ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES
Cilt / Vol.: 3, **Sayı / Is.:** 2, **Yıl / Year:** 2020, **Sayfa / Pages:** 81-86

TÜRKİYE'DE SPORTİF KÜRESELLEŞMENİN ETKİLERİ

Murat TERLEMEZ[1]

Doç. Dr. Mehmet M. YORULMAZLAR[2]

Başvuru Tarihi: 12.03.2020
Kabul Tarihi: 23.07.2020
Makale Türü: Derleme

ÖZET

Küreselleşme, tüm dünyada ekonomik, politik, finansal, çevresel sosyal, ulusal güvenlik, ulusal eyaletler arası teknolojik ve kültürel bağlamda piyasalar ile insanlar vasıtasıyla uluslararası mesafeleri birbirine entegre eden bir bağ olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda sporun tüm küresel kavramlarının içinde bulundurduğu ortak bağlarından nasibini aldığı ve uluslararası anlamda öneminin günden güne arttığı bilinmektedir. Tüm bu unsurlar çerçevesinde ülkemizin de sportif anlamda küreselleşmenin ne derece etkisi altına girdiği incelemeye konu olmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Küreselleşme, Spor, Türkiye'de Sportif Küreselleşme*

SPORTS IMPACT OF GLOBALIZATION IN TURKEY

ABSTRACT

Globalization is defined as a link that integrates international distances through markets, through people, in the economic, political, financial, environmental social, national security, technological and cultural context between national states. In this context, it is known that the sport has its share from the common ties of all global concepts and its importance has increased day by day. Within the framework of all these elements, the extent to which our country is under the influence of globalization in a sportive sense has been the subject of examination.

Keywords: *Globalization, Sport, Sports Globalization in Turkey*

[1] Marmara Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor ABD, Spor Yönetim Bilimleri Doktora, muratterlmez@gmail.com, ORCID: 1234567891011121
[2] Marmara Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor ABD, Spor Yönetim Bil., mehmet.yorulmazlar@marmara.edu.tr, ORCID: 0000000210510798

GİRİŞ

Küreselleşme, dünyada birçok ekonomik, finansal, politik, ulusal güvenlik, çevresel, sosyal, kültürel ve ulusal eyaletler arası teknolojik bağlantılar, piyasalar ve bireyler yoluyla kıtalararası mesafeleri birbirine bağlayan bir ağ olarak tanımlanmaktadır. Kitle iletişim araçları içerisinde, sporun güncel olarak takip edilmesinde, etkin bir yere sahip olan televizyon yayınları çeşitli spor organizasyonları sırasında milyarlarca insan tarafından takip edilmektedir. Spor, iki kutup arasındaki gücün ve rekabetin, savaşsız ortamda sınanmasıdır. Çünkü sportif yarışmalar, sonucu ölüm olmayan savaş demektir. Profesyonel spor onu pratik edenler için bir oyun değildir. Onlar için ağır ekonomik zorunlulukları olan bir iştir. Yaşam vergileri için bir kaynaktır. Bu yüzden kesintisiz ve zorunludur (Ankara Üniversitesi, t.y.).

SPOR KAVRAMI VE TOPLUMSAL İŞLEVİ

Spor Kavramı

"Spor" terimi Türkçe diline, Fransa'da aynı anlamda kullanılan "Sport" kelimesinden geçtiği belirtilmektedir. Köken olarak kelime anlamı Fransa'da Desport (zihinsel ve fiziksel haz) sözcüğünden gelmektedir (Ronald, 1992). Sporun tanımını oluşturan ve güçleştiren birçok etmen mevcuttur. Spor ile ilgili birkaç tanım vermek gerekirse, bu etmenler göz önünde bulundurularak oluşturulan kavramlar vardır. Spor, bir bireyin veya ekibin bir başkasına veya başkalarına karşı rekabet ettiği fiziksel güçlüğü ve beceriyi içeren bir etkinliktir. Diğer bir tanımda ise spor, bireysel veya topluluk halinde yapılan, kendine özgü kurallar bütünlüğünden oluşan, genellikle yarışma odaklı olan fiziksel ve zihinsel yeteneklerin gelişimini sağlayan, eğitici, eğlendirici ve keyif verici uğraşlar olarak dile getirilir (Açıkada, 1990).

Sporun Toplumsal İşlevi

Spor, dengeli kişiliğin gelişmesine katkı sağlar, kurallara uygun biçimde davranış gösterme ve eylemde bulunma alışkanlığı kazandırır. Olumlu toplumsal davranışların kazanılmasına katkı sağlayarak, eşitlik fikrinin gelişmesine ve diğer canlıların haklarına saygı gösterilmesine olanak sağlar. Kurallara, örf-adet, gelenek-görenek ve yasalara uymayı öğreterek, özgürlük kavramının oturmasında önemli bir yere sahiptir. Ayrıca spor, düzenli çalışmaya, sistemli, planlı ve dikkatli hareket etmeye, değerlendirme yetisi kazanmaya yardımcı olarak, toplumsal yaşama gerçekçi ve dengeli şekilde uyum sağlanması noktasında katkı sağlar. Sporun başlıca toplumsal işlevleri aşağıda belirtilen başlıklar altında toplanabilir Doğan, 2007);

- Kişiliğin gelişimine katkı sağlaması
- Toplumsallaşma aracı olması
- Eğlence aracı olması
- Boş zamanları değerlendirme aracı olması
- Toplumsal etkinlikte bulunma aracı olması
- Zorunlu etkinliklerde yer alması
- Sportif uğraşı ve iş uğraşısı olması

KÜRESELLEŞME VE KÜRESELLEŞMEYİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Küreselleşme

İlk olarak 1960'lı yıllarda ortaya çıkan küreselleşme kavramı, 1980'li yıllarda sıkça kullanılmaya başlanmış ve 1990'lü yıllarda ise, bilim insanlarının önemini anlamaya başladıkları anahtar niteliğinde bir sözcük haline gelmiştir (Atasoy ve Kuter, 2005). Küreselleşme kavramı karmaşık, çok boyutlu ve değişken yapıda bir olgudur. Bundan dolayı doğa, iletişim, kültür, ekonomi ve politika gibi kavramlar bağlamında ele alınabilmektedir (Chase-Dunn, 2001). Günümüzde ise küreselleşme, farklı ulusların üretim ve pazarlarının her gün artan bir hızla birbirlerine daha fazla bağımlı hale gelmesini ifade etmektedir. Geniş bir ifadeyle küreselleşme; faklı milletler arasındaki siyasi, ekonomik ve sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ile gelişmesi, siyasi ayrımlara dayalı kutuplaşmanın yok olması, farklı kültürlerin, inanç ve beklentilerinin daha iyi tanınması, milletler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması gibi farklı görünen ancak birbirleriyle içi içe olgular içerdiği, bir anlamda maddi ve manevi değerler bütünü ile bu değerler bütünü çerçevesinde oluşmuş birikimlerin ulusal sınırları aşarak uluslararası coğrafyaya yayılması olarak tanımlanmaktadır (Tasam Org, 2006).

Küreselleşmeyi Etkileyen Faktörler

İnsanlığın edinmiş olduğu tecrübeler; yeni kavramların, olayların, olguların somut ve soyut sonuçların ortaya çıktığı bir dizi gelişmelerle şekillenmiştir. Bir önceki gelişmelerin sonucu bir sonraki gelişmelerin nedeni olmuş ve bu zincir ve halkaları günümüze kadar ulaşmıştır. Küreselleşmenin ortaya çıkışı da bu zincire yeni eklenen halkalar aracılığıyla gerçekleşmiştir. Bu bağlamda küreselleşmeyi etkileyen en temel ve önemli faktörleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Giddens, 2000);

Teknoloji: Küresel iletişimdeki yoğunluk, teknoloji ile dünyanın telekomünikasyon altyapısındaki önemli değişimler tarafından azaltılmıştır. İletişim teknolojisinin bu denli gelişmesi ve yayılma göstermesi, daha önceleri fazlaca sınırlı olan bilgi akışını çok daha ekonomik ve hızlı hale getirmiştir. Günümüzde internet ve telekomünikasyon altyapısı sayesinde dünyanın bir ucundan diğer ucuna ekonomik veya ücretsiz olarak anında ulaşma sayesinde iletişim kurabilme imkânı sağlanmaktadır.

Ekonomi: Küreselleşme kavramı, dünya ekonomisinin bütünleşmesi ile de yönlendirilebilen bir kavramdır. Geçmiş zamanlarda tarım ve sanayi gibi ticari araçların yerlerini günümüzde somut olmayan, elektronik ortamlarda üretilip dağıtılan ticari araçlar almıştır. Bu araçlar, ticaretin çok daha hızlı biçimde olması ve geniş alanlara yayılmasını sağlamışlardır. Bu yayılmayı ise ulus aşırı şirketler üstlenmiş olup, bu şirketler birden fazla ülkede mal veya hizmet üreten ve pazarlayan kurumlar haline gelmişlerdir.

Politika: Küreselleşmeyi etkileyen en önemli siyasi gelişme, Sovyetler Birliğinin yıkılması ile içine kapanık komünist rejimin yok olması ve ardından Doğu bloğu ülkelerin yapılarını liberal şekillere dönüştürmeleridir. Sovyetler Birliği rejiminin çöküntüye uğraması ile birlikte küreselleşmenin tam manada ulaşamadığı bölgeler de artık küresel etkilere açık bir hale gelmişlerdir. Ekonomik, toplumsal ve kültürel değişimlerin önünde engel olan siyasi rejim değişmiş ve komünist ülkeler de etkileşim alanına girmeye başlamışlardır.

KÜRESELLEŞME FAKTÖRLERİ BAKIMINDAN SPOR

1945 yılından Sovyetler Birliği'nin yıkılma süreci olan 1989-1991 yıllarına kadar geçen zamanda Amerika Birleşik Devletleri'nin liderliğinde batı dünyası ile Sovyetler Birliği'nin öncülüğünde doğu dünyası arasındaki rekabet birden fazla alanda güç ilişkilerinin belirleyicisi niteliğinde olmuştur. Spor bir nevi bu zamanlarda, iki taraf arasındaki gücün ve rekabetin savaşsız bir ortamda sınanmasında önemli rol oynamış olup, sportif yarışmalar ölümcül olmayan savaş anlamını taşımaktadır. Bu bağlamda sportif başarılar, sistemlerin başarısına mal edilmekte, spor olgusu ise rejim ve ülkelerin tanıtımı için etkili bir araç olarak görülmüştür (Atasoy, 2005). Spor ülkelerin sosyal ve kültürel yapılarına veya yönetim biçimlerine bakılmaksızın, yeryüzündeki tüm toplumlara hitap edebilecek bir güce sahiptir. Küreselleşme sürecinin kendi zorlayıcı yapısını spor alanında öne çıkarmasıyla birlikte ortak kurallar, ilkeler ve hedefler tek bir yapılanma çatısı içerisinde bütün uluslar için belirleyici rol olmaktadır. Bu olgu, spor etkinliğini gerçekleştiren farklı kültür, dil, din ya da siyasi görüşe sahip olan insanları aynı yapılanmanın içerisine alarak, ortak bir zeminde birleştirmektedir (Durak, 2011).

Spor, toplumsal yaşamın içerisinde yayılan ve kültürün ortaya çıkarılmasında, toplum içinde etkileşiminin sağlanmasında katkıları olan bir alan olarak da görülmektedir. Bu görüş çerçevesinde spor, "egemen ideolojilerin üretiminde ve toplumsal rızanın sağlanmasında kullanılan bir simgeler sistemidir" (Talimciler, 2008). Yeni spor ekipmanlarının üretimi için az gelişmiş ülkelerde maliyetlerin düşük olması sebebiyle bu ülkelerin kullanılması, çeşitli uluslararası spor federasyonlarının tüm dünyadaki organizasyonları yönetmesi, farklı uluslardan sporcuların profesyonel takımlara transferleri, çeşitli reklam ve yayınlarla uluslararası arenadaki sportif müsabaka ve başarıların tanıtılması vb. faaliyetler spordaki küreselleşme eğilimleri arasında gösterilmektedir (Atasoy, 2005).

Teknoloji bağlamında medya ve ekranlarda yer alan spor etkinliklerinin sonucu oluşan popüler kültür, fazlasıyla önemli bir yer tutmaktadır. Sporun küreselleşmesine de ivme kazandıran en büyük etken hızla gelişmekte olan teknolojidir. Küreselleşme ve spor sürecinde teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının gelişimi tek koşul olmasa da en önemli koşullardan biridir. Günümüzde ulusal ve uluslararası yayınlar gerçekleştiren birçok kuruluş tüm dünyadaki sportif müsabaka ve tanıtımları yayınlayarak sayıları milyonlarla ifade edilen insanlara ulaşmaktadırlar (Akdemir, 2010).

TÜRKİYE'DE SPORTİF KÜRESELLEŞMENİN ETKİLERİ

Sportif anlamda organizasyonların ve faaliyetlerin artması ile stadyum ve televizyon kanallarından bu spor organizasyonlarının seyredilme oranında artış görülmektedir. Ayrıca gazete, dergi ve internet ağlarından spor haberlerinin okunma sayısı ve diğer ürünlerin tanıtımı için de spor alanlarının fazlasıyla kullanılmasından spor endüstrisinin ciddi boyutlara ulaştığı görülmektedir. Kitle iletişim araçları içerisinde sporun güncel olarak takip edilmesinde önemli rol oynayan televizyon yayınları çeşitli spor organizasyonları sırasında izlenmektedir. Televizyonlar, gün aşırı spor programları ve yayınları sunarak izleyicilerin takipte kalmasını sağlamaktadırlar. Bu durumda spor kulüplerine gelir kaynağı olmaktadır. Ülkemizde spor kulüplerinin yayın gelirlerinden üst düzeyde faydalanması, televizyon, radyo ve internet kanalıyla uluslararası reklam ile tanıtımdan sağladığı faydalar göz önünde bulundurulunca

küreselleşmenin önemi ortaya çıkmaktadır. Televizyon, internet kanalları ve platformlarının spor karşılaşmalarından haber vermesi, sporun bölgesellikten çıkıp evrensel özellik kazanmasını sağlamış olmaktadırlar. Kulüp ile sporcuların reklamının yapılması, taraftar sayısının artmasına ve tanınırlığın gerçekleşmesiyle küreselleşme adına önemli bir adımın atılmasına olanak sağlamaktadır (Genç, 1998).

Küresel rekabet kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte, büyük bir ekonomik çevre içerisinde yer alan spor endüstrisi zamanla birçok farklı bölümü bünyesinde toplamıştır (Argan ve Katırcı, 2002). Spor endüstrisini oluşturan faaliyet kolları birden fazla açıdan ele alınabilir. Bu alanlar sportif mal, turizm, inşaat sektörleri, logo, franchising kartlardan oluşan hediyelik eşya, gıda sektörleri, reklam, promosyon ve eğlence sektörü olarak sıralanabilir (Ekren ve Çağlar, 2003). Spor endüstrisi bu alanlarda zaman içerisinde gelişme göstererek dünyanın sayılı endüstrileri arasına girmiştir. Ayrıca spor hem hizmet üretimi boyutu ile hem de mal üretim-tüketim sektörleri boyutuyla spor işletmeciliği konusunu oluşturmaktadır (Devecioğlu, 2005). Teknoloji ile birlikte spor mal ve hizmetleri çeşitlenirken, küreselleşen pazarda mal ve hizmetler tüketicilerine ulaştırılmaktadır (Atıgan, 2012). Türkiye'de forma reklamları, kulüp isim hakkı, stadyum isim hakkı, reklam panoları gibi kullanılabilecek alanların şirketlerce satın alınması ülkemizin tercih edilirliğini arttırmaktadır. Ayrıca kulüplerin satışını gerçekleştirdiği ürünlerinin marka haline gelmesi mağazalarca desteklenip satılması hem kazanç hem de dünyaya açılma politikası olarak görülmektedir. Ülkemizde kulüplerin, diğer uluslardan farklı etnik kökenli ülkelerden gerçekleştirdiği transferlerden elde ettiği gelirlerin boyutları ve kazançları dışında sporcuların uluslararası arenada tanınıyor olması, diğer ülkelerin ilgisini çekmekte ve takip noktasında seyirci kazanılmasına neden olmaktadır. Bu durumla birlikte ayrıca ülke tanıtımına da katkı sağlanmış olmaktadır. Türkiye'de spor kulüplerinin müsabakalarını taraftar ve izleyicilerin medya organlarından takip etmesi kulübün maddi gelirini arttırmaktadır. Spor kulüplerinin en önemli gelir kapısı olan etkenlerin başında gelen sponsorluk anlaşmaları ile uluslararası çaptaki şirketlerle birlik olunarak hem kulüp ile markanın tanınması hem de maddi anlamda gelir elde edilmesi kaçınılmaz olmaktadır (Genç, 1998).

Spor, çeşitli siyasi görüş ve düşüncelerdeki insanları, ulusları bir araya getiren, onları bir amaç etrafında toplayabilen bir olgudur. Sporun uluslararası rekabetin, güç gösterisinin bir aracı olması da bu olguyu desteklemektedir. Bu bağlamda ülkemizde de dünyada ki spor organizasyonlarına sporcu gönderme, organizasyonlara ev sahipliği yapma çabası politik açıdan değerlendirilmektedir.

SONUÇ

Sportif anlamda ülkemizde organizasyon ve faaliyetlerin artması ile birlikte, stad ve televizyon çerçevesinde izlenme oranlarında artış olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca dergi, gazete ve internet aracılığı ile sporla ilgili haberlerin okunma oranının da aynı artışla devam ettiği görülmektedir. Türkiye'de sporun, televizyon ve radyo yayınları vasıtasıyla izleyicilere küresel anlamda takip fırsatı sunduğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca ülkemizin internet, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçları aracılığıyla reklamının ve tanıtımının gerçekleştirildiği, küresel anlamda uluslararası mecralara sesini duyurduğu karşımıza çıkmaktadır. Küresel rekabet ile

birlikte ekonomik çevre çerçevesinde spor endüstrisi farklı faaliyet kolları ile birlikte ortaya çıkmaktadır. Spor endüstrisinin uluslararası arenada sayılı endüstriler arasına girmeyi başardığı gözlemlenmiştir. Ülkemizin diğer uluslar ile gerek transfer gerek organizasyon ve gerekse sportif anlamda alışverişlerde bulunmasıyla, küresel anlamda iletişim haline geçilmesi önümüze çıkan sonuçlardan biridir. Ülkemizde politik anlamda sporun, uluslararası güç göstergesi ve rekabet aracı olarak görülmesi ile dünyada ki organizasyonlara sporcu gönderme, politik tanıtım sağlama ve organizasyonlara ev sahipliği yapma çabasının arttığı gözlemlenmiştir.

KAYNAKÇA

Ronald, H. (1992). *L'histoire en mouvements (Fransızca),* Paris: Armand Colin, 58.

Ankara Üniversitesi (t.y.). Küreselleşme ve Spor, acikders.ankara.edu.tr, https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/54944/mod_resource/content/0/8_K%C3%BCreselle%C5%9Fme%20ve%20Spor.pdf, Erişim Tarihi: 5 Mart 2020.

Açıkada, C., Ergen, E. (1990). *Bilim ve Spor*, (Spor Şurası 1990) Sporda Eğitim ve Öğretim Komisyonu Raporu, Ankara: Büro Tek Ofset.

Doğan, B. (2007). *Spor Sosyolojisi ve Uygulamalı Spor Sosyolojisine Giriş*, Ankara: Nobel.

Atasoy, B., Kuter, Ö. F. (2005). Küreselleşme ve Küreselleşme ve Spor Endüstrisi, *Pamukkale Journal of Sport Sciences, 4*(1), 91-117.

Chase-Dunn, C., (2001). Globalization: A World-Systems Perspective, Fadenhefting, *Proto Sociology, 26*, 29-30.

Tasam org, 2006, Küreselleşmenin Boyutları ve Etkileri, https://tasam.org/tr-TR/Icerik/211/kuresellesmenin_boyutlari_ve_etkileri, Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi, İstanbul.

Giddens, A. (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya*. Bursa: Alfa.

Atasoy, B., & Kuter, F. Ö. (2005). Küreselleşme ve Spor. *Eğitim Fakültesi Dergisi, XVIII* (1), 11-22.

Durak, N. (2011). Gelenek ve Modernite Etkileşimi Bağlamında Spor Etiği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 27*, 42-61.

Genç, A. D. (1998). *Spor Hukuku*, İstanbul: Alfa.

Talimciler, A. (2008). Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 26,* 90-95.

Akdemir, A. (2010). Küreselleşme ve Kültürel Kimlik Sorunu. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3*(1), 43-50.

Argan, M., Katırcı, H. (2002). *Spor Pazarlaması*, Ankara: Nobel.

Ekren, N., Çağlar, B. A. (2003). Spor Ekonomisi, Teorik Bir Çerçeve, *Active Dergisi, 32*(Eylül-Ekim), 1-2.

Atıgan, F. (2012). Ekonomi Ders Kitabı, Ankara: Nobel.

Devecioğlu, S. (2005). Türkiye'de Spor Sektörü Stratejilerinin Geliştirilmesi, *Verimlilik Dergisi, 2*, 117-134.