökmüştür. Soluk soluğa istasyona vardıklarında trenin hareket ettiğini gören insanların hüznünü yaşamıştır bu uluslar(Pascal Boniface, Futbol ve Küreselleşme, s.1)

“Büyük maç” öncesi, cumartesi günü, Beşiktaş’ta meyhaneler bedava rakı vermiş diyorlar. ...İnanırım, doğrudur(Murat Belge, Tarihten Güncelliğe, s. 217)

¹ Sorumlu yazar, Doç. Dr., Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

BEING A FOOTBALL FAN, IDENTIFICATION AND IDENTITY: FROM BEING A FAN TO FANATICISM

Abstract: Football is not only the most popular sport all around the world but also the most common one among sports. With the number of the players, followers and fans, and the interest of people of all ages, football is clearly ahead of other sports branches. The social aspects of football such as being a fan, play, pleasure etc. has let the game to become a part of the society and daily life. Besides, being multidimensional has let the football become an identification area. It is an important matter of today that individuals can easily change their preferences in daily life (political party etc.) easily even if they fail however, it is not a subject matter for their football teams. Being a fan of a football team can respond to the spiritual, spiritual and social needs of an individual beyond being a sporting activity. In this study, it has been problematized that football is a social space that meets the need for identification and that the transformation of prowess into an identity form. Also, different identification views of being a supporter/fan of a football team reflected in the advocacy practices in daily life, and the phenomenon of fanaticism which is caused by mass / group feeling in public places in the stadium and outside was examined.

Key Words: Football, Being a Fan, Identity, Identification, Fanaticism, Depersonalization

Summary

Football is not only the most popular sport all around the world but also the most common one among sports. Similarly, in Turkey, it shall be accurate to mention the dominance of football over masses amongst the rest of the sports branches. With its massified characteristics and identification aspect, football forms the basis when the relationship between society and sports is considered. It has an exclusive place within the society as a sports branch. The number of those who think over it, the number of its spectators, players and the number of those who assume it as a public matter are higher than the rest of the sports branches' which means that football has become more socialized when compared with the other branches. The people have established a kind of relationship with football that goes far beyond a kind of interest on a leisure time activity or a sports activity. Football has gained a meaning beyond being just a sports branch not only in Turkish society but also in general. This mentioned meaning and the emotional relationship makes football different from other branches. Excitement, fun, passion, joy, sadness, identification, commitment, expectation and similar tendencies and emotions emerge in a way that is peculiar to football. The interest in football might be identified as just being a football fan or just supporting a team for some people, whereas it is the meaning of life and a matter of identifying oneself for others. Football has a function of identification which goes beyond its other functions such as being a game; being a sports branch; a means of entertainment, recreation, and socialization or which means just being a football fan. Being a football fan has transformed into a way of identifying oneself and the effect of this identification and its intensity can easily be felt within society. The supporters usually identify themselves with the team itself; with the symbol, color and the players of the team; with their individual memories; with the other supporters of the same team or with the elements that belong to the team. Football teams are also able to create an identification at local, urban, regional or national scale. Football, which is the most popular branch of sports and which has the widest field of practice in the society in terms of either game, spectating or being a fan, is the scene of various kinds of identification. Therefore, the fact that football is an effective means of identification; its function of meeting social and psychological needs; the meaning of being a football fan and its transformation into a kind of social identity and adverse effects of this identification that reaches up to fanaticism have been analyzed in this study.

A significant part of the society (mostly men) support a football team. People, either with their personal choice or with the effect of their families; with the effect of the people they are in a close relationship; with the effect of their neighborhood; their friends; their school or agents of socialization, decide to support a football team at early ages. The most impressive aspect of this choice (deciding which team to support) is the persistence of being a fan rather than the debate that this preference indicates a rational or an irrational tendency. In other words, people may easily change their political view, their preferences of political parties or daily routines whereas they seldom quit the team that they support. On the other hand, the levels of supporting a team and the commitment certainly differ. Time spent on football and the team, the way in which people integrate this into their lives, the meaning that is attributed to football and being a fan all differ individually. Being a football lover may be defined as a leisure time activity; a way of supporting a team which is shaped by socialization tendencies and a way of positive identification whereas fanaticism is social deviance that exceeds the limits of sports. Within this context, it is quite possible to deem the most superior features to "Us" (the supported team) and factionalize the opposing team by tagging "Them" with the worst features. The fact that being a football fan exceeds its limits, transforms into fanaticism and even rises up to the level of violence with the effect of some specific groups not only in the stadiums but also during away game rides, in the coffee shops, on the streets and even on various public spaces indicates "depersonalization". Depersonalization, when being a football fan is considered, may easily cause the behaviors such as imitating the mass' or the group's attitudes; may cause the emerging of violence and "dehumanization" of the opposing team instead of the values such as morals and reasoning. Such a kind of behavior can be considered as an adverse effect of identifying oneself with the rest of the supporters; with the group that one feels he/she belongs to or with the win or loss of the team. This event can be observed not only among the fans of the most famous teams in the top leagues but also in amateur leagues and even in local games.

The rise of an "identity" argument to the fanaticism level is an understanding that excludes society. The fanatic supporter places his/her team at the center of all sports events and even his/her daily life just like a narcissistic person putting himself/herself at the center of each event. An unfounded exaltation; the exclusion of the society except for the group of one's team supporters; ignoring the others and humiliating the opposing teams' supporters indicate that the "identity" argument has risen up to a level of a social disease. Fanaticism, which is an attitude against the unity of the society, means presuming only oneself respectable and supreme and scorning others and is against the uniting understanding of the sports. Fanaticism, with this aspect which is considered as a type of unhealthy socialization, causes a constriction in sports which function as a means of holistic socialization for the benefit of the society. Blind faith in fanaticism ignores both human reason in sports and the ideas of humanity, society favor, being immanent and the human philosophy of sports. A blindly supported "identity" argument by a specific group instead of the arguments "us" and "identity" that have been built upon the factors such as reason, humanity, respect, favor and conscience that cover the values of sports and the whole society is an understanding that is against social integration and has a tendency towards violence.

1. GİRİŞ

Futbol toplumlar için diğer sporlara göre farklı bir yerdedir, spora ilginin merkezindedir. Milyarlarca insan için önemli olmasıyla "oyun"un ötesinde anlamları vardır (Kuper, 2003). Takım tutmayan kişi yok değilse de, azdır. Takımla kurulan duygusal bağın ve ilginin yoğunluğu kişiden kişiye değişmekle birlikte, kendisine "hangi takımlısın?" sorusu yöneltildiğinde, bir şekilde "taraf" olduğu yönünde

verecek bir cevabı vardır birçok kişinin. Bir görüşe göre futbola ilgisiz insanlara rastlamak bir tuhaflık ve garipliktir (Boniface, 2007). Bir başka görüş de, hayatının hiçbir döneminde herhangi bir takıma küçük bir yakınlık dahi duymamayı “aykırılık” saymaktadır (Kozanoğlu, 1996).² Takım tutanların gözünde, futbola ilgilenmeyen ve hiçbir takımı tutmayanlar kayda değer bir farklılığı simgeler.³ Futbol, toplumlar için spor, oyun ve eğlencenin ötesinde anlamlara kavuşmuştur. Kimileri için futbola ilgi seyir zevki, futbolseverlik ve bir takıma yakınlık duyma seviyesinde kalırken kimileri için bir takımın taraftarı olmak güçlü bir anlam ve sosyal kimlik seviyesine çıkmaktadır.

Futbol bir spor dalı olarak toplumda özel bir yere sahiptir. Her şeyden önce halka mal olmuş bir spordur. Bireysel sporlarla (halter, atletizm vs.) kıyaslandığında empati duygusu güçlüdür. Bu tip sporlara göre bir futbol takımıyla özdeşleşmek daha kolaydır, destekleyenler için coşku ve heyecan duygusu hakimdir. İnsanların hem eğlendiği hem de kazandığı bir spor olarak ayrıcalıklıdır (Boniface, 2007). Futbolun dünyada ve Türkiye’de bir spor faaliyeti olmanın ötesinde toplumsal anlamları vardır. Kitlelerin yoğun ilgi gösterdiği, üstüne zaman harcadığı ve tartıştığı, kafa yorduğu ve duygusal olarak etkilendiği bir faaliyettir. “Seyirci-Kulüp İlişkisi bir tür özdeşleşmedir” (Fişek, 2003). Gündelik hayatın önemli bir parçası olarak toplumun geniş kesimleri için oyun, eğlence, sohbet, tartışma, rahatlama faaliyeti olmanın ötesinde bir toplumsal kimlik ifadesi haline gelmesi, futbolu sporun ötesinde bir inceleme konusu yapmıştır. Öyle ki “bizden olanlar” ve “karşı taraf” duygusuyla futbol “...hayat mücadelesinin stilize bir kopyası gibi. Bağlanma ihtiyacını da karşılıyor” (Belge, 2017). Bu yönleriyle futbol taraftarlık, özdeşleşme, grup/topluluk kimliği, cemaat duygusunun öne çıktığı bir toplumsal faaliyet olarak diğer spor dallarından farklılaşmıştır.

Kulüp taraftarlığı hayatta kapladığı yer ve sonuçlarıyla da gösterdiği gibi günümüzde bir kimlik (toplumsal kimlik) biçimi olarak belirmiştir. Kimlik(identity), “Bir insanın kişiliğini ya da bir grubun niteliğini belirleyen, onların kim olduğunu ve neyin onlar için anlamlı olduğunu belirleyen ayırdedici özellikler” şeklinde tanımlanmaktadır (Giddens, 2012). Bauman’ın ifadesiyle, “Kimlik, göze çarpmak demektir: Farklı olmak ve bu fark vasıtasıyla benzersiz olmak demektir. Bu yüzden kimlik arayışı, bölmek ve ayırmaktan başka bir şey olamaz” (Bauman, 2016). Futbol da topluluk fikri, özdeşleşme, sosyal kimlik, “Biz” ve “Onlar” kategorizasyonu ve ayrışması için uygun bir alandır. Futbol, kitleleri eğlendirme ve gösteri niteliğinin ötesinde, takım ve star merkezli bir özdeşleşme/kimlik kurma işlevine sahiptir (Cangızbay, 2006). Öyle ki bu özdeşleşmenin birçok düzeyde coğrafi(yerel, bölgesel,

² Yazar özellikle İstanbul’da büyüyenler için bu yorumu yapıyor. Bkz. Kozanoğlu, Can, 1996, *Türkiye’de Futbol: Bu Maçı Alıcaz!*, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, s.103.

³ Ayrıntı için Bkz. Kırca, Ali, 2000, *Futbol Hayattır*, 3.Basım, Can Yayınları, İstanbul, s.43-44.

ulusal) ve sosyolojik düzlemleri bulunur. “Futbol bir özdeşlik/kimlik (aile, kabile, şehir, ulus) tiyatrosudur” (Critchley, 2018).

Bu çalışmanın konusunu özdeşleşme, kimlik ve futbol ilişkisi oluşturmaktadır. Futbolla temas eden bireylerin bağ kurdukları kulüple ve taraftarlarıyla özdeşleşmeleri, bu yolla ilgili camiannın, kitlenin bir parçası olmaları ve kimlik edinmeleri sorunsallaştırılmıştır. Öncelikle kimliğin kuruluş sürecindeki “özdeşleşme” eğilimi ve özdeşleşmeye uygun bir sosyal alan olarak futbol açıklandıktan sonra futbol taraftarlığının anlamı ve özdeşleşme biçimlerinden bahsedilecektir. Son olarak futbol takımlarıyla özdeşleşmenin ve futbol kaynaklı sosyal kimliklerin fanatizm ve şiddete varan olumsuz sonuçları ortaya konulacaktır. Bu olumsuzluklardan “Bireylik Yitimi” ve “Fanatizm” çerçevesinde bahsedilmiştir. Yazıda sıklıkla geçen “kimlik” kavramı, futbol taraftarlığıyla oluşan “kolektif/sosyal kimlik” durumunu anlatmaktadır.

Özdeşleşme/Kimlik İhtiyacı ve Bunun İçin Verimli Bir Sosyal Alan Olarak Futbol
Kişiler ya da bir toplumsal grubun üyeleri neden hayatta durduğu yeri ve kendine dair kimliği kendi bireysel (öz) kaynaklarından, akli ve bedensel özelliklerinden, yeteneklerinden yola çıkarak değil de bir başka nesneye, özneye, gruba, ideolojiye, varlığa vs. dayandırarak açıklamaktadır? İnsanların neden ve hangi ihtiyaçlarla kendilerini bir şeylerle özdeşleştirdikleri tartışmaya değer bir konudur. Futbol da kitlelerin sıklıkla kendilerini özdeşleştirdikleri alanlardan birisidir. “Futbol bir takım ve/veya bir oyuncuyla özdeşleşmeye müsaittir ama insanların böyle bir özdeşleşmeye müsait hale gelmeleri futbolun kendisinden yola çıkılarak açıklanacak bir şey değildir” (Cangızbay, 2006).

Karizmatik bir siyasi veya dini liderin, ideolojinin savunucuları ve izler kitlelerini andırır biçimde futbolda da kitlesel taraftarlığı ve özdeşleşme pratiklerini görmekteyiz. Kişilerin futbol vasıtasıyla özdeşlik kurmaya ve taraftar olma eğilimlerine dair açıklamalarda işaret edilen önemli nedenlerden birisi bu yolla anlam, güç, sosyal itibar gibi bir takım sosyal psikolojik ihtiyaçların ikame edilmesidir. Ünlü bir yazarın ifadesiyle, “Futbol çocukluktan başlayan psikolojik bir olaydır, psiko-sosyolojik bir vakadır. Tatmin olmamış insanların özlemidir”. Öyle ki toplumda başarı açlığını, futbol karşılaşmalarında tatmin etme eğilimi hakimdir (Altan, 2006). Ülkemizde bir takımın taraftarının tutumunda aşırı bağlanma eğilimlerinin yanı sıra futbol olayını da aşan bir özelliğe, “...futbolu başka şeylerin, belki bazı eksikliklerin yerine koymak” (Belge, 2017) eğilimlerine işaret edilir. Futbola yönelik bu yorumların futbolla futbolsever, taraftar, futbolcu, oyun bağlamında ve çeşitli (hatta entelektüel) düzeylerde ilişki kuran kişilere bütüncül bir açıklama getirmese de kulüp taraftarlığını hayatında önemli bir yere koymuş toplum kesimleri için doğruluk payı olduğunu da söylemek gerekir.

Özdeşleşmenin futbol özelindeki yansımalarına ve pratiklerine geçmeden önce, “Özdeşleşme”nin insan için ne anlama geldiğini ve kavramsal açıklamasını yapmak gerekmektedir. Özdeşleşme, “bireyin, birisinin ya da bir grubun fikrine, ona benzeyebilmek için uyma davranışında bulunmasıdır” (Kağıtçıbaşı, 2014). Bir başka tanımda da kişilerin içinde bulunduğu toplumsal örüntüyle ya da herhangi bir kişiyle görünmez bağlar kurması, kişinin kendisini bu grup/kişi unsurlarına benzetme çabası şeklinde açıklanmaktadır (Usal ve Kuşluvan, 1999).

Özdeşleşme biçimleri çocukluk ve gençlik çağındaki toplumsallaşma sürecinde önemli rol oynamaktadır. Özdeşleşme, çocuk veya genç yaşlardaki kişinin yakınlarından ve çevresinden kişi ya da kişileri benliğine örnek alarak, onların davranış kalıplarını benimsemesidir. Böylelikle toplumda yer ve rol sahibi olmaktadır (Köknel, 2005). Özdeşleşilen kaynaklar çeşitlilik göstermektedir. “Erkek çocuk babasının konuşma biçimini, sokakta sık sık karşılaştığı delikanlının yürüyüşünü, televizyonda izlediği film kahramanının yürekliliğini, öğretmeninin bilgiçliğini, okuduğu romandaki erkeğin gücünü içine aktarır bunlarla özdeşleşerek, kişiliğini cinsiyetine uygun olarak geliştirir. Kız çocuk da annesi gibi sevecen, filmdeki kadın oyuncu gibi alımlı, (...) öğretmeni gibi insancıl öğeleri benimseyerek kadınca gelişmenin gerekli olduğu özdeşleşmeyi yapar” (Köknel, 2005). Erkek çocuklarının küçük yaştan itibaren futbola ilgi duyarak takımının simgesel değer taşıyan bir oyuncusunun davranışlarını benimsemesi, taklit etmesi sık görülen bir durumdur. Oyuncuyu simgeleyen numaralı formayı giymesi, onun gibi koşması, çalım atması, saha içindeki sportif/sportif olmayan gösterişli hareketlerini dikkatle izlemesi, posterlerini duvara asması, futbolculuğa özenmesi vb. hareketler sergilemesi özdeşleşme davranışlarıdır.

Köknel bu noktada kişiliğin gelişmesi ve sağlıklı bir özdeşleşme için çocuk veya gencin içinde bulunduğu toplumsal/kültürel koşullara, özdeşleşme imkanlarına vurgu yaparak “ne ekersen onu biçersen” sözünü hatırlatmaktadır: “Çocuk ve Genç, güdülerine doyum sağlayan nesnelere ve kişileri içine yansıtmak ve özdeşleşmek zorundadır. Bu nedenle sunulan neyse onu ve onun parçalarını alacaktır” (Köknel, 2005). Futbol vasıtasıyla; bir kulübü, oyuncusunu, başkanını, renklerini vs. unsurlarını benimseme ve bunların taraftarlığı yoluyla yapılan bir modelleme, özdeşleşme biçiminin fazla bir zihinsel çaba sarf etmeden tatbik ediliyor oluşu⁴ genç yaştaki kitlelerin neden bu kadar futbola yöneldiğini ve bu yolla kolaylıkla kimlik edindiğini de açıklamaktadır. Futbol, bir kimliğin kurucu unsurlarına yönelik olanakları fazlasıyla bünyesinde barındırmaktadır. Duygusal bağ kurulan kulübün

⁴ Çocuk ve gençlerin futbolcularla ve bir kulüple özdeşleşmesi taraftarlığın ötesinde, ilgili spordaki yetenek ve kapasitenin keşfiyle gelecekte sporun bir meslek olarak yapılmasının önünü de açabilir. Bu durum özdeşleşmenin ve spor taraftarlığının kişiyi spora yöneltme ve dikey hareketlilik olanaklarını açması bakımından olumlu toplumsal işlevlerinden birisidir. Ancak kitlelerin futbolla temas etme ve toplumsallaşma biçimi futbolculuktan (profesyonel futbol-yarışmacı spor) ziyade çoğunlukla taraftarlıktır.

güncel başarısı, başlıca rakiplerine üstünlük durumu, galibiyetler, unutulmayan maçlar ve goller, önemli futbolcu ve başkan örnekleri, taraftar temelli olayları vs. camiaya ait konular kimliği ve “biz” duygusunu canlı tutan unsurlardır. Yenilgilerin de ilgili topluluk adına (fanatik taraftarlarda bir tür seçilmiş travma yarattığını söylemek yanlış olmaz) bilenme ve rövanş duygusuyla kimliği sıkılaştırdığı söylenebilir. Hayatında hiç maça gitmemiş, futbolla ara sıra televizyon yoluyla ilişki kuran orta yaşlarının ya da gençliğinin sonuna gelmiş bir kişinin dahi “Lefter”den, “Metin Oktay”dan, Şeytan Rıdvan’dan, “Metin Ali Feyyaz’dan”, Tanju’nun rövaşatası’ndan, tarihi bir yenilgiden söz açılınca malum tarihteki “bol gollü maç”tan vs. başarı ve camiaya dair mitlerden bahsederek taraftarlığına kanıt göstermesine rastlamak muhtemeldir.

Bir kitle hareketine, taraftarlığa katılma, bu yolla özdeşleşme ve kimlik edinmenin katılan kişi açısından olumlu getirileri bulunmaktadır. Grupla veya ilgili toplulukla özdeşleşme de bu tip bir kazanım duygusuyla gerçekleşmektedir. “Hayal kırıklığına uğramış kişi için bir kitle hareketi ya bütün benliğin değişmesi imkanını veya kendi kişiliklerinde kaynağı bulunmayan, fakat yaşamaları için gerekli olan amaç, özgünme, güven, umut ve değer gibi nitelikler vaadeder” (Hoffer, 2007). Kişiler bu saiklerle bir siyasi ideoloji, dünya görüşü veya din vs. kaynaklı görüşlere ve bu görüşleri savunan topluluklara bağlılık duygusu taşıyıp bir gruba dahil olmanın aidiyet hissini yaşarlar. Yine benzer sebeplerle kişi, bir futbol takımının taraftar grubunun fanatik üyelerinden biri haline gelebilir. Bu eylemler kişinin, kaynağı kendi dışında olan bir nevi sosyal sığınak, bağlılık, başarı, değer, duygu ve “biz” çatısı vadeden sosyal birimlerle ve grup kimlikleriyle özdeşleşme eğilimine işaret eder. “Özdeşleşilen grubun başarısı, yenilgileri ve sorunları da kişiyi kendi başarı ya da sorunuymuşçasına yakından ilgilendirir. Özdeşleştiği gruba aşırı bağlanma gösteren insan, bu grubun düş kırıklığı yaratması sonucunda kendisine olan saygısını dahi kolaylıkla yitirebilir” (Geçtan, 2010).

Futbolun yaygın bir özdeşleşme alanı ve kimlik tercihi haline gelmesi özellikle Türkiye’de 80 sonrası dönemle birlikte başlamaktadır. 80’li yıllarla (12 Eylül sonrası) beraber siyasi çatışmalardan çıkan toplumun, futbolla 80 öncesi var olduğu eski dönemlere oranla farklı bir ilişki biçimi gelişmiştir. Öyle ki bu dönemden itibaren futbolun, toplumun “gündelik (haftalık, “sezonluk”...) hayatındaki öneminin başka herhangi bir toplumsal, kültürel, ailevî, işe ilişkin, eğlenceye ilişkin v.b. faaliyetle, alanla kıyaslanmayacak bir ağırlık kazanması” (Kıvanç, 1993) söz konusudur. 12 Eylül sonrası kitlelerin başlıca deşarj alanı, toplumda üstüne rahatça konuşulan ve sansürsüzce fikir yürütülen bir özgürlük alanıdır (Gökaçtı, 2008). Siyasi faaliyetlerin askıya alındığı ve denetlendiği bu dönemde futbol taraftarlığı kitleler için sakıncasız bir kimlik ifadesidir. Bir görüşe göre, “Taraftarlık eskiden de vardı, ama böylesine yoğun şekilde anlamlarla yüklenmemiştii” (Kıvanç, 1993). Solcu bir taraftara göre,

hayatın siyasal olmayan yanlarının öne çıktığı yeni (dönem) durumda taraftar kimliğine dönüş söz konusu olmuştur (Bostancıoğlu, 2009).

Futbol bu dönemden itibaren yazılı-görsel medyada kapladığı yerle ve Türk takımlarının Avrupa maçlarının medyadaki sunum biçimlerinin futbola yönelik toplumsal arzuyu (milliyetçi bir özdeşleşme biçimini de) tetiklemesiyle de güçlenen, yeni döneme özgü yeni bir kimlik biçimidir. Üç Büyükler ve futbol ağırlıklı günlük spor gazetelerinin ortaya çıkması, 90'lı yıllardan itibaren futbol ve televizyon ilişkisinin güçlenmesi, futbola dair farklı temsillerin futbol maçlarının yanı sıra televizyondaki futbol magazin programları yoluyla kitlelere sunulması futbolun toplumsallaşma düzeyini arttıran etkenlerdir. Futbolcuların özel hayatlarına ve lüks yaşamlarına yer veren Televole gibi magazin programları özellikle genç yaştaki kitlelerde futbola dair bir imrenme, öykünme eğilimi yaratmıştır.

Futbol ve tutulan takım vasıtasıyla özdeşleşme, bir gruba aidiyet ve başarı hissi için kısa yollardan biridir. Ancak Özdeşleşmenin ülkemiz futbolundaki yansımaları kendine has bir olguyu sergiler. Bu, İstanbul'da kurulan 3 kulübün tüm ülkeye dair bir taraftarlık olgusu oluşturmasıdır. Kılıçbay'ın ifadesiyle ülkemizde yaygın taraftarlık biçimleri bir tür "ucuza kimlik kapatma olgusu"dur. "Tutulan takımla herhangi bir temasın olmamasına rağmen, sırf onun şaşası, prestijini paylaşmak üzere, hayatında o takımı hiç görmemiş biri, üç bin kilometre uzaktan, "büyük" sayılan bir İstanbul takımını tutabilmekte ve böylece Galatasaraylı, Fenerbahçeli, Beşiktaşlı olarak ucuza kimlik sahibi olmaktadır" (Kılıçbay, 2003). Neden böyle bir (bu tip taraftarlığın kökenleri ve kurumsallaşması başka bir çalışmada ele alınmıştır) taraftarlık tercihi yaygın hale gelmiştir? Bu soruyu, Türkiye'de taraftarlık ve kulüp olaylarının (kökenlerine ve bu çalışmanın çerçevesini aşan bir sosyolojik irdelemeye girmeden) konumuzla sınırlı verili düzendeki alışkanlık ve seçenekleri dikkate alan "özdeşleşme" kavramı çerçevesinde yanıtlayalım. "Büyükler" adlandırmasıyla bir sosyal kategorizasyon işlemine tabi tutulmaları nedeniyle de, bu kategoriye taraftar olarak dahil olmak herhangi bir takımın değil, büyük takımın mensubu olmak anlamına gelmektedir. Bu takımlar sportif ve magazineller yönleriyle başarılı, renkli, görünür ve sürekli gündemdedir. Spor gündeminin merkezindedir. Bu takımların taraftarlığı pragmatik, kullanışlı, sosyalleşme, iletişim ve temsil olanakları geniş, güç vadeden bir kimliktir. "Haftasonlarında yüz güldüren, posterleri gururla asılan, sokaklarda sevinme fırsatı yaratan, (...) bir kimlik" (Kozanoğlu, 1996). Üç kulüpten bir takım tutmakla "istenilen, diğer benler ile güçlü bir biz duygusunu güçlü bir takım taraftarlığında tadarak maneviyatımıza destek sağlamaktır" (Ayan, 1999).

Bugün Anadolu kulüplerine dair taraftarlık olgusunun ve bu yöndeki bir toplumsal dayanışmanın (İstanbul'a karşı) gelişmesi göze çarpmakla birlikte, şehir kulüpleri taraftar sayıları ve toplumsallaşma düzeyi ölçüsünde üç kulüple (FB, GS, BJK) karşılaştırılmayacak düzeydedir. Bu kulüplerin tek bir kentin ötesinde Türkiye

yüzeyine yaygınlaşmış temsil özelliği, özellikle geçmişten bugüne medyadaki temsilleriyle ve taşraya yayılmış kulüp ürün mağazaları ve taraftar/müşteri ilişkileriyle⁵ de yansımalarını bulmaktadır. Bu olgular üç kulübün tüm şehirlerde yaygın (dördüncü büyük kategorisindeki Trabzon'u hariç tutmak gerekir) özdeşlik unsuru haline gelerek taraftar bulmasının sonucudur.

Futbol Taraftarlığının Anlamı ve Özdeşleşme Biçimleri

Spor ortak noktaları ya da farklılıkları simgeleyen; ulusal, bölgesel, etnik düzeyde topluluk fikri için uygun ortam sağlayan bir alandır (Maguire, 2002). Futbol kitlelerin ilgisini fazlasıyla çeken bir spor dalı olarak topluluk fikri ve duygusu için özel bir örnektir. "...Futbol kadar kolektif ve coşkuyu ayakta tutan bir spor yoktur. Diğer sporlar bireyciliği, futbol ise özveriyi ve özgeciliği gerektirir (Nesin, 2006)." Dünyanın neredeyse her yerinde kitleleri bir araya getirme gücüne sahip tek spor dalıdır. Günümüzde futbol taraftarlığı olgusu, sadece futbolseverlik ya da kişilerin bir serbest zaman eğlencesi olmaktan öteye anlamlar taşıyabilmektedir. Futbol taraftarları herşeyden önce kulüpleriyle güçlü bir özdeşleşme hissi yaşarlar. Öyle ki bir takımın taraftarı olduğunu ileri süren kişiler söz konusu kulübün futbolcularıyla, başkanlarıyla, renkleriyle vs. birçok simgesiyle özdeşleşme bağlamında bir ilişkiye girerler. Taraftarlar destekledikleri takımların oyuna dahil asli unsurları (futbolcular, antrenörler gibi) olmamakla ve sonuca etki etmemekle⁶ birlikte kendilerini psikolojik olarak takımlarına yakın hissederler. Takımları kazanınca mutlu; kaybedince öfke, üzüntü, umutsuzluk, depresyon gibi hislere kapılırlar. Yenilginin verdiği üzüntü, galibiyet duygusuna göre daha derinden hissedilir (Forsyth, 2010). Takımla veya bir futbolcuyla aşırı özdeşleşmenin, hayranlığın bir sonucu olarak, yenilgi sonrasında intihar olaylarına dahi rastlanmaktadır.⁷

Özdeşleşmede, takımla ve taraftarlarla duygusal bağlılık ilişkisi söz konusudur. Kişiler tuttıkları takımlarla özdeşleşme sürecinde öncelikle takımın bizzat kendisine bağlanma duygusunu(Fanship), ikinci bir özdeşleşme biçimi olarak ise takımın taraftarlarına bağlılık duygusunu(Fandom) paylaşırlar (Reysen, Branscombe, Nyla, 2010). Avusturalya'da A ligi futbol takımını inceleyen bir çalışmada, özdeşleşme düzeyi yüksek taraftarların maçı daha çok bizzat stadyumlara

⁵ 70'li yıllarda bu kulüplerin karşısında art arda şampiyonluklarıyla dördüncü büyük olarak Trabzonspor çıkmıştır. Bugün söz konusu İstanbul kulüplerinin yanında ciddi bir taraftar kitlesi olduğu görülmekle birlikte yine de üç kulüple karşılaştırılmayacak düzeyde kalmaktadır. Anadolu kulüplerinin içinde İstanbul'da en fazla mağazaya sahip olması da temsil düzeyinin taraftar/müşteri kitlelerdeki yansımalarını göstermektedir. 3 kulübün Trabzon'da hatta Karadeniz bölgesinin diğer şehirlerinde mağaza açmaması da Trabzon'un bölgeyle özdeşleşme gücüne dair ipuçları sunmaktadır.

⁶ Büyük tribün gruplarının karşı takımın öne geçmesi durumunda, tezahürat, slogan vs. senkronize grup pratikleriyle rakip takım ve oyuncularını üstünde baskı kurmasını da kaydetmek gerekir. Taraftar gruplarının takımlarının motivasyonunu artırarak, stadyumdaki psikolojik şartları değiştirerek sonucu çevirme etkisi de bulunmaktadır. Ayrıntı için bkz. Toklucu, Murat, "Taraftarın Senle..." 1.Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul 2001, s.79,88

⁷ <https://www.ntv.com.tr/spor/trabzonspor-20-yil-once-intihar-eden-2-taraftarini-unutmadi,ozPuI2ctRkm4jZY2RKwb8A;>

<https://www.ntv.com.tr/spor/trabzonspor-20-yil-once-intihar-eden-2-taraftarini-unutmadi,ozPuI2ctRkm4jZY2RKwb8A;>

<https://www.haberler.com/brezilya-nin-dunya-kupasi-ndaki-hezimet-nepal-de-6244977-haberi/>

giderek izlediği, oyun esnasında ve oyun dışında takımla ilgili ürünleri satın aldıkları, başlıca özdeşleşme motiflerinin “takıma bağlılık, eğlence, heyecan, ait olma duygusu, takımın ait olduğu şehir, atmosfer” olduğu belirtilmiştir (Rühl, 2010). Romanya’daki Ultras taraftar gruplarına yönelik bir çalışmada, taraftarlığın en temel motifinin “Grup Üyeliği” olduğu vurgulanmıştır. Bu taraftar gruplarına takımın kendileri için ifade ettiği anlamın ne olduğu sorulduğunda cevap “herşey”dir. Taraftarların önemli kısmı 15-30 yaş arasındadır (Ionescu, Voicu, Gabor, 2010). Futbol taraftarlığındaki baskın motiflerin “takımı yalnız bırakmama”, “takıma karşı taraftar sorumluluğunu yerine getirme” gibi bağlılık ve aidiyet eğilimleri olduğunu (Zelyurt, 2017), taraftarların önemli kısmının sahadaki futbolcularla özdeşleşme eğilimi taşıdığını ileri süren (Acet, 2006) çalışmalar da bulunmaktadır. Yapılan bu çalışmalar taraftarlığın gündelik hayattaki kimlik, aidiyet, bağlanma ve anlam boyutlarını göstermektedir. Takıma ve taraftarlığına bağlılık hissi semboller, totemler, oyuncular, başkanlar, antrenörler, renkler, anılar, başarılar, temsil ve değerler vs. unsurlarla özdeşleşmeyi içermektedir.

Futbol taraftarlığı bir mensubiyet alanıdır. Kulüp/oyuncu/taraftar merkezli özdeşleşme sürecinde ilgili gruba veya hayal edilen topluluğa yönelik mensubiyet hissini güçlendiren dayanak noktaları bulunmaktadır. Bunlar özdeşleşilen ana kaynaktan ilgili, kaynağın özelliklerini yansıtan türev sembollerdir. Taraftarlık sürecinde takıma ait bu sembollerle sıklıkla ilişki kurulduğu görülür. “Özdeşleşme sürecini değişik çevrelerde olumlu biçimde tamamlayamayan kişi, özellikle genç veya taraftar olarak bu süreci yeniden yaşar. Kişi, tuttuğu kulüp, taktığı rozet, taşıdığı renkler, forma, arma, milli marş, bayrak, ulusal başarı fikri, attığı sloganlar, şarkılar ve sözlerle bir gruba bağlı olmanın güvenini duyar. O grubu benimseyerek kişiliğini “hiç” olmaktan kurtarır. Kendisini grubun bir üyesi olarak görüp toplumda rolü ve yeri olduğuna inanır” (Erkal, Ayan, Güven, 1998). Öyle ki bu noktada “taraftarlık bir davranıştan çok bir kimliğe dönüşmüşse ve kişi kendini onunla var etmişse aslında bu yok olmaya karşı bir dirençtir, bir reflekstir” (Biçer, 2006). Bir tür var olma biçimidir. Futbolla kurulacak bir toplumsal kimliği en parlak ve belki de statü sembolü olarak tek seçenek olarak gören toplum kesimlerinin yanında, futbolun günümüzde bir kimlik, mensubiyet/temsil alanı olarak farklı toplum kesimlerine hitap ettiğini söylemek mümkündür.⁸

Genelde sporda, konumuz özelinde futbolda farklı özdeşleşme düzlemlerinin olduğu görülür. Bu düzlemler Kişi-Kişi, Kişi-Takım, Kişi-Doğal/Mitolojik özellikler, Küme-kişi, Küme-küme, Kişi-Sportif imge özdeşleşmeleri şeklinde ortaya çıkabilmektedir.⁹ Sırasıyla örnek vermek gerekirse bir kişinin ünlü bir sporcuyla

⁸ Kale arkası gruplar, Üniversiteli taraftar grupları, Çeşitli siyasi görüşleri temsil iddiasında olan tribün grupları, düzenli olarak stadyumlara gitmeye de kendisini futbolsever ve taraftar olarak tanımlayan kitleler, Futbolla ilgili görünen siyasiler, sanatçılar, yazarlar ve iş adamları vs. toplum kesimleri ve zümreler.

⁹ Ayrıntı için bkz. Erkal, vd., *Sosyolojik Açıdan Spor*, s.150-153

özdeşleşmesi(kişi-kşi), kişinin takım ve taraftar grubuyla özdeşleşmesi(kişi-takım), sporculara atfedilen mitoslarla, hayali niteliklerle özdeşleşmesi(İmparator, Atom Karınca, Sarı Fırtına, Kral, Şeytan vs./kişi-doğal/mitolojik), bir kitlenin veya toplumsal grubun belirli üstün sporculara duygusal bağlanmayla simgesel değer atfederek sporcunun ismini çeşitli pratiklerle topluma hatırlatması(Küme-kşi)¹⁰, bir taraftar grubunun belli bir takımla özdeşleşmesi(Çarşı'nın Beşiktaş'la, Teksas grubunun Bursaspor'la, Tatangalar grubunun Sakaryaspor'la özdeşleşmesi/küme-küme), kişinin tuttuğu takıma ait renk, totem, slogan, tezahürat, efsane vb. unsurlarla özdeşleşmesi (kişi-kültürel/sportif imge) çeşitli özdeşleşme biçimlerine örnek oluşturmaktadır.

Kulübüne ilgisini ve bağlılığını yaşamının önemli bir parçası yapan, futbol takımıyla kurduğu ilişkiye bir boş zaman faaliyeti olmanın ötesinde zorunlu bir misyon gibi anlam yükleyen kişilere rastlamak muhtemel bir durumdur. Trabzonlu fanatik teyzelerin tribünde dua etmesi, fikstürü takip etmesi, "Siz böyle güzel oynayıp maçları kazandıkça biz de mutlu oluyoruz, en azından o gece rahat bir şekilde uyuyoruz"¹¹ demesi futbol taraftarlığının farklı cinsiyetler ve yaş grupları bağlamında da toplumsallaştığını ve toplumun her kesimi için bir özdeşleşme alanı olabildiğini gösteren bir örnektir. "Trabzonspor bizim için spor değil; başka bir şey" diyen evli çiftin yeni doğan ikizlerinden birine "bordo" diğerine "mavi" ismini vermesi¹², apartmanı sarı lacivert renklere boyatan 50 yaşındaki Fenerbahçe taraftarının, "Kiracılarımızın hepsi de Fenerbahçeli. Fenerbahçeli olmayanlara dairelerimizi kiralamıyoruz. Benim kiracım Fenerbahçeli olacak" diyerek sosyal ilişkilerinde keskin bir tavır koyması¹³, Manisa'nın Sarıgöl ilçesinde yaşayan 40 yaşındaki Galatasaray taraftarının bağ evini ve direklerini sarı kırmızıya boyatması¹⁴, Nevşehir'de yaşayan 8 yaşındaki Fenerbahçe taraftarının sünnet düğününde her yerin ve davetiyelerin sarı lacivert desenlerle süslenmesi¹⁵, Manisa'da fanatik Beşiktaş taraftarının oğluna Beşiktaş ismini koyması¹⁶, Kahramanmaraş'ta Fenerbahçe taraftarı bir babanın oğullarından birine Alex diğerine Musa Sow ismini koyması¹⁷, 3 çocuk babası 61 yaşındaki Trabzonspor taraftarının rakip karşısında puan kaybetme ve şampiyonluk fırsatının kaçması nedeniyle kalp krizi geçirmesi¹⁸, fanatik bir Rizespor taraftarının düğün fotoğraflarını stadyumda çektiği¹⁹ takım

¹⁰ Futbolcuların isminin caddelere verilmesi ve heykel yapılması buna örnek olabilir.

<https://www.sabah.com.tr/galeri/spor/heykeli-dikilen-futbolcular>

¹¹ <https://www.cnnturk.com/video/spor/futbol/onlar-trabzonsporun-fanatik-teyzeleri>

¹² https://www.youtube.com/watch?v=9CCFnVw_4Qk

¹³ <https://www.fotomac.com.tr/galeri/fenerbahce/fanatik-taraftar-apartmani-sari-lacivert-renklere-boyatti/2>

¹⁴ <http://www.milliyet.com.tr/fanatik-taraftar-bag-evini-sari-kirmizi-manisa-yerelhaber-2797343/>

¹⁵ <http://www.milliyet.com.tr/fanatik-taraftarin-sunnet-dugunu-sari-nevsehir-yerelhaber-2309839/>

¹⁶ <http://www.yenihaberden.com/fanatik-taraftar-oglu-besiktas-ismine-koydu-460v.htm>

¹⁷ <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/cocuklarinin-adini-alex-ve-sow-koydu-156985h.htm>

¹⁸ <http://www.iha.com.tr/haber-trabzonspor-fanatik-taraftarin-son-vedasi-171230/>

¹⁹ <https://www.mynet.com/fanatik-taraftar-dugun-fotograflarini-stadyumda-cekirdi-110104374644>

tarafdarlığının duygusal bağlilik, anlam ve kimlik boyutlarını göstermektedir. Çeşitli taraftarlık pratiklerinden oluşan bu örnekler aynı zamanda ilgili kişilerin toplumsal iletişim biçimlerinde, tuttıkları takımlar vasıtasıyla mesaj vermeye verdikleri önemi de göstermektedir.

Futbol kaynaklı bir taraftar kimliğinin kuruluş biçimi ve kalıcılığı da dikkat çeken yönlerinden birisidir. Taraftarlıkla ve kulüp bağıyla neredeyse yaşam boyu süren bir ilişki biçimi ortaya çıkmaktadır. “Her hangi bir siyasi parti, taraftarını hayal kırıklığına uğrattığında kolayca değiştirildiği halde, takım yenilse bile başka takım tutulmaması” söz konusudur (Balcıoğlu, 2003). Sevilen lider, ideoloji, dinlenen şarkı vs. hayata dair birçok alışkanlık, ilişki biçimi değiştirildiği halde tutulan takımdan vazgeçilmemektedir (Kırca, 2000). Bu yönüyle taraftarlığın irrasyonel bir tercih olduğundan söz edilir. Öyle ki taraftarlık, “insanın kendi seçmediği koşullara, içine doğduğu veya geldiği muhite bağlı, birçok etkilenmelere, tesadüflere bağlı, hissi yanı ağır basan, akli seçimlerle açıklanması (...) müşkül bir bağlanma tarzıdır”.²⁰ Taraftar kimliği, takımının başarısızlığı durumunda bir başka takımın taraftarlığına geçmek gibi hesaplı bir davranış yerine, “rezil bir yenilginin ardından bile, (...)aksine umudunu, güvenini, heyecanını bir sonraki haftaya taşımaktadır” (Bostancıoğlu, 2009). Hatta ülkemizdeki erkek nüfusunun önemli kısmı, çocuk yaşlardan itibaren, takım değiştirmenin ne anlama geldiği konusunda üstünkörü de olsa bir toplumsal eğitimden geçmektedir. Tutulan takımı değiştirmek, içinde mizah unsuru da barındırır “dönek” vb. ifadelerle yaftalanmanın gerekçesi olabilir.²¹ Böylelikle takım değiştirmenin, toplumsal yaptırma konu olan bir yönü de ortaya çıkmaktadır.

Futbol kitleler için sosyal yaşamda sorunları öteleyici, eğlendirici, rekreatif, özgür bir faaliyet alanı olduğu gibi sevinç, üzüntü, başarı ve başarısızlık hissi, övünç ve hayal kırıklıklarının da konusu olabilmektedir. “İnsanlar hayatlarındaki bütün beklentilerini, hayal kırıklıklarını, düşündükleri umutları, yaşadıkları sorunları, eğitimde karşılaştığı güçlükleri, geleceğe ilişkin umutsuzluklarını, cinsel sorunlarını, söyleyemedikleri aile içi sıkıntılarını, hepsini futbola yüklüyorlar. Hepsini futbola yüklüyorlar, kendi takımlarının zaferiyle bunları aştığını düşünüyorlar ve bunu yaşıyorlar. Eğer takımları yenilirse her şey tuzla buz oluyor” (Atabek, 2006). Galeano’nun ifadesiyle, “Pazar gününün aşırı yetkinliği, haftanın öbür günlerinin itaat dolu yaşantılarını, isteksiz aşk hayatını, sevilmeyen ya da hiç olmayan iş hayatını unutturur” (Galeano, 2008). Öyle ki taraftar kimliği, birçok kişi için hayatın yegâne anlamı olabilmektedir (Kılıçbay, 2003). Bu yönleriyle baktığımızda futbol taraftarlığının önemli bir işlevi de insan hayatında bir nevi emniyet süpabı işlevi

²⁰ Yazar taraftarlık tercihinden sonra bunu rasyonalize etmek ve iradi seçimle temellendirmek için gerekçelerin üretilebileceğini de vurguluyor. Ayrıntı için Bkz. Bora, Tanıl, 2013, **Karhanede Romantizm: Futbol Yazıları**, 2. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, s.180.

²¹“Takım değiştirme”ye yüklenen bazı anlamlar için Bkz. <https://eksisozluk.com/tutulan-takimi-degistirmek-418588>; <https://www.uludagsozluk.com/k/24-yasindan-sonra-takim-degistirmek/>; <https://rerererarara.net/tuttugu-takimi-degistiren-insan-5810>

görmesidir. Sık sık fanatizm eğilimleriyle kitlesel şiddet olaylarına neden olsa da bireysel enerjinin, öfkenin, hayal kırıklıklarının hatta geleceğe dair umutsuzluk hallerinin denetlendiği bir sosyal alan olduğunu; taraftarlığın verdiği sosyal statü hissini kişide geçici de olsa bir esenlik durumu yarattığını söylemek mümkündür.

Futbol kulüplerine bağlılık duygusu kulüple ve taraftarlarıyla özdeşleşmenin ötesinde siyasi ve ideolojik anlamlar da barındırabilir. “Kulüpler bir sistemi simgeledikleri gibi, bir dünya görüşünü, bir savaşımı da simgeleyebiliyorlar” (Fişek, 2003). Dünyanın neredeyse her yerinde belli dünya görüşlerini ve ideolojileri temsil iddiasında olan kulüpler ve taraftar kitleleri bulunmaktadır. Amorf ve kurgusal biçimde de olsa, taraftar grupları özdeşleştikleri sol ve sağ siyasetlere dair simgeler, ikonlar, önemli olaylar, işaretler, sloganlar kullanarak bir nevi siyasi aktivizme soyundukları görüntüsünü verirler. İtalya’da AC Milan kulübünün işçi sınıfını, özel olarak demiryolu işçilerini ve solu; Internazionale kulübünün ise Milan’ın orta sınıfını ve muhafazakâr dünya görüşünü temsil ettiği düşünülür. Bir bölgedeki politik eğilimler o bölgenin futbol kulübüne ve taraftarlık anlayışına da yansımaktadır (Podaliri ve Balestri, 1998). Dünya futbolunda belli siyaset ve fikirlerle özdeşleştirilen kulüp örneklerini çoğaltmak mümkündür. “Lyon’un bir burjuva kulübü imajı vardır, öte yandan, Saint-Etienne işçi geleneğini, işçilerin cesaret ve dayanışma geleneklerini temsil eder. (...)Barcelona’nın Espanyol takımı kendini Katalan hissetmez; bu davanın öncüsü olmak isteyen FC Barcelona ise tam tersi” (Boniface, 2007) bir durumu sergiler. Türkiye’de de futbol kulüpleri doğrudan bir ideolojiyle ilişkilendirilmese de taraftar gruplarının içinde çoğunlukla milliyetçi eğilimler ağır basmakla birlikte, sol eğilimli antici gruplara da rastlanmaktadır.

Taraftarlığın Olumsuz Sonuçları: Bireylik Yitimi, Fanatizm ve Şiddet

Bir futbol takımıyla özdeşleşme biçiminin sapma davranışına ve şiddete neden olması da alışıldık bir durum haline gelmiştir. Futbolda şiddet ve saldırganlık olaylarının önemli nedenlerinden birisi “kişilerin takımla özdeşleşme düzeyleridir” (Konter, 2006). En üst liglerden amatör liglere, gerilim düzeyi yüksek maçlarda birbirine düşman takımların taraftar kitlelerinde fanatizm kaynaklı şiddet pratiklerine sıklıkla rastlanır. Bu noktada spor taraftarı, sporsever bir birey olmaktan ziyade, kendini ait gördüğü veya o an içinde bulunduğu fanatik kitlenin bir parçasıdır. İlgili kişiye kitle psikolojisi hâkimdir. Kitle durumunda “...insanın kendini sterilize etmesi, bir tarafta durup ayırması her zaman sanıldığı kadar kolay olmamaktadır” (Aram, 1999). Bu, futbol taraftarlarının ilgili kitlenin içinde yaşadığı bireylik yitimi (benlik kaybı) durumudur. “Stadyumdaki taraftarlar ait oldukları grubun gücü ile kendi benliklerini grubun içinde kaybedebilir ve grup ile birlikte, tek başlarına yapmayacakları yönde hareket etmeye başlayabilirler” (Kağıtçıbaşı, 2014).

Geçmişte sıklıkla olduğu gibi²² yakın dönemde de yanlış bir özdeşleşme ve uyma biçimini yansıtan şiddet olayı yaşanmıştır.²³ Beşiktaş-Galatasaray maçını izlemek için arkadaşlarıyla restorana gelen Beşiktaş taraftarının, maç sonrası galibiyet sevinci yüzünden restoran dışında karşı takımın taraftar grubu tarafından saldırıya uğrayıp öldürülmesi bir sosyal olgu olup, yeni bir durum değildir. 7 Nisan 2000 tarihindeki Galatasaray-Leeds United maçı öncesinde İstanbul'a gelen İngiliz taraftarlar ile fanatik Türk taraftarlar arasında çıkan kavgada 2 İngiliz taraftarın öldürülmesi de "bireylik yitimi"ne örnek oluşturabilecek (Bilgin, 2000) kitle davranışıdır. Bu olay, Taksim'de bulunan İngiliz taraftar grubunun Türk bayrağına yönelik uygunsuz davranışları ve ilgili bölgedeki mütecaviz eğilimleri²⁴ ve bunun takım taraftarlığıyla birleşen milliyetçi bir savunma dürtüsüyle karşılık bulması sonucu ölümle biten bir grup davranışını meydana getirmiştir. Yine yakın zamanda Yıldırım Bosnaspor ve Küçükköyspor maçı öncesinde stadyum dışında 17 yaşındaki Küçükköyspor taraftarının bıçaklanarak öldürülmesi²⁵, taraftar kimliği adına şiddet davranışlarının amatör yerel takımlarda da ortaya çıktığını hatırlatmaktadır.

Bireylik Yitimi (kimliksizleşme-benlik kaybı) durumu, kişiyi kitle içinde şiddet ve antisosyal davranışa sevk edebilen bir durumdur. "Kişileri kimliksiz hissettirecek ve başkalarının onların kim olduklarını bilemeyeceklerini sağlayacak herhangi bir şey ya da bir durum, bu kişilerin bireysel sorumluluk algısını azaltarak kötücül eylemlerde bulunmalarının önünü açabilir" (Zimbardo, 2015). "Biz" duygusunu yüceltip rakibe en kötü, insan dışı özellikleri atfeden bir taraftar kitlesi içinde kişiler için tek tek bireysel denetim duygusunun, ahlak ve akıl temelli eğilimlerin zayıfladığı görülür. Herhangi bir grup durumunda, Şerif'in de belirttiği gibi, "Birey uymak istese de istemese de (kendi çıkarlarını, birçok açıdan durumun çeşitli yanlarını tartsa da), durumun bir parçası olduktan sonra, grup uyması için ona baskı yapar. Artık birey, bir eyleme geçmeden önce, şu veya bu türden şeyleri dikkate alacak adam değildir" (Şerif, 1985).

Stadyum içinde ve çevresindeki sözlü ve fiziksel şiddet pratikleri, farklı şehirlere deplasmana giderken mola yerlerinde birbiriyle toplu kavgaya girişme, polisle kavga etme, stadyumda veya dışarıda kamu malına zarar verme vb olaylar başlıca örnekleri teşkil ettiği gibi "Bireylik yitimi" ve grup davranışına dair örnekleri stadyum dışındaki olaylarla da çoğaltmak mümkündür. Takımın Avrupa'daki önemli bir başarısı, önemli bir rakibi yenmesi ve şampiyonluk sonrası sokaklarda görülen kutlamalarda bir futbol taraftarının kutlamalara abartılı biçimde korna çalarak eşlik etmesi, kamusal alanda bağırarak küfürlü konuşması, balkona çıkıp silahla ateş etmesi vb. pratikler. Yüzlerce hatta binlerce kişi içinde bireylerin bu

²²<http://www.on5yirmi5.com/haber/spor/spor-guncel/127846/dunden-bugune-taraftar-cinayetleri.html>

²³<https://www.haberturk.com/derbi-gunu-oldurulen-taraftar-topraga-verildi-2253040>

²⁴<https://www.sporx.com/leeds-macinin-olay-adami-ilk-kez-konustu-SXHBQ402893SXQ>

²⁵https://www.youtube.com/watch?v=prE6_DOAEM4

yönde bir uyma davranışı göstermesi, ilgili süre zarfında topluluk içindeki bireylere özgü özelliklerden ziyade grup davranışının ortaya çıktığına işaret eder. Kitleden güç alan bir taraftar kişinin bu düzeydeki anomik, şiddet ve sapma davranışlarını kitlenin dışında bir birey durumundayken yapmakta sakıncalı ve ahlak dışı bulabileceği de akla gelen bir husustur.

Grup kimliği ve kitle davranışı sürecinde kişi, kendisini ve başkalarını sınıflandırırken “iç grup” veya “dış grup” prototipiyle, “Biz” ve “Onlar” çerçevesiyle değerlendirir. “Onlar” (rakipler/diğerleri) belli özellikleri olan bireyler yerine, bir grubun üyeleridir (Hogg ve Vaughan, 2007). Grup üyeleri kendilerini içinde bulunduğu grupla tanımlayarak, gruba bağlılık yoluyla bir sosyal kimlik kazanırlar. Grup üyeleri bu nedenle, kendi grubunu, diğer gruplara göre yüksek statülü olarak görür. Bunu yapmanın yoluysa gruplar arası farklılıkların üzerinde durmak, dış grubu(diğerlerini) kötülemek ve iftira atmaktır (Rogers, 2003). Grup içinde daha fazla olumlu özellikler arama eğilimi, iç grup/dış grup önyargısından kaynaklanır. Bir holigan grubun üyeleri kendi grubunu, rakip holiganlara göre daha üstün görüp, kendi takımlarının oyuncularını yüceltirler (Forsyth, 2010). Spor takımlarında bireysel davranışların yerini grubun ortak davranışlarının, ortak yargı ve inançların alması, grupla özdeşleşme ve bireylik yitimi rakip takımlara karşı önyargı ve şiddet pratiklerini ortaya çıkartabilir (Hagger ve Chatzisarantis, 2005).

Bu süreçte dikkat çeken önemli bir husus da “insan dışılaştırma” (dehümanizasyon) olgusudur. “İnsan dışılaştırma”, dış gruba (onlar) karşı nefret durumunda, bu grubun üyelerinin saygınlık ve onurdan yoksun bireyler olarak stereotipleştirilmesiyle ortaya çıkabilir (Hogg ve Vaughan, 2007). Önyargı, ayrımcılık ve ırkçılığı da içerebilen bu sürecin nesnelere (diğerleri/onlar) insanlık statülerini kaybederler ve karalamaya maruz kalırlar (Zimbardo, 2015). Kitleyi birleştirici bir etken olan nefret duygusu, kişide kendi benzerleriyle kitle içinde kaynaşma arzusu yaratır (Hoffer, 2007). Rakipleri insan dışı ve kötü özelliklerle yaftalama, hakaret, hor görme, erkeksi saldırganlık ve aşağılama eğilimi(rakibi kadınlılaştırma) futbol taraftarlığının yerel, ulusal, uluslararası (müsabakalar) boyutlarında sık rastlanan bir durumdur.

Maçlara gidiş yolculuklarının ve futbol oyununun bizzat kendisinin, yarattığı heyecanla 2 takımın taraftarları (erkekler arasında) arasında toplu bir savaş talimine benzediği görülür (Dunning, Murphy, Williams, 1989). Bu tip Fanatizm düzeyinde taraftarlığın ve özdeşleşmenin kişi, sosyal gruplar ve toplum açısından olumsuz sonuçları vardır. Fanatizm her şeyden önce “bağnazlık”tır.²⁶ Öyle ki “Fanatik bağlanmalar sosyal empatinin en büyük düşmanı” (Tarhan, 2014) olup bir kişinin başka birinin istek, duygu ve düşüncelerini anlamasını, kendisini onun yerine koymasını engelleyen bir bağlanma tarzıdır. Fanatik kişilerin realite körlüğü içinde

²⁶http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c54bcd9b28cf4.66658783

olmaları, olaylara sadece kendi açılarından bakmaları karşılıklı diyalogu ve tartışmayı engeller. Fanatik bir futbol taraftarıyla futbolcunun ve kendisinin yanlışlarını tartışmaya kalkınca şiddetli bir savunma duygusuyla tepki verir, karşı tarafı ihanetle suçlayabilir. Fanatizm, toplumsal ilişkilerde hasar oluşturan sosyal bir hastalıktır (Tarhan, 2014).

2. TARTIŞMA VE SONUÇ

Dünyada en fazla ilgi çeken spor dalıdır futbol, spor dallarının içinde en yaygındır. Türkiye’de de tüm spor dalları içinde futbolun kitlelere yönelik egemenliği söz konusudur. Kitleliliğiyle ve kimlik kurma yönüyle toplumun sporla ilişkisinde merkezi yeri teşkil etmektedir. Bir spor dalı olarak toplumda ayrıcalıklı bir yeri vardır. Seyreden, oynayan, üstüne kafa yoran ve onu kamusal mesele yapan kişi sayısı diğer spor dallarına oranla fazlaca toplumsallaşmıştır. İnsanlar futbola, herhangi bir boş zaman eğlencesine ve spor faaliyetine yönelik ilginin ötesinde bir ilişki kurmuştur. Futbol, genel olarak ve Türk toplumunda sporun ötesinde anlamlara kavuşmuştur. Bu anlamlar ve ilişki duygu yüklü olmasıyla da bu spor dalını diğerleriyle farklılaştırmıştır. Heyecan, eğlence, tutku, sevinç, üzüntü, kimlik, bağlanma, beklenti vs. benzer eğilim ve duygular futbola özel biçimde ortaya çıkmaktadır. Kimileri için futbola ilgi seyir, futbolseverlik ve öylesine bir takım tutma seviyesindeyken kimileri için bir takımın taraftarı olmak hayatın anlamı ve keskin bir kimlik ifadesi olabilmektedir. Futbolun spor, oyun, eğlence, rekreasyon, sosyalleşme, taraftarlık gibi işlevlerinin ötesinde “özdeşleşme” ve “kimlik” işlevi bulunmaktadır. Futbol taraftarlığı bir kimlik biçimi haline gelmiştir, bunun toplumdaki yoğunluğu ve etkileri hissedilmektedir. Taraftarlar tuttıkları takımla, takımın simgeleriyle, renkleriyle, oyuncularıyla, anılarıyla, olaylarıyla, kendileri gibi aynı takımın taraftarlarıyla vs. takıma ait unsurlarla özdeşleşmektedir. Futbol takımları yerel, bölgesel, şehir, ülke düzeyinde bir özdeşleşme alanı da yaratabilir. En popüler ve topluma yerleşmiş bir spor (oyun, seyir, taraftarlık) pratiği olarak futbol farklı özdeşleşme düzlemlerinin ve biçimlerinin sahnesidir. Bu çalışmada da futbolun kişiler için verimli bir özdeşleşme alanı olması, sosyal ve ruhi ihtiyaçlara cevap vermesi, futbol taraftarlığının anlamı ve bir sosyal kimlik biçimi haline gelmesi, özdeşleşme ve kimikleşmenin fanatizme varan olumsuz sonuçları incelenmiştir.

Giddens’in ifadesiyle spor takımlarının simgeleri günümüz modern toplumlarına özgü bir totem haline gelmiştir (Giddens, 2012). Futbol, bu bağlamda en yaygın, en çarpıcı örnektir. Modern toplumun bir çeşit kutsalı haline gelmiştir. Futbol taraftarlığı, dinsel ve ulusal mensubiyetlere benzer biçimde son derece manevi bir bağlılıktır ve kimlik işlevini yerine getirmektedir (Aktay, 1999). Günümüzde “Cemaat”lerin yerini “Kimlik”lerin aldığını ileri süren Bauman’ın kimliğin işlevleri hakkında; dışarıdaki güvensizliğe ve günümüz dünyasındaki

bireysel savunmasızlığa karşı emniyet ve güvenin sıcak sığınağı, “doğal yuva”, “bireylerin korku ve kaygılarını asabilecekleri askı” vb. tanım ve benzetmelerin (Bauman, 2016) futbol kimlikleri için de geçerlilik taşıdığını söylemek yanlış değildir. Bir futbol takımının taraftarı olmak kişilere bir topluluğa dahil olma hissi vermektedir. Takım tutmanın sağladığı “Biz” duygusu, binlerce hatta yerine göre (tutulan takıma göre) milyonlarca insana, ortak bir çatının altında kolektif kimlik oluşturmaktadır. Bilgin’in de belirttiği gibi genel olarak, “kolektif kimliğin dayandığı grup aidiyeti, özdeşleşme ve bağlanma şeklinde kendini göstermektedir” (Bilgin, 2007). Futbol taraftarlığı grup/topluluk aidiyetinin, buna dayalı kolektif kimliğin en sadakatli, uzun süreli biçimlerinden birisidir. Bir takımın taraftarı olan kişiler televizyon karşısında, stadyumda, sohbetlerde, sokakta, işyerinde vs. mekân ve zamanlarda bu aidiyet ve bağlanma duygusunu çeşitli düzeylerde hissetmektedir.

Futbol taraftarlığı Türkiye’de en yaygın özdeşleşme biçimlerinden birisidir. İster bilindik İstanbul kulüplerinden birisi ister bir Anadolu takımı taraftarlığı, takım tutmak bir kimlik ifadesidir. Kitlelerin dilinde ve gündelik yaşamlarında böylesine yaygınlaşıp kanıksanmış bir spor, özdeşlik, kimlik faaliyeti yoktur demek yanlış değildir. Futbol kitleler için erişimi kolay bir kimlik olanağıdır. İdeolojik, dini, ulus, sınıf, cinsiyet kaynaklı kimlikler gibi sorunlara, tartışmalara gebe olmayan bir kimlik biçimidir. Farklı takımlar tutulsa da, futbol kaynaklı kimlikler üstünde toplumsal mutabakat söz konusudur. Siyaset, düzen, zararlı akımlar ve sosyal sapma açısından değerlendirildiğinde zararsız bir müşterektir futbol taraftarlığı. Bu tip bir özdeşleşme ve kimlik edinme sürecine ilişkin belirleyici nedenler; ait olma, “biz” duygusu, hayali de olsa bir cemaatin üyesi haline gelme, “ben”in gerçekleştiremediklerini “biz” çatısı altında telafi etme, ait hissedilen grup/takım/taraftarlık yoluyla başarı hissisiyatı, güçlü olma, kalıcı olma, anlam, toplumsal onaylanmanın çerçevesini genişletme, futbol olayının ve spor gündeminin içinde taraftar statüsüyle yer bulma ve temsil olanağına kavuşma vb. eğilimler şeklinde ortaya konulabilir.

Toplumun ciddi bir kesimi (erkeklerde daha yoğundur) takım tutmaktadır. Kişiler küçük yaşlardan itibaren bireysel bir tercihle ve/ya aile, yakın çevre, mahalle, arkadaş grupları, okul, medya gibi sosyalleşme ajanlarının da etkisiyle bir takımı tutmaya karar vermektedir. Bu tercihin (bir takıma karar verme) insana dair rasyonel ya da irrasyonel bir eğilime işaret etmesine yönelik tartışmaların ötesinde, çarpıcı olan takım tutmanın sürekliliğidir. Bir başka deyişle insanlar siyasi görüş, parti ve gündelik hayat seçimlerinde kolayca değişikliğe gidebilirken genellikle tuttuğu takımı değiştirmemektedir. Elbette takım tutmanın ve takıma bağlılığın düzeyleri de farklılaşmaktadır. Futbolla ve takımla ilgili harcanan mesai, bunu hayatına dâhil etme biçimi, futbola ve taraftarlığa yüklenen anlam kişilere göre değişir. Futbolseverlik, boş zaman eğlencesi, sohbet ve sosyalleşme eğilimleriyle şekillenen bir taraftarlık biçimi olumlu özdeşleşme biçimiyken, fanatizm düzeyindeki taraftarlık sporun dışına çıkan bir sosyal sapmadır. Bu bağlamda

“Biz”e(takımına) üstün ve en iyi özellikleri yakıştırmak, “Onlar”ı (rakipleri) olumsuz özelliklerle etiketleyip düşmanlaştırmak söz konusudur. Futbol taraftarlığının stadyum içinde ve çevresinde, deplasman yolculuklarında, kafelerde, caddelerde vs. çeşitli kamusal alanlarda belli grupların ve kitlenin etkisiyle fanatizm ve şiddet düzeyine çıkması “bireylik yitimi”ne işaret etmektedir. Futbol taraftarlığında “bireylik yitimi” durumunda bireysel ahlak ve akıl yürütme yerine kişide kitle veya grup davranışının ortaya çıkması, şiddet olaylarını ve rakibi “insandışılmaştırma”yı kolaylıkla ortaya çıkarabilir. Böyle bir davranış biçimi ilgili taraftar kitleyle, ait hissedilen grupla, takımın başarısıyla ve/ya yenilgisiyle özdeşleşmenin olumsuz sonucudur. Bu olgunun en üst liglerdeki ünlü takımların taraftarlığında olduğu gibi yerel rekabetlerde ve amatör liglerde de örneklerine rastlanmaktadır.

Bir kimlik savunusunun fanatizm düzeyine çıkması toplumu dışlayan bir anlayıştır. Narsisti bir kişinin her olayın merkezine kendini koyması gibi, fanatik taraftar da spor olaylarında ve hatta kimi zaman diğer sosyal olaylarda tuttuğu takımı hayatın merkezine koyar. Temelsiz bir yüceltme, kendini ait hissettiği takım ve taraftar kitlesi dışındaki rakip unsurları dışlama, ötekileri yok sayma ve aşağılama pratikleri “kimlik” savunusunun artık toplumsal hastalık düzeyine geldiğini gösterir. Toplumun bütünlüğüne karşı bir anlayış ve hareket tarzı olan fanatik taraftarlık sadece kendisini saygıdeğer, üstün nitelikli hatta yüce görüp diğerlerini alçaltarak sporun bütünlüğüne de karşıdır. Fanatizm bu yönüyle hastalıklı bir toplumsallaşma türü olarak, toplum yararına bütüncül bir sosyalleşme biçimi olan sporun darlaşmasına neden olur. Fanatizmdeki körü körüne inanç sporda insan aklını dışladığı gibi insan ve toplum sevgisini, sporun insan felsefesini, insana içkin olma fikrini de dışlar. Sporun değerlerini ve toplumu kapsayan; akıl, insan, saygı, sevgi, vicdan vb. unsurlarla inşa edilmiş “biz” ve “kimlik” savunusu yerine belli bir grubun körü körüne “kimlik” savunusu toplumsal bütünleşmeye karşı ve şiddete eğilimli bir anlayıştır.

3. KAYNAKÇA

Acet M. (2006). *Spor Saldırganlık ve Şiddet*, Morpa Kültür Yayınları, İstanbul: 194.

Aktay Y. (1999). *Formanın Rengi Sermayenin Rengine Karışırsa:Futbol Dünyasının Metalaşmasında Son Durumlar ve Sponsorluk, Futbol, Düşünen Siyaset*, Sayı:2 (Mart), 1. Baskı, Ankara: 46-47.

Altan Ç. (2006). *Futbolu Neden Sevmeli?Futbolu Neden Sevmemeli?*, YGS Yayınları, İstanbul, Temmuz, s.51.

Aram ES. (1999). *Ahmet Oktay'la Söyleşi:Ne İlgin Olabilir Futbola?*, Düşünen Siyaset, 1. Baskı, Esin Sanat ve Felsefe Yayıncılık, s.140.

Atabek E. (2006). *Türk Futbolunun Psikolojik, Sosyolojik Açından ve Sağlık Yönlerinden İncelenmesi*, Türk Futboluna Yapısal Bakış Sempozyumu, 1. Baskı, 8-9 Mayıs, İstanbul Haliç Üniversitesi, İstanbul: 155.

Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi, 6 (1), 85 -105, 2019

www.sportifbakis.com

E-ISSN: 2148-905X

doi: 10.33468/sbsebd.81

url: <https://doi.org/10.33468/sbsebd.81>

Ayan D. (1999). *Aşırı Taraftarlık Etik Bir Sorun Mudur?*. Düşünen Siyaset, 1. Baskı, Esin Sanat ve Felsefe Yayıncılık, s.69.

Balcıoğlu İ. (2003). *Sporun Sosyolojisi ve Psikolojisi*, Bilge Yayıncılık, Mart, İstanbul: 50-51.

Bauman Z. (2016). *Cemaatler: Güvenli Olmayan Bir Dünyada Güvenlik Arayışı*, Çev:Nurdan Soysal, 1.Baskı, Say Yayınları, İstanbul: 21-22.

Belge M. (2017). *Tarihten Güncelliğe*, 5.Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul: 219.

Biçer T. (2006). *Türk Futbolcu Profiline Psikolojik ve Sosyolojik Açından İncelenmesi, Türk Futboluna Yapısal Bakış Sempozyumu*, 1. Baskı, 8-9 Mayıs, İstanbul Haliç Üniversitesi, İstanbul: 190.

Bilgin N. (2000). *Sosyal Psikolojiye Giriş*, 3.Basım, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir:87.

Bilgin N. (2007). *Kimlik İnşası*, Aşina Kitaplar, İzmir: 269.

Boniface P. (2007). *Futbol ve Küreselleşme* Çev: Yerguz, İ., 1.Baskı, Mayıs, NTV Yayınları, s.3, 4, 12, 50.

Bora T. (2013). *Karhanede Romantizm: Futbol Yazıları*, 2. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul: 180.

Bostancıoğlu A. (2009). *Taraftar ve Solcu Olmak: Dün ve Bugün, Futbol ve Kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Endüstri, Efsaneler*, 5. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul: 243, 247.

Cangızbay K. (2006). *Global Hayvanat Bahçesi'nin Nesebsizler Kafesi: Futbol, Futbolu Neden Sevmemeli?*, Temmuz, YGS Yayınları, s.88, 96.

Critchley S. (2018). *Futbol Düşünürken Aslında Ne Düşünürüz?*, Çev:Oğuz Tecimen, 1.Baskı, Metis Yayınları, İstanbul: 66.

Dunning, E., Murphy, P., Williams, J. (1989). "Keyfiler", "Açık Tribün Çeteleri"ve "Kavga Şirketleri": *Futbol Fanatığı Davranışının Sosyolojik Bir Açıklamasına Doğru, Antropolojik Açından Şiddet*, Birinci Basım, Ayrıntı Yayınevi, İstanbul: 221.

Erkal M., Ayan, D., Güven, Ö. (1998). *Sosyolojik Açından Spor*, Genişletilmiş 3.Basım, Der Yayınları, İstanbul: 150, 150-153.

Fişek K. (2003). *Sporun Anatomisi*, YGS Yayınları, İstanbul: 25, 30.

Forsyth DR. (2010), *Group Dynamics*, Fifth Edition, Wadsworth, s.80, 82.

Galeano E. (2008). *Gölgede ve Güneşte Futbol*, Çev: Önalp, E. ve Kutlu, MN., 4. Basım, Haziran, Can Yayınları, İstanbul: 23.

Geçtan E. (2010). *Psikodinamik Psikiyatri ve Normaldışı Davranışlar*, 19. Basım, Ocak, Metis Yayınları, İstanbul: 82.

Giddens A. (2012). *Sosyoloji*, 1. baskı, Eylül, Kırmızı Yayınları, İstanbul: 588, 1065.

Gökçaçı MA, (2008). *Bizim İçin Oyna: Türkiye'de Futbol ve Siyaset*, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul: 274-275.

Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi, 6 (1), 85 -105, 2019

www.sportifbakis.com

E-ISSN: 2148-905X

doi: 10.33468/sbsebd.81

url: <https://doi.org/10.33468/sbsebd.81>

Hagger M., Chatzisarantis N. (2005). *The Social Psychology of Exercise and Sport*, Open University Press, s. 205-208.

Hoffer Erich. (2007). *Kesin İnançlılar*, Çev: Erkil Günur, İM Yayın Tasarım, s. 41, 101, 135.

Hogg MA., Vaughan GM. (2007). *Sosyal Psikoloji*, Çev: Yıldız İ.- Gelmez A., 1. Baskı, Eylül, Ütopya Yayınevi, Ankara, s. 445, 446, 447, 460.

Ionescu S., Voicu S., Gabor R. (2010). *Sociological Aspects Of The Ultras Phenomenon In The City Of Timisoara*, Journal of Physical Education and Sport, 26(1), March, s.66-69.

Kağıtçıbaşı Ç., Cemalcılar Z. (2014). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş*, 16.Basım, Evrim Yayınevi, İstanbul: 83, 380.

Kılıçbay MA. (2003). *Kimlikler Okyanusu*, DOĞU BATI Dergisi, Kimlikler, Sayı:23, s.158.

Kırca Ali. (2000). *Futbol Hayattır*, 3.Basım, Mayıs, Can Yayınları, İstanbul: 43-44, 115.

Kıvanç Ü. (1993). *Aşka Bahane Aramasak?..*, Sayı:56, Aralık <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/4928/aska-bahane-aramasak#.XExHbTAzbIV>.

Konter E. (2006). *Spor Psikolojisi El Kitabı*, Nobel Yayınevi, s.133.

Kozanoğlu C. (1996). *Türkiye'de Futbol: Bu Maçı Alıcaz!*, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul: 103, 109-110.

Köknel Ö. (2005). *Kaygıdan Mutluluğa Kişilik*, 17.Basım, Aralık, Altın Kitaplar, İstanbul: 142.

Kuper S. (2003). *Futbol Asla Sadece Futbol Değildir*, Çev:Sinan Gürtunca, 2.Baskı, İthaki Yayınları, İstanbul:34.

Maguire J, ve Ark. (2002). *Sport Worlds: A Sociological Perspective*, Human Kinetics, s. 143-144.

Nesin A. (2006). *Futbolu Neden Sevmeli?Futbolu Neden Sevmemeli?*, YGS Yayınları, İstanbul: 71.

Podaliri C., Balestri C. (1998). *The Ultras, Racism And Football Culture In Italy. Fanatics!: Power, Identity And Fandom In Football*. First Published, Routledge, s.88-89.

Reysen S, Branscombe NR. (2010). *Fanship and Fandom: Comparisons Between Sport and Non-Sport Fans*, Journal of Sport Behavior, Vol. 33, No. 2.

Rogers WS. (2003). *Social Psychology: Experimental and Critical Approaches*, First Published, Open University Press, s.288.

Rühl M. (2010). *Fan Identity and Identification Drivers-Stoking The Flames Of The Phoenix*, A thesis submitted to the Victoria University of Wellington in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Management Studies Victoria University of Wellington, s.51-62.

Şerif M. (1985). *Sosyal Kuralların Psikolojisi*, Çev: İsmail Sandıkçioğlu, Birinci Baskı, Mart, Alan Yayıncılık, İstanbul: 66.

Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi, 6 (1), 85 -105, 2019

www.sportifbakis.com

E-ISSN: 2148-905X

doi: 10.33468/sbsebd.81

url: <https://doi.org/10.33468/sbsebd.81>

Tarhan N. (2014). *Toplum Psikolojisi: Sosyal Şizofreniden Toplumsal Empatiye*, 8.Baskı, Kasım, Timaş Yayınları, İstanbul: 106, 109.

Toklucu M. (2001). *Taraftarın Senle...*, 1.Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.

Usal A., Kuşluvan Z. (1999). *Davranış Bilimleri: Sosyal Psikoloji*. 3. Baskı, Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi, s.207.

Zelyurt MK. (2017). *Futbolda Şiddet ve Taraftarlık*, 1.Basım, Nisan, Nobel Bilimsel Eserler, Ankara:70.

Zimbardo P. (2015). *Şeytan Etkisi: Kötülüğün Psikolojisi*, Çev:Canan Coşkan, 1.Baskı, Say Yayınları, İstanbul: 473, 482.

Makale Geliş (Submitted) : 16.01.2019

Makale Kabul (Accepted) : 26.03.2019