

Futbolun McDonaldlaşmasına Katkı: Passolig¹

Arda Umut SAYGIN

Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Gazetecilik Bölümü

Özet

Bu çalışma, bir elektronik bilet uygulaması olan Passolig'i George Ritzer'in McDonaldlaşma teorisi bağlamında ele almaktadır. McDonaldlaşma, fast-food restoranlarının çalışma prensiplerini belirleyen verimlilik, hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik ve denetim unsurlarının birçok toplumsal alanda geçerli olup onlara olumlu katkılar yaptığını iddia etmektedir. Ancak, bu dört unsurun aynı zamanda ironik bir şekilde akıldışlıklar da yarattığını söylemektedir. Futbol, devasa paraların kazanıldığı bir endüstriye dönüşmesiyle birlikte akılcılaştırılma sürecinin bir parçası haline gelmiştir. Makalede, Passolig'in futbolun akılcılaştırılma sürecinin bir ürünü olarak ortaya çıktığı ve McDonaldlaşma sürecinin prensipleri ile uyduğu iddia edilmekte ve örneklerle açıklanmakta; akılcılığın akıldışılığının Passolig'in stadyumlarda taraftar sayısının artmasına değil azalmasına sebep olmasıyla gerçekleştiği öne sürülmektedir. Bu çalışmada Passolig ile ilgili olarak medyadaki spor haberleri üzerinden arşiv analizi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: McDonaldlaştırılma, Futbol, Passolig, Akılcılaştırılma.

The McDonaldization of Football: Passolig

Abstract

This work discusses Passolig, an electronic ticketing practice, in the context of George Ritzer's McDonaldization theory. McDonaldization theory claims that productivity, the ratpredictability, and control, which determine the working principles of fast-food restaurants, are available in many other social areas, and they contribute positively to such areas. However, it also reflects on the irony that these four factors also create irrational practices. Football became a part of the rationalization process along with its transformative effect to the industry in which the game infuses huge amounts of money. This article claims that Passolig has emerged as a product of the rationalization process of football and corresponds to the principles of the McDonaldization theory, and that claim is explained by examples. The

¹ Bu makale, 23-25 Kasım 2015 tarihlerinde Türk Sosyal Bilimler Derneği tarafından ODTÜ'de düzenlenen 14. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi'nde sözlü olarak sunulan "Futbolun McDonaldlaştırılmasına Katkı: Passolig" başlıklı bildirinin genişletilmiş halidir.

article asserts that the rational becomes irrational with Passolig, and it causes not the increase but the decrease of the number of fans. In this study, an archive analysis regarding Passolig was made through sports news in the media.

Key Words: McDonaldization, Football, Passolig, Rationalisation.

Giriş

McDonalddlaşma kavramı, Weber'in Batı yerkürenin giderek akılcılaştığını ve dünyanın geri kalanının bundan kaçamayacağını öngördüğü Batı'nın rasyonalizasyonu tezine dayanmaktadır. McDonalddlaşma tezi esas itibarıyla, Max Weber'in biçimsel akılcılık kuramının beş unsuru olan "verimlilik", "hesaplanabilirlik", "öngörülebilirlik", "denetim" ve "akılcılığın akıldışılığı" unsurları üzerinden George Ritzer (1996) tarafından geliştirilmiştir. Ritzer, söz konusu unsurların yalnızca bir fast-food restoran zinciri olan McDonald's'ın çalışma prensibini belirlemediğini, aynı zamanda bu unsurların akılcılaştırma sürecinin etkisine giren çeşitli toplumsal alanlarda da giderek yayıldığını belirtir. Ritzer'e (1996: 46) göre, McDonalddlaşma kesinlikle "ya hep ya hiç" süreci değildir çünkü bugün ve gelecekte akılcılığın etkisi altına girmeyecek bir toplumsal alan yoktur. Dolayısıyla, aşırı derecede, ılımlı ölçüde ya da az miktarda bile olsa toplumsal alanlar mutlak surette McDonalddlaşmanın çeşitli derecelerine sahiptirler. Sözgelimi, Ritzer, fast-food restoranlarının aşırı derecede, üniversitelerin ılımlı ölçüde, bakkal dükkanlarının ise az miktarda McDonalddlaştıklarını söyler.

Futbol da önemli bir toplumsal alan olarak kaçınılmaz bir akılcılaştırma süreci içerisinde yer almaktadır. İlk olarak, futbolun dinamik bir yapıda olduğunu ve onun futbol dışı olgularla birliktelikler kurabildiğini söylememiz gerekmektedir. Bu da onu toplumun yansıdığı bir oyun haline getirmekte ve Kuper'ın (2003) deyişiyle futbol asla sadece futbol olarak kalamamaktadır. Talimciler (2008: 91) de futbolun bir oyun olmanın ötesinde toplumsal yaşam içerisinde bir 'minyatür' model olarak işlev gördüğünün ve onun üzerinden toplumsal yaşama bir takım rol ve değer transferleri gerçekleştirildiğinin altını çizmektedir. Futbolun birliktelik kurduğu olgulardan biri de endüstriyelleşmedir. Futbol dünyadaki en küresel oyun olmakla birlikte, giderek endüstriyelleşmekte, üzerinden nasıl daha fazla para kazanırım hesabına maruz kalmakta ve kaçınılmaz olarak günden güne akılcılaştırılmaktadır.

Bu çalışmanın konusu da, bir elektronik bilet uygulaması olan ve futbolun endüstriyelmesiyle birlikte ortaya çıkan akılcılaştırılma sürecinin bir ürünü olan Passolig olgusunun George Ritzer'in McDonalddlaşma teorisi bağlamında ele alınmasıdır. Makalede Passolig olgusu fast-food restoranlarının çalışma prensibini belirleyen akılcılaştırılma unsurları bağlamında incelenerek, Passolig'in bu unsurlarla ne ölçüde örtüştüğü tartışılmaktadır.

McDonalddlaşma Kavramı

McDonalddlaşma tezi, Max Weber'in yirminci yüzyıla girilirken ortaya koyduğu Batı'nın rasyonelleşmesi hakkındaki fikirlerine dayanır ancak farklı bir model benimser: Weber, kuramında bürokrasiye odaklanırken, Ritzer fast-food restoranlarına odaklanmıştır. Fast-food restoranlarının temelindeki ilkelerin, Amerikan toplumunun ve dünyanın geri kalan kısmının gitgide daha fazla egemen olma süreci (Ritzer ve Stepnisky, 2014: 591) şeklinde tanımlanan McDonalddlaşma tıpkı Weber'in bürokrasiyi model aldığı kuramında olduğu gibi akılcılaştırılma süreciyle yakından ilgilidir. McDonalddlaşmanın doğası, akılcılaştırılma sürecinin içinde yer alan "verimlilik", "hesaplanabilirlik", "öngörülebilirlik", "denetim" ve bu dört unsurun paradoksu olan "akılcılığın akıldışılığı" şeklindeki beş boyutuyla açıklanarak betimlenmektedir (Ritzer, 2011: 584). Ritzer'e göre modern toplum, tıpkı rasyonel örgütlerdekine benzer şekilde akılcı, duygudışı, rutin, öngörülebilir, hesaplanabilir, denetlenebilir bir sistemde işlemekte ve yalnızca fast-food restoranlarını değil, toplumun birçok yönünü kapsayarak toplum içindeki her türden ilişkiyi standart, ortalama, gayrişahsi, paraya tahvil edilebilen bir boyuta dönüştürmektedir (Aytaç, 2005: 271).

Ritzer, Weber'in rasyonelleşme olarak nitelendirdiği süreçten hareketle bir fast-food zinciri olan McDonald's'ın örgütlenme biçimini inceleyerek bu modelin toplumun bütüne sirayet eden bir örgütlenme modeli haline geldiğini iddia etmektedir. McDonald'ların örgütlenme biçimi ve çalışma prensipleri akılcılaştırılma bağlamında şekillendirildiğinden McDonalddlaşma ile akılcılaştırılma arasında sıkı bir bağ bulunmaktadır. Akılcılaştırılma sürecinin özünde, toplumsal aktörlerin kişisel-olmayan ilişkiler bağlamında, çevrelerindeki dünya üzerinde daha fazla denetim kurmak için bilgiye giderek daha çok başvurmaları yatmaktadır. Ancak, akılcılaştırılma daha fazla özgürlük ve özerklikten ziyade, amaçların araçlarını yaratmakta ve bireyi, akılcılaştırılmış kurumların, organizasyonların ve etkinliklerin – Weber'in ifadesiyle- "demir kafesi"ne hapsedmektedir (Marshall, 2005: 11'den aktaran Göker,

2015). “Demir kafes” imgesi akılcılaştırılma sürecinin unsurlarından olan “akılcılığın akıldışılığı” unsuruna vurgu yapmaktadır. Bu temel olarak, verimlilik, hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik ve denetim aracılığıyla akılcılaştırılmış bir sistemin aynı zamanda toplumda müthiş bir akıldışılık yaratabileceği anlamına gelmektedir.

McDonalddlaşma tezinin temel karakteristikleri aniden ortaya çıkmayıp bir dizi gelişmenin neticesinde oluşmuştur (Ritzer, 1996). Bunlar; Max Weber’in bürokrasi konusundaki kuramları ve akılcılık sürecinden başlayarak, Bauman’ın Yahudi Soykırımı hakkındaki modernite görüşleri, F.W. Taylor’un bulduğu bilimsel yönetim, Henry Ford’un montaj bandı, Lewvittown’un seri üretimle yaptığı banliyö evleri, modern dünyanın vazgeçilmezleri olan alışveriş merkezleri ve son olarak teze adını veren McDonald’s fast-food restoranları olarak sayılabilir (Ritzer, 1996: 48-49). Ancak şu bir gerçek ki, McDonalddlaşma tezinin kendisi gibi öncülleri de Weber’in akılcılık kuramının beş unsuru olan “verimlilik”, “hesaplanabilirlik”, “öngörülebilirlik”, “denetim” ve “akılcılığın akıldışılığı” unsurları üzerinden geliştirilmiş kuramlardır. Ritzer, McDonalddlaşma sürecini bu unsurların olumlu ve olumsuz yanlarına bakarak ele almıştır. Tüm bu unsurlar akılcılaşmayı sağlıyor olsalar da, bu akılcılaşma beraberinde verimsizlik, öngörülemezlik, hesaplanamazlık ve kontrolü kaybetme gibi akılcılığın akıldışılığı durumunu da beraberinde getirmektedir (Franklin, 2003). Bu noktada, söz konusu akılcılık unsurları Ritzer’in tezi üzerinden fast-food restoranları özelinde incelenecektir.

Verimlilik, belirli bir amaç için optimum, yani olabilecek en iyi araçları seçmek anlamına gelmektedir. Günümüz toplumunda hemen her alanda verimlilik maksimize edilmeye çalışılan bir ilkedir. Bu yüzden, çeşitli toplumsal ortamlarda normal koşullarda kullanılabilecek araçların en iyisi hatta çok daha iyisi aranarak verimlilik artırılmaya çalışılır. Ritzer (1996: 74), McDonalddlaşmış bir toplumda, insanların kendi amaçları için en iyi araçları aramalarının az görüldüğünü çünkü daha önceden keşfedilmiş ve kurumsallaşmış optimum araçlara daha çok güvendiklerini belirtir. Dolayısıyla, insanların amaçları için en iyi araçları kendilerinin belirlemelerine izin vermek yerine teknolojiler, yönetmelikler ya da karar vericiler bu araçları daha önceden belirleyerek maksimum verimliliği şansa bırakmamış olurlar (Ritzer, 2000: 107). Verimliliğin kendi içerisinde üç temel boyutu vardır. Bunlar; sürecin verimliliştirilmesi, ürünün basitleştirilmesi ve müşterilerin işe koşulmasıdır. Fast-food restoranlarındaki yiyeceklerin uzmanlaşmış işler yapan insanların çalıştığı bir tür montaj bandında hazırlanıyor olması ve müşterilerin kısa sürede gelip gitmeleri için yapılan

düzenlemeler sürecin verimlileştirilmesine vurgu yapmaktadır. Yiyeceklerin çatal, kaşık, bıçak kullanmayı gerektirmeden elle yenecek biçimde olması ve menüdeki seçeneklerin özel sipariş alınmayacak şekilde standartlaştırılması da verimlilik yaratmaktadır. Müşterilerin restorana girmeleriyle beraber her işe kendilerinin koşmalarını sağlayan kurallar da bir başka verimlilik boyutunu oluşturmaktadır. Sonuç olarak McDonalddlaşmanın ilk unsuru olan verimlilik, ihtiyaç duydukları şeyleri az çabayla daha çabuk elde edebilen tüketiciler, görevlerini hızla ve kolayca yapabilen işçiler ve daha çok kâr eden yöneticiler için avantajlı olmaktadır. (Ritzer, 1996: 73-82).

Hesaplanabilirlik, McDonalddlaşmanın hesap edilebilen, sayılabilen, nicelleştirilebilen unsurlarına vurgu yapar. Fast-food restoranlarında ürünlerin niteliği yerine niceliğini ön plana çıkarılarak, miktar hakkında yanılsama yaratılarak ve servis rakamlara indirgenerek hesaplanabilirlik unsuru vurgulanır. Sözelimi, müşteriler BigMac veya McDouble şeklinde isimlendirilen ürünlerin kaliteleri konusunda ılımlıdır ancak miktar konusunda büyük beklenti içerisindedirler. Müşteriler çok miktarda yiyecek almayı ve görece az para ödemeyi bekleseler de Ritzer'e göre (1996: 112) işin aslı fast-food restoranlarında az paraya çok yiyecek almanın büyük bir yanılsama olduğudur. Müşterilerin gözüne büyük ve çok miktarda gözüken her ürün aslında onun için ödenilen paraya değmeyecek kadar az ve küçüktür. Hesaplanabilirlik aynı zamanda hıza da vurgu yapmaktadır. Siparişlerin birkaç dakika içinde hazır edilerek müşterinin hızlı şekilde doyurulmasının hedeflenmesi, evlere gönderilecek olan siparişlerin teslimatını belirli süreler içerisinde gerçekleştirileceğinin vaat edilmesi de hıza yapılan vurgulardır. Restoran çalışanlarının ve genel olarak restoranın performansının rakamlarla değerlendirilmesi de bir başka hesaplanabilirlik örneğidir.

Öngörülebilirlik, McDonalddlaşmanın üçüncü boyutudur ve akılcılaştırılmış bir toplumda disiplin, düzen, sistematiklik, aynılık, rutin, tutarlılık gibi özellikleri vurgulamaktadır. McDonald's tabelası da öngörülebilirliği garanti etmektedir. Bu, McDonald's restoranlarındaki ürünlerin, düzenlemelerin, çalışanların ve müşterilerin davranışlarının dünyanın her yerinde aynı olmasının sağlanması anlamına gelmektedir. Böylece müşteriler sürprizlerle karşılaşmamış olurlar ve daha önce deneyimledikleri yiyeceklerin, ortamın ve ilişkilerin aynı olmasının huzurunu yaşarlar. Ritzer, öngörülebilirliği sağlayan düzenlemelerin işçilerin işlerini kolaylaştırırken müşteri açısından da günlük ilişkilerde huzuru sağladığını belirtmektedir. McDonalddlaşmanın üçüncü unsuru olan öngörülebilirlik, maksimum verimliliğin sağlanması adına ortamın aynılaştırılması, müşterilerle ilişkilerin klişeleşmesi,

öngörülebilir çalışan ve müşteri davranışının sağlanması ve öngörülebilir ürünlerin üretilmesi gibi düzenlemelerin yapılmasına olanak sağlamaktadır (Ritzer, 1996: 135-146).

Denetim, bir diğer McDonaldlaşma süreci unsurudur ve büyük ölçüde teknolojiyle sağlanmaktadır. Her türlü akılcılaştırılmış sistemde en büyük belirsizlik, öngörülemezlik ve verimsizlik kaynağı olan insandır. Akılcılaştırılmış sistemler de verimliliklerini artırmak adına hem çalışanlar hem de müşteriler açısından denetim kurmaya yarayacak araç arayışlarını içermektedir. Bu yüzden, ürünler, çalışanlar, müşteriler ve tüm süreç teknolojilerle denetlenmektedir. Ancak, denetlemeyi yapan teknoloji yalnızca makineleri değil, malzeme, beceri, bilgi, kural, yönetmelikler gibi işlem ve teknikleri de içermektedir. Fast-food restoranlarında denetim, ürün ve sürecin denetlenmesi ile müşterilerin denetlenmesini vurgular. Ürün ve süreç, bardağın ne zaman dolacağına çalışanın değil meşrubat makinasının karar vermesi gibi teknoloji aracılığıyla denetlenir. Aynı şekilde, menüdeki yiyeceklerin insansız teknolojiler tarafından önceden hazırlanması ve çalışanların işlerini büyük ölçüde kolaylaştırması da bir denetim örneğidir. Çünkü; yiyecekler restorana gelmeden insansız teknolojinin yaptığı iş ne kadar artarsa, işçilerin yapmaları gereken iş de o kadar azalır ve denetim sağlanmış olur. Müşterilerin restorana girer girmez önceden belirlenmiş kurallar çerçevesinde bir tür taşıyıcı bant sistemindeymişçesine hareket etmelerinin sağlanması da bir denetim mekanizmasıdır (Ritzer, 1996: 164-170).

Akılcılığın akıldışılığı, akılcı sistemlerin kaçınılmaz olarak akılcılıklarını sınırlayan, sonunda tehlikeye sokan ve hatta belki yok eden bir dizi akıldışılıkları vurgular. Bu kısaca, McDonaldlaşmanın aynı zamanda verimsizlik, öngörülemezlik, hesaplanamazlık ve denetim kaybına da yol açtığı anlamına gelmektedir. Sözgelimi, fast-food restoranlarında sağlıksız yiyecekler için kuyrukta beklemek müşteriler için oldukça verimsizdir. Aynı şekilde, fast-food ürünlerinin hazırlanış sürecinin çevreye de ciddi zararlar verdiği kanıtlanmıştır. Ritzer, akılcılaştırılmış kurumların çevre ve sağlık kadar aile üzerinde de olumsuz etkilere neden olduğunu söylemektedir. Dolayısıyla, verimlilik aslında çoğunlukla akılcılaştırmayı vurgulayanlar, sistemi yaratanlar yani mal ve hizmet satıcıları için geçerli olmaktadır (Ritzer, 1996, 192-196). Ritzer, akılcılaştırılmayla ilgili bir başka akıldışılığın da, sistem üzerindeki denetimin kaybedilerek tam tersine sistemin insanları denetler hale gelme olasılığı olduğunu vurgulamaktadır (Ritzer, 2000: 111-125). Müşterinin hızlı yemek yemeye zorlanması müşteriye, çalışanın yaratıcı olmalarına izin verilmemesi çalışanları insanlıktan çıkarmaktadır. Çalışanlar ve müşteriler arasında otomatikleşmiş diyaloglar ve birbirlerine söyleyecek az

sözlerinin olması da insanlar arasındaki etkileşim biçimlerine ciddi zararlar vermekte ve yabancılaşmaya neden olmaktadır. Akılcılaştırılmanın restoran çalışanlarına kişisel becerilerini kullanmalarına, düşüncelerine, inisiyatif kullanmalarına izin vermemesi ve işlerin akılcı, ölçülebilir ve denetlenebilir nitelikte olması çalışanların özgürlük ve özgünlük alanlarını zedelemektedir. Aynı şekilde müşterinin tercih hakkının olmaması ya da kendisine sunulanlar çerçevesinde bir tercih hakkının olması da bir özgürlük yitimidir. Akılcılaştırılma aynı zamanda türdeşleme gibi bir akıldışılık yaratmaktadır. Otantikliğin yok olduğu, farklılıkların yitip gittiği ve bütün ürünlerin birbirine benzediği, bütün bireylerin ortak zevkler etrafında birleştiği bir türdeşleme McDonalddlaşmanın ulaştığı her alanda görülmektedir (Göker, 399-400).

Passolig

Passolig, 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliği Önleme Kanunu ile uygulamaya konulan elektronik bilet sisteminin ürünü olan bir akıllı kart uygulamasıdır. 4 Nisan 2014 tarihi itibarıyla uygulanmaya başlanan yeni yasal düzenleme ile maçlara artık yalnızca Passolig kart ile girilmeye başlanmıştır. Passolig kart, Spor Toto Süper Lig ve PTT 1. Lig maçlarına girmek için kullanılan, ön ödemeli kart, banka kartı veya kredi kartı şeklinde yalnızca AktifBank'tan edinilen bir karttır. Passolig ile eskiden maçlara girmek için gerekli olan kağıt biletler tamamen kaldırılmıştır. Maçlara gitmek isteyenler taraftarlar Passolig web sitesinden veya "N Kolay" işyerlerinde bulunan kiosk üzerinden gerekli bilgilerini vererek başvuruda bulunmak ve üzerinde isim, TC kimlik numarası ve fotoğraf bulunan kişisel kartlardan edinmek zorundadırlar. Kısacası, Passolig Türkiye'deki futbol ortamının akılcılaştırma çabasının ürünü olarak ortaya çıkmış bir uygulamadır. Makalenin bu bölümünde Passolig McDonalddlaşmanın unsurları bakımından, www.passolig.com.tr sitesinde Passolig'in ne olduğuna ve ne sağladığına yönelik verilen bilgiler ışığında tartışılacaktır.

Passolig ve Verimlilik

İlk olarak, "hem kulüplere hem de taraftarlarına büyük fırsatlar ve ayrıcalıklar sunan Passolig kart ile Türk futbolu maddi kazancın yanı sıra, tribün huzurunu ve güvenliğini de

maksimize ederek, yaşanmış olan pek çok olumsuzluğu da geçmişte bırakıyor” cümlesiyle tanıtılan Passolig’in taraftarlar ve genel anlamıyla Türk futbolu açısından müthiş bir verimlilik yaratılacağı vaat edilmektedir.

Passolig’in taraftarlar için verimlilik vurgusu Passolig kartın aynı zamanda kredi veya banka kartı olarak kullanılmasından beslenmektedir. Passolig kartın maçlara girebilmek için gerekli olmasının yanında taraftarlar açısından verimli de bir alışveriş aracı olduğu defaatle vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, Passolig kartın taraftarlara diledikleri yerde alışveriş yapma imkânı verdiği ve böylece taraftarı oldukları kulübe her harcamalarında destek oldukları belirtilmektedir. Passolig kart ile nakit para taşımaya gerek kalmadan stadyumlardaki kafe ve büfelerde alışveriş yapılabiliyor olması ile akaryakıttan gıdaya, sağlıktan giyime, sigortadan eğlenceye farklı sektörlerde hizmet veren markaların Passolig kart sahiplerine özel promosyon ve indirimler sağlıyor olması vurgulanan diğer verimliliklerdir. Passolig’in yarattığı ekonomik verimlilik bunlarla da sınırlı kalmamaktadır. Sözelimi, Passolig kartın temassız kullanım özelliği taraftarlara şifre girmeye gerek olmadan 50 TL’ye kadar olan ödemelerini 1 saniye içerisinde gerçekleştirme imkânı vermektedir. Bununla birlikte, Passolig kart sahiplerinin taraftarı oldukları takım ile ilgili aktivitelerden taraftar puanı biriktirip bu puanları kullanabileceklerinin; kulüplerinin kendilerine sağladığı ayrıcalıklı dünyada ödülleri kazanabileceklerinin; çeşitli çekilişlere katılabileceklerinin; anlaşmalı illerde ulaşım kartı olarak da kullanabileceklerinin ve hayallerindeki futbolcular ile tanışma fırsatına sahip olacaklarının da altı çizilmektedir. Passolig’in verimlilik vurgusu şüphesiz huzur ve güven bağlamında da gerçekleşmektedir. Passolig karta sahip olanların stadyum önlerindeki uzun kuyruklarda beklemeyeceği, kendi koltuklarında oturarak sevdikleri ile birlikte rahat ve konforlu bir şekilde maç izlemenin keyfini yaşayacakları garanti edilmektedir (“Ne Sağlar?”, 2014).

Görüldüğü üzere, Passolig kartın yalnızca maçlara girmek için değil, aynı zamanda banka, kredi, ulaşım ve indirim kartı olarak da kullanılabilme üzere verimli bir şekilde tasarlandığının altı çizilmekte ve Passolig kartın kullanıldıkça kulüplere de maddi katkı sağladığı vurgulanmaktadır. McDonaldlaşmış sistemlerde verimlilik mal ve hizmetleri basitleştirmekle de sağlanmaktadır. Passolig ile maç biletlerinin kolayca satın alınabilmesi için gerekli düzenlemeler de yapılmış ve bilet alım işlemi basit bir hale getirilmiştir. Ayrıca, stadyum önlerinde eskiden olduğu gibi bilet ve maça giriş kuyruklarının oluşmuyor oluşu Passolig’in bir diğer önemli verimlilik vurgusudur. Müşterinin işe koşulmasıyla ortaya çıkan

verimlilik taraftarların maç biletlerini almakla ilgili tüm işleri sistem üzerinden kendilerinin yapıyor olmasıyla Passolig için de geçerli olmaktadır.

Passolig ve Hesaplanabilirlik

McDonalddlaşmanın hesap edilebilen, sayılabilen, nicelleştirilebilen unsurlarına vurgu yapan hesaplanabilirlik unsuru Passolig’de de sıklıkla vurgulanmaktadır. Passolig sisteminin genel olarak Türk futboluna yapacağı maddi katkı rakamlarla detaylı bir şekilde belirtilmektedir. Sözgelimi, proje süresince Passolig kartlar vasıtasıyla yaratılacak gelirlerden en az 150.000.000 TL’si ile Türk futboluna nakit akışı sağlanacağı ve kulüplerin oluşan bu ciddi gelir havuzundan kendi kartları oranında pay alacağı; kulüplerin 53,000,000 \$ maliyeti olan dünya standartlarında güvenlik ve geçiş kontrol sistemleri yatırımlarının üstlenilip kulüplerin ciddi bir yatırım maliyetinden kurtarılacağı; Passolig kartları ile yapılan alışverişlerden Türk futbolunun ve kulüplerin ciddi maddi kazanımlar elde edecekleri; Passolig kart E-bilet yıllık bedelleri üzerinden önemli bir gelirin kulüplere finansal katkı sağlamak üzere oluşturulan gelir havuzuna aktarılacağı ve Passolig kart sahibi taraftarlara sunulan kampanya ve avantajlar dünyasının aslında E-Bilet Yıllık Kullanım bedelinin çok üzerinde bir maddi değer yaratıyor olduğunun altı çizilmektedir (“E-Bilet Yıllık Kullanım süresini uzatmanın bedeli nedir?”, 2014).

Passolig, kulüpler ve Türk futbolu açısından niceliğe vurgu yaptığı kadar taraftarlar açısından da yapmaktadır. Bu bağlamda, taraftarlara kredi kartlarının kullanılabilir nakit limiti dahilinde olmak kaydı ile tek seferde en az 200 TL, en fazla 15,000 TL taksitli nakit avans kullanabilecekleri ve çeşitli sektörlerden çeşitli markaların özel promosyon ve indirimlerinden faydalanabilecekleri belirtilmektedir. Hesaplanabilirliğin hızla olan vurgusu Passolig’de de gözlemlenmektedir. Taraftarların internet üzerinden satın aldıkları maç biletlerini Passolig kartlarına yükleyerek; sıra beklemeden, zaman kaybetmeden maçlara girebilecekleri sıklıkla vurgulanmaktadır.

Passolig ve Öngörülebilirlik

Passolig’in öngörülebilirliğe dair olan temel vurgusu taraftarların hangi tribünde ve hangi koltukta oturacaklarını kendilerinin belirleyebiliyor olmasıyla birlikte, maçların her zaman sıra beklemeden, güvenli ve konforlu bir şekilde izlenebilirliğini sistemin sağlıyor olmasıdır. Passolig’deki öngörülebilirlik unsuru taraftarların davranışlarının aynılaştırılması ile yakından

ilgilidir. Passolig'in tribün huzuru ve güvenlik vurgusunun altında Passolig kartı alırken tüm bilgileri kayıt altına alınan taraftarların öngörülebilir davranışlarda bulunacağı düşüncesi yatmaktadır. Passolig'in denetim unsurunda da değineceğimiz gibi müsabakalarda olay çıkaran taraftarların bir daha stadyumlara alınmaması gibi yaptırımlar uygulanacağı için Türkiye'nin her yerinde oynanan maçlarda herhangi bir tribün olayı olmadan tamamlanacağı vaat edilmektedir. Böylece, mekân ve zamandan bağımsız bir standart öngörülmektedir. Bununla birlikte, maç biletlerinin satın alınıp Passolig kartlarına yüklenmesinde de bir standardizasyon sağlanmıştır. Maça gitmek isteyen taraftarlar ne yapmaları gerektiğini bilirler. Biletlerin Passolig kartına nasıl yükleneceği aynılaştırılmış, stadyuma girerken ve stadyumun içinde taraftarların nelerle karşılaşabileceği öngörülebilir hale getirilmiştir.

Passolig ve Denetim

Elektronik bilet uygulamasının çıkma nedeni olan 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliği Önleme Kanunu'nun adından da anlaşılacağı üzere Passolig'in temel vurgusu denetim üzerinedir. Öyle ki, "futbolda neden elektronik bilet sistemine geçildi" sorusuna şu şekilde cevap verilmektedir:

"6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun ile uygulamaya alınan Elektronik Bilet Sistemi ile sporda şiddet olaylarının azaltılması, insanların küfür ve şiddetin olmadığı tribünlerde karşılaşmaları seyredilmesi, biletsiz seyircilerin giriş yapmasının önlenmesi, çocuk ve kadınların daha çok stadyumlara gelmesinin sağlanması, şiddete ve olumsuz tezahürlere sebep olan bireylerin tespit edilerek müsabakalardan men edilmesi ve karaborsa bilet satışını engellemek amaçlanmaktadır" (["Futbolda neden elektronik bilet sistemine geçildi?"](#), 2014).

Dolayısıyla, Passolig kart ile taraftarların güven içinde stadyumlara gidebilmeleri ve maçları her türlü olumsuzluktan uzak bir şekilde, huzur içerisinde izlemelerinin amaçlandığı ve sistem sayesinde Türk futbolunun büyük sorunlarından biri olan stadyum olaylarının en aza indirileceği sıklıkla vurgulanmaktadır.

Her türlü akılcılaştırılmış sistemde en büyük belirsizliğin öngörülemezlik ve verimsizlik kaynağının insanlar olduğunu göz önüne aldığımızda, Passolig'in de insanlar üzerinde teknoloji aracılığıyla denetim kurduğunu söyleyebiliriz. Bilet alma işleminin kredi kartıyla

yapılması ve gerekli bilgilerin sistemle paylaşılıyor olması yine güvenlik vurgusuyla ilgilidir. Passolig'in temel söylemlerinden biri de suçun şahsiliği üzerinedir. Bu en öz haliyle, Passolig sistemiyle birlikte birkaç kişinin çıkardığı olaylar yüzünden artık tüm tribünün kapatılmayacağı, yalnızca olayı çıkaranların tespit edilerek onların maçları seyirden men edileceği anlamına gelmektedir. Bunun için akılcılaştırılmış stadyumlar yüksek çözünürlüklü güvenlik kameralarıyla donatılmıştır. Bununla birlikte, Passolig kartın kişiye özel olması da bir denetim politikasının ürünüdür. Böylece, olay çıkaran kişiler kolaylıkla tespit edilip stadyumların dışına atılacak ve stadyumlar kriminal olmayan taraftarlarla doldurulup güvenlik sağlanacaktır.

Akılcılığın Akıldışılığı

Akılcılığın akıldışılığı, akılcı olma çabalarının paradoksal sonucu olarak akılcılaştırmanın verimsizlik, hesaplanamazlık, öngörülemezlik ve denetim kaybı yarattığını söylemektedir (Ritzer, 2000: 124). Passolig de diğer tüm akılcılaştırılmış sistemler gibi bir dizi akıldışılığı bünyesinde barındırmakta ve çıkış noktası üzerinden paradoks oluşturmaktadır.

Öncelikle, Passolig'in vaat ettiği gibi maçlara her zaman hızlı ve güvenli bir şekilde girilememektedir. Güvenlik vurgusu stadyum dışlarına ve taraftarların maça giriş çıkışlarındaki sürece değil stadyum içerisinde meydana gelebilecek olaylar için yapılmaktadır. Bu yüzden, Passolig stadyum çevresindeki olaylara engel olamamakta ve güvenlik sorununu kökten çözememektedir ("Kayseri savaş alanına döndü!", 2015). Ayrıca, Passolig kartın kişiye özel olmasına ve yasaya göre stadyumlara bir başka kişiye ait kartla girmenin suç olmasına rağmen, bu konudaki kontrol sorumluluğu ev sahibi kulüplere verilmiştir ("TFF tribün kapatma cezasını kaldırdı", 2015). Kulüpler tarafından maç girişlerinde yapılan kontrollerin ise her zaman çok sıkı olmaması bir başkasına ait Passolig kartla maçlara girebilmesinin yoluna açmakta ve sürekli vurgulanan güvenlik unsuru sekteye uğrayabilmektedir ("Passolig'de skandal üstüne skandal!", 2015). Passolig kart kontrolünün bir düzene oturtulamaması ve kulüplerin sorumluluğuna bırakılması futbol müsabakalarına girişi yasaklı kişilerin dahi maçlara girmesinin önünü açmakta ve Passolig'in uygulanma amacıyla paradoks yaratmaktadır. Passolig, birçok futbolseverin maçlara ilgi göstermemesine neden olduğundan "Anadolu takımları"nın hemen hemen tüm maçları boş tribünlere oynanmaktadır. Bu da Passolig'in vaat ettiği maçlara hızlı girişi sağlayabilmektedir. Ancak,

“üç büyükler” diye adlandırılan Beşiktaş, Galatasaray ve Fenerbahçe’nin birbirleriyle yaptıkları maçlar görece daha büyük kitleler önünde oynandığından söz konusu “derbi” maçlara girmek hızlı olamayabilmektedir. Ayrıca, maç biletleri almak için oluşturulmuş sistem yoğun ilginin olduğu maçlarda aşırı yüklenmeden dolayı çökebilme ve taraftarlar bilet alamayabilmektedirler (“Derbi biletleri çıktı, Passolig çöktü!”, 2015). Sistemin henüz yeterli altyapısı oluşturulmadığı için giriş turnikelerinin Passolig kartlarını ve kart sahiplerini tanıyamaması gibi sorunlarla da karşılaşmaktadır (Akşar, 2008).

Passolig’in vaatlerinden birinin de karaborsa bilet satışının son bulacağı yönünde olmasına rağmen sistem karaborsa bilet satışını engelleyememektedir. Ekseriyetle boş tribünlere oynanan maçları bir kenara bırakırsak, taraftarların yoğun ilgi gösterdiği maçlarda sistem karaborsacıların sahaya inmeden, risksiz ve konforlu bir biçimde satış yapmasına imkân tanımaktadır. Passolig sistemi, alınan maç biletini bir başka Passolig kart sahibine transfer edebilmeye olanak sağlamaktadır. Transfer işleminin başarılı olması için transfer edilecek kişinin geçerli bir Passolig kartı olması ve transferi yapılacak maçın biletine sahip olmaması gerekmektedir. Sistem, maç biletlerinin yanı sıra sezon başında alınan kombinelerin de transferine olanak sağlamaktadır. Kombine sahibi gidemeyeceği maçın giriş hakkını bir başka Passolig kart sahibine transfer edebilmektedir. Böylece karaborsacılar, karaborsa bilet almak isteyen bir taraftara sistem üzerinden yakalanmadan ve rahatça bilet transfer edebilmektedir (“Passolig’de skandal üstüne skandal!”, 2015).

Passolig uygulamasıyla beraber taraftarın cebinden eskisene göre daha fazla para çıkıyor olduğu da bir başka akıldışılık olarak vuku bulmaktadır. Taraftar eski sistemde yalnızca bilet parasını verip maça girerken, Passolig sistemiyle birlikte hem Passolig kartını almak için hem de her sene o kartı yenilemek için para ödemek zorunda kalmaktadır. Passolig kart ücretleri kulüplere bağlı olarak 16 TL ile 29 TL arasında değişiklik göstermektedir. Sözelimi, Beşiktaş, Galatasaray ve Trabzonspor’un kart fiyatları ve kartın her sene yenilenmesi için ödenmesi gereken ücret 29 TL iken, bu ücret Fenerbahçe ve Bursaspor’da 21 TL, diğer kulüplerde ise 16 TL’dir. 2014-2015 futbol sezonunda 1.1 milyon Passolig kart sahibi yeni futbol sezonunda kartlarını yenilemek için 22 milyon TL fazladan para ödemek zorunda kalmıştır (Kuburlu, 2015). Bu paranın yaklaşık 13 milyon lirası kulüplere giderken geriye kalan 9 milyon lirasının sistemin tekel sahibi Aktifbank’a kalıyor olması da diğer tüm McDonaldlaştırılmış sistemler gibi verimliliğin mal ve hizmet satıcıları için geçerli olmasının sadece bir örneğidir. Taraftarlar, Passolig kartı çıkarmak ve kullanmaya devam etmek için her

sene ödemek zorunda olduğu miktara ek olarak bilet fiyatlarına göre değişiklik gösteren hizmet bedelleri de ödemek zorunda bırakılmaktadır. Buna göre, 0 – 20 TL arasındaki biletler için 1 TL, 21- 30 TL arasındaki biletler için 2 TL, 31- 40 TL arasındaki biletler için 3 TL, 41- 50 TL arasındaki biletler için 4 TL ve 51 ve üzeri fiyatlar için 5TL hizmet bedeli alınmaktadır. Bununla birlikte, 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun kapsamında 7 yaşından büyük herkesin stadyumlara giriş yapabilmek için Passolig kart almasının zorunlu olması taraftarların aile bütçesine ciddi gedikler açabilmektedir. Bir babanın eşi ve çocuğuyla maça gitmesi için iki adet fazladan Passolig kart çıkarması ve gerekli ödemeleri yapması gerekmektedir. Bahsi geçen ekonomik nedenlerden dolayı kadın ve çocukların maçlara daha sık gitmeleri mümkün olmadığından “Passolig ile çocuk ve kadınların daha çok stadyumlara gelmesinin sağlanması” hedefi de bir akıldışılık olarak kalmaktadır.

Passolig’in “şiddete ve olumsuz tezahürlara sebep olan bireylerin tespit edilerek müsabakalardan men edilmesi” hedefi de benzer şekilde bir akıldışılık yaratmaktadır. Passolig bir akıldışılık olarak vaadinin aksine şiddete ve olumsuz tezahürlara sebep olmayan insanların da maç izleme özgürlüklerini ellerinden almaktadır. 2015-2016 futbol sezonuna kadar Türkiye Futbol Federasyonu, çirkin ve kötü tezahüratın aynı sezon içinde birkaç kez tekrarlanması durumunda kulüplere tribün veya stat kapatma cezası vermektedir. Böylece, stadyumların içerisine yerleştirilen onlarca güvenlik kamerasına ve kişiselleştirilmiş kartlara rağmen yalnızca suçu işleyen şahıslar değil suçun işlendiği tribün tamamen cezalandırılıyor ve müthiş bir akıldışılık yaratılıyordu. Öyle ki, kulüp yöneticileri bu konudaki şikayetlerini, “*Tribün olaylarını bitireceğiz diyerek Passolig sistemini getirdiler. Ayrıca statların her tarafını kameralarla donattılar. Buna rağmen olay çıkaran kişileri yakalayıp cezalandırmak yerine tribünü komple kapatma yoluna gidiyorlar. Bu bizi hem seyircisiz bırakıyor hem de hasılat gelirimizi azaltıyor*” şeklinde dile getiriyorlardı (Demirçubuk, 2015). Gelgelelim, 2015-2016 sezonu ile birlikte ‘sözde’ yeni bir uygulama devreye sokuldu. Bu uygulamaya göre, olay çıkan tribün tamamen kapanmayacak, yalnızca o tribünde bulunan taraftarların Passolig kartları bloke edilecek ve bir sonraki maça tribünlerdeki yerlerini alamayacaklar (“TFF tribün kapatma cezasını kaldırdı” 2015). Bu uygulama da diğerinden farksız olarak herhangi bir tribünde çıkan olaylarda olay çıkaran kişileri yakalayıp cezalandırmak yerine o tribünde gayriihtiyari bulunan kişilerin maç özgürlüklerinin ellerinden alınmasına sebep olmaktadır. Bu uygulama da kişisel ceza yerine kitlesel cezaları sürdürerek Passolig’in temel vurgusu olan suçun şahsiliği ilkesiyle paradoks oluşturmaktadır.

Passolig'e dair bir başka akıldışılık ise Passolig karta sahip olmanın bile herhangi bir maça girmek için yeterli olmamasıyla yaşanmaktadır. Sistem, her bir Passolig kartının üzerinde yalnızca bir takımın logosunun bulunmasına ve yalnızca logosu bulunan takımın maçlarına girilebilmesine izin vermektedir. Bu da Passolig kartın üzerinde logosu bulunan kulübün maçları dışındaki maçlara giriş yapabilmeyi önünde engel teşkil etmektedir. Passolig kartın üzerinde logosu bulunan kulübün maçları dışındaki maçlar için kulüpler, kendi logolu kartlarına öncelikli bilet satışı yaptıktan sonra eğer satılacak bilet kalmış ise diğer takımlara ait logolu kartlara satış yapılmaktadır. Bu, bir futbol müsabakasının biletini üzerinde ev sahibi takımın logosu bulunan Passolig kartlı taraftarlar alabilirken diğer takım taraftarlarının maç biletini ev sahibi kulübün insiyatifine göre alabildikleri anlamına gelmektedir. Genellikle boş tribünlere oynanan maçlarda bu bir sorun teşkil etmese de, Fenerbahçe-Galatasaray maçına gitmek isteyen bir Trabzonsporlu için bilet bulmak hemen hemen imkânsız hale gelmektedir. Dolayısıyla, Passolig futbolseverlerin istedikleri maçları izleme özgürlüklerini ellerinden almakta, onları taraftar olmaya zorlamakta ve hatta birden fazla Passolig kart sahibi olmaya yöneltmektedir.

Passolig kart alırken taraftarların nüfus ve ikamet bilgileri ile kimlik numarası gibi birçok kişisel bilgisini sistemin sağlayıcısı ve tekeli olan AktifBank'a vermesinin yasal bir zorunluluk olması da fişleme iddialarını gündeme getirmektedir. Bir boş zaman aktivitesi olarak futbol maçına gitmek için bile birçok kişisel bilginin paylaşılması hukuki anlamda da tartışılmalıdır. Bunun dışında, Passolig'in verimlilik vurgularından biri olan Passolig kartın ulaşım anlaşmalı illerde otobüs kartı olarak kullanılma özelliğinin ise yalnızca Bolu, Gaziantep, Kütahya, Kahramanmaraş, Aksaray ve Düzce şehirlerinde geçerli olması ve bu şehirlerden yalnızca Gaziantep'in Spor Toto Süper Lig ve PTT 1. Ligde temsilcilerinin olması da Passolig'in bu bağlamda çok da verimli olmadığı anlamına gelmektedir.

McDonalddlaşma sıklıkla verimliliği vurgulamasına karşın verimlilik asıl olarak akılcılaştırmayı vurgulayanların ve sistemin sahiplerinin işine yaramaktadır. Akılcılaştırılmış bir sistem olan Passolig de mal ve hizmet satıcısı olan AktifBank, yasayı apar topar çıkararak siyasi iktidar ve ironik bir şekilde kulüplerin işine yaramaktadır. Sistem Aktifbank için verimli olmaktadır çünkü maça gitmek isteyen taraftar AktifBank müşterisi olmaya mecbur bırakılmaktadır. Stadyumların giderek muhalif mekânlar olmaya başlaması ve hükümet karşıtı protestoların giderek yükselmesi ile Passolig uygulamasının yürürlüğe girmesinin zamansal uyumluluğu siyasi iktidarın tribünleri boşaltma çabasının bir sonucu olarak da

değerlendirilebilmektedir. Neredeyse boş tribünlere oynayan maçlar yüzünden taraftar desteğinden ve bilet gelirlerinden olan futbol kulüplerinin Passolig'e ilk itiraz edenler olmaları beklenirken Aktifbank'tan kredi alan kulüpler de sistemden yarar görenler listesinde yer almaktadır ("Beşiktaş'a 100 milyon TL'lik kredi", 2014).

Sonuç

McDonalddlaşma, model aldığı birçok toplumsal alana avantajlar sağlayan bir akılcılaştırılmış sistem olmasının yanında, bünyesinde mantıksızlıklar barındırması yüzünden çoğunlukla yaratmaları gereken şeyin tersini de ortaya çıkarabilmekte ya da vaat ettiklerini gerçekleştirememektedir. Bunun, akılcılaştırılmış bir sistemin ürünü olan ve Türk futboluna ekonomik katkı, huzur ve güvenlik getireceğini iddia eden Passolig'de de geçerli olduğu makalede tartışılmıştır. Passolig'in beraberinde getirdiği en büyük mantıksızlık olan tribünlerdeki taraftar sayısının azalması ise sonuç bölümünde tartışılacaktır.

Ongan ve Demiröz (2010: 71-72), endüstriyel futbolun taraftarlardan beklentisinin sadece iyi birer taraftar olmaları ve takımlarını yalnız bırakmamaları değil, aynı zamanda iyi birer müşteri olmaları şeklinde değişim gösterdiğini belirtir. Passolig uygulaması ister istemez takımlarını yalnız bırakan taraftar modelini ortaya çıkarmıştır. Bunun ekonomik, siyasi veya çeşitli nedenleri olabilir ve bu nedenler taraftarlarla yapılacak bir çalışmada ele alınabilir. Ancak, nedenler ne olursa olsun Türkiye'de futbol maçları bir süredir aynı sonucu vermektedir: Boş tribünler.

Passolig uygulaması ile tribünlerdeki taraftar sayısı dramatik olarak düşmeye devam etmektedir. 6222 sayılı Sporda Şiddet ve Düzensizliği Önleme Kanunu'nun 14 Nisan 2014 tarihinde yürürlüğe girmesinin ardından oynanan ilk maç olan Erciyesspor- Trabzonspor maçını yalnızca 285 taraftar izlemiştir. Oysa ki, Erciyesspor bir önceki iç saha maçını 20 bin taraftarı önünde oynamıştı ("E-bilet stadi boş bıraktı", 2014). Aynı hafta, 80 bin kişilik Atatürk Olimpiyat Stadında dolu tribünlere oynanması beklenen Beşiktaş-Fenerbahçe maçını yalnızca 8187 Passolig kartlı taraftar izlemiştir ("Derbiyi Passolig ile kaç kişi izledi?", 2014). Passolig uygulamasının 2013-2014 futbol sezonunun bitimine 4 hafta kala apar topar çıkmasının kalan haftalardaki taraftar sayısındaki düşüşü etkilemesi normal olarak karşılanırsa bile, benzer manzara 2014-2015 sezonunda da yaşanmış ve 2015-2016 sezonunda yaşanmaya devam etmektedir. 2013-2014 sezonunda Türkiye Süper Ligi'nde ortalama seyirci sayısı 12.033 iken 2014-2015 sezonunda bu sayı % 48 gerileyerek 6.267 olmuştur ("Süper Lig'de

Seyirci Sayısı %48 Azaldı!”, 2014). Dahası, Avrupa kıtasında 2014 ve 2015 yılları arasında tribünlerinde en çok seyirci kaybeden dört takımın üçünü Fenerbahçe (22.241), Galatasaray (16.255) ve Beşiktaş (15.335) oluşturmaktadır. Bu listenin ilk sırasında bulunan Ukrayna temsilcisi Shaktar Donetsk’in (24.502) maçlarını Rusya yanlısı ayrılıkçıların bağımsızlıklarını ilan ettiği Donetsk şehrinde değil de 1200 km uzaklıktaki Lviv şehrinde oynuyor olması tablonun dramatikliğini daha da belirgin hale getirmektedir (stadiumdb.com, 2015).

Akşar (2008:347) futbolun endüstriyelleşme sürecinin temelinde seyirci profilinin ve taraftarın davranış kalıplarının değişmesinin yattığını belirtmektedir. Passolig uygulamasının da etkisiyle yeni seyirci profili banka müşterisi olmaya ve kredi kartı kullanmaya mecbur bırakılarak taraftarlıktan müşteriliğe kaydırılmaktadır. Ayrıca, stadyumların muhalif mekân olma özelliğini kırmak adına taraftar davranış kalıpları daha az politik olmaya yönlendirilmektedir. Futbolun temel sorununu taraftarların çıkardığı olaylara indirgeyip daha huzurlu ve güvenli tribünler yaratmayı vaat eden Passolig, akılcılaştırmayı vurgulayanlara maddi ve manevi kazanım elde etmelerini sağlamaktadır. Öte yandan, akılcılığın akıldışılığına maruz kalan futbolun en önemli unsuru taraftarlar ise futbol dışına itilmekte ve futbol seyretme özgürlüklerini yitirmektedir.

Kaynaklar

- Akşar, T. (2014). “Passo Lig, Passo Eziyet!”, <http://www.futbolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/genel/122-tugrul-aksar/3060-passo-lig-passo-eziyetpassoligkart-e-bilet-ticketing-futbol.html>, Erişim Tarihi: 08.08.2015.
- Akşar, T. (2008). “Taraftar mı, müşteri mi?” İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 26 Kış-Bahar, s.347-352.
- Aytaç, Ö. (2005). “Modern Bürokratik Kurumlar ve Baskı Düzenleri Üzerine”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 1, Cilt: 15, s. 249-278.
- Demirçubuk, A. (2015). Tribün kapatma cezası kalkıyor, <http://www.hurriyet.com.tr/tribun-kapatma-cezasi-kalkiyor-29135879>, Erişim Tarihi: 18.11.2015.
- Franklin, B. (2003). “McJournalism: The McDonaldization Thesis and Junk Journalism”, Department of Journalism Studies, University of Sheffield, UK. (<http://www.unet.univie.ac.at/~a9807630/STEP6SS2006/Franklin.pdf>, Erişim Tarihi: 23.08.2015.
- Göker, G. (2015) “İletişimin Mcdonalddlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme”, Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 10/2 Winter 2015, p. 389-410, ISSN: 1308-2140, www.turkishstudies.net,
- Kuburlu, C. (2015). “Passolig faturası 22 milyon lira”, <http://www.hurriyet.com.tr/passolig-faturasi-22-milyon-lira-29255394>,

- Erişim Tarihi: 18.11.2015.
- Kuper, S. (2003). “Futbol Asla Sadece Futbol Değildir”, Çev. Sinan Gürtunca, İstanbul: İthaki Yayınları,
- Marshall, G. (2005). “Sosyoloji Sözlüğü”, Çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Ongan, H. ve Demiröz, D.M. (2010). “Akademik Futbol”, İstanbul: Hiperlink.
- Ritzer, G. (1996). “Toplumun McDonalddlaştırılması”, Çev. Şen Süer Kaya, İstanbul: Ayrıntı.
- Ritzer, G. (200). “Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek”, Çev. Şen Süer Kaya, İstanbul: Ayrıntı.
- Ritzer, G. (2011). “Küresel Dünya”, Çev. Melik Pekdemir, İstanbul: Ayrıntı.
- Ritzer, G. ve Stepnisky Jeffery, (2014). “Sosyoloji Kuramları”, Çev. Himmet Hülür, Ankara: De Ki.
- Talimciler, A. (2008). “Futbol değil iş: endüstriyel futbol”, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 26, Kış-Bahar, s. 89-114.

İnternet Kaynakları

- Beşiktaş'a 100 milyon TL'lik kredi”. (2014). Erişim Tarihi: 10 Aralık 2015. <http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1693339-besiktasa-100-milyon-tllik-kredi>.
- Derbi biletleri çıktı, Passolig çöktü! (2015). Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015. <http://www.fanatik.com.tr/2015/03/03/derbi-biletleri-cikti-passolig-coktu-416218>
- Derbiyi Passolig ile kaç kişi izledi?”. (2014). Erişim Tarihi: 11 Kasım 2015. <http://www.sporx.com/derbiyi-passolig-ile-kac-taraftar-izledi-SXHBQ380781SXQ>.
- E-bilet stadi boş bıraktı. (2014). Erişim Tarihi: 14 Kasım 2015. http://www.zaman.com.tr/spor_e-bilet-stadi-bos-birakti_2211981.html
- E-Bilet Yıllık Kullanım süresini uzatmanın bedeli nedir?. (2015). Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015. <https://www.passolig.com.tr/sikca-sorulan-sorular>
- Futbolda neden elektronik bilet sistemine geçildi? . (2015). Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015. <http://www.passolig.com.tr/sikca-sorulan-sorular>
- Kayseri savaş alanına döndü! . (2015). Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015. <http://www.hurriyet.com.tr/kayseri-savas-alanina-dondu-30342332>
- <http://www.passolig.com.tr>
- Passolig Kartın avantajları nelerdir?. (2015). Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015. <http://www.passolig.com.tr/sikca-sorulan-sorular>
- Passolig'de skandal üstüne skandal! (2015). Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015. <http://www.radikal.com.tr/spor/passoligde-skandal-ustune-skandal-1301617/>
- www.stadiumdb.com, Erişim Tarihi: 05.12.2015.
- Süper Lig'de Seyirci Sayısı %48 Azaldı!, (2014). Erişim Tarihi: 5 Haziran 2015. <http://www.futbolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/genel/128-dier-yazarlar/3377-sueper-lig-seyirci-says-passolig.html>
- TFF tribün kapatma cezasını kaldırdı. (2015). Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015. <http://www.fanatik.com.tr/2015/08/01/tff-tribun-kapatma-cezasini-kaldirdi-614479>