
**POSTMODERN
DÖNEMDE
TÜRKİYE'DE FUTBOL
ENDÜSTRİSİ VE
TARAFTAR
PROFİLLERİ**

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Gökçe ASLANER



AKADEMİSYEN
KİTABEVİ

© Copyright 2019

Bu kitabın, basım, yayım ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izni alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN

978-605-258-260-2

Kapak Tasarım

Zülal Camgöz

Kitap Adı

Postmodern Dönemde Türkiye'de Futbol
Endüstrisi ve Taraftar Profilleri

Yayıncı Sertifika No

25465

Yazar

Ahmet Gökçe ASLANER

Baskı ve Cilt

Sonçağ Matbaacılık

Yayın Koordinatörü

Yasin Dilmen

Bisac Code

SPO015000

Sayfa Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

DOI

10.37609/akya.1967

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A

Yenişehir / Ankara

Tel: 0312 431 16 33

siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

Duru ve Çınar Aslaner'e...

“Eğer bir gün yolunuzu kaybederseniz bir çocuğun gözlerinin içine bakın; çünkü bir çocuğun bir yetişkine öğretebileceği her zaman üç şey vardır: Nedensiz yere mutlu olmak, her zaman meşgul olabilecek bir şey bulmak ve elde etmek istediği şey için var gücüyle dayatmaktır.” Paulo Coelho

► KISALTMALAR

A.Ş.	Anonim Şirketi
akt	aktaran
AMA	American Marketing Association
bkz	bakınız
BJK	Beşiktaş Jimnastik Kulübü
FA	Football Association
FB	Fenerbahçe Spor Kulübü
FIFA	Federation Internationale de Football Association
GS	Galatasaray Spor Kulübü
TFF	Türkiye Futbol Federasyonu
TPE	Türkiye Patent Enstitüsü
UEFA	Union of European Football Associations
vb.	ve benzeri
vd.	ve diğerleri
yy.	yüzyıl

► ÖNSÖZ

Günümüzde hem küresel anlamda hem de ulusal boyutta futbol, bir popüler kültür ürünü olarak metalaştırılmış ve ticari amaçlar doğrultusunda bireylere sunulmaya başlanmıştır. Postmodern dönem ile birlikte futbolun endüstrileşme sürecinin Türkiye'deki futbol kültürünü, kulüplerin ve taraftarların futbola bakış açılarını nasıl değiştirdiğini ortaya koyan bu çalışma, konu ile ilgili detaylı yazın taramasının ardından iki aylık bir araştırma ile tamamlanmıştır. Araştırmanın ilk aşamasında, Türkiye futbol endüstrisi içerisindeki ilk üç sırada yer alan Beşiktaş Jimnastik Kulübü, Fenerbahçe Spor Kulübü ve Galatasaray Spor Kulübü ile yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında ise yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakatlardan elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanan anket çalışması, araştırmaya konu edilen üç kulübün taraftarlarına uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen tüm veriler karşılaştırmalı olarak değerlendirilerek, Türkiye futbolunun 1980 sonrası yaşadığı endüstriyel dönüşüm, bu dönüşümün futbol kulüplerini nasıl etkilediği ve taraftarların yaşadığı değişim incelenmiştir. Araştırma sonucunda; futbol kulüplerinin şirketleşerek taraftarları müşteri olarak tanımlamaları ve taraftarların da tüketim odağında futbola yönelimleri neticesinde futbolun oyun veya spor yapısından çıkıp ticari amaçlar doğrultusunda şekillendirilmesi dikkat çekici noktalar olarak ön plana çıkmaktadır.

Ahmet Gökçe ASLANER

► İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	v
1.Giriş.....	1
2. Kavramsal Çerçeve.....	4
2.1 Popüler Kültür Çerçevesinde Kültür Kavramı, Kuram ve Yaklaşımları	5
2.1.1 Kültür ve Popüler Kültür Kavramı	6
2.1.2 Kültür ve Klasik Kuramlar	8
2.1.3 Kültür ve Eleştirel Kuramlar	14
2.1.4 İngiliz Kültürel Çalışmaları	20
2.2 Popüler Kültür, Küreselleşme ve Postmodernizm İlişkisi	26
2.2.1 Popüler Kültür ve Küreselleşme.....	26
2.2.2 Popüler Kültür ve Postmodernizm	31
2.3 Postmodern Dönemde Pazarlama, Marka ve Sponsorluk	43
2.3.1 Postmodern Dönemde Pazarlama	43
2.3.2 Postmodern Dönemde Marka	58
2.3.3 Postmodern Dönemde Sponsorluk	76
2.3.3.1 Sponsorluk Teorileri	82
2.3.3.2 Sponsorluk Kategorileri.....	84
2.3.3.3 Sponsorluk Türleri.....	86
2.4 Popüler Kültür Ürünü Olarak Futbolun Endüstriyel Yapısı ve Sponsorluk Faaliyetleri.....	89
2.4.1 Popüler Kültür Ürünü Olarak Futbol.....	90
2.4.1.1 Futbolun Doğuşu ve Tarihsel Gelişimi.....	91
2.4.1.2 Türkiye’de Futbolun Tarihsel Gelişimi	98
2.4.2 Futbol Kültür Endüstrisi İlişkisi ve Futbolun Endüstrileşmesi.....	108
2.4.3 Futbol Seyirciliği-Tarafarlığı.....	131
2.4.3.1 Futbol da Tarafarlık çeşitleri	133

2.4.4 Futbol Sponsorluğu.....	138
2.4.4.1 Futbol Sponsorluğu Türleri	140
3. Araştırma	144
3.1 Araştırmanın Konusu	144
3.2 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	145
3.3 Araştırmanın Önemi.....	146
3.4 Araştırmanın Yöntemi.....	146
3.5 Araştırmanın Evreni ve Örneklem Grubu.....	150
3.6 Araştırmanın Problemi.....	151
3.7 Araştırmanın Hipotezleri.....	152
3.8 Araştırmanın Sınırlılıkları	154
3.9 Araştırma Bulguları	156
4. Sonuç	205
REFERANSLAR.....	219

► REFERANSLAR

- Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Aaker, D.A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Adorno, T. (1991). Culture Industry Reconsidered. İçinde *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Bernstein, (ed.). J.M. Bernstein, New York: Roulledge.
- Aggarwal, S. (2008). *Brand Management: a Theoretical and Practical Approach*. New Delhi: Global India Publications Pvt. Ltd.
- Akşar, T. (2005). *Endüstriyel Futbol*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Akşar, T. (2010). *Futbolun Ekonomi Politikası*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Akşar, T. (2013). *Krizdeki Futbol*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Akyürek, R. (1998). *Sponsorluk Planlaması*. Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, No:135.
- Aktaş, O. (2012). *Futbolun Romantik Çocukları*. İstanbul: Venedik Yayınları.
- Althusser, L. (2014). *On the Reproduction of Capitalism: Ideology and Ideological State Apparatuses*. (Çev.) G.M. Goshgarian. London: Verso.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı (3. baskı)*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Atabek, E. (2011). *Tüketilen Değerler ve Gençlik (2. baskı)*. İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.
- Atabeyoğlu, C. (1991). *1453-1991 Türk Spor Tarihi Ansiklopedisi*. İstanbul: Fotospor Yayınları.
- Argan, M. (2004). *Spor Sponsorluğu Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Argan, M. Ve Katırcı, H. (2008). *Spor Pazarlaması*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aras, O. (2013). *Galatasaray Niçin En Büyük?: Galatasaray-Fenerbahçe Rekabesinde Çarpıcı Gerçekler*. İstanbul: Zinde Yayınevi.
- Arik, B. (2004). *Medya Çağında Futbol ve Televizyon Arasındaki Kaçınılmaz İlişki: Top Ekranında*. İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Aron, R. (2009). *Main Currents in Sociological Thought*. New York: Basic Books.
- Arslan, H. (2003). *Futbol ve Sinema: Meşin Yuvarlağın Beyaz Perde Serüveni*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Artun, T. Ü., Atabeyoğlu, C., Aydın, N., Hiçyılmaz, E., San, H. Sevinçli, O. V. and Somalı, V. (1992). *Türk Futbol Tarihi I. Cilt*. E. Arıpınar (ed.). İstanbul: Türkiye Futbol Federasyonu Yayınları.
- Authier, C. (2002). *Futbol A.Ş.* (Trans). A. Berktaş. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Aydoğan, F. (2004). *Düşlerimiz Artık Televizyon Kuruyor: Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Aziz, A. (2003). *Araştırma Yöntemleri Teknikleri ve İletişim (3. baskı)*. Ankara: Turhan kitabevi.

- Bale, J. and Moen, K. (1995). *The Stadium and the City*. Keele: Keele University Press.
- Barker, C. (1999). *Television, Globalization and Cultural Identities*. Philadelphia: Open University Press.
- Batra, R., Myers, J.G. and Aaker, D.A. (2009). *Advertising Management (5. baskı)*. New Delhi: Dorling Kindersly (India) Pvt Ltd.
- Baudrillard, J. (1996). *America*. Great Britain: The Bath Press
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publications.
- Baudrillard, J. (2005). *The System of Objects*. London: Verso Books.
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations*. United States of America: Semiotext(e)
- Baudrillard, J. (2006). *Simulacra and Simulation*. United States of America: The University of Michigan Press.
- Baumann, Z. (1997). *Postmodernity and its Discontents*. New York: New York University Press.
- Baumann, Z. (2005). *Globalization: The Human Consequences (4. baskı)*. Cambridge: Polity Press.
- Berger, J. (1977). *Ways of Seeing*. New York: Penguin Books LTD.
- Best, S. and Kellner, D. (1991). *Postmodern Theory: Critical Interrogations*. New York: The Guilford Press.
- Benjamin, W. (2008). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. (Çev.) J.A. Underwood, London: Penguin Books LTD.
- Biel, A. (1993). Converting Image into Equity. Aaker, D. and Biel, A. (eds.), *Brand Equity and Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*. pp. 67-83, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc, Publishers.
- Blythe, J. (2009). *Key Concepts in Marketing*. London: Sage Publications.
- Bocock, R. (2001). *Consumption*. London: Routledge.
- Boniface, P. (2007). *Futbol ve Küreselleşme*. (Çev.) İ. Yerguz. İstanbul: NTV Yayınları.
- Boone, L. and Kurtz, D. (1995). *Contemporary Marketing (8. baskı)*. Florida: The Dreyden Press.
- Bora, T. and Erdoğan, N. (2009). "Dur Tarih Vur Türkiye": Türk Milletinin Milli Sporu Olarak Futbol. içinde Horak, R., Reiter, W. and Bora, T. (eds.), *Futbol ve Kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Endüstri, Efsaneler (5. baskı)*. pp. 221-241, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Botha, D., Chaka, M., Du Plessis, N., Krause, B., Rawjee, V. P., Porthen, D., Vee-rasamy, D. and Wright, B. (2007). *Public Relations: Fresh Perspectives*. Cape Town: Pearson Prentice Hall.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms Of Capital. içinde J. G. Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1995). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. California: Stanford University Press.

- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pagem Yayınevi.
- Brown, P. (2013). *The Victorian Football Miscellany*. United Kingdom: Supere-lastic.
- Brown, S. (1997). *Postmodern Marketing*. London: International Thomson Bu-siness Press.
- Chernatony, L. (2002). *From Brand Vision to Brand Evaluation: Strategically Bu-ilding and Sustaining Brands*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Crane, F. G. (2010). *Marketing for Entrepreneurs: Concepts and Applications for New Ventures*. California: Sage Publications.
- Crowther, N. B. (2007). *Sport in Ancient Times*. Connecticut: Greenwood Pub-lishing Group,inc.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. and Broom, G. M. (1994). *Effective Public Relations (8. baskı)*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Çakır, A. (2007). *100 Yılın Aslamı (8. baskı)*. İstanbul: Demir Ajans Yayınları.
- Çakırer, M.A. (2013). *Marka Yönetimi ve Marka Stratejileri*. Bursa: Ekin Yay-ınevi.
- Çetin, C. (2015). *Spor İletişimi: "Spor-TV Birlikteliği Sattırıyor" (3. Baskı)*. An-kara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Davis, S.M. (2002). *Brand Asset Management: Driving Profitable Growth Throu-gh Your Brands*. San Francisco. John Wiley&Sons Ltd.
- Davis, J.A. (2010). *Competitive Success: How Branding Adds Value*. West Sussex: John Wiley&Sons Ltd.
- Davis, M. (2009). *The Fundamentals of Branding*. Switzerland: AVA Publishing.
- Debord, G. (2002). *The Society of the Spectacle*. Canberra: Hobgoblin Press.
- Dever, A. (2010). *Spor Sosyolojisi: Tarih ve Güncel Boyutlarıyla Spor ve Toplum*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Dever, A. (2012). Futbol Taraftarlarının Yeni Mabedi: *Disneystat*'ların Doğuşu. İçinde *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. S.5 pp. 93-106, Yalova: Yalova University Press.
- Dikici, S.T. (2015). *Futbol, Tribün ve Siyaset Üzerine*. Ankara: Sinemis Yayınları.
- Dikici, S.T. (2009). *Çarşı: Bir Başka Taraftarlık*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Dikici, S.T. (2014). *Yakarız Bu Gezegeni! Futbol ve Siyaset Dair*. İstanbul: Ca-retta Kitapları.
- Dobni, D. and Zinkhan G.M. (1990). İçinde Search of Brand Image: a Foun-dation Analysis, içinde M. E. Goldberg, G. Gorn, and R. W. Pollay (eds.), *Advances in Consumer Research*, Provo, UT: Association for Consumer Re-search, Volume 17, pp: 110-119.
- Dobson, S. and Goddard, J. (2006). *The Economics of Football (4. baskı)*. Camb-ridge: Cambridge University Press.
- Doyle, P. (2008). *Value-Based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value (2. baskı)*. West Sussex: John Wiley&Sons LTD.

- Drucker, P. F. (2007). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. New York: Truman Talley Books.
- Duncan, T. (2002). *IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Earls, M. (2003). Learning to Live Without the Brand (aka the seven-step programme to personal and professional liberation). İçinde Baskin, M. and Earls, M. (eds.), *Brand New Brand Thinking: Brought to Life by 11 Experts Who Do*. pp. 5-26, London: Kogan Page Limited.
- Erdoğan, İ. (2001). Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu. İçinde *Doğu Batı Düşünce Dergisi* (4/15), pp.65-106). Ankara.
- Erdoğan, İ. (2008). Futbol ve Futbolu İnceleme Üzerine. İçinde Erdoğan, İ. (ed) *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı.26 Kış-Bahar, pp.1-58, Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi: Araştırma Tasarımları, Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler* (3. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.
- Eroğlu, F. (2013). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Beta Yayın Dağıtım A.Ş.
- Edgar, A. and Sedgwick, P. (2002). *Cultural Theory: The Key Thinkers*. London: Routledge.
- Elsner, B. (2009). Teknik, Taktik, Sistem: Futbol Oyununun Karakteristiği Üzerine. İçinde Horak, R., Reiter, W. And Bora, T. (eds.), *Futbol ve Kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Endüstri, Efsaneler* (5. Baskı). pp. 27-39, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Falk, P. (1997). The Genealogy of Advertising. İçinde Sulkunen, P., Holmwood, R., Radner, H. and Schulze, G. (eds.), *Constructing the New Consumer Society*. Basingstoke: MacMillan Press, pp. 81-108.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism* (2. baskı). London: Sage Publications.
- Ferrel, O.C. and Hartline, M.D. (2011). *Marketing Strategy* (5. baskı). Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Firat, A. F. and Schultz II, C. J. (1997). From Segmentation to Fragmentation: Markets and Marketing Strategy in the Postmodern Era. *European Journal of Marketing*, Vol.31, No.3/4, pp.183-207. Bradford: MCB University Press.
- Fiske, J. (2000). *Reading the Popular*. New York: Routledge.
- Fiske, J. (2010). *Understanding Popular Culture*. New York: Routledge.
- Ford, H. (1923). *My Life and Work*. New York: Doubleday Page & Company.
- Foucault, M. (1980). Truth and Power. In C. Gordon (ed). *Power/Knowledge: Selected Interviews and other Writings 1972-1977 by Michel Foucault*. Pp.109-134. New York: Pantheon Books.
- Frazen, G. and Moriarty, S. (2015). *The Science and Art of Branding*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Fylan, F. (2005). Semi-Structured Interviewing. In Miles, J. and Gilbert, P. (eds.). *A Handbook of Research Methods for Clinical and Health Psychology*. Pp. 65-79. Oxford: Oxford University Press.
- Gay, P.D. (1997). *Production of Culture/ Culture of Production*. London: Sage

- Publications.
- Galeano, E. (2003). *Soccer in Sun and Shadow* (2. baskı). Friedman, M. (çev.). London: Verso Books.
- Geldard, E. And Sinclair, L. (2005). *The Sponsorship Manual: Sponsorship Made Easy* (2. baskı). Victoria: The Sponsorship Unit Pty Ltd.
- Genç, D.A. (1999). *Futbol Kulüplerinin Stratejik Yönetimi: Beşiktaş Örneği*. Ankara: Bağırğan Yayımevi.
- Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nün teşkilat ve görevleri hakkında kanun ile bazı kanunlarda değişiklik yapılmasına dair kanun. (2014). T.C. Resmi Gazete, 13.03.2004.
- Giddens, A. (2003). *Capitalism and Modern Social Theory: an Analysis of the Writings of Marx, Durkheim and Max Weber*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Giddens, A. (2006). *Sociology* (5. baskı). Cambridge: Polity Press.
- Giulianotti, R. (2000). *Football: a Sociology of the Global Game*. Cambridge: Polity Press.
- Gökaçtı, M. A., (2008). "Bizim İçin Oyna" Türkiye'de Futbol ve Siyaset. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Güngören, A. (1995). *Reklamcı ve Şaman*. İstanbul: Yol Yayınları.
- Hall, S. (1986). Popular Culture and The State. İçinde, T. Bennett, C. Mercer and J. Woollacott (eds.). *Popular Culture and Social Relations*. pp. 22-50. Milton Keynes: Open University Press.
- Hall, S. (2005). Encoding/Decoding. In, S. Hall, D. Hobson, A. Lowe and P. Willis (eds.). *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. Pp. 117-128. New York: Routledge.
- Hamil, S., Morrow, S., Idle, C., Rossi, G. and Faccendini S. (2011). The Governance and Regulation of Italian Football. In D. Hassan and S. Hamil (eds.). *Who Owns Football? The Governance and Management of the Club Game Worldwide*. pp. 31-72. Oxon: Routledge.
- Hatipoğlu, D. and M.B., Aydın (2007). *Bastır Ankaragücü: Kent, Kimlik, Endüstriyel Futbol ve Taraftarlık*. Ankara:Epos Yayınları.
- Hayes, D.C., Hendrix, J.A. and Kumar, P.D. (2013). *Public Relations Cases* (9. baskı). Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Heider, F. (1964). *The Psychology of Interpersonal Relations* (3. baskı). New York: John Wiley and Sons inc.
- Huyssen, A. (1986). *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism*. Indiana: Indiana University Press.
- Hitchcock, L.A. (2008). *Theory for Classics: a Student's Guide*. New York: Routledge.
- Hoggart, R. (1992). *The Uses of Literacy* (5. baskı). London: Penguin Books.
- Hoggart, R. (2003). *Everyday Language and Everyday Life*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Horkheimer, M. and Adorno, T. (2002). *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. California: Stanford University Press.

- Hornby, A.S. (2000). *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (6. baskı). New York: Oxford University Press.
- Irak, D. (2013). *Hükmen Yenik!: Türkiye'de ve İngiltere'de Futbolun Sosyo-Politikleri*. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- İnal, R. (2008). *Küreselleşme ve Spor: Küreselleşmenin Spora Etkileri*. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- İslamoğlu, A.H. (2002). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- İslamoğlu, A.H. and Fırat, D. (2011). *Stratejik Marka Yönetimi* (2. baskı). İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Jameson, F. (1998). *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998*. London: Verso.
- Jameson, F. (2003). *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Joyce, T. (1971). Brand Images. İçinde Ehrenberg, A.S.C. and Pyatt, F.G. (eds.), *Consumer Behaviour*. Middlesex: Penguin Books.
- Kapfärer, J.N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term* (4. baskı). London: Kogan Page.
- Kahraman, A. (2012). Spor Toto Süper Lig'te Gerçek Şampiyon Kim? İçinde *Marketing Türkiye*. Y.11 S.245 pp. 70-80.
- Keller, D., (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Keller, K.L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. In *Journal of Marketing*, V.57, No.1, pp. 1-22.
- Kılıç, E. (2003). *Kirli Kramponlar: Futbol, Mafya, Para, Siyaset*. İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları.
- Kılıç, E. (2006). *Politik Goller: Futbol ve Siyaset*. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Kitchen, P.J. and Pelsmacker, P. (2004). *Integrated Marketing Communications: a Primer*. Oxford: Routledge.
- Klose, A. (2009). Televizyon Futbolu: Medya Yapımı bir Ürün Gerçekliği Nasıl Değiştiriyor?. İçinde Horak, R., Reiter, W. And Bora, T. (eds.), *Futbol ve Kültürü: Takımlar, Taraftarlar, Endüstri, Efsaneler* (5. Baskı). pp.373-385, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Koekemoer, L. (2005). *Marketing Commutations*. Lansdowne: Juta and Co. Ltd.
- Koç, E. (2012). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım* (4. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. and Wong, V. (2001). *Principles of Marketing* (3. Avrupa baskısı). Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs To Know*. New Jersey: John Wiley and Sons Inc.
- Kotler, P. and Kellner, K.L. (2006). *Marketing Management* (12. baskı). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kozanoğlu, C. (1996). *Türkiye'de Futbol: Bu Maçı Alıcaz!*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Köse, H. (2010). *Medya ve Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Ayraç Kitapevi.
- Kuper, S. and Szymanski, S. (2014). *Soccernomics: Why England Loses, Why Germany and Brazil Win and Why the U.S., Japan, Australia, Turkey and Even India Are Destined to Become the Kings of the World's Most Popular Sport* (3. baskı). New York: Nation Books.
- Lamb, C.W., Jr Hair, J.F. and McDaniel, C. (2010). *Marketing* (10. baskı). Ohio: South Western Cengage Learning.
- Lassar, W., Mittal, B. and Sharma, A. (1995). Measuring Customer-based Brand Equity. *The Journal of Consumer Marketing*. Vol.12 no.4, pp.11-19 Maryland: MCB University Press.
- Lee, M. S., Sandler, D. M. and Shani, D. (1997). Attitudinal Constructs Towards Sponsorship: Scale Development Using Three Global Sporting Events, içinde *International Marketing Review*. Vol.14 no.3 pp.159-169. Bradford: MCB University Press.
- Lehu, J. M., (2007). *Branded Entertainment: Product Placement and Brand Strategy in the Entertainment Business*. London: Kogan Page Limited.
- Lodico, M.G., Spaulding, D.T. and Voegtle, K.H. (2010). *Methods in Educational Research: From Theory to Practice* (2. baskı). San Francisco: Jossey-Bass Books.
- Lowenthal, L. (1984). *Literature and Mass Culture: Communication in Society* (Vol.1). New Jersey: Transaction Inc.
- Lowes, D.E. (2006). *The Anti-Capitalist Dictionary: Movements, Histories and Motivations*. London: Zed Books.
- Marcuse, H. (1964). *One Dimensional Man: Studies in the ideology of advanced industrial society*. Boston: Beacon Press.
- Marx, K. (1982). *Capital: A Critique of Political Economy* (3. baskı). (Çev.) Fowkes, B. Middlesex: Penguin Books Ltd.
- Marx, K. (1988). *Economic and Philosophic Manuscripts of 1844 and The Communist Manifesto*. (Çev.) Milligan, M. New York: Prometheus Books.
- Marx, K. (2009). *A Contribution to the Critique Political Economy*. Montana: Kessinger Publishing.
- Mastermann, G. (2007). *Sponsorship: For a Return On Investment*. Oxford: Butterworth-Heinemann Publications.
- Merkel, U. (2013). Football Fans and Clubs. İçinde Germany: Conflicts, Crises and Compromises. İçinde P. Kennedy and D. Kenndy (ed.). *Football Supporters and the Commercialisation of Football: Comparative Responses Across Europe*. pp. 33-51. Oxon:Routledge.
- McGill, C. (2001). *Football Inc. How Soccer Fans Losing the Game*. London: Vision Paperbacks.
- McLuhan, M. and Powers, B.R. (1992). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. New York: Oxford University Press.
- Mooij, M.D. (2014). *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes* (4. baskı). Los Angeles: Sage Publications.

- Moriarty, S.E. (1996). The Circle of Synergy: Theoretical Perspectives and an Evolving IMC Research Agenda. In Thorson, E. and Moore, J. (eds). *Integrated Communication: Synergy of Persuasive Voices*. pp. 333-355. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc Publishers.
- Mucuk, İ. (2010). *Pazarlama İlkeleri (18. baskı)*. İstanbul: Türkmen Yayınevi.
- Mullin, B.J., Hardy, S. and Sutton, W.A. (2007). *Sport Marketing (3. baskı)*. USA: Sheridan Books.
- Murray, B. and Murray, W. J. (1998). *The World's Game: a History of Soccer*. Illinois: University of Illinois Press.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Sofos Yayınları.
- Nauright, J. and Parrish, C. (eds.) (2012). *Sports Around the World: History, Culture and Practice*. California: ABC-Clio, LLC.
- Nufer, G. (2013). *Ambush Marketing in Sports*. Oxon: Routledge.
- Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2010). *Pazarlama İletişimi Yönetimi (9. baskı)*. İstanbul: Mediat Yayınları.
- Odabaşı, Y. (2012). *Postmodern Pazarlama: Tüketim ve Tüketici (3. baskı)*. İstanbul: Mediat Yayınları.
- Okay, A. and Okay, A. (2002). *Halkla İlişkiler: Kavram, Strateji ve Uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Okay, A. (2012). *Sponsorluk*. İstanbul: Der Yayınları.
- Ongan, T.H. ve Demiröz, D.M. (2010). *Akademik Futbol: Futbolda Rekabet- Başarı İlişkisi*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Oskey, Ü. (1983). Popüler Kültürün Toplumsal Ortamı ve İdeolojik İşlevi Üzerine. İçinde K. Alemdar and R. Kaya (eds.), *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*. (pp. 163-206). Ankara: Savaş Yayınları.
- Ostrow, R. and Smith, S.R. (1988). *The Dictionary of Marketing*. New York: Fairchild Publications.
- Öngören, H. and Karadoğan, E. (2002). Küresel Tutku: Futbol. İçinde, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. XIV, pp. 209-221. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Özbaydar, S. (1983). *İnsan Davranışlarının Sınırları ve Spor Psikolojisi*. İstanbul: Altın Kitapları Yayınevi.
- Peltekoglu, F.B. (1998). *Halkla İlişkiler Nedir*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş..
- Pelsmacker, P., Geuens, M. and Bergh, J. V. (2010). *Marketing Communications: A European Perspective (4. baskı)*. Harlow: Pearsons Education Limited.
- Perry, A. and Wisnom III, D. (2003). *Before the Brand: Creating the Unique DNA of an Enduring Brand Identity*. New York: McGraw Hill Books.
- Peter, J.P. and Olson, J.C. (1999). *Consumer Behavior and Marketing Strategy (5. baskı)*. Singapore: Irwin/ McGraw-Hill.
- Physick, R. (2007). *Played in Liverpool: Charting the Heritage of a City at Play*. Newcastle: English Heritage.

- Pickton, D. and Broderick, A. (2005). *Integrated Marketing Communications (2. baskı)*. Essex: Pearson Education Limited.
- Pitts, B. G. And Stotlar, D. K. (1996). *Fundamentals of Sport Marketing*. Morgantown: Fitness International Technology Inc.
- Pride, W.M. and Ferrell, O.C. (2010). *Marketing (2010 edition)*. Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Randall, G. (2000). *Branding: A Practical Guide to Planning Your Strategy (2. baskı)*. London:Kogan Page.
- Risolo, D. (2010). *Soccer Stories: Anecdotes, Oddities, Lore and Amazing Feats*. Nebraska: University of Nebraska Press.
- Ritzer, G. (2005). *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*
- Ritzer, G. (2011). *The Mcdonaldization of Society (6. baskı)*. California: Sage Publications.
- Rosenthal, M. Ve Yudin, P. (1972). *Materyalist Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Sosyal Yayınlar. (2. baskı). Los Angeles: Pine Forge Press.
- Sert, M. (2000). *Gol Atan Galip: Futbola Sosyolojik Bir Bakış*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Schiller, H. (1974). *Mind Managers*. Boston: Beacon Press.
- Schiller, H. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- Scott, J, and Marshall, G. (2009). *A dictionary of sociology (4. baskı)*. New York: Oxford University Press.
- Shank, M. D. (1999). *Sports Marketing: A Strategic Perspective (2. baskı)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sicard, M. C. (2013). *Brand Revolution: Rethinking Brand Identity*. London: Palgrave- Macmillan.
- Simeon, R. (2006). A Conceptual Model Linking Brand Building Strategies and Japanese Popular Culture. İçinde *Marketing Intelligence and Planning*, Vol.24, No.5, pp.463-476, Emerald Group Publishing Limited.
- Slater, P. (1998). *Frankfurt Okulu Kökeni ve Önemi: Marksist Bir Yaklaşım*. İstanbul: Kabalca Yayınevi.
- Smart, B. (1997). *Postmodernity: Key Ideas*. London: Routledge.
- Smith, P. (2004). *Cultural Theory: an Introduction*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanun. (2011). T.C. Resmi Gazete, 27905, 14.04.2011.
- Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanunda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun. (2011). T.C. Resmi Gazete, 28143, 15.12.2011
- Sporda Şiddet ve Düzensizliğin Önlenmesine Dair Kanunun Uygulanmasına Yönelik Yönetmelik. (2012). T.C. Resmi Gazete, 28505, 22.12.2012
- Srinivasaraju, B. J. (2011). *Sport Sociology*. New Delhi: Sports Publication.
- Stemmler, T. (2000). *Futbolun Kısa Tarihi*. Çev: N. Aça. Ankara: Dost Kitapevi.
- Storey, J. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture: an Introduction (5th edi-*

- tion). Essex: Pearson Education Limited.
- Storey, J. (2014). *From Popular Culture to Everyday Life*. Oxon:Routledge.
- Strydom, J. (ed.) (2007). *Introduction to Marketing (3. baskı)*. Cape Town: Juta and Co Ltd.
- Swayne, L. E. and Dodds, M. (eds.) (2011). *Encyclopedia of Sports Management and Marketing Volume I*. California: Sage Publications.
- Swedberg, R. (2005). *The Max Weber Dictionary: Key Words and Central Concepts*. California: Stanford University Press.
- Simmel, G. (1964). *The Sociology of Georg Simmel (2. baskı)*. (Çev.) K. H. Wolff, Illinois: The Free Press Publishing.
- Simmel, G. (2011). *Philosophy of Money (4. baskı)*. New York: Routledge.
- Talimciler, A. (2002). Futbolun "Meta"laşması. In M. Sert (ed.). *Toplumbilim: Futbol Özel Sayısı*. V.16, pp. 37-43, Ankara: Bağlam Yayınları.
- Talimciler, A. (2003). *Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi: Fanatik ve Fotomaç Gazetesi Örneğinden Hareketle Türkiye Futbol Medyası*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Talimciler, A. (2008). Futbol Değil İş: Endüstriyel Futbol. İçinde Erdoğan, İ. (ed) *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı.26 Kış-Bahar, pp.89-114, Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Taşkın, Ç. and Akat, Ö. (2012). *Marka ve Marka Stratejileri (2. Baskı)*. Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.
- Taylor, M. (2013). *Association Game: a History of British Football*. New York: Routledge.
- Temporal, P. (2002). *Advanced Brand Management: From Vision to Valuation*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.
- Tran, Q. and Cox, C. (2009). Building Brand Equity Between Manufacturers and Retailers. İçinde Glynn, S. G. and Woodside, A.G. (eds.) *Business to Business Brand Management: Theory, Research and Executive Case Study Exercises Advances in Business Marketing and Purchasing. Volume. 15, pp. 115-194*.
- Tuncay, B. (2002). *Galatasaray Tarihi: Avrupa Zaferleriyle Unutulmaz Yıldızlarıyla*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Toklucu, M. (2001). "Taraftarın Senle...". İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tomlison, J. (2002). *Cultural Imperialism: a Critical Introduction*. London: Continuum Publishing.
- Tosun, N.B. (2003). *Pazarlama Halkla İlişkileri ve Reklam: Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yönlü Bir Yaklaşım*. İstanbul: Türkmen Yayınevi.
- Uluç, G. (2008). *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı*. İstanbul: Anahar Kitaplar.
- Uztuğ, F. (2008). *Markan Kadar Konuş: Marka İletişimi Stratejileri*. İstanbul: Mediacat Kitapları.
- Ülger, B. (2003). *İşletmelerde İletişim ve Halkla İlişkiler: "The Big Business"*. İstanbul: Der Yayınları.
- Ünsal, A. (2005). *Tribün Cemaatinin Öfkesi: Ticarileşen Türkiye Futbolunda*

- Şiddet. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Verma, H.V. (2008). *Brand Management: Text and Cases (2. baskı)*. New Delhi: Excel Books.
- Wahl, A. (2005). *Ayaktopu: Futbolun Öyküsü*. (Çev.), C. İleri. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Waters, M. (2001). *Globalization (2. baskı)*. London: Routledge.
- Weber, M. (1992). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. (Çev.). T., Parsons London: Routledge.
- Weber, M. (2013). *Economy and Society*. (Çev.), G. Roth and C. Wittich, California: University of California Press.
- Webster N. and McKechnie J.L. (1959). *Webster's New Twentieth Century Dictionary Of The English Language: Unabridged (2. baskı)*. Cleveland and New York: The World Publishing Company.
- Weiss, B. (2010). Günümüzde Medeniyetler Çatışması Olarak Futbol: Rakip Taraftar İmgelerinin Yaratılışı. (Trans.) E. Yıldız, İçinde Ş. Öztürk (ed.), *Cogito: Dünya Gözüyle Futbol (Özel Sayı)*. V.63, pp.112-120. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Wilkins, S.E.D. (2002). *Sports and Games Through History: Sports and Games of Medieval Cultures*. Connecticut: Greenwood Publishing Group, Inc.
- Williams, R. (1983). *Keywords: a Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press.
- Williams, R. (1960). *Culture and Society: 1780-1950*. New York: Anchor Books.
- Williams, R. (1965). *The Long Revolution*. London: Penguin Books.
- Wise, A.N., and Meyer, B.S. (1997). *International Sports Law and Business Volume 3*. Cambridge: Kluwer Law International.
- Zeytinoglu, E. (2005). *Uyku Tulumunda Spor*. İstanbul: Telos Yayıncılık.
- Zorlu, A. (2006). *Modern Tüketim Tarihinden Tüketim Araştırmalarına Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Global Yayınları.

► ONLINE KAYNAKLAR

- Aziz Yıldırım Gözaltına Alındı. (2011). Erişim tarihi <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/18162487.asp?gid=381> 23.12.2014
- American Marketing Association. (2004). Marketing Definition. Erişim tarihi <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> 05.05.2014
- American Marketing Association. (2004). Advertising Definition. Erişim tarihi <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx> 08.05.2014
- American Marketing Association. Brand Definition. Erişim tarihi <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=B&dLetter=B> 02.11.2014
- American Marketing Association. Brand Image Definition. Erişim tarihi <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=B#brand+image> 15.02.2015

- Deloitte All to Play for Football Money League (2014). Erişim tarihi <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/sports-business-group/deloitte-uk-deloitte-football-money-league-2014.pdf> 20.12.2014
- Başkan Aydınlar: "Güzel Oyun Güzel Kalacak", (2011). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=200&ftxtId=13383> 03.01.2015
- Başkan Aydınlar'dan Açıklama, (2011). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=285&ftxtId=14189> 25.01.2015
- Başkan Demirören: Türk Futbolunun Menfaatleri en Önemli Konudur, (2012). <http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=200&ftxtId=15056>
- Beşiktaş Jimnastik Kulübü'nün resmi web sitesi. (2014). Mali tablolar Erişim tarihi http://www.bjk.com.tr/sirketlerimiz/futbol_as/mali_tablolar 22.03.2014
- "En Önemli Delil Savcılık İddianamesi Olacaktır.". (2011). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=200&ftxtId=13004> 23.12.2014
- Er, İ. (2011, 20 Aralık). 58. Madde Değişmeyecek. Erişim tarihi <http://www.hurriyet.com.tr/spor/futbol/19502709.asp> 20.11.2014
- Er, İ. (2013, 25 Haziran). UEFA'dan Beşiktaş'a ve Fenerbahçe'ye Avrupadan Men. Erişim tarihi <http://www.hurriyet.com.tr/spor/futbol/23575100.asp> 12.02.2015
- Fenerbahçe, Şampiyonlar Ligi'ne Katılmayacak, (2011). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=200&ftxtId=13257> 03.01.2015
- Futbolumuz Özerkleşti! Erişim tarihi http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/Ms2P2n1dRcMcCgu7whEMDA_x3D_x3D_27.10.2014
- Güven, O. (2014, 06 Şubat). Sabah-Atv'yi Satan Çalık'a Yeni 'Rant' Asisti. Erişim tarihi http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/futbol/38293/SabahATV_yi_satan_Calik_a_yeni_Rant_asisti.html 18.03.2015
- Havuzdan Para Taştı. Erişim tarihi http://tr.eurosport.com/futbol/spor-to-to-super-lig/2011-2012/havuzdan-para-tasti_sto3282528/story.shtml 19.12.2014
- Özerk Futbolun Yeni Şekli Kanunlaştı. Erişim tarihi http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/GununYayinlari/t8jYfrmGHZ2RjrxzMV7wFg_x3D_x3D_27.10.2014
- Taraftar Kart Ligi. Erişim tarihi <https://www.passolig.com.tr/taraftar-ligi> 06.12.2015.
- Türk Patent Enstitüsü. Brand Definition. Erişim tarihi <http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/commonContent/MAbout> 02.11.2014
- Türkiye Futbol Federasyonu (2010). *2010-14 Süper Lig ve 1. Lig Yayın Medya Hakları İhalesi Yapıldı*. Erişim tarihi <http://www.tff.org/default.aspx?pageId=285&ftxtId=8876> 18.12.2014
- TFF Heyeti UEFA ile Görüştü. (2011). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=200&ftxtId=13019> 23.12.2014
- TFF Süper Kupa Finali Ertelendi. (2011). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=200&ftxtId=13032> 23.12.2014

- TFF'nin Yeni Başkanı Yıldırım Demirören, (2012). Erişim tarihi <http://www.tff.org/default.aspx?pageID=285&ftxtID=14590> 24.01.2015
- TFF Olağanüstü Genel Kurulu Ankara'da Yapıldı, (2012) Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageID=285&ftxtID=14349>
- PFDK Kararları 06.05.2012, (2012). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageID=200&ftxtID=15123>
- Savcılık Delilleri TFF'ye Geldi. (2011). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageID=200&ftxtID=13042> 23.12.2014
- Süper Lig Ertelendi. (2011). Erişim tarihi http://www.radikal.com.tr/spor/super_lig_ertelendi-1057600 23.12.2014
- Spor Toto Süper Lig kulüp başkanları toplantısı yapıldı (2011). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageID=200&ftxtID=13242> 24.12.2014
- Spor Toto Süper Lig Yayın Hakları Kararı. Erişim tarihi <http://www.digiturk.com.tr/digilife/digilife-haberleri/spor-toto-super-lig-yayin-haklari-karari> 18.12.2014
- Şampiyonlar Ligi'ne Tranzonspor Katılacak, (2011). Erişim tarihi <http://www.tff.org/Default.aspx?pageID=285&ftxtID=13261> 03.01.2015
- Jacques, M. (2004). *Football's New Order*. Erişim tarihi <http://www.theguardian.com/football/2004/jun/06/euro2004.sport6> 25.11.2014