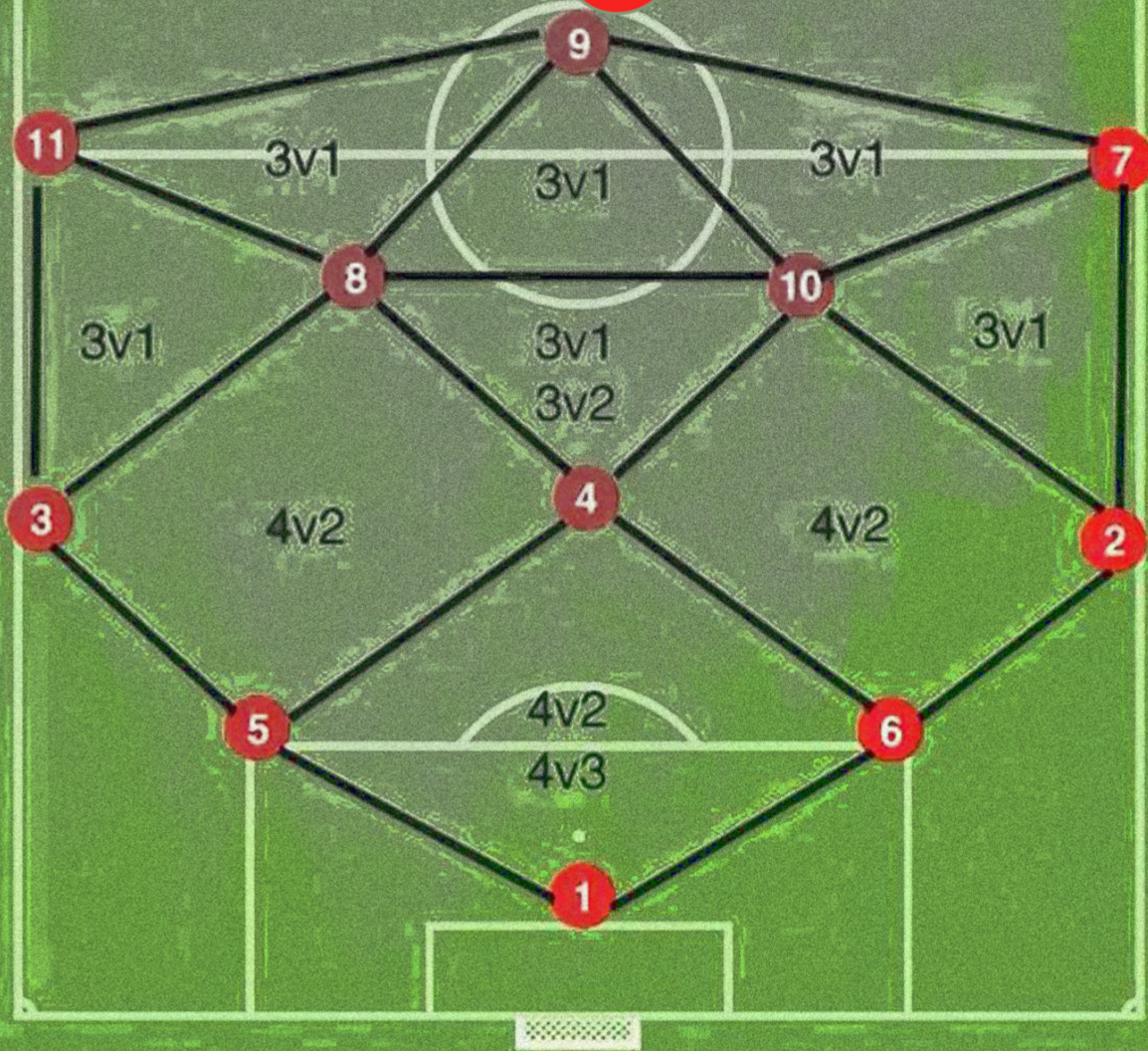


topsuz oyun



MÜSLÜM GÜLHAN FATİH METİN KAMİL ERDEM
EYÜP YARDIMCI AYTEN KEÇECİ

YAKIN GEÇMİŞİN BİR ADIM GERİ KALANLARI: TOP 5

Yayın yönetmeninden

İlk defa Dünya Kupası'na kışın şahitlik edeceğiz. Dünyanın en ilgi çekici turnuvası olduğu herkesin malumu. Bir de 2022 Dünya Kupası'nı ikonik kılacak olay var ki herkesin artık bir

devrin kapandığına şahitlik edecek. Messi ve Ronaldo...

Belki de son 17-18 yılın futbol seyrini değiştiren bu ikiliyi son kez bu büyük turnuvada izleyeceğiz. Şu an tüm futbol kamuoyunun tek bir isteği var o da Portekiz - Arjantin Dünya Kupası Finali! Evet, ülkemiz yine bir Dünya Kupası'nda yer almıyor. Bu yüzden bu duaya "âmin" demek bizlerin de işine gelir.

Bu ayki sayımızda yine birbirinden güçlü ve önemli kalemlerin yazıları sizleri karşılıyor olacak. Protokol Tribünü ailesi olarak herkese iyi okumalar dileriz.

BURAK ÖZGÜL

protokol tribünü

PROTOKOL
TRIBÜNÜ
YIL: 1 SAYI: 8
KASIM 2022

SAHİBİ VE
SORUMLU
YAZI İŞLERİ
MÜDÜRÜ
İSLAM BOZKURT

YAYIN YÖNETMENİ
BURAK ÖZGÜL

EDİTÖR
FATİH METİN

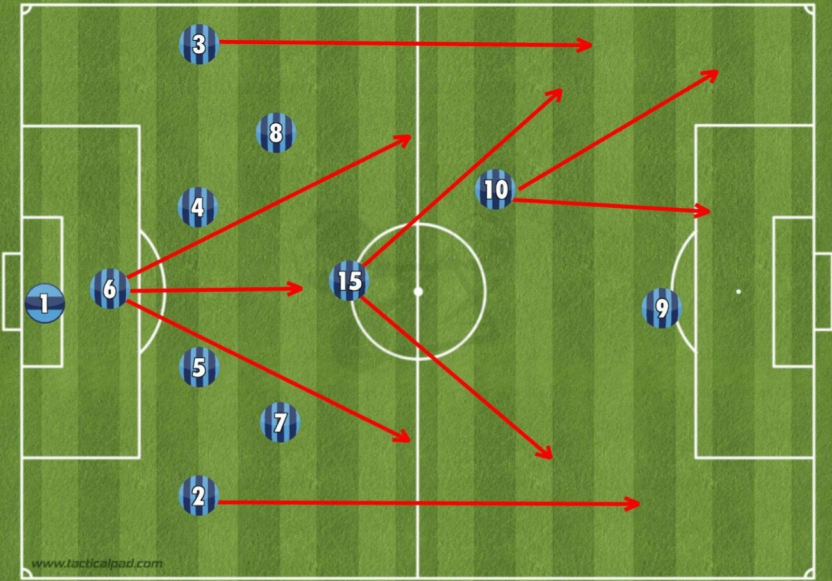
İRTİBAT
0545 544 04 99

MİZANPAJ
OĞUZ CAN ŞAHİN

WEBSİTE
protokoltribunu.com
sporanalitik.com

DÜNYA KUPASI KATAR 2022

Group A	Group B	Group C	Group D
 Qatar	 England	 Argentina	 France
 Ecuador	 IR Iran	 Saudi Arabia	 FIFA IC Play-off 1
 Senegal	 USA	 Mexico	 Denmark
 Netherlands	 Euro Play-off	 Poland	 Tunisia
Group E	Group F	Group G	Group H
 Spain	 Belgium	 Brazil	 Portugal
 FIFA IC Play-off 2	 Canada	 Serbia	 Ghana
 Germany	 Morocco	 Switzerland	 Uruguay
 Japan	 Croatia	 Cameroon	 Korea Republic



TOPSUZ OYUN



MÜSLÜM GÜLHAN

Futbolda topun oyunda kalma süresinin aşağı yukarı 54 dakika civarında olduğunu düşünürsek ve 22 kişiye bunu pay ettiğimizde de kişi başı 2,45 dakika topa sahip olma süresi düştüğünü var sayarsak, geriye kalan 51,55 dakika oyuncular topsuz olarak görevlerine devam ediyorlar.

Bu matematik hesabı kadar kolay değil tabii ki oyunu devam ettirmek.

Topa sahipken oynanan oyunun kalitesinin yüksekliği ve hata payının alt seviyelere çekilmesinin birtakım parametreleri var.

Aynı şekilde top rakipteyken oynanması gereken çok uzun bir süreyi de doğru kullanmanın da birtakım parametreleri var.

Her ikisinin de birbirine bağlı olduğu ana bir şablon olmakla beraber, oyuna katkıyı kişiselleştiren farklı

dinamikler de mevcut. Peki, bu oyunu doğru kurgulamak için nereden başlamak gerekir?

Başarının sürdürülebilir olması ve istikrarın kalıcı olması için farklı aşamalarda lokal dinamiklerin ne olduğunu saptamak ve büyük resme uygunluğunu sağlamak için neler yapmak gerekir?

Öncelikle spor kulübünü bir bütün olarak ele almakla işe başlamak kaçınılmazdır.

Kulübün kuruluş amacı ve tarihsel yapısı, kulübün ana şeklinin oluşumundaki ana saptamalarıdır.

Her kulübün tarihsel süreci ve oluşumunu sağlayan bir kuruluş hikâyesi vardır. Bu hikâye; tüm değişimlere uyum sağlamakla beraber asla var olan tarihsel misyonundan sapmaz.

Doğru bir saptama vardır: Futbol sadece bir oyun değildir.

Ama günümüz koşullarındaki sportif rekabetin ana unsurunun başarı ve istikrar olduğu gerçeği, tarihsel misyona da hikâyeye de yön verecek ana etkidir.

Hele hele endüstriyel olarak tanımlanırsa bu oyun; o zaman belirleyici kriterlerin içine kâr-zarar diyalogu da girer!

Futbol, ekonomi değeri olan bir oyundur.

Baş dönersek, saha içindeki tamamlayan ve saha dışındaki topsuz oyunu başarılı kılan öğelere...

Genel kurullar başkanını ve yönetimini seçer. Amaç, var olan mevcut durum ile tarihsel yapının ana unsurlarını devam ettirecek politikaların belirlenip buna uygun teknik kadronun ve oyuncu kadrolarının oluşturulmasını sağlamaktır.

Bu da kulüp kimliğini oluşturan ana prensipler ve ekonomik gerçekler ile ana politikaların belirlenip uygulanmasıyla olur.

Her şey bu prensipler çerçevesinde yapılır.

Kulüpler varlığını bu şekilde sürdürürler, çünkü kulüpler bugünkü koşullarda ekonomik varlık olmalarından dolayı kâr-zarar etkisi altında yaşamlarını devam ettirirler.

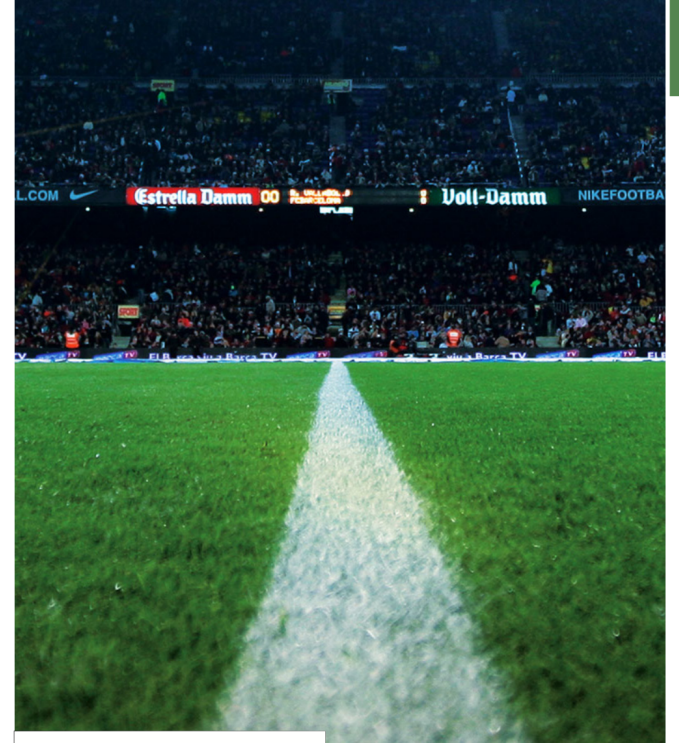
Belirlenen bu politikalar ve ekonomik varlıkları; teknik kadronun ve futbolcu kadrosunun nasıl olmalı kistaslarını da belirler.

Bu belirlenen yapı aynı zamanda seyircinin beklentilerine de cevap vermektedir. Buradaki sapmalar kamuoyu tarafından muhakkak eleştirilir, tepkiye de maruz kalır. Yani ceza kesilir.

Doğru varsaydığımız tüm oluşumlar; saha dışındaki topsuz oyunun ne olduğunu ortaya koyar.

Yüz yıllık süreç ve hikâye bunun ana öğesidir.

Başkan, yönetim kurulu, teknik heyet, futbolcular, taraftarlar, tarihsel süreç, sportif misyon, hikâye, teknik



Topa sahipken oynanan oyunun kalitesi ve hata payının alt seviyelere çekilmesinin birtakım parametreleri var. Aynı şekilde top rakipteyken oynanması gereken çok uzun bir süreyi de doğru kullanmanın da birtakım parametreleri var.

ve taktiksel kaliteyle sağlanan bütünlük... Tüm bunlar bu oyunu organize eden ve uygulayan ana bileşenleri oluşturuyor.

Hepsinin görevinin farklılığıyla birbirlerine olan bağlılığı oyunun ana şeklini oluşturur. Hiçbirini diğerinden ayrı tutarak değerlendirmek mümkün değildir.

Sahip oldukları özellikler, mesleki

donanımlar ve bu donanımları yönlendirecek entelektüel, ahlaki, sosyal donanımlar ve kriterler istikrarı sağlayacak temel değerleri oluşturur.

Zor olan topsuz oyunun istikrarıdır. Bu yönetsel ve taktiksel bütünlük ister.

Saha dışındaki topsuz oyun; yüz yıllık kulüp misyonu, hikâyesiyle süre gelen süreç; bu günkü koşullara adapte olmasını sağlayan yeni organizasyon dinamiklerinin kalitesi, saha içindeki topsuz oyunun başarısını sağlar.

Her ikisinin tamamlayıcı ve bütünleştirici etkisinin başarısı; saha içindeki 2,45 dakikalık topla oynanan oyunun doğru sonuca dönüşmesini, sürdürülebilir başarının oluşmasını ve istikrarı sağlar.

Bu, yüz yıllık birikimin ortaya koyduğu değerler ile, 51,55 dakikalık topsuz oyunun doğru yönetilmesinin 2,45 dakikayla sonuçlanmasıdır.



AKSİYON MU, DÜZ MANTIK MI?

FATİH METİN

Ligin tartışmasız en kaliteli kadrosuna sahip olan Galatasaray'ın sezon başlarken gerek teknik ekip gerekse de oyuncuların geç transfer edilmesi sebebiyle zamana ihtiyacı olduğu sıkça dile getirildi. Ligin 14. Haftası sona ermesine ve artık Dünya Kupası arasında bir hafta kalmasına rağmen hâlâ Galatasaray'ın net bir oyununun olmaması eleştiriliyor.

Aslına bakılırsa yeni bir takım olan Galatasaray, bu zaman zarfında, hem deplasman ağırlıklı fikstür hem de hakemlerin adeta kasıtlı yaparcasına Galatasaray'ı doğraması göz önünde bulundurulduğunda gayet başarılı bir süreç geçirdi ve lider Fenerbahçe'nin 5 puan gerisinde yarışı sürdürüyor. Fakat Fenerbahçe'nin ne oynadığı belliyken Galatasaray'ın yıldızların bireysel becerileriyle bu cendereden çıkması, set oyununun sürekliliğinin sağlanamaması taraftarlar tarafından öfkeyle karşılanıyor. Çünkü bu ligin tartışmasız en iyi kadrosu Galatasaray'da...

Galatasaray'ın bu kadar iyi bir kadroya sahip olmasına rağmen istenen oyunu oynayamamasının faturası da tabii olarak takımın teknik patronu Okan Buruk'a kesiliyor. Bu noktada benim de hak verdiğim taraflar mevcut. Geçen ayki sayımızda Galatasaray'ın Gaziantep maçında gördüğü kırmızı kartın, Buruk'un oyun kurmasına yardımcı olması bakımından Galatasaray'a fayda sağlamaya aday olduğunu söylemişim. Gel gör ki iş öyle olmadı. Önce tahtaya Muslera ile birlikte ilk yazılacak adam olan Oliveirayı kesti Okan Buruk. Bu fantezisi çok önemli puanlara mal oldu. Yani haftalar boyunca Buruk'un ders çıkarmadığı anlaşılrsa da, en bariz şekilde Alanyaspor maçında gösterdi kendini...

Alanyaspor maçına gümbür gümbür başlayan Galatasaray, Sacha Boey'in kırmızı kart gördüğü dakikaya kadar olan bölümü seyredenlere maçın en az 7-8 farkla biteceğini düşündürdü. Boey'in son de-

Kerem'siz oyunu sonunda bulan Okan Buruk'un, takımı iki haftadır daha derli-toplu, ileride daha çok top tutabilen ve pozisyona giren bir takım görüntüsüne büründü.



rece saçma ve hatta art niyetli bir şekilde oyun dışında kalmasının ardından ise yine tempo yapan Galatasaray, devre arasında Okan Buruk'un yaptığı değişikliklerle maça havlu attı. Oysa, Galatasaray benzer bir durumu, yani 11-10 oyunu Gaziantep maçında tecrübe etmiş ve fazlasıyla verimini almıştı, hatta 11-11 oyundan daha etkili bir oyun ortaya koymuştu. O maçta Okan Hoca, "top kaybetme prensi" Kerem'i oyundan alarak takımın daha az top kaybıyla daha az efor sarf etmesini sağlamış, Kerem'in oyundan alınmasıyla maç bir anda tekrar 11-11 gibi olmuştu. Okan Hoca, önündeki bu bariz örneğe rağmen Alanyaspor maçında Mertens'i çıkararak yerine Dubois'i aldı, Kerem'i ise oyunda tuttu. Ve aslında 10 kişi kalan Galatasaray, Kerem'in varlığıyla 9 kişiye düşmüş oldu ve Alanyaspor ikinci yarıda, Galatasaray'ı adeta ezdi; hem de Arenada!

Ötünde bu kadar bariz bir örnek varken aksiyon aramak, ya kendini ispatlama çabesindeki kişilerde ya

da olaylara düz bakan kişilerde olur. Zira Okan Hoca muhtemelen Alanyaspor maçının ilk yarısında önceki maçlara nazaran daha iyi oynadığı için Kerem'i oyunda tuttu.

Her neyse, Kerem'siz oyunu sonunda bulan Okan Buruk'un, takımı iki haftadır daha derli-toplu, ileride daha çok top tutabilen ve pozisyona giren bir takım görüntüsüne büründü.

Derbiye gelirse, Galatasaray derbide tarihi bir farkı kaçırmasına rağmen ilk yarıda oynanan oyun hiçbir Galatasaraylıyı memnun etmemiştir. Zira doldur-boşalt futbolu ve organizasyonsuzluk had safhadaydı. Buna rağmen Toreira, Oliveira, Mertens, Rashica, Boey gibi isimlerin üstün performansını ve Icardi'nin "ben böyle istiyorum" demesiyle Beşiktaş'ı geçmeyi bildi. Fakat oyun hâlâ bu takımın oynayabileceği seviyenin yüzde 30'u civarında...

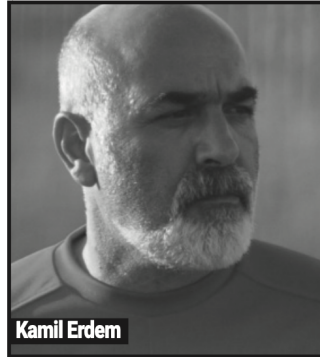
FUTBOL VE ANTRENÖR

Futbol ne oyuncuların inisiyatiflerine bırakılarak oynanan ne de tamamen antrenörlerin inisiyatifleriyle oynatılan bir oyundur.

DR. KAMİL ERDEM



Futbolcuları seçmek ve yetiştirmek; bilgi, yetenek ve çalışma gerektirir. Futbolcular açısından bakıldığında, öncelikle her futbolcu temel teknik becerilere sahip olmalıdır. Bu becerilere sahip olmayan oyuncularla istenilen hedeflere ulaşmak mümkün değildir. İkincisi, bu becerileri uygulayabilecek fiziksel uygunluk ve fizik kondisyona sahip olmaktır.



Kamil Erdem

Futbol, rastlantılara ve şansa dayanan bir oyun değildir. İyi bir futbol oyununun ortaya konabilmesi, birçok özelliğin bir araya gelmesiyle gerçekleşebilir. Bunun için de öncelikle iyi bir takım yaratılmalıdır. Bu emek, sabır ve çaba gerektiren uzun bir süreci kapsar. Temel kaynak futbolculardır. Ancak, bu futbolcuları seçmek ve yetiştirmek; bilgi, yetenek ve çalışma gerektirir. Futbolcular açısından bakıldığında, öncelikle her futbolcu temel teknik becerilere sahip olmalıdır. Bu becerilere sahip olmayan oyuncularla istenilen hedeflere ulaşmak mümkün değildir.

İkincisi, bu becerileri uygulayabilecek fiziksel uygunluk ve fizik kondisyona sahip olmaktır. Oyuncuların fiziksel uygunlukları da oyun mevkilerinin isteklerine cevap verebilmelidir. Çünkü her mevki beklentilerine fiziksel uygunluk ister. Merkez savunma oyuncusu ile kenar savunma oyuncusu aynı özelliklere sahip değildir. Bununla beraber aynı özelliklere sahip olması da gerekmez.

Temel futbol becerilerini kazanmak uzun yıllar ciddi ve planlı bir çalışma programı ile mümkündür. Teknik olarak tanımladığımız şey basitçe, oyun içinde yapılan

hareketleri kolaylaştırmaktan ibarettir. Bu da oyuncuların istenilen hareketleri otomatikleştirmesini gerektirir. Oyuncuların zihinsel yeteneklerinin yani algılama, kavrama ve inisiyatif kullanma gibi özellikleri de gelişmiş olmalıdır. Bunun yanında oyuncular yüksek oyun bilgisi ile de donatılmalıdır; ki işin diğer bir yanı da oyuncuların psikolojik, sosyal ve entelektüel yapısıdır. Eğer bir oyuncu psikolojik olarak yeterli değil, sosyal yapısı buna uygun değilse ve olayları kavrayabilecek entelektüellikten yoksun ise istenilen oyunu ve başarıyı yakalamak mümkün olamayacaktır. Bilinmesi gereken en önemli nokta şudur; Her şeye rağmen ve her türlü şartta oyuncu gerekli performansı sergileyebilecek bir donanımda olmalıdır. Üst düzeyde başarı, doğru oyuncuyu seçmek ve yetiştirmekle gerçekleşecektir.

Futbol oyunu şekil itibarıyla geometrik bir oyundur. Oyun sahası geometriktir, oyuncuların sahaya dizilişi geometriktir, savunma ve hücum esnasında aldıkları şekiller geometriktir, topun oyuncular arasında dolaşırken meydana gelen şekiller de geometriktir. O halde önemli olan ortaya çıkan bu şekiller içinde kesişen noktalarda doğru zamanda doğru yerde bulunarak, toplu buluşmak ve doğru karar vermek olmalıdır. Bu şekillerin oluşumunda topun hızının önemi büyüktür. Çünkü savunma yapan takım kendi kale önünde tehlike yaratacak durumları engellemek için doğru şekillerde pozisyon alacaklardır. Eğer topun hızı yüksekse bu şekillerde bozulmalar olacak ve bunun sonucunda hücum eden takım gol şansı yakalayacak pozisyonlar bulabileceklerdir. Ayrıca bu pozisyonlar sadece topun hızıyla gerçekleşmeyecek aynı zamanda oyuncuların hareketleriyle bütünlük içinde ivme kazanacaktır.

Günümüz futbolunda futbolculardan üst düzeyde beceri, yaratıcılık, fizik-kondisyon ve sportmenlik istenmektedir. Oyuncuların seçiminde ve eğitiminde bu özellikler de futbolcularda aranmalı ve kazandırılmalıdır.

Futbol ne oyuncuların inisiyatiflerine bırakılarak oynanan ne de tamamen antrenörlerin inisiyatifleriyle oynatılan bir oyundur. Antrenörler, futbolcu gurubuyla birlikte çalışın, değerlendiren, kararlar alan, denetleyen, yönlendiren ve oyuncularının kapasitelerini en yüksek düzeyde kullanan üretken kişiler olmalıdır. Futbolda antrenörler önemli bir yerdedir. Çünkü birçok iyi oyuncu bulunabilir, birçok antrenörde bulunabilir. Ancak bir çok iyi antrenör bulunamaz. Antrenörler genel olarak eğitici ve yarışmacı olarak iki şekilde değerlendirilmektedir. Kanımızca iyi antrenör her iki özelliği de bulundurmalıdır. Çünkü, futbolcu ne kadar üst düzeyde olsun olsun eğitime ve yönlendirilmeye ihtiyacı olacaktır. Hiçbir zaman mükemmel olunamaz düşüncesinden yola çıkacak olursak ki; bu durum oyuncu için olduğu kadar antrenörler için de geçerlidir. Antrenör oyuncunun içindeki cevheri ortaya çıkarabilmeli, onu yönlendirebilmeli ve oyuncudan ilham alarak kendisini geliştirmeli ve yenilemelidir. Her antrenöre oyuncularıyla birlikte hareket edebilme ve başarabilme düşüncesini yerleştirilmelidir.

Futbol, takımlar arasında yapılan bir savaş veya kavga değildir. Bu güzel oyun, beceri, fiziksel üstünlük, zekâ ve bilgi yarışı olarak görülmelidir. Oyun kuralları ve fair-play "DÜRÜST OYUN" anlayışı içinde gerçekleşen oyun daha güzel olacaktır. Yöneticiler, antrenörler, futbolcular, medya mensupları ve seyirciler bunu bilmeli ve ilke olarak kabul etmelidirler.



SOSYAL MEDYA "KÜLTÜRSÜZLÜĞÜ" VE FUTBOL

EYÜP YARDIMCI



1863 yılında "futbolun beşiği" diye adlandırılan İngiltere'de "modern futbol kuralları üzerinde çok büyük etkisi olan futbolun modern kanunları" yayımlandıktan tam 37 yıl sonra yani 1900 tarihinde Türkiye'de futbol heyecanı İzmir'de Bornova'da ticaret ile uğraşan İngilizlerin arasında oynanan maç ile başladı. Milyonlarca insanı heyecanlandıran futbol, şüphesiz günümüzde her geçen

gün ekonomik anlamda gelişen bir endüstriye dönüşmüştür. Bu endüstriyel gerçeklik, küresel çapta faaliyet gösteren futbol takımlarının da ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur. Ulusların bu oluşan küresel futbol endüstrisinden faydalanmasına katkıda bulunmuştur.

Futbol yirmi iki adamın bir topun ardındaki mücadelesi özellikle son çeyrek yüzyılda

ekonomik yönü büyüyen bir endüstri halini almıştır. Futbol endüstrisi futbol maçlarının yarattığı ekonomik hacim maçların yayın gelirleri, sponsorluk, forma ve benzeri lisans ürün satışı gibi yan dallardan gelen gelirleri ile daha da büyümektedir.

Yani artık "gazozuna oynanan maçlar, yerini milyonlarca avroluk gelirler için oynanan maçlara bırakmıştır."



Futbolun endüstriyel dönüşümü beraberinde tüketim ve müşteri olgusunu ortaya çıkarmış, önem kazanmasına neden olmuştur. Futbolseverlerin hoşuna gitmesi de günümüz futbolunda seyirci tüketici yani artık bir müşteri olmuştur.

Bu kitleye ulaşmak ve onun daha fazla tüketim yapmasını sağlamak içinse pazarlama tekniklerinden faydalanma gerekliliği doğmuştur. Böylece futbol, sadece saha içinde değil aynı zamanda saha dışında endüstriyel anlamda da yoğun rekabetin yaşandığı bir pazar olmuştur. Bu çalışmada sosyal medya ile pazarlamanın futbol endüstrisiyle buluşmasına yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırmaların sonucunda, sahip olduğu özellikler itibarıyla küresel

çapta pazarlama olanağı sunan sosyal medyanın küresel platformda var olmak isteyen futbol kulüplerine ciddi bir katkı sağladığına vurgu yapılmıştır. Başta Avrupa olmak üzere dünya futbol arenasında var olmak isteyen Türk futbol kulüplerinin hem iç pazarda hem de dış pazarda marka ve faaliyetlerinin tanıtımı için sosyal medya pazarlamasından daha yoğun bir biçimde faydalanması gerektiğinin altı çizilmiştir.

Günümüz dünyasında ve ülkemizde sosyal medyanın gücü tartışılmaz bir gerçeklik olarak farklı bir yöne doğru gitmektedir.

Endüstriyelleşme futbolda en büyük dayanaklardan birisidir. Sosyal medya desteği ile ortaya çıkarılan güçlü kulüpler sadece manevi haz değil maddi getirinin de

keyfini sürmektedir.

Futbolun gelişim sürecindeki sosyal medya etkisi sahadaki futbolcuların, taraftarların seyir keyfi sürecini, keyif anlayışını değiştirmiştir. Futbol bir temaşa sanatı olmaktan çıkmıştır. Sahada mücadele eden futbolcuların teknik yetenekleri yerini, onların kullandığı spor malzemelerindeki marka isimlerine, her sezon, her ay, hatta her hafta değişen saç model ve renklerine bırakmıştır.

Bu gelişim sporun yeni maddi kaynağı olan e-spor oyunlarının da etkisine paralel olarak ilerlemektedir. Elindeki konsol ile oyun içindeki futbolcusuna yön veren oyunsever o anda gördüğü karakteri, gerçek anlamda da sahada görmek, bir bütünlük elde etmektedir.

Bu gücü iyi kullanan kulüpler, özellikle Avrupa kulüpleri arma ve renklerin aidiyet duygularını temelde tutarak "marka değeri" oluşturmak adına olumlu adımlar atmaktadır.

"MARKA DEĞERİ OLUŞTURMAK VE SÜRDÜRMEK İÇİN UYGULAYABİLECEĞİNİZ 12 YÖNTEM"

1. YARATICI OLUN

Marka değerinin üç bileşeninden biri olan farklılık (göze çarpan ve trendleri belirleyen), 2020 BrandZ™ Global Top 100'de hangi markaların değerinin arttığını veya azaldığını belirleyen en önemli faktör olduğunu ortaya çıkardı. Yaratıcılık ve yenilik ise temelde farkı oluşturmak ve sürdürmek için gerekli faktörlerdir. Yararlı ve farklı ürün/hizmetler sunabilen markaların rekabet avantajı yakalamaları daha olasıdır.

2. İYİMSER OLUN

Dünyanın sorunları ortadan kalkmayacak. Siyasi bölünmeler, jeopolitik gerginlikler, iklim değişikliği tehdidi ve küresel pandeminin neden olduğu endişe, sorunları çözmesi beklenen kurumlardaki güvensizlik ile daha da şiddetlenmeye devam edecek. Markaların umutsuzluğa karşı birlik olma şansı var. Markalar, gerçekleri göz ardı etmeden veya en aza indirgemeksizin insanlara düzeltmeye değer yaşamlar ve yaşamaya değer çözümler getiren günlük faydalar sağlayabilir.

3. AMAÇLARINIZIN ÜZERİNDE DURUN

Amaç esastır. Bu nedenle pek çok marka bir amaç beyan eder. Amacı alakalı ve farklı kılmak zor olabilir. Markanın amacı sürdürülebilirlik veya sosyal etki ile ilgiliyse, markanın tam olarak nerede yararlı ve farklılaştırıcı bir konuma sahip olduğuna karar vermelidir. Covid-19 sürecinin ortaya koyduğu gibi, hükümetler yalnızca toplumun en büyük zorluklarını çözecek donanıma sahip değiller. İnsanlar markaların

hızlanmasını ve üzerine düşeni yapmasını bekliyor. Özellikle pandemiden toparlanma sırasında, tüketiciler markalarını topluma yeniden enerji vermeye yardımcı oldukları için memnun olup ödüllendirebilirler.

4. KONTROL EDİN

Markanızın Birleşmiş Milletler'in 17 Sürdürülebilir Gelişme Hedefine uygun olup olmadığını kontrol edin. Marka için en alakalı ve güvenilir hedefleri gerçekleştirilmeye odaklanın. Doğru olanı yapmak ile yapıları anlatabilmek farklı şeylerdir. Markanın doğru olanı yapması eylemseldir. İnsanların yaşamına fayda sağlamak, çevre üzerindeki zararlı etkileri sınırlamak, çalışanlara ve müşterilere saygı göstermek gibi. Ancak nerede ve ne zaman eylemin anlatılacağına önem verin çünkü bazen eylemler yanlış yorumlanabilir.

5. TARAFINIZI BELİRLEYİN

Gençler, markaların giderek daha fazla fikir söylemesini beklemektedir ve değerlerine uygun markaları destekleme olasılıkları daha yüksektir. Taraf tutmak, markanın daha fazla müşteriyi memnun etmesini sağlamak için bilinçli, cesaret gerektiren, hesaplanmış bir risktir. Aynı zamanda sadece markanın bugün ne anlama geldiğine değil, gelecekte de ne anlama geleceğine karar vermesini ve geleceğin müşterilerini tanımmasını sağlar.

6. ÖZGÜN OLUN

Marka başarısının bir ölçümü de özgün olmasıdır. Eğer bir marka sosyal değişimle ilgili bir belirtiyi dikkate alıyorsa diğer markalarda onu takip edecektir. Bu başarı bütün ürün kategorisini etkileyecektir. Marka etkisine sahip olmak markanın liderliğini sürekli devam etmesini gerektiren ayrı ancak ilgili bir sonuçtur.

7. TOPLULUK OLUŞTURUN

Kapsayıcı ve tüm topluluklar tarafından kullanılabilir olun. Topluluklar içinde değişen



ihtiyaçları karşılayın. Ayrıca, markanın özellikle ilgili olduğu topluluklarla özel ilişkiler kurun ve bu toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan ürün veya hizmetler sunun. Satışları artırmak için bir topluluğu hedefleyin. Markanın ürün veya hizmetlerini topluluk üyelerinin yaşamlarına iyileştirmesi için topluluk oluşturma hakkında daha fazla düşünün.

8. MİRASTAN YARARLANIN

Hikâyeler mirastır. Başarılı yeni başlayanların anlatacak yeni ve ilgi çekici bir hikayesi vardır. Eksik oldukları şey, miras markaları için mevcut olan geniş hikaye arşividir. Bazen bu arşivler sürdürülebilirlik veya sosyal sorumluluk uygulamaları içerir. Rutin ve markaya özgü oldukları için güvenilirlerdir.

9. ALÇAKGÖNÜLLÜ OLUŞUNUZU GÖSTERİN

Tüketicinin gücü neyin oluşturduğuna dair algısı değişiyor. İnsanlar, markaların dünya sorunlarını tek başına çözebilecek güçlü, sessiz, yalnız kahramanları gibi olmasını beklemiyorlar. İnsanlar, en iyi çözümlerin bazen işbirliğinden doğan alçak gönüllülüğü ve insanlığı gösteren markalara saygı duyarlar.

10. AYA ROKET FIRLATIN!

Gerçek cesaret şu şekildedir: Elektrikli otomobil satın almak isteyen tüketicilerin çok değerli, iyi tasarlanmış araç seçenekleri vardır. Ancak uzay yolculuğu konusunda

daha geniş bir teknolojik vizyonun parçasıymış gibi hissetmek isteyen tüketiciler Tesla'yı seçme eğiliminde olabiliyorlar.

11. KİŞİSEL VERİLERE SAYGI GÖSTERİN

Kişisel verilerin korunması ve bunlara saygı gösterilmesi, yalnızca 5G'nin uygulanması, evden çalışmadaki artış, bağlantılı olan ev ve araba ile daha karmaşık hale gelecek. Teknoloji, markaların kelimenin tam anlamıyla birçok kapı açmasını sağlayacak. Markalar için soru 'kapıyı açabilir miyim?' değil. Cevap genellikle evet olacaktır. Asıl soru şu ki, kapıyı açmalı mıyım? Bürokrasi yaratıcılığı ve girişimciliği boğduğunda "İzin istemeyin, af dileyin" ifadesi yararlı olabilir.

12. ENGELLER KOYUN

Markalar on yıldır müşteri yolculuğunu daha hızlı ve daha kolay hale getirmek için engelleri ortadan kaldırıyor. Bu noktada, müşteri yolculuğu çok kolaylaşıyor. Tüketicinin yeni ürünler denemesi, takas etmesi veya sepet boyutunu artırmaya için meşgul eden pozitif engellere sahip olunabilir. Bir ya da iki dakikalık engelle sahip olun ve bunu iyi yapın. On yıl boyunca perakendeciler mağaza sayısını artırdılar. Şimdi ise mağazalardaki deneyimi geliştirme zamanı.

Ülke sınırları içinde bir asırlık süreci geride bırakmış, çeyrek asırlık bölüme adım atmaya hazırlanan kulüplerimiz ve bu kulüpleri yönetenler tüm bu gelişmelerin ne kadarı hayata rahatlığı sağlıyorlar? Yukarıdaki 12 maddenin kaç tanesini hayata geçirdiler? Bu işleri yaparken temel düşüncede nerede odaklanıyorlar bilmiyoruz.

Yani sürdürdükleri hizmette esas odak noktası kulüp ve arma değerleri midir? Yoksa kendi şahsi çıkarları mıdır?

Futbol kulüplerinin adları kadar kullandıkları renkler de onları sosyolojik olarak değerlendirmeyi ön plana çıkarmaktadır. Zira

her futbol spor kulübü, özgün karakteristiği içinde bir renk/renkler tarzına sahiptir. Bu bağlamda her bir futbol takımının forma renk tercihi, sıradan ya da tesadüfen seçilmiş bir tercih olmayıp temsil ettikleri yerleşimin/kentin, bölgenin ve ülkenin genel kabul gördüğü renklerden oluşmaktadır.

Katalonya bölgesini temsil eden ve "Bir kulüpten daha fazlası" mottosu ile bilinen FC Barcelona, İspanya'nın başkenti Madrid şehrinde ismini alan Real Madrid (ki logosunda yer alan kraliyet taci 1920 yılında XIII. Alfonso tarafından kulübe verilmiştir) bunlara verilecek en iyi örneklerdir.

Ülkemizde de durum kulüpler bazında üç aşığı, beş yukarı bu yönde gelişmiştir.

Kulüp armaları, renkleri bu yönde belirlenmiştir. Bu arma ve renkler etrafında birleşen futbolseverler sonrasında ise aidiyet duygusunu üst seviyelere taşıyacak sloganlar belirlemişlerdir.

Bu konuda statlara asılan pankartlar ve sloganlardan örnek vermek gerekirse;

"Fatih'in fethettiği, Yavuz'un yönettiği, Kanuni'nin doğduğu efsane şehir Trabzon!"

"Bizim buralarda bir oruç bir de Galatasaray tutulur."

"Ne kapları ne kanaryası ne kartalı... Bu hayatın tek kralı Galatasaray'ın aslanı..."

Tek amaç var endüstriyel boyutta büyüyen futbolda ekonomik geçirebilirler? Yukarıdaki 12 maddenin kaç tanesini hayata geçirdiler? Bu işleri yaparken temel düşüncede nerede odaklanıyorlar bilmiyoruz.

Bu yönde doğal olarak kulüplerin gelişimi, futbolseverlerin taraftar olgusundan müşteri sürecine geçiş stadyumlarında yenilenme sürecini hızlandırmıştır.

Özellikle şampiyonluk apoleti takmış kulüplerimizin stadyumları yıkılmış ve yerlerine daha modern stadyumlar inşa edilmiştir. Bu süreçte ekonomik destek şüphesiz her zaman olduğu gibi devlet

başadan alınmıştır. Stadyumlar yenilenirken, bu işin doğal bağlantısı olan bilet satışlarını da etkilemiştir. Elektronik biletler, maçlara girenlerin kontrol altına alınacağı kart uygulamaları gibi...

Bu gelişmelerde sosyal medyanın desteği önemli bir seviyededir.

Özellikle hayatımıza giren ve adeta tüm benliğimizi işgal eden internet ile birlikte sosyal hesaplarına sahip olmak, buradan takım desteği sağlamak, yarış içinde olmak, takımın geleceği ve takım adına yapılacak organizasyonların gerçekleştirilmesi hız kazanmış, kolaylıklar getirmiştir.

Bu yönde ilk adımlar "Taraftar Siteminin Forum Sayfaları" ile başlamıştır.

Bu sayfalardaki paylaşımlar, taraftar olgusunu, kimliğini de etkilemiştir.

Bu etkileşim ülkemizde 1900 yılında başlayan 122 yıldır süregelen bildik, ezberlendik her şeyi ortadan kaldırmış, futbol taraftarın dili olmaktan çıkarmış ve adeta herkesi birer uzman haline getirmiştir.

Teknolojinin sağladığı imkânlar sayesinde artık dünyanın en uzak köşesindeki futbol organizasyonlarını, başka ülkelerin ligleri seyreden ve sadece seyretmekle kalmayıp futbolcu ve takımlar hakkındaki istatistik bilgilere erişen "müşteriler" kendilerini artık bilgilerinden faydalandıkları "uzmanların" yerine koymuştur.

Herkes birer uzmandır.

Bu uzmanlık öngörüsü, sosyal medyanın da verdiği cesaret ve gerçek kimlik yerine "sanal kimlik" gerçeğiyle açıkçası bizleri istediğimiz, yaşamayı umduğumuz "Futbol Kültürünü" öteleyip hatta imkânsız hale getirmiş yerini "Futbolu Sosyal Medya Kültürsüzlüğü" gerçeğiyle yüz yüze bırakmıştır.

Bu kültürsüzlük beklediğimiz "Futbol Baharı" değil açıkçası "Son Baharıdır"...

YAKIN GEÇMİŞİN 1 ADIM GERİDE KALANLARI TOP 5



Shabani Nonda: Galatasaray hücum hattına son yıllarda çok fazla dünya çapında forvetler geldi. Drogba, Falcao, Baros, Elmander gibi isimler, taraflı tarafsız herkesin takımında görmek isteyeceği türden forvet oyuncularına olsa da perde arkasında kalan bir isim var, Nonda! Nonda ismini pek telaffuz edilirken göremeyiz. Galatasaray taraftarının aslında çok sevdiği ancak bu kadar zengin bir listenin içinde kendine son sıralarda yer bulan Demokratik Kongo'lu, özellikle sert vuruşlarıyla akıllarda yer etmeyi başarmış bir isim. Fenerbahçe maçında kafayla attığı ve galibiyeti getiren gol de akıllarda kalan başka bir gol olarak hafıza-

lardaki tazeliğini koruyor. Nonda, Galatasaray formasıyla 1 Süper Lig şampiyonluğu, 1 Türkiye Süper Kupası zaferi yaşadı.

Giray Kaçar: 6 sezon giydiği Trabzonspor formasıyla 171 karşılaşmada sahaya çıktı. Karadeniz ekibiyle; 1 Türkiye Kupası şampiyonluğu, 1 Türkiye Süper Kupası şampiyonluğu yaşayan Giray, oynadığı cesur futbolle Trabzonspor taraftarının kalbinde taht kurdu. 2009-10 sezonunda Fenerbahçe'yi şampiyonlukta ettikleri maçta Onur ve Egemen'le beraber adeta can siperhane mücadelesi tarihe geçecek türdendi. 2010-11 sezonundaki şampiyonlukmüca-

delesinde gösterdiği istikrarlı ve başarılı performans, takım için ateşleyici güç olarak sahaya yansımış ve ne denli önemli oyuncu olduğunu ispatlamıştı.

Mehmet Topal: Defansif orta saha oyuncularının kaderidir perde arkasında kalmak. Özellikle de Mehmet Topal gibi gösterişsiz ve doğru oynamayı alışkanlık haline getirmiş bir oyuncuysanız bu değişmez bir kuraldır. Fenerbahçe'yle 1'er; Süper Lig, Türkiye Kupası ve Türkiye Süper Kupası şampiyonluğu yaşayan Topal, UEFA Avrupa Ligi'nde sarı-lacivertli ekibin yarı final oynadığı sezonda da önemli performans-

lara imza attı. Adam markajı, doğru alan paylaşımı, kaymalar ve basit oynama konusunda farklı bir seviyede olan milli oyuncu, birçok zor işi basit gösterip 7 sezon çubuklu formayı terletmeyi başardı. Ayrıldığı dönem ıslıklanması ise üzücü bir hadise olarak hatırlanacak.

Olca Şahan: Her taraftar kanat oyuncularının; hızlı, slalom yaparak ilerleyen, son vuruşları iyi olan oyuncuların oluşmasını ister. Olca Şahan ise bu profiline paralelinde bir isim olarak Beşiktaş formasını giydi. Şampiyonluk yaşadığı 2015-16 sezonunda tam 15 maç üst üste sahaya çıkıp skor

üretmedi. Eleştiri oklarının birçok kez hedefi oldu ancak Şenol Güneş gibi bir teknik adamın bir bildiği vardı elbet. Olca Şahan yapamasa bile ön alan baskısı, doğru yerlere yaptığı koşular, rakip beki ileri çıkarmamasıyla takım için kritik bir role sahipti. O da gösterişsiz oyunun kurbanları arasında yer alsada da "Feda Sezonu"nda, İnönü Stadı'nda oynanan son derbide Fenerbahçe'ye attığı son dakika golüyle Beşiktaş taraftarının dokunulmazları arasına girmeyi başardı.

Hüseyin Çimşir: Senelerce Trabzonspor'da şampiyonluk yaşamak için bordo-mavili formayı terletti.

Oynadığı gösterişsiz futboldan dolayı eleştiri olsa da düzenli olarak oynamaya devam etti. Kader işte! Bir türlü nasip olmayan şampiyonluk, 2009 yılında transfer olduğu Bursaspor ile nasip oldu. Her bir oyuncunun ayrı ayrı övülebileceği kadroda en son akla gelen isimlerden biri hep Hüseyin Çimşir olmuştur. Onun da kaderi aynı aslında, "sadelik". Hiçbir zaman 10 üzerinden 10'luk oyuncu olamadı ama hiçbir zaman da 10 üzerinden 6'nın altına düşmedi. Ergic ve Batallı'nın özgürlüğünü arttıran Hüseyin Çimşir, belki de şampiyonluk zeminini oluşturan en iyi işçilerden biri olarak anılabilir.

Bunları Biliyor muydunuz ?

Andry Shevchenko Kiev'de oynarken Trabzonspor'a tavsiye ediliyor. Dönem Başkanı Atay Akuğ Hürriyet'e verdiği bir demeçte, alacak imkanımız var ama Andry'den bir cacık olmaz dedi. Ve sonuç Shevchenko demeçten tam 2 sene sonra yılın futbolcusu seçiliyor.

Newcastle'ın eski kalecisi Shaka Hislop'un Makine Mühendisliği ve NASA'da staj yapmışlığı var.

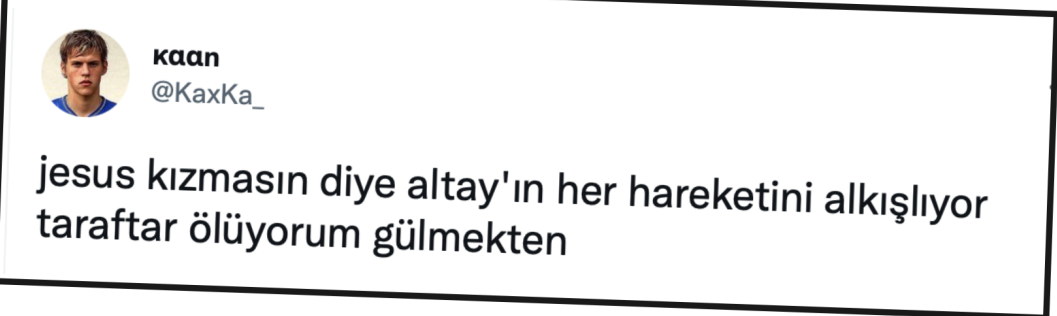
1979'da Falkirk ile Inverness Thistle arasındaki bir İskoç Kupası maçı zeminin buz tutması yüzünden 29 kez ertelenmek zorunda kaldı .

1986 ve 1990 Dünya Kupası'nda, Arjantin Milli Takımı futbolcularının tavuk yemesi 'uğursuzluk getiriyor' gerekçesiyle yasaklandı.

Brezilya'nın gelmiş geçmiş en büyük futbolcularından Garrincha'nın bir bacağı diğer bacağından 6 santim daha kısaydı.



SOSYAL NABİZ



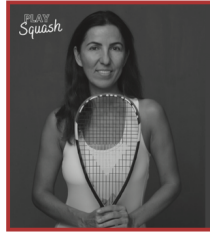
21. DÜNYA SQUASH GÜNÜ

Her yıl 15 Ekim tarihinde kutlanan Dünya Squash Günü kutlamalarının bu yılki kutlama merkezi Kahire'deki Black Ball Sporting Kulübü oldu. Dünya Squash Günü sebebiyle her yıl dünyanın her yerinde muhteşem ve yaratıcı kutlamalar düzenleniyor. Bu yılki kutlamalarda yüksek teknolojili kortlar, heyecan verici sergiler ve daha birçok program yapıldı.

Dünya Squash Günü kurucusu Alan Thatcher şunları söyledi: "Tüm dünyada, Squash severlerin oyunu yeni nesil oyunculara tanıtmak için kapılarını açtığı harika etkinlikler gördük. Ayrıca, yerel topluluklardaki faaliyetleri desteklemek için birkaç kulüp büyük yardım kampanyaları düzenledi. Her zaman Dünya Squash Günü'nde bu tür toplulukların katıldığı organizasyonları teşvik ediyor ve bu tarz çalışmaların yapılmasını hedefliyoruz. 10 kez İngiltere Açık şampiyonu Jahangir Khan'ın bir kez daha Pakistan'da liderliğini üstlendiği organizasyona birkaç efsanesinin de dahil olduğunu görmek harikaydı. Gelecek yılki etkinliği şimdiden planlıyoruz ve her zaman olduğu gibi daha da büyük ve daha iyi hale getirmeyi hedefleyeceğiz."

Pakistan, Karaçi'deki Roshan Khan Jahangir Khan kompleksinde genç squash yıldızları, squash'ın tüm zamanların en iyilerinden biri olan

AYTEN KEÇECİ



Jahangir Khan tarafından karşılanılmaktan çok memnun olduklar.

Jahangir Khan, Dünya Squash Günü'ne desteğini gösteren tek efsane değildi. Squash gününü kutlamak için ABD'nin dünya 4 numarası Amanda Sobhy sporu sevmelerini paylaştı: "Muhteşem sporumuz sayesinde tanıştığım harika insanlar, hayatım boyunca kurduğum bağlantılar ve artık ömür boyu sahip olduğum arkadaşlar."

ABD 1 numarası, squash ile ilgili ayrıca "sağlıklı rekabet, squash'ın zihinsel sağlığa yararları, sosyalleşme ve sağlığın eğlenceyle birleştiği gibi sebeplerle squash'ın neden sevdiğimden paylaştı."

ABD'nin başka yerlerinde, bir dizi turnuva, sergi ve klinik düzenlendi ve toplam 1.419 maç yapıldı. ABD Açık Finalinin bitişine denk gelen Dünya



Squash Günü ile birlikte, ülkenin dört bir yanındaki kulüplerde maçları yüzlerce kişi izledi.

İngiliz Virgin Adaları'nda etkinlikler düzenlendi. Gençler ve yetişkinler için turnuvalar ve mangal partileri yapıldı.

Black Ball'da Squash rol modelleri Black Ball Sporting Club, uzun zamandır Dünya Squash Günü'nün sıkı bir destekçisi olmuştur. Bu yıl, Mısır'daki Yeni Kahire kulübü, genç üyelerini kendilerine kimin ilham verdiğini düşünmeye teşvik etti! Kahire'de adı geçmeyen bir rol model, 80 yaşında düzenli olarak oynama (ve kazanma!) deneyimlerini paylaşan İngiltere'deki Hamptons Squash Kulübü'nden Fay'di.

İngiltere'nin başka yerlerinde, ülkenin dört bir yanındaki kulüpler, etkinliklere ev sahipliği yaptı.

WSF Başkanı Zena Wooldridge, Falmouth'taki Dünya Squash Günü gençler oturumuna katıldı.

Squash Singapur'da yaratıcı oluyor
Singapur Squash Rackets Derneği, gençleri ve yetişkinleri, sanat eserleri yaratmak için squash duvarına boya vurmaya teşvik eden Splash Paint Squash girişiminin ilk tuvalini ortaya çıkarırken sanatı squash ile birleştirdi.

Singapore Squash Rackets Derneği, ayrıca teknoloji destekli squash seanslarıyla sahaya pek çok yeni yüz getirdi. Space Kittens özellikle popüler olduğunu kanıtladı!

Oyun Bangladeş'te büyümeye devam ediyor

Bangladesh Squash Rackets Derneği sık sık yapılan genç turnuvaları 'okul ve squash' gibi yenilikçi programları sayesinde squash'ın popülaritesini artırmaya devam ediyor.

Dünya Squash Günü'nü kutlamak için, BSRF bir kutlama etkinliğinin yanı sıra bir gençler turnuvası ve squash kliniği düzenledi.

Squash, Kongo Demokratik Cumhuriyeti Kinşasada giderek daha popüler hale geliyor!

Venezuelâdaki Caracas Tiyatro Kulübü gösteri yaptı!

Güney Afrikada, eski Güney Afrikalı 1 numara Siyoli Waters, Cape Town'daki Ekapa gençliği güçlendirme projesine öncülük etti.

WORLDSQUASH.TV
Dünya Squash Federasyonu, ücretsiz küresel dijital video platformu

WORLDSSQUASH.TV'yi yayına açacak.

Dünya Squash Federasyonu (WSF), squash bilincini ve görünürlüğünü küresel bazda artırmaya yönelik iddialı planının bir parçası olarak, dünyanın dört bir yanındaki squash hayranlarına ücretsiz canlı etkinlikler ve VOD (Video on demand- Talebe bağlı video) içeriği sunan dijital video platformu WORLDSSQUASH.TV'yi başlattı. Yayınlar tüm cihazlarda izlenebilecek.

Önde gelen bir çoklu spor yayın platformu ve hizmet sağlayıcısı olan SPORTALL, DSF'ye anahtar teslimi bir çözüm sunacak ve sporun küresel yönetim organı için oyunun kurallarını değiştiren bir hizmeti işletmek için en son teknolojilerden yararlanarak, etkinliklerinin görünürlüğünü ve para kazanmasını artıracak.

WORLDSQUASH.TV, Dünya Squash Federasyonu tarafından önerilen tüm etkinliklerin yanı sıra özellikli programları ve arşivleri yayınlamak. Ayrıca, SPORTALL'un özel üyelik sistemi sayesinde platform, kıtasal ve ulusal bağlı federasyonlara da fayda sağlayacak ve her birinin kendi etkinliklerini platformdaki özel bir alana yayınlamasına olanak tanıyacak.

SPORTALL, eksiksiz hizmet seti aracılığıyla, DSF'yi ve bağlı kuruluşların etkinliklerini, canlı prodüksiyonlarını, tanıtıcı içerik düzenlemelerini ve tüm içeriklerin sosyal medyada paylaşımını destekleyecek.



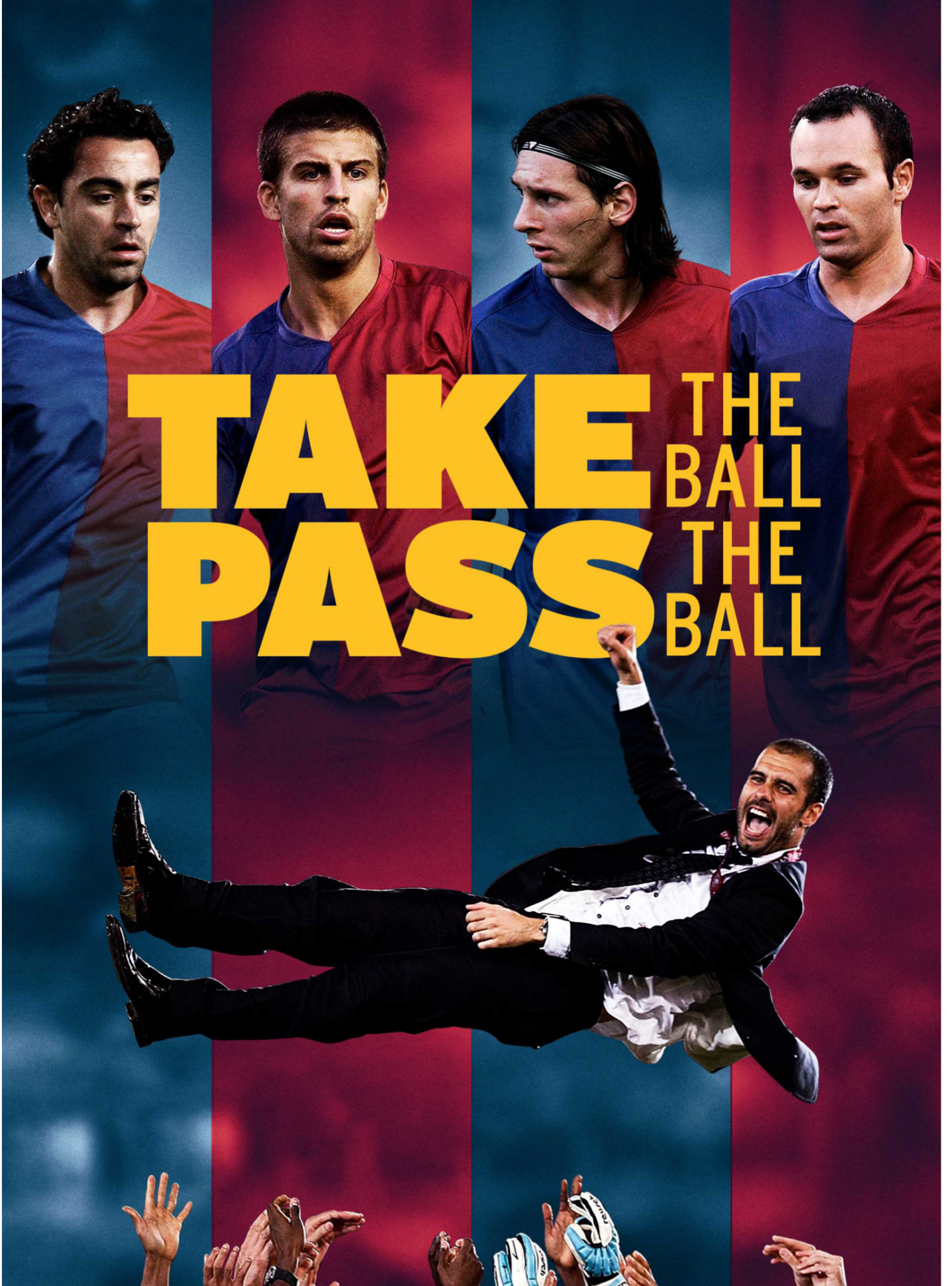
Dünya Squash Federasyonu İcra Kurulu Başkanı William Louis-Marie şunları söyledi: "Kendi medyamızı geliştirmek, veri ve içerik tüketimi ölçümlerinde uzmanlaşırken dünyanın daha fazla bölgesinde daha fazla hayrana ulaşmamıza yardımcı olacak. Ayrıca WORLDSSQUASH.TV'nin platformdan yararlanmak isteyen tüm kıtasal ve ulusal federasyonlarımıza katılmasından son derece memnunuz. Üye ülkelerimize hizmet etmek, hayran kitlemizi geliştirmek ve görünürlüğü ve para kazanmayı artırmak, uluslararası bir federasyon için temel hedeflerdir ve bu yeni dijital platform, tüm bunları başarmamıza yardımcı olacaktır."

Türkiye olarak bu platforma üye olmak, yapılacak turnuva ve organizasyonları geniş kitlelerin izlemesini sağlamak, squash için çok faydalı olacaktır.

CUMHURİYET BAYRAMI SQUASH ŞENLİĞİ

Bu yıl Antalya'da Muratpaşa Belediyesi tarafından organize edilecek olan 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı Squash Şenliği 27-30 Ekim 2022 tarihleri arasında yapılacak. Muratpaşa Belediyesi bünyesinde büyük bir spor şenliği düzenlenecek ve bu şenlikte öncelik squash branşına verilecek. Türkiye'de ilk defa yapılacak şenlikte ayrıca bir de turnuva organize edilecek. Turnuvaya Türkiye'nin çeşitli şehirlerinden sporcular katılacak. Ödüllü turnuvaya katılacak tüm sporculara başarıları dilediğimizi dileyorum.





TAKE PASS

THE BALL
THE BALL

Tarihin en iyi futbol takımlarından biri olan, Guardiola yönetimindeki Barcelona'yı odağına alan belgeselde takımın işleyişi ve takım içi uyumun nasıl oluştuğu gözler önüne seriliyor.