

# ALTERNATİF BİR CUMHURİYET, DİN YA DA YAŞAM BİÇİMİ: FENERBAHÇE KULÜBÜ VE TARAFTAR GRUBU

An Alternative Republic, Religion or Lifestyle:  
Fenerbahçe Soccer Team and Supporters

M. Gökşen BUĞRA\*

## ÖZET

Çağdaş kentin sosyalleşme olanakları arasında futbol önemli bir yer tutmaktadır; özellikle bazı yerel takımlar buldukları alanda yaşayan insanları yakınlaştırırlar. Bu makalede futbolun yarattığı kültürel kodlar, taraftar gruplarının folkloru, omulmu ve olumsuz yönleriyle tartışılacak; futbol-gündelik hayat ilişkisi bu sosyal grup üzerinden değerlendirilecektir.

### Anahtar Kelimeler

Futbol, taraftar, fanatizm, ritüel, çağdaş kent.

### ABSTRACT

Soccer has an importance in the facilities of socializing in modern city. Especially some local teams make people socialized in the neighborhood. This article discusses the cultural codes that is made by soccer itself and the folklore of supporter groups. The aim of this article is to discuss the relation between soccer and daily life at the sample of this social group.

### Key Words

Soccer, supporter, fanaticism, rituel, modern city.

“Öyle bir cesaret ki: Kahvede muhabbetten düşeceksin, pazartesi sabahları ve cuma akşamları işyerinde şaşkın bir suskunluğa mahkûm olacaksın, tenffüslerde okul bahçesinin bol ‘lan’lı tartışmalarına uzak kalacaksın, dolmuşta yalnızsın, ekran başında heyecansız...” (75). Can Kozanoğlu, *Türkiye’de Futbol-Bu Maçı Alıcaz!* adlı kitabında futboldan geri kalmanın toplum içinde yol açacağı bir çeşit eziklikten söz ediyor. Yaklaşımında erkeklere ait bir çevreyi temel alan Kozanoğlu, henüz çok küçük yaşta futboldan haberdar olmadığı için dışlananların büyüdüğüçe belirli grupların uzağında ‘mahcup’ kalacağını vurguluyor. Peki kimdir bu belirli gruplar? Futbol ile ‘erkek’ cinsiyetinin pekiştirildiği düşüncesi (yanılgısı?), öncelikle oyunu aktif olarak oynayan ve kuran ekiplerin erkeklerden oluşmasından kaynaklanır. Her ne kadar kadın takım-

ları kurulsu ve kadın ligleri oluşturulsu da futbol, bütün dünyada erkek ekiplerle popülerliği yakalar. Türk toplumunda erkek ve kız çocukların kendi cinsiyetlerine göre verili sınırlarda büyütüldüğü düşünülürse; Türkiye’de futbolun neden erkeklerin sosyal hayatında bu kadar önemli bir role sahip olduğu anlaşılabilir. Örneğin kız çocuklarına bebekler ya da çay takımları alınarak onun ‘anne’ kimliği pekiştirilirken, erkek çocuklarına alınan araba, ‘top’ gibi oyuncaklarla futbol ve ‘erkeklik’ ilişkisi kodlanır. Erkek çocukları, özellikle babaları ya da aile erkekleri tarafından konuşmaya başladığı andan itibaren ezberletilen ‘takım adı’, biraz büyümeye başladığında ödül olarak ‘maç’a götürülmesi, sevdiği futbolcuyu idol seçerek ona benzemeye çalışmasıyla verilen kodları uygular. Yine de futbol taraftarlığının etkin kesimi erkekler olsa da son yıllarda tribüne gi-

\* Bilkent Üniversitesi Türk Edebiyatı Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi.

den, kahvelerde maç seyreden, internet sitelerinde örgütlenen kadın taraftar bir hayli artmıştır. Taraftar kitleleri, daha çok büyük şehirlerde yoğunlaşmalarının yanı sıra diğer şehirlerde de Internet, medya ve dernekler sayesinde örgütlenip bir oyunun çevresinde yaşamlarını şekillendirebiliyorlar.

Futbol ve Türkiye'deki taraftar anlayışına değindikten sonra, Fenerbahçe taraftarının bu incelemeye konu olmasını sağlayan temel noktanın, 'sıkı örgütlenmiş bir kültürel grup' özelliği taşıması olduğu belirtilmelidir. Bu çalışmada amaçlanan, çağdaş kentte 'Fenerbahçe Kulübü'ne duyulan bağlılık' ortak değerini taşıyan bir kültür grubu olarak Fenerbahçe taraftarının nasıl bir folklor oluşturduğunu görmek, böyle bir topluluğa dâhil olmanın çağdaş kentli için nasıl bir ihtiyaçtan doğabileceğini ve ne anlama geldiğini tartışmaktır. Aynı zamanda fanatizme yaklaşan taraftarlığın futbol oyunu ile ne kadar ilişkili olduğu sorunu, 'kitle afyonu' ya da 'kapitalist rant aracı' olarak değerlendirilen futbol sektörünün kültürel gruplar arasındaki ilişkilerde nasıl alınıldığı konuları değerlendirilecektir.

#### **Fenerbahçe Cumhuriyeti Tarihi**

1907 yılında kurulan Fenerbahçe Spor Kulübü, bünyesinde pek çok spor dalından sporcu yetiştirmesine rağmen, futbol takımıyla öne çıkan bir oluşumdur. Bu durum, Türkiye'de spor algısının ilk ayağında futbolun olmasıyla açıklanabilir. Örneğin Amerika'da basketbol maçları en fazla taraftarı toplarken, buz hokeyi, amerikan futbolu, golf gibi spor dallarının da izleyici kitlesi fazladır. Ancak Türkiye'de gazetelerin spor sayfaları da televizyonların spor haberleri de ağırlıklı olarak tüketicinin belirlediği bu tercihe göre şekillenir ve futbol öne çıkarılır. Fenerbahçe'nin 'en çok taraftar sahibi' ve 'en popüler' takım olarak görülmesinde gerçekte karışık birtakım kent efsanelerinin önemli rolü

vardır. Kurtuluş Savaşı sırasında takım oyuncularının savaşta etkin görev alması, işgal döneminde karşı güçlerin takımlarıyla yapılan maçlarda galibiyetler elde etmesi ve özellikle Atatürk'ün Fenerbahçe taraftarı olması, takımın milliyetçi duygulara hitap ederek sempati kazanmasını sağlamıştır. Kulübün mad-di anlamda diğer kulüplerden üstün olması, daha sıkı bir altyapı ve örgütlenmeye olanak tanımıştır.

#### **Cumhuriyetin Başkenti: Kadıköy**

Özellikle Fenerbahçelilerin yaşadığı Kadıköy bölgesinde maç günleri sabah saatlerinden itibaren sokaklarda formalı, sarı-lacivert kıyafetli insanların görülmesi; bu insanların Fenerbahçe bayrakları asılı kafe ve restoranlarda buluşma geleneği, bölgede küçük bir karnaval havası yaşatır. Maç öncesinde dernek lokallerinde ya da kafelerde bulunan taraftarlar, muhtemel onbiri tahmin eder; ligin genel durumunu tartışır; yapılacak transferler için önerilerini sunar ve rakip takımların zayıflıklarını alay ederek eğlenirler. Stat öntünde maç sırasında yapılacak tezahüratlar prova edilir; tribünde en çok tüketilen çekirdek ve su gibi gıda maddeleri stoklanır.

#### **Camianın Mabedi: Kadıköy Şükrü Saraçoğlu Stadyumu**

Sabahın erken saatlerinde hazırlıkları başlayan ve İstanbul dışından ya da yurt dışından gelen taraftarlar, ayın için heyecanlı bir bekleyişe girer ve erkenden tribünlerdeki yerini alarak maçın atmosferini yaşamaya başlar. Maça iki türlü giriş söz konusudur: maç bileti alarak ya da kombine kartla kendine stat-tan sezonluk bir koltuk kiralayarak. İstanbul'da yaşayan taraftar için 'forsslü' olan, kombine kart sahibi olmaktır; çünkü dostlarıyla toplanarak numaralı koltuklarda her maçta bir araya gelebilirler ve kombine kart sayesinde daha 'bağlı' bir cemaat mensubu olurlar. Maçlara düzenli gitmeyenler de maç sırasında

yan yana bağdıkları, heyecanlıp kızdıkları ya da sevindikleri insanlarla çabucak kaynaşabilmektedir; çünkü 'kalplerinin bir olmasını sağlayan bir sevdaları vardır. Stat için Fenerbahçe Cennemi benzetmesinin yapılması, "Burası Kadıköy Buradan Çıkış Yok" şeklinde bir sloganın yaratılması, taraftarın müsabakayı 'savaş' gibi almadığını gösterir. Aynı zamanda bir ayine benzetilebilecek etkinlikte, din, Fenerbahçe iken; -alt gruplarla- mezhepler çeşitlilik göstermekte; zikir ve ilahi olarak tezahüratlar yapılmakta; özel kıyafetler giyilmekte ve hatta yüzler sarı-laciverte boyanmaktadır. Meşaleler ve konfetilerle renklendirilen ortamlar, eski ve büyük bir kabile ayinini anımsatır.

#### **Tezahüratlar - Ayin Çıgırları**

Cemaatin sıkı bir taraftarı olmanın yolunun maçları statta izlemekten geçtiği belirtilmişti. Ancak bir cemaat üyesinin statta varlığını göstermesi, bir spor müsabakasını izlemek değil sporcuları tezahüratlarla motive etmekle sğlanır. Fenerbahçe grubunun, sözlü kültür ürünlerinin dönüştürülerek yaşatılması noktasında değerlendirirken tezahüratların önemini vurgulamak gerekir. Daha önceden kullanılanagelen maniler, atasözleri, deyişlerin maç gününün atmosferine uyarlanarak, ünlü şairlerin şiirlerindeki sözcükler değiştirilerek ya da takımın marşlarıyla yapılan tezahüratlar, yeniden-üretim konusunda yaratıcı örnekler çıkarır. 2006 sezonunda Galatasaray derbisi için Nazım Hikmet'ten alınan bir şiir şöyle dönüştürülmüştür:

Çocuklar inanın, inanın çocuklar  
Güzel günler göreceğiz, güneşli günler  
Cimbomu Kadıköy'de devireceğiz  
Şampiyonluk şarkıları söyleyeceğiz

Taraftar, takımına duyduğu sevginin yanında genellikle karşı takımı aşışlamak, rakibin ve rakip takımın taraftarının performansını düşürmek ama-

cıyla da tezahürat üretir. Başkanlar tarafından defalarca küfürün yasaklanması ve Fenerbahçe stadında uzun bir süre küfürlü tezahürat ve pankartın olmamasına rağmen, ligde heyecanın arttığı ya da rakip takımların tahrikleri sonucunda küfür, öüne geçilmez bir hâl almıştır. Taraftarlar, küfürün kullanılmadığı zamanlarda da 'ima' yoluyla rakip takımını kışkırtarak eğlenirler. Örneğin Fenerbahçe'nin Galatasaray karşısında aldığı bir galibiyetten sonra, 16 Şubat 2002'de tekrar karşılaştığı takım için "Tam 9 Ay 10 Gün Oldu" şeklindeki pankartı açması, futbolun 'erkek oyunu' olduğunu vurgulamak, karşı takımı 'kadın' olarak konumlandırarak küçümsemek anlamına gelir. Kullanılan çoğu küfürün de erkek-kadın cinselliği üzerinden seçildiği düşünülürse, futbolun 'ataerkil' yapısı açığa çıkacaktır. Ancak Türkler için son derece kıymetli 'doğurganlığı olan kadın' imgesinin yerini karşı takımın zayıflığını anlatmak için kullanılan bir 'zaafa bırakması, futbol taraftarlığı konusunda 'kadın' bağlamının nasıl değiştiğini ve olumluyu olumsuz olarak norma çevirdiğini gösterir. Taraftarın 'protest' kimliği, 2001 yılında bir maçta olay çıkardıkları gerekçesiyle polisten cop müdahalesi gördükten sonra da yine tezahüratlarla ortaya çıkar:

Yakışır sana yakışır sana  
Çevik kuvvet yakışır sana  
Pkk'ya insan hakları  
Fenerliye indir copları!

Daha çok sözlü kültüre mal edilen "kalıplaşmış deyişler ve tekrarlar", "anımsamayı kolaylaştıran ve beden hareketleriyle desteklenen "ritim", tezahüratların dayandığı kaynaklardır. Yazılı kültürle sözlü kültürün yan yana devam ettiği ve ikisinin de dönüştürüldüğünün görülebileceği taraftar örneği, çağdaş kentlinin ilkelleştiğini değil ilkel zihnin olanaklarına hâlâ gereksinim duyduğu-

nu ve ihtiyacı olan alana göre sözlü mirasın olanaklarını dönüştürerek kullandığını gösterir.

#### **Alternatif Bir Kimlik Kartı: Fenerbahçe Kart**

Bir Cumhuriyet olma iddiasındaki kulüp, ilk olarak çeşitli bankalarla anlaşım logolu ve anlaşım mal mağazaların sunduğu olanaklarla avantajlı hale getirilen Fenerbahçe Kredi kartlarını sundu. Taraftarın gündelik hayatına her türlü sızmayı başaran kulüp, 2005-2006 sezonunda çıkardığı üç seçenekli Fenerbahçe Kart sayesinde ise taraftarlığa kendi bünyesinde daha resmî bir şekil kazandırdı. Taraftar kartları, Fenerbahçe-Gold-Platinum olarak üç farklı fiyat ve avantajlarıyla –dernek sistemleri gibi- sosyal statüye göre belirlenmiştir ve karta sahip olma ücretinin dışında yıllık aidat zorunluluğu mevcuttur. Buradan da anlaşıldığı gibi kulübün bütün çabası, taraftarın yaşamını Fenerbahçe halkası etrafında şekillendirmeye çalışmaktır.

#### **Bir Fenerbahçeli Rengini Belli Eder**

Kulübün lisanslı ürünlerini satan ve 24 milyon dolar gibi oldukça parlak yıllık cirosu olan Fenerium mağazaları, taraftarlara gündelik hayatlarında Fenerli kimliklerini yansıtmaya olanağı sağlarken, giyindikleri sarı-lacivert kıyafetlerle tribünlerde bir bütütün parçaları oldukları imajını yaşatır. Kendi cumhuriyetini kuran takım, bünyesindeki halkın kimliğini pekiştirmek için özellikle ‘giyim’ ve halkın parasının kendine dönmesi için gündelik eşyalar üreterek halkın ‘sarı-lacivert’ten uzaklaşmasını engeller; yani bir bütütün parçası olduğunu gündelik hayatında hatırlamasını sağlar. Çünkü renklerin simgelediği yalnız bir anlam vardır: Fenerbahçe. Bu sayede birbirini kolaylıkla tanıyan halk, daha kolay iletişim kurabilir ve birbirlerinin varlığından manevi destek alabilir.

Grubun bir işlevi de grubu ayakta tutan çatıyı maddi olarak desteklemek ve stikliliğini sağlamaktır.

#### **Kendi Medya Gücüne Sahip Bir Camia**

Herhangi bir toplumsal örgütlenmenin güç istenci, medyanın sağlayabileceği olanaklarla desteklenerek; grup içindeki haberleşme ağı ve grup yönetiminin grup üyeleri üzerindeki manipülasyonu da sağlanmış olur. Kablolu televizyondan yayın yapan FBTV, eski maçları yayınlaması, hem statta hem de Kadıköy’ün çeşitli mekânlarında yaptığı söyleşilerle maç öncesi ve maç sonrası atmosferi yansıtmaya, futbolcuların özel yaşamlarına ilişkin bilgi edinilebilecek programlarıyla Fenerbahçe taraftarının ilgisini kazanmıştır. Antu Radyo, Fenerbahçe Dergisi ve Fenerbahçe Gazetesi gibi organlarla her şekilde taraftarına ulaşmaya çabalayan kulüp, medya gücünü de kullanarak kendi kitlesi üzerindeki etkisini artırır.

#### **Cumhuriyeti Oluşturan Halk Örgütleri ve Sanal Ağa Yayılan Etkileşim**

Türkiye’nin çeşitli illerinde kurulan Fenerbahçeliler dernekleri, İstanbul merkezli 1907 Derneđi, Fenerbahçe Gönüllüleri Derneđi, Cefakâr Kanaryalar, Genç Fenerbahçeliler ve üniversitelerde kurulan UniFeb organizasyonları gibi birçok çatı altında örgütlenen taraftarlar, çeşitli kanatlardan grubun merkezine daha yakın olmanın avantajını yaşarlar. Takımı desteklemek için kendilerine en yakın alt gurubu seçer ve küçük bir merkezde daha bağılı bir ‘vatandaş’ olabilirler. Aynı değeri taşıyan bu gruplar, dernek lokallerinde ve maçlarda bir araya gelerek kendilerine sosyal bir çevre yaratırlar. Büyük taraftar kitlesinin küçük gruplara bölünmesinde bölgesel ve sosyal statü farklarının da etkisi büyüktür; örneğin 1907 Derneđi’ne giriş için yapılacak bağış ve düzenli ödenecek ai-

dat öyle yükühdür ki, bu maddi sınırlarla dernek kendi sınırlarını çizmiştir. Dernek içinde yalnızca Fenerbahçeli olmak paylaşılmaz; çeşitli gelir düzeyinden ve meslek grubundan insanların güçlü bir ortak değerle buluştuğu çatı, onlara hem iş hem de sosyal ilişkileri açısından yarar sağlar.

Tarafarlığın daha yaygın bir alan bulması ise internet siteleri sayesinde gerçekleşir; kulübün resmi sitesi [www.fenerbahce.org](http://www.fenerbahce.org), taraftarın birleştiği [www.antu.com](http://www.antu.com), kadınlara özel [www.djsikanarvayalar.com](http://www.djsikanarvayalar.com) gibi adreslerde yurtiçinde ve yurtdışındaki taraftarlar forumlarda tartışıp takımın durumunu değerlendirirler. Yeni tezahüratlar üretilir, maç anıları paylaşılır, Fenerbahçe efsaneleri anlatılır ve rakip takımların kurduğu ittifak söylentileri değerlendirilerek karşı güçlere karşı birlik duygusu oluşturulur. Bu çalışma için incelenen forumlardan ve Süper Lig taraftarlarının dinlendiği ortamlardan edinilen izlenim, 17 takımın arasında bütün antipatinin Fenerbahçe'de yoğunlaştığıdır. 2006 sezonunda Şampiyonluk Kupası'nı kazanan Galatasaray taraftarları "Kupayı aldığımız için değil Fenerbahçe kaybettiği için seviniyoruz" düşüncesini benimsemiş; 2006 Türkiye Kupası'nı alan Beşiktaşlı taraftarlar ve yöneticiler ise kupayı Galatasaray camiasına hediye etmişlerdir. Bütün bu karşı oluşumlar, forumlarda büyük efsanevi bir nefret olarak abartılır ve bu cepheleşme 'başarılı, zengin ve güçlü olduğu için çekilememek, dışlanmış olmak' şeklinde açıklanır. Fenerbahçe taraftarları arasında dikkat çeken, bu cepheleşme argümanlarının büyük çoğunluk tarafından kabul edilmesi ve yalnızca kendi lehlerine sorgulanmasıdır.

#### **Fanatizm ve Kriminal Potansiyel**

Kültürün daha çok iç dinamiğine yönelik incelemelerin yanında fanatik olma duygusunun dışı vurumu esnasın-

da yaşanan şiddeti göz ardı etmek olanaksızdır. Yalnızca Fenerbahçe taraftarlarında rastlanan bir özellik olmasa da bu grubun üyelerinin de çeşitli zamanlarda ölümlü sonuçlanabilecek kadar ciddi olaylarla anıldığı bilinmektedir. Oluşan 'biz' duygusu, kişinin 'ben'in önüne geçtiği için -ortamdaki hararet arttığı zamanlarda- en ufak bir gerilim tek bir kişiden bütün kalabalığa sıçrayabilir. Walter J. Ong'a göre "Okuryazarlar, çevrelerinden, gerçeklerinden kopunca kimsenin aralayamayacağı düş dünyalarına çekilirler (aldatıcı şizofren dengesi); sözlü kültürdeki insanlar ise bu eğilimlerini açık seçik dışı vurur, kendileri ve başkalarını yaralamaya varan şiddet eylemleriyle dış dünyaların allak bullak ederler" (88). Ong'un sözlü kültürler için yaptığı tespiti, çağdaş kentteki şiddete başvuran taraftar grupları için de geçerli olduğu düşünüldürse, "çevreden, gerçeklerden kopma" yerine çevreyi ve gerçekleri hayatı bir algıyla yorumlamak ve benimsemek olarak şekillenen okuryazar grupların dönüşümü anlaşılmış olur. 'Biz' duygusu, bir grup insana değil büyük bir kesime ve bu kesim tarafından anlaşılan Fenerbahçe kavramına tekabül eder; bu nedenle kişinin 'ben'i silinir ve bütüne gelecek zararı kendi üzerine alma cesareti doğar.

#### **Nedenler, Nasıllar, Sonuçlar**

Derneklerde bir araya gelmek, forumlarda takımın ve kulübün performansını değerlendirmek ya da lisanslı ürünlerle kimliğini dışı vurmak, çağdaş kentte yaşayan bir birey için nasıl bir anlam ifade eder? Bir kısım görüşler, futbol taraftarlarının kendini birey olarak yeterince ifade edemediği için böyle bir sosyal oluşuma sığındığını ve kulübün gücü altında, kendini güçlünün yanında konumladığını savunurken; bir kısım görüşler için futbol kirli paranın aklandığı, kendi oyunları için medyayı kul-

lanan kültüplerin halktan kazanç sağladığı bir sektördür. Peki çağdaş kentte yaşayan, çeşitli meslek dallarında çalışan, sosyal çevreleri olan taraftarların bir takıma gönülden bağlanması ne anlama gelir? Umberto Eco'ya göre futbol, "günümüzün en yaygın dini, batıl inandırıcıdır. Futbol sahiden halkın afyonudur" (Aktaran Kıvanç, 7). Taraftarlık ve iman sözcüklerinin yan yana kullanılması anlamlıdır; çünkü yenmek ve yenilmek kavramlarının iç içe olduğu bir oyunda, taraftarın bağlılığı sürdürmesi için 'koşulsuz iman'a gereksinimi vardır. Bu iman sayesinde hem kendine sığınacak bir alan bulur; ki bu alanda yalnız olmayacak, hem güçlü bir kulübü çatısı altında hem de kendisiyle aynı emeli paylaşılan grupla bir arada olacaktır.

Çağdaş kentteki yoğun hayat koşulları, bireyi gündelik yaşamın sıkıntılarını unutturacak uğraşlar bulmaya iter. Özellikle medyanın ve halkın gözünde sürekli taze bir gündem olarak kalan futbol ligi ve beraberinde oluşturduğu takım tutkusu, her biri kendine özel dünyalar kuran taraftar grupları yaratmıştır. *Futbol ve Kültürü* adlı derlemede, Roman Horak futbolun yarattığı dünyaya ilişkin şunları söyler: "Futbol üzerine anlatılan hikâyeler ve mitler, keza bizzat oyunun dinamiğinde kayıtlı olan ve onun sonuçta bir kitle sporu olmasını sağlayan hikâye ve mitler, bilimsel tahliller ve deneme niteliğinde spekülasyonlar yoluyla bize dolu dolu bir dünya sunarlar –futbolun gündelik hikâyesi babında bütün çelişkileriyle geleceğe ve yorumlanagelen bir dünyadır bu" (19). Taraftar için kötü biten her maçta bir haksızlığın, hakem hatasının, verilmeyen pozisyonların olması; iyi sonuçlanan maçlarda da takımın ezici gücünün nasıl ortaya çıktığı defalarca tartışılan konular halini alır; medyanın ve spor yorumcularının da katkılarıyla birçok maç efsaneye döndürür ve yıllar

sonra bile unutulmaz. Yalnızca maçlar değil, futbolcuların başarı grafikleri ve özel hayatları, kulüp yöneticilerinin demeceleri de ağızdan ağza dolaşarak mit-sel hikâyelere dönüştürler. Ben duygusunun yerini biz'e bıraktığı, oyuncuların sahiplenildiği, taraftara yakın oyuncuyla özdeşleştiği, yenilgilerde yas tutulan, kazanınca düğün bayram edilen bu etkinlikler, çağdaş kentlinin 'iman etme', 'sosyalleşme', 'kültürü dönüştürme' gibi işlevleri gerçekleştirebildiği alanlardır.

Taraftarın Fenerbahçe sözcüğüne sığdırabileceği anlamlar bir yana, gerçekle mitin karıştığı efsanevi tarihi, grubun yapılışını ve üyelerinin birbirine bağlı olduğu bir cemaat hâlini alması, zamanla değişen ya da korunan taraftar ritüelleri ile Fenerbahçe bir 'din' gibi alınabilir. Çünkü taraftar güçlü bir iman duymakta, din kardeşleriyle ilişkiler kurmakta, iç bağlılık dış güçlere karşı bir cephe oluşturmakta, taraftar dine ilişkin ritüellerini düzenli olarak gerçekleştirmekte ve dini ayakta tutmak için maddi ve manevi olarak 'gönüllü' hizmet etmektedir. Taraftarla oluşan ve değişen bu kültür sistemi, bir yaşama biçimine döndürür. Spor yazarı İslam Çupı'nın deyişiyle "adı konulamayan, anlatılmayan Fenerbahçe aşkı"nın diğer taraftarlardan ayıran, karşı takımların ittifakına karşı oluşan beraberlik ve mücadele duygusudur. Çağdaş kentte 'yalnız bir grup' olan Fenerbahçe, kendi kültür dinamiğini oluşturmakta ve dönüştürmektedir.

#### Kaynakça

*Futbol ve Kültürü*. Der. Roman Horak, Wolfgang Reiter, Taml Bora. İstanbul: İletişim Yayınları, 1993.

Kıvanç, Ümit. *Kesin Ofsayt*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2001.

Kozanoğlu, Can. *Türkiye'de Futbol – Bu Maç Alıcılardır!* İstanbul: Kıyı Yayınları, 1990.