

# ***Küreselleşme Sürecinde Sporun Genel Bir Değerlendirmesi***

**Sinan ÇIRKA**

## **Özet**

Tanım olarak küresel kelimesinin geçmişi 400 yıl eskiye dayansa da, “Küreselleşme” olgusu oldukça yeni bir kavramdır. İlk olarak 1960’larda ortaya çıkmış 1980’lerin ikinci yarısı boyunca kelimenin kullanımı hızla artmıştır. Küreselleşme olgusu, dünyayı tek ve büyük bir pazar olarak görür. Bu süreçte bilgi ve iletişim teknolojileri başta güncel hayat, toplumsal kültür gibi hayatımızın her alanını etkilemektedir. Küreselleşmenin olumsuz etkileri ise en fazla gelişmekte olan ülkeler üzerinde görülmekte olup, bu durum günümüzde yoğun şekilde tartışılmaktadır. Spor günümüzde insanın boş zamanlarında sağlıklı olmak, aynı zamanda eğlenmek ve boş zamanlarını değerlendirmek amaçlı gelişen bir hayat biçimidir. Küreselleşme sürecinde spor, iletişim ve teknolojideki yeni gelişmelerle birleştirilerek sunulmaktadır. Küreselleşme ile ne kadar çok spor izleyicisi olursa artık birer işletme olan spor kulüplerinin gelir ögeleri de o kadar artacaktır. Spor kulüpleri ve spor organizasyonları için gelir ögesi sadece izleyici sayısı olmayıp, medya yayınları, reklâm ve TV gelirleri, sponsorlar gibi diğer gelir unsurları ile uzayıp gitmektedir. Birinci Dünya Savaşı’nın başlaması ve Sovyetler Birliği’nde sosyalizmin kurulması ile kapitalizmin yayılması kesintiye uğramıştır. 1980’li yılların sonunda Sovyetler Birliği’nin yıkılması ile küreselleşme yeni bir boyut kazanmıştır. Küreselleşme ile çok uluslu şirketlerin sayısının artışı spora da yansımaktadır. Bu makalede sporun önemi, toplumsal işlevleri ve küreselleşme sürecinde spor genel olarak ele alınacaktır.

***Anahtar Kelimeler:*** Küreselleşme, ekonomi, spor, spor endüstrisi  
*An overview of the sports within the globalization process*

## **Abstract**

Although history of description of the word “Global” dates back to 400 years ago, the “Globalization” effect is quite a new concept. Appearing first in 1960’s, it became more popular and more frequently used in the second half of 1980’s. The globalization effect accepts the world as a huge and one single market. In this process – particularly the information and communication technologies - contemporary life affects all aspects of our lives, such as social culture. The negative effects of globalization however are mostly seen on the developing countries and currently this fact is commonly discussed. Nowadays sport is a way of life developed in order to be healthy and have fun at the same time and to make use of the spare times. The sport in the globalization process is provided as combined together with the new developments in communication and technology. By means of globalization, today the more sports spectators mean more income for the sport clubs, which are each a business organization. However, the income factor for the sports clubs and the sports organizations are not limited to the number of the spectators but also include other income factors such as the media broadcasts, advertisement and TV revenues along with sponsors. Expansion of the capitalism on the other hand faced an interruption with the start of the World War I and establishment of the Soviet Union. Following the demolition of the Soviet Union in the late 1980’s, globalization acquired a new dimension. The increase in the number of the multinational companies due to the globalization also reflects in the sports. In this regard, the importance and social functions of sports and the sports within the globalization process shall be discussed in general in the scope of this essay.

**Keywords:** *Globalization, economy, sport, sport industry*

## **Giriş**

Spor ve spora bağlı aktiviteler insanlığın her dönemde dikkatini cezbeden bir takım faaliyetler bütünüdür. Hem aktif katılım hem de pasif katılım açısından insanlar büyük bir istekle spor faaliyetlerini

---

\* *Duatepe Mah., Lalaşahin Sok. No:38/1 Şişli, E-mail: sinancikra@gmail.com*

seyretmeyi ve takipte kalmayı sürdürmüşlerdir. Toplumlar ve uluslararası birliğin sağlatılması açısından neredeyse bir asırdır sportif faaliyetlerin kullanıldığı Dünya Şampiyonaları din, dil, ırk ve renk farkı gözetmeksizin kültürlerin, adetlerin ve örflerin alış-veriş'inde öncü olmuştur.

Zaman içerisinde spor ekonomik açıdan farklı bir nitelik kazanarak ülke ekonomilerinin de bir kısmını oluşturmaya başlamıştır. Bu yüzden yönetimler sporu ekonomik planlar çerçevesinde yönetmeye çalışmaktadır.

Küreselleşen ülke ekonomilerinin spor üzerindeki etkileri konusunda ise birçok yaklaşım bulunmaktadır. Hızla gelişen teknolojiyle birlikte küreselleşme her alanda olduğu gibi sporda da etkisini arttırmış, ülke ekonomilerinin de küresel yerini daha da arttırmıştır.

Bu çalışmada küreselleşme sürecinin spor üzerindeki etkileri ortaya koyulması için ilk önce sporun kavramı, sporun önemi ve toplumsal işlevleri, küreselleşme sürecinde spor ve ekonomi, gibi temel kavramlar üzerinde durulmuş, bunların sonucunda ortaya çıkan spor endüstrisi kavramına değinilmiş, spor endüstrisinin gelişimini etkileyen faktörler incelenmiş, teknoloji kullanımı, medya ve spor ilişkisi araştırılmış ve spor sektöründe E-ticaret çoğunlukta literatür taraması olarak gerçekleştirilen çalışmada birçok kitap, makale, istatistiki bilgi ve internet kaynaklarından yararlanılmış güncel istatistiki verilere dayanılarak sonuçta sporun nasıl karlı bir işe dönüştüğü gözler önüne serilmiştir.

## **Spor Kavramı, Sporun Önemi ve Toplumsal İşlevleri**

### **Sporun Kavramı**

Sporun belirli sözcüklerle donatılmış, kalıplaşmış, klasik bir tanımı yoktur. Spor bireyin topluma uyumunu sağlayan, kişilerin ruh ve beden sağlıklarını güvence altına alan bir uğraşı alanıdır. Spor daha çok yarışma içermekte ve yüksek düzeyde oyun, mücadele ve ağır kas çalışmasını gerektirmektedir. Bir sosyal olay olarak spor, eğitim kapsamı içinde düşünüldüğüne göre, eğitimin ekonomik kalkınmaya

olan etkisinden bahsederken spor için ayrılan kaynakların ve faaliyetlerinde aynı görevi yerine getireceğini söylemek doğru olacaktır. Bir ülkede sosyal insanların yetişmesinde eğitimin ayrılmaz bir parçası olan spor, toplumun sosyalleşmesi, insanlar arasında menfaatsiz yakınlığın doğması ile insancıl kaynaşmanın sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle insanlar spor yapmak ve izlemek, devletler spor yaptırmak zorunluluğu duyarlar. Oyun güdüsünün bir uzantısı olan spor, aynı zamanda bir meslek, toplumsal bir kurum, teknik, estetik ve fiziki bir süreçtir (Doğan, 2007).

### **Sporun Önemi ve Toplumsal İşlevleri**

Sporun toplumların sınıfsal niteliğine bağlı olarak önemi ve sonuç olarak belli başlı toplumsal işlevleri aşağıdaki gibidir (Doğan, 2007).

Yirminci yüzyıl insanının yaşamına değişik biçimlerde ve değişik düzeylerde girmiş olan spor olgusu, yerine getirdiği bu toplumsal işlevler nedeniyle önem taşımaktadır. Bir kültür aracı olarak spor toplumu değişik yönlerde etkileyeceği gibi, saldırganlık içgüdüsünün körükleyici açıdan işlenmesi ile olumsuz sonuçlar doğurması da mümkündür. Toplumsal ekonomik yapı ve sistemlere bağlı olan spor, olumlu olduğu gibi olumsuz sonuçlar da doğuran bir olgu olabilmektedir. Spor bir yandan popüler ve yaygın oluşuyla, diğer yandan genç kuşaklar üzerindeki etkisiyle önemli bir toplumsal olgudur. Kimi için bir eğlence, saygınlık, dinlenme kaynağı olan spor, bazıları içinde kazanç ve sömürü kaynağı olmaktadır.

Spor kapitalist toplumlarda iki farklı biçimde algılanmaktadır. Bazılarına göre hoş ve gerekli bir uğraşı olarak kabul edilirken, diğer bir kesimde ise üretken olmayan, nefretle bakılan, gereksiz bir uğraşıdır. Bu farklılığın nedeni sınıflı toplumlarda spor alanında ortaya çıkan eşitsizlikler ve bazen sporun kötüye kullanılmış olmasıdır. Eğlenecek zamanı ve olanakları olanlar için spor bir eğlence aracı olabilmekte ve böylece gerçek toplumsal amacından da saptırılmış olmaktadır. Diğer yandan, işçi sınıfı için sömürü düzeni ve yaşam savaşımında düzenli spor yapabilmek için zaman ayırmak son

derece güç olduğu gibi, gelir sağlamayan bu etkinliğin ayrıca maddi bir yükü de söz konusu olmaktadır. Spor olanaklarından yoksun olan toplumsal kesimin “onlar eğlenecek zaman ve olanaklara sahip oldukları için şanslı kişiler” demeleri de bu görüşü desteklemektedir. Spor çocukluk yıllarında bir oyun biçiminde ortaya çıkar ve bir enerji birikiminin boşalmasını sağlayarak aile ortamı dışında bazı ilişkilerin doğmasına neden olur. Aile içinde baskı altında bulunan, özgürce hareket edemeyen, savunma mekanizması içine giren çocuk isyankâr olmakta ve topluma uyum sağlayamamaktadır. Aile ortamına ya da toplumsal ortama uyum sağlayamayan gençler, spora yöneldikleri zaman psikolojik boşalım nedeniyle rahatlamakta ve dengeli bir kişiliğe kavuşabilmektedir.

Sosyalleşme (toplumsallaşma) kişinin toplumsal kültürle bütünleşmesini ve içerde yaşadığı toplumla uyum sağlamasını mümkün kılan bir mekanizmadır. Yeni doğan bir çocuk toplumsallaşma süreci ile sosyal davranışları öğrenip toplumsal sistemin bir üyesi haline gelir. Toplumsallaşma, kişinin toplumun değerlerini ve ideallerini benimsemesi, sosyal hayatta oynayacağı rolleri öğrenmesi anlamını taşır. Bir çocuğun sosyalleşmesini sağlayan araçlar, ailesi, komşuları, oyun arkadaşları, okul arkadaşları, öğretmenleri ve kitle iletişim araçlarıdır. Gelişmiş ülkelerde sportif yarışmalarda sosyalleşmenin önemli bir aracı olarak kabul edilir.

Sporun toplumsal işlevlerini şöyle sıralayabiliriz; spor dengeli kişiliğin gelişmesine hizmet eder, kurallara uygun davranma ve eylemde bulunma alışkanlığı kazandırır, spor; kurallara, gelenek ve göreneklere, yasalara saygılı olmayı öğretir, özgürlük kavramının yerleşmesinde önemli bir işlevi vardır, olumlu toplumsal davranışların kazanılmasına katkıda bulunur, eşitlik fikrinin gelişmesine ve başkalarının haklarına saygı gösterilmesine, düzenli çalışmaya sistemli, planlı ve dikkatli hareket etmeye, planlı ve değerlendirme yetisi kazanmaya hizmet ederek toplumsal yaşama etkili-rasyonel ve dengeli şekilde uyum sağlanmasına yarar.

Çocuklar ve gençler boş zamanlarının büyük bölümünü sportif

etkinliklerle geçirdikleri için gençliğin yönlendirilmesinde spor ve spor örgütlerine önemli görevler düşmektedir. Boş zaman uğraşısı, insanın kendi özgür istemine bağlı olarak eğlenmek, dinlenmek, gönüllü katılım, bilgi ve kültürü geliştirmek amacıyla mesleksi ve ailesel zorunluluklar dışında yaptığı uğraşlar bütünüdür. Spor bu amaçla yaygın bir toplumsal olgu olarak görülmektedir.

Mesleksi uğraşlar zorunlu, sportif uğraşlar zorunlu olmayan uğraşlardır. Sportif faaliyetler zorunlu olmayan ancak sağlıklı yaşamın bir parçası durumunda olan uğraşlardır. İş yaşamında olduğu gibi sporda da başarılı olabilmek için sabırla ve dikkatle çalışmak gerekir.

Sportif uğraşlarla, zorunlu uğraşlar arasında değişik tipte ilişkiler vardır. Bu ilişkilerin ilki ve en açık biçimde görüneni “zıtlama” ilişkisidir. Özellikle köylü ve işçi sınıfı için spor için gereken zaman, masraf ve maliyetler spor yapma olanakları açısından kısıtlayıcı bir rol oynamaktadır.

Endüstrinin ağır bastığı batı toplumuna uygun olarak gelişen modern spor, boş zamanı değerlendirme uğraşısı gibi görünmektedir.

Yukarıda anlatılanlar çerçevesinde sporun başlıca toplumsal işlevleri aşağıda belirtilen başlıklar altında toplanabilir;

- Eğlence aracı olmak
- Kişiliğin gelişimini sağlamak
- Toplumsallaşma aracı olmak
- Boş zamanları değerlendirme aracı olmak
- Toplumsal etkinlikte bulunma aracı
- Zorunlu etkinlikler
- Sportif uğraş ve iş uğraşısı olarak spor

## Küreselleşme Sürecinde Spor

### Küreselleşme

Küreselleşmeyi kavrayabilmek için ülke sınırlarının olmadığı bir dünyayı gözümüzde canlandırmak iyi bir başlangıç olacaktır (Eşkinat,1998). Bu çerçevede dünyada küreselleşme olgusu genel olarak aşağıdaki şekilde gelişme göstermiştir (İnal, 2008).

Küreselleşme üç yüz yıllık tarihi geçmiş, sınıfsal dayanakları, sömürü mekanizmaları bağlamında kapitalist üretim biçimi kavramından hareketle ele alınmalıdır. Ancak bu yaklaşımla küreselleşmenin sınıfsal ve ideolojik temeli ortaya çıkabilir. Bu temelde küreselleşme olgusu ile birlikte kullanılan; neoliberalizm, yenedünya düzeni, yerelleşme ve postmodernizm gibi farklı isimlerle anılan bu kavram ve anlayışlarla birbirleri ile örtüşür ya da birbirlerinin aynıdır. Kapitalizm dünya pazarlarına yayılmak, sürekli genişlemek, yeni kar alanları bulmak zorunda olan bir sistemdir. Kapitalizmi yeni pazarlar arama çabasında ele alan bazı görüşlere göre, küreselleşme beş yüz yıl önce Amerika'nın keşfi ile başladığı ve kapitalizmin küresel olduğu kabul edilmektedir. Bu görüşlere göre küreselleşme 19. Yüzyıl vahşi kapitalizminin evrensel düzeyde ve daha güçlü canlandırılmasıdır. Dünya kapitalizminin 1970'lerden itibaren içinde bulunduğu küreselleşme sürecine yön veren dinamikleri dört ana başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar;

- Kapitalizmin altın çağı boyunca süren yüksek birikim temposunun yarattığı aşırı üretime dayalı kriz
- Söz konusu dönemin sermaye/emek çelişkisine damgasını vuran Fordist endüstriyel ilişkilerin beslediği kâr sıkışması
- Uluslararası kapitalist rekabetin yoğunlaşması
- Finansal sistemin serbestleşmesi sonucu yükselen finansal sermaye ve spekülâtif birikim tercihlerinin sanayi yatırımlarının önüne geçmesi

olarak sıralamak mümkündür. Buna göre kapitalist sistem için temel olan sürekli üretmek, biriktirmek ve kâr etmektir. Bu yapı her yıl bir önceki yıldan daha fazla üretmediği, ürettiklerini

satmadığı ve kâr etmediği durumda krize girer. Teknolojideki son gelişmelerin sanayileşmeye olan etkileri bu krizler sürecini daha da hızlandırmış ve derinleştirmiştir. Küreselleşmenin önünü açan diğer bir gelişme 1987 yılında SSCB'nin dağılması ve 1989'da Berlin Duvarı'nın yıkılmasıdır. Birinci Dünya Savaşı'nın başlaması ve ardından Sovyetler Birliği'nin liderliğinde kapitalizme alternatif bir ekonomik sistem olan sosyalizmin kurulması ile kapitalizmin yayılması kesintiye uğramıştır. Dolayısıyla, Sovyet Bloğu'nun çöküşü ile birlikte liberal ekonomik düzen diğer ifade ile serbest piyasa ekonomisi giderek yaygınlaşmıştır. Soğuk savaş sonrası askeri, teknolojik ve ekonomik üstünlüğü ile ABD merkez ülkeler arasında öne çıkarak oluşturduğu hegemonik gücünü özellikle IMF, DB ve DTÖ gibi uluslar üstü kurumların kapitalist ekonomiden taviz vermemeleri noktasında kullanmaktadır. Yine de ABD'de reel ücretlerin 90'ların sonlarından bu yana artmaması, ailelerin hayat standartlarını koruyabilmek için bir kişi yerine iki kişi çalışması, ek iş yapmaları, iş güvenliğinin önceki dönemlere göre bozulmuş durumda olmasından dolayı küreselleşmenin merkez polisi ABD'de de sosyal adaletin gözle görülür şekilde sarsıldığı gözlenmektedir. Küresel süreçte merkez devletlerin sınıfsal yapısını korumakta olduğu ve refah devletinin kalesi durumunda devletlerde dahi sosyal eşitsizlikler artmaktadır. Küreselleşme sürecinde yoksulların artan sayılarıyla aşağı doğru, az saydaki zenginleri de yukarı doğru çekildiği görülmektedir. Sonuç olarak küreselleşme, sermaye lehine ulus ötesi şirketleri ile sınırları aşarak devam etmektedir.

### **Küreselleşme ve Spor**

Spor kapitalist ekonomi politiği olarak kâr elde etmek için yatırım yapılan bir alan olarak ele alınmaktadır. Küreselleşme sürecinde egemen sınıf kapitalist ilişkiler içinde devraldığı sporu iletişim ve teknolojideki yeni gelişmelerle birleştirerek sunmaktadır. Çok uluslu şirketlerin üretim tarzı ve boş zaman kavramı küreselleşme ile üretim sistemlerinde ortaya çıkan iki türlü esneklik biçimi ile açıklanabilmektedir. Bunlardan bir tanesi Fordist üretim sisteminde fabrika çatısı altında gerçekleştirilen üretim sürecini parçalanarak, üretim sürecinin tamamının ya da bir kısmının fabrika dışına



aktarılmasıdır. Sermayenin üretimini kaydırıldığı ucuz emek alanlarının başında küçük ve orta ölçekli işletmeler gelmektedir. Bu anlamda özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler “çevre ülkeler” olarak ucuz emek alanları oluşturmaktadır. Bu süreç özellikle spor donanımı olan top, forma, spor ayakkabısı gibi unsurların üretim sürecinde daha belirgindir. Diğer bir konu ise “boş zaman” kavramı ile ilgilidir. İşçi sınıfının en önemli kazanımlarından işgününün “sekiz saat” ile sınırlandırılmasından doğan boş zaman kapitalizmin kontrolüne kültürel, sanatsal etkinlikler yanında spor etkinlikleri ile girerek işçinin kendi zamanı olarak kalmamaktadır. Ancak sosyal devlet koşullarında “boş zaman” da ayrıcalık olan spor yapma olanağı, küreselleşme ile birlikte çoğu defa sporu izlemekten ibarettir. Spor yapan insan, spor izleyen insana dönüşmektedir. Çünkü yedek işçi olarak kocaman bir işsizler ordusu vardır. İşçinin bedenini yeniden üretim için sağlıklı kılmasına, dolayısıyla sağlıklı bir işçi sınıfına gerek duyulmaktadır. Küreselleşmenin dayattığı tek yönlü güzel anlayışı çekici ve arzulan beden formlarında kadın ve erkekler; atletik, kaslı, ince ve zarif olarak belirlenmiştir. Genetiği ile oynanmış, sağlıklı, fast-food tarzı yiyecek ve içecekler reklâmlar eşliğinde tüketilmeye özendirildiğinden şişirilmiş insanların sağlıklı toplum adı altında spor salonlarına itilmeleri, her köşe başında kurulan spor salonlarının ticari boyutunu ortaya koymaktadır. Aynı ticari zihniyet doğrultusunda, çoğu kez spor salonlarında uzman olmayan, spor eğitimi almamış, ucuz emek gücüyle yapılan spor insan bedeninde kalıcı sakatlanmalara yol açmaktadır. Spor düzenli ve bilinçli yapıldığı sürece sağlıkla ilgili önemli sonuçlar alınabilecek bir etkinlik olmasına rağmen “küreselleşmenin insan sağlığını düşünmediği” sonuç olarak ortaya çıkmaktadır (İnal, 2008).

### **Küreselleşme Sürecinde Spor ve Ekonomi**

20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren spor pazarının ekonomik bir faaliyet alanı olarak devasa boyutlara ulaşması ile spor popüler bir kültür ögesi olarak tüketime sokulmuş ve birçok farklı endüstri dalı ile iç içe geçmiştir (Saatçioğlu, 2013). Bu nedenle dünya ölçeğinde hızla endüstrileşen spor sektörünün ilişkide bulunduğu ekonomik unsurlar aşağıdaki gibidir (Devecioğlu, 2004);

- Sportif organizasyonlar
- Spor işletmeleri
- Spor teşkilatları
- Spor ürünleri
- Spor medyası
- Spor ve teknoloji
- Spor ve pazarlama

Spor sosyolojisinin ve felsefesinin son yıllarda incelediği araştırma alanlarından biri sporun küreselleşme sürecine bağımlı olarak değişimidir. Yapılan incelemelerde ortaya çıkan sonuç, modern spor sistemlerinin ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, sporun ulusal niteliği yanı sıra modern sporun küreselleşme süreçlerine ne denli sıkıca bağlı olmasıdır. Uluslararası acentaların sayısındaki artış, iletişimin küresel boyutta büyümesi, evrensel ödül ve yarışmaların sayısındaki artış, ulusal ve evrensel organizasyonların gelişmesi, uluslararası oyunların sayısının artması, batı spor formlarının dünya çapında kabul görmesi, olimpiyat oyunları, kadın ve erkek dünya kupaları gibi küresel oyunların yerleşmesi spor dünyasında küreselleşmenin yerleştiğinin kanıtıdır. 1991'e kadar 4 yılda yapılan Dünya Atletizm Şampiyonalarının yapılmasının bu tarihten sonra 2 yılda bir yapılmaya başlaması bu anlamda değerlendirilebilir. Spor ürünlerinin üretimi küreselleşme ile ilişkili bulunmaktadır. Spor ürünleri genelde Batı'nın ve özellikle ulus ötesi şirketlerin çıkarlarını yansıtan karmaşık bir politika ekonomisine iyice yerleşmiştir. Buna göre taraftar bir tüketici, atlet bir işçi, kulüp bir marka ve spor bir üründür. Türkiye'de ise 1980'li yıllardan sonrası hem kapitalizm ve hem de futbol endüstrisi için bir milat olduğu kabul edilmektedir. Dünya kapitalizmine 1980 sonrası daha çok entegre olan Türkiye kapitalizmi futbol endüstrisinde de küresel yapıya entegre olmuş ve yeniden yapılanmıştır. Bu dönemden itibaren endüstrileşen futbol, formel sektörün yanı sıra yeraltı ya da enformel sektörü de yaratmıştır. Karşılaştırmalar üstüne oynatılan büyük meblağlı bahisler, şike, hakem ayarlamaları gibi olgular bu dönemde sektöre eklenmiştir. Sporun ticarileşmesi ve ekonomik bir sektör haline gelmesi pek

çok faktörle beslenirken bunların birbirini beslediği de dikkat çekmektedir. Küreselleşme ile spor endüstrisinin özellikle son 20-30 yıl içinde olağanüstü gelişmiş olduğu gözlenmiştir. Küreselleşme sürecinin spor ekonomisine etkileri özellikle şu başlıklar altında görülmektedir. Bunlar; sporda emek göçü, televizyonda spor yayınları, spora katılım ve istihdam, sporda sponsorluk (Saatçioğlu, 2013). Türkiye’de Futbol Federasyonu 1 Ocak 1923’de kurulmuştur (Uslubaş, 2015).

### **Spor Endüstrisi**

Araştırmalar, spor endüstrisinin spor ile ilişkili geniş bir ürün ve tüketici bölümünü kapsadığını göstermektedir. Spor endüstrisi içinde ürün; spor faaliyetleri, rekreasyon, fitness veya serbest zaman etkinlikleri ve bunlar ile ilgili ürün ve hizmetler şeklinde ifade edilmektedir. Bu araştırmalar içinde spor tüketicisi; tüm toplumda spor ürün ve hizmetlerini tüketen birey ve işletmeler olarak belirlenmiştir. Spor ile ilgili bu ürünlerin yanı sıra, alışveriş yerleri, restoranlar, oteller, fabrikalar ve barlar gibi işletmelerin faaliyet alanları da spor endüstrisi ile dolaylı ilişkilidir. Örneğin Olimpiyatlara ev sahipliği yapacak ülkeler belirlenirken bu unsurlarda göz önünde bulundurulmaktadır. Kısaca spor endüstrisi tüketicilerine spor, fitness, rekreasyon, serbest zaman etkinlikleri ve bunlarla ilgili ürün, hizmet, insan, yer ve düşünceler sunan pazarın ismidir. Spor endüstrisi en genel anlamı ile aşağıdaki özellikleri içermektedir (Argan, 2004);

- Katılımsal bir ürün sunar. Örneğin Türkiye futbol Ligi’nde mücadele etme.
- Seyirsel bir ürün sunar. Örneğin futbol ya da güreş müsabakası izleme.
- Spor ve fitness etkinlikleri için gerekli olan veya ihtiyaç duyulan araç-gereci sunar. Örneğin step tahtaları, basketbol topları veya bisiklet kaskları.
- Tutundurmaya ilişkin ticari eşyalar sunar. Örneğin logolu takım şapkaları ve t-shirtleri, fitness kulüp t-shirtleri ve havluları.
- Spor etkinliklerinin yapılabileceği tesisler sunar. Örneğin yeni squash kortları veya jimnastik sahaları.

- Spor ve rekreasyonel etkinliklerin devamı için gerekli olan hizmetleri sunar. Örneğin teniz raketi tamiri, çamaşır yıkama ve golf kulübü temizliği.
- Rekreasyonel etkinlikler sunar. Örneğin rafting, atıcılık, kampçılık, dağcılık veya yamaç yürüyüşü.
- Spor organizasyonlarının yönetimini ve pazarlamasını içerir. Örneğin büyük bir maraton organizasyonunun veya tenis turnuvasının düzenlenmesi.
- Basım yayın şirketlerinin sunduğu özel sportif dergiler veya etkinliklerin sunulması.
- Profesyonel sporcuların finansal, hukuki ve tutundurmaya ilişkin işlerinin yerine getirilmesi için olanaklar sunulması.

Böylesi büyük bir yelpaze içinde yayılan spor endüstrisi, zamanla çok farklı bölümleri de bünyesine toplamıştır. Spor endüstrisi içinde oluşan alt alanlar özellikle 1980'li yıllardan sonra yeni bir biçime bürünmüştür. Bunun doğal sonucu olarak, spor endüstrisi içinde birçok farklı alt alan ve bu alanlara ait birçok farklı sektör içinde değerlendirilmeye başlanmıştır.

### **Spor Endüstrisinin Gelişimini Etkileyen Faktörler**

Özellikle II. Dünya Savaşının ardından gelişen teknoloji ve ekonomik gelişme tüm alanlarda olduğu gibi spor alanlarında da etkilerini göstermiştir. 1960'lı yılların ardından spor bir endüstri dalı olarak görülen ve kendi pazarını oluşturan bir sektör haline gelmiştir. Günümüzde spor tüm dünyada toplumlar için en önemli ve en etkili kurumlardan birisi konumundadır. Spor endüstrisinin büyümesi ve gelişmesini etkileyen pek çok faktör bulunmakta olup bunları dokuz başlık altında sınıflandırmak mümkündür. Bunlar (Argan, 2004);

- Spor, fitnes ve rekreasyon etkinliklerinin gelişimi,
- Kitle iletişim araçlarında artış,
- Serbest zaman artışı,
- Spor ürünlerinin artması ve teknolojik gelişmeler,
- Spor endüstrisinde pazarlamanın önem kazanması,
- Spor eğitiminin artması

- Spor endüstrisinde gelir artışı
- Spor yönetiminde gelişmeler
- Sporun küresel bir Pazar haline gelmesi

Dünyanın ikinci büyük ekonomisi olan Çin spor endüstrisi büyüklüğünü 2015 yılına kadar 850 milyar dolara çıkarmak istemektedir. Günümüzde dünyada spor endüstrisi pazarının yaklaşık 620 milyar dolar olduğu düşünüldüğünde, Çin'in sporda ne denli büyük hedefler belirlediği açıktır. Çin'in 1 milyar 300 milyon olan dev nüfusu henüz futbola ilgi duymuyor ancak ülkenin politikası halka futbol sevgisini aşlamak yönünde. Bunu bilen Çinli sermaye sahipleri de futbola yatırım yapıyor. Çinli sermayedarların hedeflerinde Avrupa olmakla birlikte İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda ve Çek Cumhuriyeti'ndeki futbol kulüplerinde hisseleri bulunuyor. Çinli yatırımcıların spora özellikle futbola olan bu ilgisinin arkasında yüz milyarlarca dolarlık gelir pastasından pay almak yatıyor. Yapılan araştırmalar 2011'deki küresel spor pazarı gelirinin 118.6 milyar dolardan 2015'de 145.3 milyar dolara ulaştığını ortaya koymuştur. Spor endüstrisinde dünyaya kafa tutan Çin, dünya futbolunun yıldız isimlerini yılda 14 milyon Euro'ya ulaşan astronomik ücretlerle ülkesine getirmektedir (Anonim, 2016).

### **Teknoloji Kullanımı, Medya ve Spor İlişkisi**

Küreselleşme ile birlikte yayılan teknoloji kullanımı ile spor arasındaki ilişkiler farklı görüş sahiplerine göre aşağıdaki şekilde özetlenebilmektedir (İnal, 2008).

Günümüzde sporun sağlık ve toplumsal boyutlarının arka plana itilerek, profesyonelce yapılmasının öne çıkarılmasının arkasında sporun bir "spor işi olarak" değerlendirilmesi bulunmaktadır. Bunun sebebi kapitalizm için bir meta olan spor, profesyonellerce sunulduğu ölçüde izlenecek ve kâr getirecektir. Sporla ilgili kararları alan kurumların başında gelen Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin 1990'lı yılların başında yaptığı çağrıyla, 90 yıldır ihlal edilmeyen "herkes için spor" ilkesini bir tarafa bırakıp, profesyonel sporculara ilgiyi artırarak sporun dönüşümüne verdiği olumsuz katkı gözden

kaçmamıştır. Bu açıklamaları daha iyi anlayabilmek için küreselleşme ile birlikte teknolojiye yaşanan gelişmelere bakmak gereklidir. Buna göre, teknolojiye yaşanan gelişmeler spor malzemeleri ve spor alanlarının değişimine neden olmaktadır. Şöyle ki; sporcunun bedeninde hızın, gücün ve yüksekliğin sınırlarının artışında “spor donanımlarının” da önemli payı bulunmaktadır. Örneğin yüzme sporunda mayolar, bisiklet sektöründe bisikletler, sırıkla atlamada kullanılan malzemeler değişmektedir. Motor sporuna baktığımızda oldukça uzun zamandır bu spor alanının teknolojik donanım ile paralel gittiğini görebiliriz. Burada söylenebilecek önemli bir husus, teknolojiyi kullanma gücü dünya ülkeleri hangi ölçüde eşit dağılabiliyorsa, spor dünyasında teknolojinin kullanımı da aynı eşitlikte dağılmaktadır. Bu noktada küreselleşme taraftarlarının “izleyici ya da tüketicinin spordan gerçek performans bekledikleri” konusunda görüşünü belirtmekte yarar bulunmaktadır. Küreselleşme taraftarlarına göre spor, seyirlik; spor organizasyonu reytingi artıracak bir TV programıdır. Bu gösterinin perde arkasındaki suflörleri ise sermaye sınıfıdır. Karşıt görüş taraftarlarına göre, kapitalist sermayenin, olimpiik idealleri neo-liberalizm ile şekillendirdikleri için günümüz spor dünyasında gerçekçi bulmayarak sporda yenedünya düzeninin ideallerini savunurlar. Kapitalist görüş karşıtı olanlara göre sonuç olarak spor sermayenin belirlediği değerlerle kirlenmektedir. Birer işletme olan “spor kulüpleri”nin gelir unsurlarının artışı, küreselleşme ile birlikte spor izleyicilerinin artışına bağlıdır. Spor kulüp ve organizasyonlarının gelir artışı sadece izleyici sayısının artışına bağlı olmayıp, medya yayınları, reklam ve TV. Gelirleri, sponsorlar gibi pek çok gelir unsuru ile desteklenmektedir. Spor olanaklarına paralel olarak spora katılım, küreselleşmenin etkisi ile hem dünya ülkelerinde, hem de aynı ülkede yaşayan farklı sınıfsal yapılardan insanlar arasında ekonomik ve sosyal eşitsizlikleri ortaya çıkarır. Küreselleşme ile birlikte çok uluslu şirketlerin sayısının artışı da spora yansımaktadır. 1970 yılında 7 bin olan çok uluslu şirket sayısı 1990’lı yıllarda 37 bini aşarak dünya çapında 208 binden fazla şubeye ulaşmıştır. Sporun küreselleşme sürecine bağımlı değişimi, Avrupa’da son yıllarda spor sosyolojisi ve spor felsefesi araştırmalarına ilgiyi artırmıştır.

Sporun küreselleşmeye sıkıca bağımlı olduğunu anlamak için, ulusal spor sistemlerinin; spor ürünlerinin imal edilmesinden, dağıtımına ve pazarlanmasına ve uluslararası spor organizasyonlarına ne denli bağımlı olduğunu görmek gerekir. Küreselleşme ile birlikte uluslararası spor organizasyonlarında artış dikkat çekmektedir. Teknoloji ve iletişim sektörünün gelişimi ile TV'lerde her gün her hafta spor karşılaşmalarını izlemek günümüzde mümkündür.

Örneğin Dünya Atletizm Şampiyonaları 1991'e kadar 4 yılda bir yapılırken, günümüzde 1991'den beri 2 yılda bir yapılmaktadır. 2015 Dünya Atletizm Şampiyonası 22-23 Ağustos 2015 tarihinde Çin'in başkenti Pekin'de düzenlenmiştir (URL 1).

Günümüzde spor dışından spora dâhil olan ve sporun kontrolünü elinde tutan çok uluslu şirketler, sponsorlar gibi unsurların yanında diğer önemli bir etkileşim aracı da "medya yayınları"dır. Pek çok araştırmacı, küreselleşme sürecinde medyanın spora olan ilgisini, spor etkinliklerinin değişime uğramasında etkili görmektedir. Çok uluslu medya şirketleri tarafından spor etkinliklerinin yayın hakları satın alınmaktadır. Sporun ticari yörüngesindeki anahtar faktör "medya spor" kültür kompleksinin gelişimidir. Medya sporun anlamı; sporun medya üretim çıktılarını yaratan ve dağıtıcılarla birlikte birleşmiş kültürel kapitalizme indirgenmiş durumdur. Spor ve medya ilişkisi ya da bütünleşmesi son yarım yüzyıldan bu yana sporun sosyal ve ekonomik özerkliğini azaltmıştır. Spor ve medya arasındaki çizgiler, medya egemenlikçi güç dengesinin sonucu olarak kaybolmuş ve medya spor ortaya çıkmıştır.

Buradan çıkarılacak sonuç, küreselleşme çerçevesinde ulusal ve evrensel bir spor organizasyonunun sadece spor dünyasını ilgilendiren bir işleyiş olmadığını ortaya koymaktadır (İnal, 2008).

Küreselleşmenin en fazla olumsuz etkilerinin olduğu ülke grubunun gelişme yolunda ülkeler (GYÜ) olduğu bilinmekle birlikte, gelişmekte olan ülkeler spordan en düşük maliyetle en yüksek kârı elde etme çabası içindedirler. Bu ülkelerde sporda sonuca ulaşma

istekleri; spora yatırım yapma, spor etkinliklerini ücretsiz spor alanlarında, profesyonel kimselerin eğitiminde gençlere ve çocuklara sunmaktan daha baskındır. Ancak küreselleşmenin bu mantığı ters etki yapmaktadır. Çünkü sporda başarı beklentisinin olması için uzun yıllar geçmesi ve spora yatırım yapılması gerekmektedir. Burada Pekin 2008 olimpiyatları öncesinde ülkemize yeni Elvan'ların Afrika'dan neden getirildiğini anlamak kolaylaşmaktadır. Ancak, yeteneği sabit ve ucuza “mal edilmiş sporcu” getirterek, onlara vatandaşlık vererek “madalya iktidarı” kurmanın insani yönünün eksik kaldığı bir gerçek olarak ortaya çıkmaktadır (İnal, 2008).

Küreselleşme ile elit sporcu göçünün yarattığı ulus, kimlik ve vatandaşlık kavramlarında ortaya çıkan tartışmalarda, küresel şöhrete sahip sporcu örneklerinde spor ve sporun uluslararası emek göçünün ulusları ve ulus kimliklerini hem baltalamada hem de güçlendirmede önemli rol oynadığı vurgulanır. Spor izleyici kitlesinin nicel olarak artışıyla birlikte ticari bir nitelik kazanmaktadır. Toplumun daima önemli bir parçası olan spor, giderek ekonominin parçası olmaktadır. Sporun yarattığı kâr spordan ticari gelir elde eden şirketleri harekete geçirmiştir. Günümüzde büyük spor organizasyonlarının ev sahipliği “kârlı bir iş olmuştur”. Sporun pazarlamadaki önemi fark edilerek, spor dışındaki sektörlerin spor üzerinden ürünlerini tanıtarak pazarlamalarına olanak tanımaktadır. Bazı görüşlere göre, spordan keyif alması, sporun kendisini de ürünleştirerek büyük bir ticaret haline getirmiştir. Böylece spor, pazardaki diğer mallar gibi üretildi, paketleni ve yığınların tüketmesi için muazzam kârlarla satılmaktadır.

### **Spor Sektöründe E-ticaret**

Günümüzde bilgi çağında özellikle yönetim alanında hızlı ve radikal değişimler yaşanmaktadır. Küreselleşme ve bilişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu ortaya çıkan internet olgusu, tüm dünyada sunduğu hizmetler paralelinde “yeni ekonomi” ve “bilgi ekonomisi” gibi kavramları ortaya çıkarmıştır. Bu gelişmeler sonucu ortaya çıkan e-ticaret günümüzde çok hızlı bir şekilde büyümektedir. E-ticaretteki bu hızlı gelişme spor sektörüne de yansımaktadır. Spor sektöründe



gün geçtikçe yaygınlaşan elektronik ticaret, geleneksel satış ve pazarlama yöntemlerini etkilemekte, tüketiciye farklı kullanım kolaylıkları sağlamaktadır. Bilgisayar teknolojileri kullanımının spor alanlarında artmasına örnek olarak; spor merkezlerinde bilgisayar kullanımı, vücut analiz programları, kulüp yönetim sistemleri verilebilir. Buna ilaveten veri analizi, depolama, para transferi, ürün satın alma, ürün satma ve spor tesisleri işletim mekanizmalarında bilgisayar teknolojileri görülmektedir. Spor sektöründe tüketiciye sunulan ya da pazarlanan ürünler temel başlıklar olarak; giyim ürünleri, spor CD'leri, spor malzemeleri, fitness ve kondisyon aletleri, spor kitapları, spor malzemeleri yedek parça ve aksesuarları, özel spor dinlenme tesisleri, spor turizmi sektörü ürünleri, spor tesisi malzemeleri ve ekipmanlar, spor sağlık makine ve malzemeleri olarak sıralanabilir (Çoban ve ark., 2011).

### **Sonuç**

Küreselleşme ifadesinden; büyük bir pazar haline gelmiş olan dünyamız, bilgi ve iletişim teknolojileri, popüler kültür ve benzeri gelişmeler akla gelmekte ve hayatın her alanını etkilediği anlaşılmaktadır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, spor da küreselleşmenin etki alanı içinde kalmaktadır. Son yıllarda spor sosyolojisi ve felsefesinin araştırma alanlarından birisi de sporun küreselleşme sürecine bağımlı değişimidir. Spor sosyologları bir yandan sporun ulusal niteliğini incelerken, diğer yandan modern sporun küreselleşme sürecine ne denli bağlı olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca günümüzde sayıları hızlıca artan uluslararası spor organizasyonları, uluslararası acenteler ile evrensel ödül ve yarışmaların sayısında artış, sporun küreselleşme ile ne kadar ilgili olduğunu ortaya koymaktadır.

Endüstrinin ağır bastığı batı toplumuna uygun olarak gelişen modern spor, boş zamanı değerlendirme uğraşısı gibi görünmektedir. Ancak, sporun belli başlı toplumsal işlevleri ise; eğlence aracı olmak, kişiliğin gelişimini sağlamak, toplumsallaşma aracı olmak, boş zamanları değerlendirme aracı olmak, toplumsal etkinlikte bulunma aracı, zorunlu etkinlikler, sportif uğraşısı ve iş uğraşısı olarak sıralanabilir.

Günümüzde sporun sağlık ve toplumsal boyutlarının arka plana itilerek, profesyonelce yapılmasının öne çıkarılmasının arkasında sporun bir “spor işi olarak” değerlendirilmesi bulunmaktadır. Günümüzde sporun sağlık ve toplumsal boyutlarının arka plana itilerek, profesyonelce yapılmasının öne çıkarılmasının temelinde sporun bir “spor işi olarak” değerlendirilmesi bulunmaktadır. Birer işletme olan “spor kulüpleri”nin gelir unsurlarının artışı, küreselleşme ile birlikte spor izleyicilerinin artışına bağlıdır. Spor kulüp ve organizasyonlarının gelir artışı sadece izleyici sayısının artışına bağlı olmayıp, medya yayınları, reklam ve TV. Gelirleri, sponsorlar gibi pek çok gelir unsuru ile desteklenmektedir. Küreselleşme ile birlikte çok uluslu şirketlerin sayısının artışı da spora yansımaktadır. Sporun küreselleşmeye sıkıca bağımlı olduğunu anlamak için, ulusal spor sistemlerinin; spor ürünlerinin imal edilmesinden, dağıtımına ve pazarlanmasına ve uluslararası spor organizasyonlarına ne denli bağımlı olduğunu görmek gerekir. Küreselleşme ile birlikte uluslararası spor organizasyonlarında artış dikkat çekmektedir. TV’lerde her gün her hafta spor karşılaşmalarını izlemek, teknoloji ve iletişim sektörünün gelişimi ile sporun ne denli iç içe olduğunu göstergesidir.

Pek çok araştırmacı, küreselleşme sürecinde medyanın spora olan ilgisini, spor etkinliklerinin değişime uğramasında etkili görmektedir. Çok uluslu medya şirketleri tarafından spor etkinliklerinin yayın hakları satın alınmaktadır. Spor ve medya ilişkisi ya da bütünleşmesi son yarım yüzyıldan bu yana sporun sosyal ve ekonomik özerkliğini azaltmıştır. Birer işletme olan “spor kulüpleri”nin gelir unsurlarının artışı, küreselleşme ile birlikte spor izleyicilerinin artışına bağlıdır. Spor kulüp ve organizasyonlarının gelir artışı sadece izleyici sayısının artışına bağlı olmayıp, medya yayınları, reklam ve TV gelirleri, sponsorlar gibi pek çok gelir unsuru ile desteklenmektedir

Spor izleyici kitlesinin nicel olarak artışıyla birlikte ticari bir nitelik kazanmaktadır. Toplumun daima önemli bir parçası olan spor, giderek ekonominin parçası olmaktadır. Sporun yarattığı kâr spordan ticari gelir elde eden şirketleri harekete geçirmiştir. Günümüzde büyük

spor organizasyonlarının ev sahipliği “kârlı bir iş olmuştur”. Sporun pazarlamadaki önemi fark edilerek, spor dışındaki sektörlerin spor üzerinden ürünlerini tanıtarak pazarlamalarına olanak tanımaktadır.

### **Kaynaklar**

- [1] Argan, M. (2004). *Spor Sponsorluğu Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara, s 2-25.
- [2] Çoban, B., Devocioğlu, S., Karakaya, Y. E., (2011). “*Spor Sektöründe E-Ticaret*”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* , Cilt 8 Sayı:1, s 1110-1111.
- [3] Devocioğlu, S. (2004). “*Sporun Ekonomik Boyutu*” *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi T.S.E*, Yıl 43, Sayı 511, Temmuz, s 7.
- [4] Doğan, B. (2007). *Spor Sosyolojisi ve Uygulamalı Spor Sosyolojisine Giriş*, Nobel Yayınevi, Ankara, Nisan, s 36-47.
- [5] Eşkinat, R.(1998). *Küreselleşme ve Türkiye Ekonomisine Etkileri*, *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, No:1036, Eskişehir, Haziran, s 6-10.
- [6] İnal, R. (2008). *Küreselleşme ve Spor, Küreselleşmenin Spora Etkileri*, *Evrensel Basım Yayın*, İstanbul, Ekim, s 22-26.
- [7] Saatçioğlu, C. (2013). *Spor Ekonomisi Teori, Politika ve Uygulamaları*, Gazi Kitabevi, Ankara, Aralık 2013 s 7-75.
- [8] Uslubaş, T.(2015). *Büyük Türkiye Tarihi, Türkiye'nin Serüveni, Revzen Kitap Yayın*, İstanbul, Haziran, s 9.
- [9] Anonim 1. Sözcü Gazetesi, (2016). “*Çin Spor Endüstrisinde Dünyaya Kafa Tutuyor*”, 7. Şubat. 2016, s 7.

### **İnternet Kaynakları**

- [10] URL 1- [www.iaaf.org/competitions/iaaf-world-championships](http://www.iaaf.org/competitions/iaaf-world-championships), (Erişim tarih: 08.01.2016).

