



**SİYASET VE FUTBOL TARAFTARLIĞINDA BİR MOTİVASYON ARACI
OLARAK TEZAHÜRAT VE SLOGANLARIN RETORİK ÇÖZÜMLEMESİ**

Utku KABAKCI

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
SİYASAL İLETİŞİM BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

MAYIS 2019

Utku KABAKCI tarafından hazırlanan “SİYASET VE FUTBOL TARAFTARLIĞINDA BİR MOTİVASYON ARACI OLARAK TEZAHÜRAT VE SLOGANLARIN RETORİK ÇÖZÜMLEMESİ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi Gazetecilik Anabilim Dalında Siyasal İletişim Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Erol İLHAN

Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

Başkan: Doç. Dr. Zafer ÇİMEN

Spor Yönetimi Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Serdar ULUKAN

Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi: 20/05/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Figen ZAFİF
Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



20/05/2019

Utku KABAKCI

SİYASET VE FUTBOL TARAFTARLIĞINDA BİR MOTİVASYON ARACI OLARAK TEZAHÜRAT VE SLOGANLARIN RETORİK ÇÖZÜMLEMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Utku KABAKCI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Mayıs 2019

ÖZET

Siyaset ve futbol, birbirleri ile ilişki halinde olan ve benzer özellikler taşıyan kurumlardır. Bir alandaki değişim ya da gerginlik diğer alana da yansiyabilmektedir. Bu nedenle siyaset ile futbol kurumlarını birbirlerinden ayırarak değerlendirmeye kalkmak doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Siyaset kurumunun, spor politikaları ile futbolu şekillendirdiği göz önünde bulundurulmalıdır. Partizan ve holigan davranışları benzerlikler göstermekte, ikisi de birbirine yakın motivasyonların etkisiyle harekete geçmektedir. Partizan ve holigan harekete geçiren ortak motivasyonlar; Aidiyet İhtiyacı, Biz, Lider, Özgürlükten Korkmak, Farklılıktan Utanmak, Birlikte Hareket Etmenin Keyfine Varmak ve Oyunun Baştan Çıkarıcılığı olarak sıralanabilir. Bu motivasyonlar üzerinden partizan ve holigan kıyaslaması yapıldığında her iki insan tipinin de birbirlerine benzediği ve ortak motivasyonların etkisi altında olduğu görülmektedir. MKE Ankaragücü Spor Kulübü tezahürat ve sloganlarına retorik çözümleme uygulanarak belirlenen motivasyonların taraftarlık ve holiganlık için de geçerliliği sınanmıştır.

Bilim Kodu : 116503
Anahtar Kelimeler : Siyaset, Kesin İnançlı, Spor, Holigan, Motivasyon
Sayfa Adedi : 110
Tez Danışmanı : Doç. Dr. Erol İlhan

RETORIC ANALYSIS OF CHEER AND SLOGANS AS A MOTIVATION TOOL IN
POLITICAL AND FOOTBALL FAN

M.S. Thesis

Utku KABAKCI

GAZİ UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

May 2019

ABSTRACT

Politics and football are two related institutions with similar attributes. An alteration or strain in one of these fields may affect the other one. Thus, reviewing politics and football apart might not be suitable because politics institutions shape football with related policies. A partisan and a hooligan shows common characteristics as well. They step into action by similar motivations. Their common motivations can be sorted as below; the Need of Belonging, We-dom, the Leader, the Fear of Freedom, Embarrassment of Diversity, Joy of United Act, Charm of the Game. It is seen that both types have similarities and affected by common motivations when compared by the, above mentioned, motivations. The validity of the motivations is determined by using rhetorical analysis of the cheer and hooligans of MKE Ankaragücü Sports Club.

Science Code : 116503
Key Words : Politic, True Believer, Sport, Hooligan, Motivation
Page Number : 110
Supervisor : Doç. Dr. Erol İlhan

TEŞEKKÜR

Tez danışmanım Doç. Dr. Erol İLHAN'a özgür bir çalışma ortamı sağladığı ve hep nazik olduğu için teşekkür ederim.

Bana her koşulda destek oldukları için aileme; annem Fehime KABAKCI'ya, babam Murat Andan KABAKCI'ya, abim Umut KABAKCI'ya teşekkür ederim.

Tezi biçim kuralları bakımından kontrol eden Arř. Gör. Okan KARAKOCA'ya teşekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMA	ix
1. GİRİŞ	1
2. SİYASET İLE SPOR İLİŞKİSİ	5
2.1. Siyaset Kavramı	5
2.2. Spor Kavramı	6
2.3. Kesin İnançlı Kavramı	8
2.4. Seyirci, Taraftar, Holigan Kavramları	10
2.5. Siyaset ve Futbol İlişkisi	13
2.5.1. Siyaset ve Futbolun Benzerlikleri	14
2.5.2. Siyasi İktidarların Futbolu Öne Çıkartma Nedenleri	15
2.6. MKE Ankaragücü Spor Kulübü Tarihi ve Taraftarlığı	17
2.6.1. 12 Eylül'ün Ankaragücü'ne Etkisi	19
2.7. Türkiye'de Futbol Taraftarlığı	20
3. ORTAK MOTİVASYONLAR	21
3.1. Motivasyon Kavramı	21
3.2. Aidiyet İhtiyacı Motivasyonu	22
3.3. Biz Motivasyonu	25
3.4. Lider Motivasyonu	26
3.4.1. Taraftar Toplamak İsteyen Liderin Yapması Gerekenler	27
3.5. Özgürlükten Korkmak Motivasyonu	29
3.6. Farklılıktan Utanmak Motivasyonu	30
3.7. Birlikte Hareket Etmenin Keyfine Varmak Motivasyonu	31
3.8. Oyunun Baştan Çıkarıcılığı Motivasyonu	32
3.8.1. Gösteri Toplumu	33
3.8.2. Futbolun Kutsallaştırılması	35
3.8.3. Kimler Baştan Çıkarılmaya Yatkındır?	36
3.9. Grup Üyelerini Bir Arada Tutan Faktörler Nelerdir?	38
4. RETORİK KAVRAMI	41

4.1. Aristoteles'in Retorik Anlayışı	43
4.2. Cicero'nun Retorik Anlayışı	51
4.3. Platon'un Retorik Anlayışı	52
5. YÖNTEM	55
6. MKE ANKARAGÜCÜ SPOR KULÜBÜ TEZAHÜRAT VE SLOGANLARININ RETORİK ÇÖZÜMLEMESİ.....	59
6.1. Aidiyet İhtiyacı Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar.....	80
6.2. Biz Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar.....	83
6.3. Lider Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar.....	86
6.4. Özgürlükten Korkmak Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar.....	86
6.5. Farklılıktan Utanmak Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar.....	87
6.6. Birlikte Hareket Etmenin Keyfine Varmak Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar	88
6.7. Oyunun Baştan Çıkarıcılığı Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar ..	88
7. TARTIŞMA.....	91
8. SONUÇ	95
KAYNAKLAR	97
ÖZGEÇMİŞ	99

KISALTMA

Bu çalışmada kullanılmış kısaltma, açıklaması ile aşağıda sunulmuştur.

Kısaltma

Açıklama

MKE

Makina ve Kimya Endüstrisi Kurumu



1. GİRİŞ

Bu çalışmanın konusunu siyaset ve spor ilişkisi bağlamında “kesin inançlı” (partizan) ile holigan kıyaslaması ve retorik oluşturmaktadır. Çalışmaya holiganları da “kesin inançlıları” da harekete geçiren motivasyonlar aynı ya da benzerdir varsayımı ile başlanmıştır. Çalışmada; siyaset ve spor (futbol) alanlarının birbirleri ile olan ilişki ve benzerlikleri iletişim bağlamında değerlendirilerek “kesin inançlıları” (partizanları) harekete geçiren motivasyonların holiganlar için de geçerliliğini sınamak amaçlanmıştır.

Bu çalışmanın önemi, literatür taraması neticesinde “kesin inançlıların” motivasyonlarının ortaya konması ve belirlenen motivasyonlar üzerinden “kesin inançlı” ve holigan kıyaslaması yapılmasından yani konusunun özgün olmasından kaynaklanmaktadır. Çalışmanın konusunun özgün olduğu düşünülmektedir.

Çalışmada “kesin inançlı” için belirlenen motivasyonların holigan için de geçerliliği sınanmıştır. Bu sınama Ankaragücü tezahürat ve sloganlarının retorik çözümlemesi yoluyla yapılmıştır. Akademide retorik çalışmalar dilbilim, felsefe ve iletişim alanlarında görülmektedir. Bu üç alanın retoriğe yaklaşımı farklılıklar göstermektedir. Bu çalışmada retoriğe ağırlıklı olarak iletişim penceresinden bakılmıştır. İletişim alanında retorik çalışmaları çoğunlukla “lider retoriği” ile ilgilidir. Bu çalışmada ise retorik çözümleme Ankaragücü tezahürat ve sloganlarına uygulanarak bir taraftar retoriği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Literatür taraması neticesinde belirlenen kaynaklar referans alınarak “kesin inançlıyı” ve holiganı harekete geçiren temel motivasyonlar belirlenmeye çalışılmıştır. Bu motivasyonlar üzerinden (Aidiyet İhtiyacı, Biz, Lider, Özgürlükten Korkmak, Farklılıktan Utanmak, Birlikte Hareket Etmenin Keyfine Varmak, Oyunun Baştan Çıkarıcılığı) “kesin inançlı” ve holigan kıyaslaması yapılmıştır. Ortaya konan motivasyonların holiganlar için de geçerliliğini sınamak için Ankaragücü tezahürat ve sloganlarına retorik çözümleme uygulanmıştır.

Materyal olarak tezahürat ve sloganların seçilmiş olmasının nedeni ise 100 yaşını aşmış olan Ankaragücü camiasının dününe ve bugününe dair izler taşıyacağı düşüncesinden ve kolektif bir ruhun ürünü olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Taraftar motivasyonunu ve retoriğini tezahürat ve sloganlar üzerinden analiz etmenin yerinde olacağı düşünülmüştür. Bu amaçla Duygu Hatipoğlu ve M. Berkay Aydın’ın “Bastır Ankaragücü: kent, kimlik,

endüstriyel futbol ve taraftarlık” kitabından ulaşılan tezahürat ve sloganların retorik çözümlemesi yapılmıştır.¹

Retorik çözümleme aşamasında Aristoteles’in retoriğe dair düşünce ve kavramlarından yararlanılmıştır. Retorik üzerine yapılan tüm çalışmalar Aristoteles’e çıkmaktadır. Bugün retoriğe dair yeni çalışmalar yapılsa da bu çalışmalarda da Aristoteles’in düşünce ve kavramlarına değinildiği görülmektedir. Günümüzde yapılan “eleştirel retorik analizi” çalışmalarında da klasik retorik yani Aristoteles retoriğinin kavram setinin kullanıldığı görülmektedir. Aristoteles’in retoriğe dair düşünce ve kavramları bugün için de geçerliliğini korumaktadır. Materyalin çözümleme aşamasında temel referans Aristoteles olmuştur. Bu nedenlerden dolayı tezin içeriğine yakın zaman retorik çalışmaları dahil edilmemiştir.

Tezin kuramsal temelleri, “kesin inançlının” özelliklerini ve motivasyonlarını belirlemek için okunan ve retoriğe dair incelenen kaynaklar ile atılmıştır. Bu kaynakların başında Eric Hoffer’ın “Kesin İnançlılar” ve Aristoteles’in “Retorik” çalışmaları gelmektedir. “Kesin İnançlılar” kitabı motivasyonların belirlenmesinde, “Retorik” kitabı ise seçilen materyalin çözümlenmesi aşamasında temel kaynaklardır.

Tezde, çalışmanın konusuna dair temel kavramların tanımı verildikten sonra siyaset-spor ilişkisi ve motivasyonlar ele alınmıştır. Bu bölümde MKE Ankaragücü Spor Kulübü tarihine detaylı olmasa da yer verilmiştir. Daha sonra ise retorik kavramı ele alınmıştır. Bu bölümde retoriğe dair genel bilgilerden sonra Platon, Aristoteles ve Cicero’nun görüşlerine yer verilmiştir. Ancak, bu isimlerin görüşlerine kronolojik olarak değil, önem sırası yapılarak yer verilmiştir². Önce Aristoteles sonra Cicero daha sonra ise Platon’un retoriğe dair görüşleri anlatılmıştır. Daha sonra ise retorik bir yöntem olarak anlatılmıştır. Retoriğin anlatıldığı bölümden sonra ise materyale retorik çözümleme Aristoteles’in düşünce ve kavramları referans alınarak uygulanmıştır. Ayrıca retorik çözümlemede slogan ve tezahüratlarda taraftarların kendilerine ve rakiplerine ne vaat ettiğine de bakılmıştır. Retorikte amaç ikna etmektir. Bu nedenle retorikte, verilmek istenen mesajla örtüşen vaatler aktarılır. Bu yolla dinleyiciler ikna edilmeye çalışılır. Taraftarların slogan ve tezahüratlarında da hem kendilerine hem de dışarıya verilmek istenen bir mesaj vardır.

¹ Toplamda yüz tane tezahürat ve slogan retorik çözümlemeye tabi tutulmuştur. Tezahürat ve sloganlar çözümlenirken kronolojik sıralama yapılmamıştır.

² Tezin baktığı, durduğu yerden dolayı önem sıralaması yapılırken görüşleri olumlu olandan, olmayana doğru bir sıralama tercih edilmiştir. Retoriğe dair Aristoteles ve Cicero’nun görüşleri olumlu, Platon’un ise olumsuzdur.

Çalışma sırasında zaman zaman holigan zaman zaman ise taraftar sözcüklerinin tercih edilmesinin nedeni bazı durumlar için holigan sözcüğünün kullanılmasının abartılı olacağı düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Popüler olduğu için bir spor dalı olan futbol yer yer spor sözcüğüne tercih edilmiştir. Ayrıca “kesin inançlı” ve partizan sözcükleri aynı anlamda kullanılmıştır.



2. SİYASET İLE SPOR İLİŞKİSİ

2.1. Siyaset Kavramı

Siyaset kelimesi Arapça kökenli olup at terbiyesi ve biniciliği anlamlarına gelmektedir. Buna karşılık Batı'dan alınan politika kelimesi ise Yunanca kökenlidir. Politika, polis denilen şehir devletlerine dair işler anlamına gelmektedir. Buradan hareketle politika, devlete dair işler yani devlet yönetimi olarak tanımlanmaktadır. Ancak politikayı sadece devlet kavramı üzerinden tanımlamak, kavramın kapsamını daraltarak doğru bir şekilde ortaya konmasına mâni olmaktadır. Çünkü politikayı sadece devlet kavramı üzerinden tanımlamak, devletler ortaya çıkmadan önce politikanın olmadığı neticesine ulaştırır. Ancak bu doğru bir çıkarım değildir (Kışlalı, 2010:17-18).

İki insan birbirlerini fark ettiklerinde yani iletişime geçtiklerinde orada politikadan söz etmek mümkündür. Her ne kadar simetrik iletişimin mümkün olduğu söylene de iletişim sürecinde iktidar mücadelesi verilir. İktidar kavramı da otoriteyi içerir. Otoritenin olduğu yerde ise üstün olan bir taraf mevcuttur. İletişim sürecinde iktidar, bu iki insan arasında zaman zaman yer değiştirebileceği gibi hep aynı kişide de bulunabilir. Bu nedenlerle politika kavramı tanımlanırken iktidar ve iletişim kavramları da dışarda bırakılmamalıdır.

Politika ve iletişim alanlarının birbirleri ile temas ettikleri yerde siyasal iletişim ortaya çıkar. Siyasal iletişimde diyalog grubuna ulaştırılmak istenen mesaj politik içeriklidir. Dolayısıyla; seçim kampanyaları, siyasi parti ve liderler, kamuoyu yoklamaları ve seçmen tutumunu ölçmeye yönelik tüm araştırmalar siyasal iletişimin kapsamına girmektedirler³. Retorik de siyasal söylev olarak tanımlandığı için doğrudan siyasal iletişim alanına dair bir kavram ve uygulama alanıdır.

Siyaset kavramının, kapsamının genişliği dolayısıyla farklı tanımları yapılmaktadır. Buna rağmen siyasetin ne olduğu ya da ne olmadığı tartışmasında bakılabilecek çok sayıda referans bulunmaktadır. Bu referansların başında da Siyaset Biliminin kurucusu olarak görülen Aristoteles gelmektedir. "Aristo, iki bin yılı çok aşan bir zaman önce, politika başlığını taşıyan ünlü eserinde, ilk defa olarak bilimlerin sınıflandırmasını yaparken politikayı-insan faaliyetlerinin en kapsamlısı olması bakımından-bilgi hiyerarşisinin en üst kademesinde tutuyor ve onu pratik alanda 'üstün bilim' olarak nitelendiriyordu" (Kapani,

³ Siyasal iletişime dair detaylı bir okuma için bakınız: Tokgöz, 2014.

2011:23). Bugün için politika kavramının neyi kapsadığına da bakmak gerekmektedir. “Bu kavram politik irade oluşturmayı, karar almayı, alınan kararları uygulamayı ve meşruiyet yaratma çabasını kapsamaktadır” (Keskin, 2014:238).

2.2. Spor Kavramı

“OF. desport, ME. disport sözcüklerinden türetilen ‘spor’ kavramı, en kestirme sözcük tanımıyla ‘oyun, oyalanma, eğlenme ve işten uzaklaşma’ anlamına gelir” (Fişek, 1985:5). Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi spor, oyun ve eğlenme ile ilişkilendirilerek, günlük uğraş ve mecburiyetlerden uzaklaşmak, ara vermek ve bir bakıma sorumluluklardan kaçmak olarak görülmektedir. Kavramın tarihsel kökenine bakıldığında sporun yetenek yarıştırmaya oyunları ile ortaya çıktığı söylenebilir. Ancak bugün için sporun geldiği nokta dikkate alındığında sporu sadece; eğlence, oyun ve boş zaman aktiviteleri ile tanımlamak pek mümkün değildir. Bugün için spor kurumsallaşmıştır. Sporun arkasında büyük bir ekonomi vardır. Spor, artık sporcular için bir boş zaman etkinliği değil, aksine işin tam da kendisidir (Fişek, 1985:5-6).

Spor bir boş zaman aktivitesiyken işin tam kendisi olmuştur. Peki bu durum sporun doğasına aykırı mıdır? Bu soruya iki ayrı yanıt verilebilir. Bunlardan ilki, spora olan kitlesel ilgiden dolayı sporun kurumsallaşmasıdır. Spor, kurumsallaştığında sporcunun maddi olarak desteklenmesi yani profesyonel olması da kaçınılmaz olmuştur. Kitlesel ilginin canlı tutulması için süreklilik gerekmektedir. Bu hem sporun hem de sporcunun sürekli olarak desteklenmesi ile mümkündür. İkinci yanıt ise, sporun yarışmaya dayalı olmasıdır. Yarışmada amaç kazanmaktır. Sporcu kazanabilmek için çalışmak durumundadır. Bu mecburiyet de beraberinde uzmanlaşmayı getirir (Fişek, 1980:44-45).

Sporun, boş zaman aktivitesi ya da bir iş olarak görülmesi ayrımı ciddiye sorununu ortaya çıkarabilir. Hangi açıdan spora yaklaşıldığı eğlencenin düzeyini belirleyebilir. Sporun fazla ciddiye alınması eğlenceli yönünü azaltabilir. Spor, yeteri kadar ciddiye alınmadığında ise bu durum yarışan kişinin performansına ve onu izleyenlerin destek olma motivasyonuna olumsuz yansiyabilir.

Oyunun, ciddiye alınması ya da alınmaması meselesi sadece gerçekleştirilen faaliyetin bir boş zaman aktivitesi olarak ya da profesyonel bir iş olarak görülmesi ile ilgili değildir. Bununla birlikte oyuna katılanları ya da seyredip taraf olanları teşvik eden diğer etkenlere ve ilgi düzeylerine de bağlıdır. Ancak bu durum oyunun bir eksikliği değildir. Katılanların faaliyeti bir oyun olarak değil, karşılaşma olarak görmesi ile ilgilidir (Goffman, 2018:76).

Spor, özellikle de ilk tanımlarında oyun ile ilişkilendirildiği hatta aynı anlamda kullanıldığı için Erving Goffman'ın oyuna ve karşılaşmalara dair bu görüşlerinden spor kavramı tanımlanırken de yararlanılabilir.

Johan Huizinga, "Homo Ludens" isimli kitabında insana ve kültüre dair çıkarımlarda bulunurken oyun kavramını temel almaktadır. Oyunun, insanı içine çeken ve kendisinin bir parçası haline getiren özelliğini ön plana çıkarmaktadır (Huizinga, 2015). Spor kavramının bugün için birçok tanımı yapılsa da oyun ile ilişkilendirilmektedir. Ancak, tabii ki sporu sadece oyun kavramı ile ilişkilendirerek tanımlamanın ötesinde bugün için farklı bakış açılarına ve tanımlamalara da bakmak ve yer vermek isabetli olacaktır. Spor, insan tarafından inşa edilmiş bir olgudur. Bu inşa süreci de bitmiş değildir.

Spor kavramından bahsederken oyuna katılanlar açısından da sporun ne ifade ettiğinin üzerinde durmak yararlı olabilir. "Oyunların oyunculara daha geniş bir toplumsal dünyada kıymetli olan el ustalığı, kuvvet, bilgi, zekâ, cesaret ve otokontrol gibi nitelikleri sergileme fırsatı sunması ise bir başka olasılıktır" (Goffman, 2018:74). Spor, sporcular için kendilerini gerçekleştirme ve takdir toplama imkanını sağlamaktadır. Sporcular sadece profesyonel oldukları için değil, yeteneklerini sergileyerek başarılarını göstermek için de mücadele etmektedirler.

Spor kavramına, tarihsel gelişimi sürecinde farklı mana ve işlevler yüklenmiştir. Bunlar genel olarak şöyle sıralanabilir: İnsan doğasına olumsuz özellikler yükleyen bir bakış açısına göre insan saldırgandır. İnsan doğasından kaynaklanan bu saldırganlık içgüdüleri veya ihtiyacı spor aracılığıyla çevreye zarar vermeden giderilebilir. Bazıları için spor, bunun tam tersi olarak barışın, kardeşliğin ve dayanışmanın şekil bulmuş halidir. Birileri sporu bedenini sağlıklı hale getirilmesi olarak tanımlarken birileri savaşa hazırlık, savaşa idman yani asker yetiştirme bir yolu olarak görmüşlerdir. Kavramın tarihinde spora bakış bu yaklaşımlarla kimi zaman örtüşse de kimi zaman da örtüşmemektedir. Bu yaklaşımların ve tanımların her biri tek başlarına noksanıdır (Fişek, 1985:6-7). Bunlara ek olarak sporun önemli bir diğer işlevi de insan bedeninin yetenek ve sınırlarını göstermesidir.

"Kısaca spor; farklı bakış açılarına rağmen önemi yadsınamayan, çağımızın en önemli fenomeni olarak yerini alırken, onlarca branşı, milyonlarca sporcusu, milyarlarca seyircisi, tesisleri, ekonomisi, endüstrisi, yöntemi ile günümüzün en etkili toplumsal kurumlarından biri olarak gözükmektedir" (İlhan, 2018:415).

Spor ülkemizde birçok insanın ortak noktasıdır. Birçok insan spor alanına dair fikir sahibidir. Sporun bu hâkim konumunda spor medyasının payı büyüktür. Ancak, ülkemizde spor medyasına getirilen eleştiriler de vardır. Bu eleştirilerden bazıları; futbol ön plana çıkartılırken, diğer branşların ikinci plana itilmesi, şiddet dilinin ağır basması ve basın etiğine dair etik ihlaller olarak sıralanabilir.

İçinde bulunduğumuz dönemde spor medyası üç büyük kulübü merkeze almaktadır. Bu durum spor medyasına dair bir sorundur. Spor basınının ilgi alanlarını çeşitlendirmesi gerekmektedir. Böylece spor basını da kısır ve yüzeysel içerikten kurtulabilir. “Spor medyasında mesleğinde uzmanlaşmış, gazetecilik eğitimi almış kişilerin istihdamına özen gösterilmesi, etik kodların istisnasız uygulanması, öz denetim kurumlarının güçlenmesi, iş güvencesinin artması gerekmektedir” (İlhan, 2018:416).

“Spor medyasının görevi başarısız/ teknik direktör/ hakem/ yöneticiyi alandan uzaklaştırmak, bazıları da göklere çıkarmak değil, okuyucu/ izleyici/ takipçileri spordaki gelişmelerden haberdar etmek ve yapıcı eleştirilerle bu alandaki eksikliklerin giderilmesine katkıda bulunmak olmalıdır” (İlhan, 2018:416). Günümüzde spor kavramı tanımlanırken ve değerlendirilirken medya dışarda bırakılmayacağı için spor medyasının nasıl davrandığı ve nasıl görüldüğü de önemlidir. Spor medyası etik kuralları içerisinde davranır ve bu eleştirilere dikkat ederse bu durum sporun insanlar tarafından olumlu algılanmasına da yardımcı olabilir.

Spor kurumu tanımlanırken geçmişten bugüne kavrama yüklenen mana ve işlevlere ve kavramın tüm paydaşlarına değinmek gerekir. Şüphesiz tüm yönleri ile sporu tanımlamak pek mümkün değildir.

Sosyal bilimlerdeki tanım ortaya koyma güçlüğü siyaset kavramında olduğu gibi spor kavramı için de geçerlidir. Ancak bu bir sorun olarak görülmemelidir. Çünkü bu durum kavramların tarihsel köklerinin çok derinlerde olması ve kapsadıkları alan bakımından zengin olmalarıyla ilgilidir.

2.3. Kesin İnançlı Kavramı

“Kesin inançlı” olmak “mutlak bir gerçeğe sahip olmak, sonsuza dek her şeyi bilmek demektir” (Hoffer, 2011:93). “Kesin inançlı” için belirsizlik söz konusu bile değildir. “Kesin inançlı” kafasında hiçbir durumda şaşmaz, yanılmaz bir formül taşır. “Kesin inançlının” bu

formülü bütün sorulara yanıt verecek güçtedir. Bu nedenle “kesin inançlı”, inandığı formüle taparcasına sahip çıkar. Çünkü o formül sayesinde mutlaka galip gelen tarafta olacaktır.

Partizan, kendi ideolojisinden ve partisinden başkasına hak tanımaz. Eric Hoffer’ın, “kesin inançlı” tanımı genellikle Siyaset Biliminde kullanılmaktadır. “Kesin inançlı” ve partizan kelimeleri tam manasıyla birbirini karşılamasa da zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılabilir.

Aidiyete her koşulda verilen şartsız destek ve en nihayetinde “biz” olarak görülen grubun galip geleceğine duyulan mutlak inanç tam bir partizan tavrıdır. Partizan her zaman kendisini haklı görür. Partizan için kötülüklerin kaynağı diğerleri yani “öteki” olarak gördüğü ve tanımladığıdır. “Biz” tehlikede olduğunda partizan şiddete başvurabilir. Partizan için önemli olan; partisini, liderini, ideolojisini savunmaktır. Tüm bunlar her şeyin üstünde tutulur. Partizan inandığı partisi, lideri ve ideolojisi için canından bile vazgeçebilir. Çünkü kalıcı olarak gördüğü aidiyeti önemlidir. Bu aidiyet ile “ötekini” yenecektir. En nihayetinde utku elde edildiğinde partizanın haklılığı da görülecektir. Partizan bu duygu ve motivasyonla eylemde bulunur. Bu duygu ve motivasyonun gücü arttıkça partizanca bir bağlılık ve tavır da daha şiddetli bir hal alacaktır (Hoffer, 2011).

Kitle hareketlerinde önemli olan sorgulamak değil, itaat etmektir. “Kesin inançlının” belirgin özelliklerinden biri sorgulamamasıdır. “Kesin inançlı” kendisini mutlak bir şekilde inancı için feda eder. Kitle hareketlerinde önemli olan “kesin inançlının” itaat etmesidir. Neden sormamak “kesin inançlı” için cesaret göstergesidir. “Kesin inançlı” neden sormadan inancı için canından vazgeçmeye hazırdır. “Kesin inançlı” ideolojisine körü körüne bağlıdır. Önemli olan tek şey ideoloji olarak kabul edilir. “Kesin inançlı” her koşulda ideolojisi için mücadele eder (Hoffer, 2011:132-133).

“Kesin inançlının” belirgin özellikleri şöyle sıralanabilir (Hoffer, 2011),

1. “Kesin inançlı”, kafasında şaşmaz, mutlak bir formül taşır. O formül en nihayetinde başarıyı getirecek inancı vardır.
2. “Kesin inançlı”, soru sormaz, inancı uğruna itaat eder.
3. “Kesin inançlı”, inancı uğruna canından bile vazgeçebilir.
4. “Kesin inançlı”, “Öteki” olarak gördüğünü tüm kötülüklerden sorumlu tutar ve hiçbir hak tanımaz.

5. “Kesin inançlı”, sloganlarla düşünür ve hareket eder.
6. “Kesin inançlı”, liderine bağlıdır.
7. “Kesin inançlı”, kitle hareketi için kutsal kabul edilen her şeyi (lider, bayrak, marş, logo) önemser.
8. “Kesin inançlı”, kitle hareketinin diğer üyelerini “kardeşi” olarak kabul eder ve farklılıklarından utanır.
9. “Kesin inançlı”, kitle hareketinin diğer üyeleri ile yaşama ve hareket etme arzusu içindedir.
10. “Kesin inançlılar” aynı tip insanlardır. Hayal kırıklığına uğramış, başarısız olmuş, kendisini yalnız hisseden, özgüveni az olan, dış koşullardan memnun olmayan ve değişiklik arzusu duyan insanlardır.
11. “Kesin inançlılar”, aidiyetleri üzerinden beğenmedikleri, yetersiz gördükleri kendilerinden kurtulmaya ve başka bir insan olmaya çalışırlar.
12. “Kesin inançlıların”, belirgin bir diğer özelliği ise aşırılığdır. Kitle hareketleri birbirinin yerini tutabilir. Bu nedenle “kesin inançlı”, bir kitle hareketinden başka bir kitle hareketine geçebilir ve aynı aşırılığı gösterebilir.
13. “Kesin inançlı”, söz ustalarının (şairler, politik söylevciler) etkisi altındadır. Marşlar ve sloganlarla motive olur.

2.4. Seyirci, Taraftar, Holigan Kavramları

Bir futbol takımını takip eden ve destekleyen kişilerin hepsini bir tutmak mümkün değildir. Seyirci, taraftar ve holigan ayrımının ortaya konması yerinde olacaktır. 1980’ler İngiltere’inde tribünlerde aşırılıklarıyla dikkat çekenleri tanımlamak için holigan denilmiştir. Holigan kelimesi İngiltere’deki futbol aşırılığını işaret etmektedir. Dolayısıyla kelimenin ana vatanı İngiltere’dir. Daha sonra holigan kelimesi dünyanın her yerinde aşırıya kaçan ve şiddete yönelen futbol destekçilerini tarif etmek için kullanılmıştır. Holiganlık, futbol terörü olarak da görülmektedir. Buna karşılık futbol taraftarlığında ise neticeyi kabul eden ve şiddete başvurmeyen bir duruş vardır. Seyirci ise bir takıma gönül vermekten çok

maçı seyrederek keyifli zaman geçirmeyi amaçlar. Tabi bu ayrımları net bir şekilde ortaya koymak zordur. Özellikle holiganlık ve taraftarlık arasında hızlı geçişler olabilmektedir. Bugün için holigan aşırılık gösteren, futbolu bir hesaplaşma ve şiddet zemini olarak gören kişidir. Holigan, kendisinden olmayanları düşmanı olarak kabul eder (Dikici, 2015:56-57).

Spor alanındaki holiganlık ile siyasetteki partizanlık benzerlikler gösterir. Her iki alandaki radikaller aidiyetleri uğruna şiddete başvurabilir. Bu aşırılık içerisinde kişi canını bile tehlikeye atabilir. İnançları, partileri, kulüpleri, liderleri her şeyin üzerinde gördükleri için taparcasına savunurlar. Aidiyeti üzerinden hayatındaki boşlukları dolduran insanların bu boşlukları ne kadar büyükse aidiyete olan abartılı bağlılıkları ve destekleri de o kadar büyük olur. Holigan da partizan da anlamsız gördüğü hayatını aidiyeti, inancı üzerinden anlamlı kılar. Holigan için abartılı tavırlar ve şiddet bir var olma çabasıdır. Holigan, şiddet ile etrafına var olduğunu göstermek ister. Var olmaya çalışan insan görülmedikçe ve başkaları tarafından aşağılandıkça bunu kendisine karşı bir haksızlık olarak görür. Holiganlar için haksızlığın nedeni diğerleri ve koşullardır. Bu nedenle holigan öfkeyle dış koşullara ve diğerlerine saldırarak zarar vermeye çalışır. Holigan için şiddet, var olma çabasıdır.

Futbol zamanla değıştikçe taraftara yüklenen anlam da değışmiştir. Futbolun nasıl görüldüğüne ve tanımlandığına bağlı bir taraftarlık algısı vardır. Dolayısıyla futbol değıştikçe taraftarlık da kaçınılmaz olarak değışmiş ve başka bir hal almıştır. Bunu daha iyi kavrayabilmek için futbolun ortaya çıkışına ve kısaca tarihçesine dair bilgi vermenin yerinde olacağı düşünülmektedir.

Futbolun en ilkel halinin Çin’de oynanmaya başlandığı görüşü vardır. Çinlilerin oynadığı bu oyun biçimsel olarak futbolun bugünkü haline oldukça benzemektedir. Bu oyunun Çin’de ve komşularında oynandığı bilinmektedir. Bu bakımdan futbolun ortaya çıktığı ülke olarak Çin’i söylemek yanlış olmayacaktır. Bu oyun daha çok çocuk eğlencesi olarak kalmıştır. Modern futbol ise İngiltere’de ortaya çıkmıştır. Bugünkü anlamda bilinen futbolun vatani İngiltere’dir. İngiltere’de gerçekleşen Sanayi Devriminden itibaren Avrupa’nın şekillenmesinde sporun da etkili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Futbol, Avrupa tarihinde siyaset ve ekonomi alanları ile hep etkileşim halinde olmuştur. Bir alandaki değışim, yenilik diğer alanı da etkilemiştir. Bunlarla birlikte futbolu etkileyen bir diğer unsur da din olmuştur. Bu durum dünyanın her yeri için geçerlidir. Toplumların dini inançları futbola bakışı şekillendirmektedir (Hatipoğlu ve Aydın, 2007:103-104).

Futbolun doğuşundan ve teknik özelliklerinden çok insanlar için bir gösteri halini almış olması çalışmanın konusu bakımından daha çok üzerinde durulması gereken bir mesele olarak görülmektedir. Çünkü futbolun gösteri halini alması kitlelerin bu alana çekilmesi ve yönlendirilmesi bakımından önemlidir. Gösterinin cazibesi insanları çekmek için her zaman kullanılabilir.

Futbolun dönüşümünün temelindeki etken ekonomidir. Futbol endüstrileştikçe profesyonelleşmiş ve ticari bir faaliyet haline gelmiştir. Zamanla gösteri ve profesyonellik futbolun iki önemli özelliği haline gelmiştir. Futbolda gösteri ön plana çıkartılarak insanların ilgisi ve talebi elde edilmektedir. Taleple birlikte futbol ticarileşmektedir. Ticarileşen futbol da artık bir oyun ya da eğlence olarak görülemez ve bırakılamazdır. Uzmanlaşma arttıkça profesyoneller bu alana dahil olmaya başlamışlardır. Bugünkü anlamda futbolun gelişimi ile gösteri haline gelmesi ve profesyonelleşmesi birlikte olmuştur (Hatipoğlu ve Aydın, 2007:110-111).

Bugün için futbol büyük bir ekonomik alandır. Endüstrileşen futbolda taraftarlar da “müşteriye” dönüşmektedir. İnsanlara sunulan bu gösterinin karşılığı olarak para talep edilmektedir. Bu nedenle futbol kar elde etmek için kullanılan bir alan haline almıştır. Futbolun ekonomiye bu kadar bağımlı olması sponsorları bu alanda güçlendirmiştir. Sponsorların belirleyici olduğu bir spor faaliyeti olan futbolun ticari kaygılarla mümkün olduğunca geniş kitlelere pazarlanması gerekmektedir. Burada da gösteriden bir pazarlama stratejisi olarak yararlanılmaktadır. Bu gösterinin kitlelere sunulabilmesi için farklı araçlar vardır. Bugün için bu araçlardan en etkili olanı medyadır. Medya aracılığıyla “müşteriler” çekilmekte ve bir ürün olarak görülen futbol ve futbolcu yine bu araç üzerinden “müşterilere” sunulmaktadır. Medya futbol için çok önemli bir hal aldığından futbol bu alanın kurallarına tabi olmaya başlamıştır. Futbolun bir gösteri halini alması kaçınılmaz olmuştur.

Futbolun bu dönüşümü beraberinde birtakım sorunları ve gerginlikleri de getirmiştir. Bu gerilimlerin başında da taraftarlara “müşteri” muamelesi yapılmasıdır. Futbolun en önemli unsurunun seyirci olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Futbolun değişimi bu sporu takip edenleri de değişime zorlamaktadır. Futbolda gösterinin ön planda tutulması bu sporu hızlı bir şekilde tüketilen bir ürün haline getirmiştir. Bu hızlı tüketme bağıllıkla çelişkili bir durumdur. Ticarileşen futbol için taraftarlıktan çok seyirci olma önemlidir. Çünkü seyirci sürekli şovu talep eden “müşteri” olarak görülmektedir. Burada da taraftarların seyirci olarak dönüştürülmeye çalışılması bir gerilim olarak ortaya çıkmaktadır. Taraftarda bağıllık

varken, seyirci tüketir ve yenisini talep eder. Bu bakımdan futbolun geldiği noktada sponsorlar için makbul olan taraftar değil, seyircidir (Hatipoğlu ve Aydın, 2007:145-146).

Koşullar insanları bağlanmamaya zorlamaktadır. Bu koşullara uyum sağlamış gibi görünen insan yine de bağlılık ve aidiyet talep etmektedir. Bu insan doğası gereği kaçınılmaz bir ihtiyaçtır. Futbolda taraftarlıktan seyirciliğe yani müşteriliğe doğru bir geçiş olsa da taraftarların bu geçişe ve dönüşüme bilinçli ya da bilinçsiz direndiklerini söylemek yanlış olmayacaktır. Futbolun bu kadar ticarileşmesi birçok kişi tarafından eleştirilmektedir. Bu durum gerçekten de futbolun özüne yani ruhuna zarar vermektedir. Futbol borsanın bir unsuru olmuş durumdadır. Medya ve sponsorların egemen konumu futbol için bir başka sorun olarak görülebilir. Tüm bunlar futbolun ruhu ile örtüşmese de büyümesinde başat faktörler olmuşlardır. Bugünün koşullarında futbolun ticari bir alan olarak görülmemesi pek mümkün değildir. Bu bakımdan taraftarlık direncini romantizm olarak adlandırabiliriz. Yine de bu romantizmin peşinden gidilebilir. Taraftarların “müşteri” haline getirildiği futbolda her sene takım formaları değiştirilmektedir. Her sene forma satmak amacıyla yapılan bu ticari faaliyet futbolun ruhu ile örtüşmemektedir. Taraftarlıkta önemli olan harcanan para değil, verilen manevi destek ve mücadeledir. Her sene bir önceki senenin forması “eski” olarak görülmekte ve insanlar yenisini almaya kendilerini mecbur hissetmektedir. Oysa taraftar için takımının forması tüketilip atılacak bir eşya değildir. Taraftara göre alınan forma yıllarca giyilmeli ve o forma üzerinde anılar biriktirilmelidir. Endüstrileşen futbolda taraftarlık romantizmi ve direnci galip gelemeyecek olsa da zaman zaman futbolun ruhuna sahip çıkması ve denge kurmaya çalışması bakımından önemlidir.

2.5. Siyaset ve Futbol İlişkisi

“Futbol, asla sadece futbol değildir.” Simon Kuper

Futbol, tarihi boyunca insanoğlunun bütün iç güdülerini yansıtan bir olgu olmuştur. Rekabet, kazanma arzusu, acı, üzüntü, umut, mucize arayışı gibi içgüdüler futbol içerisinde hep olmuştur (Dikici, 2015:3). Bu nedenle futbol, basit bir spor dalı olarak görülemez. Futbolu anlamak insanı anlamaya da yardımcı olacaktır.

Futbolu siyasetten, siyaseti futboldan ayırmak pek mümkün değildir. Bu iki farklı alan birbirlerini etkilemekte ve zaman zaman da iç içe geçmektedir. Antonio de Oliveire Salazar’a 1933 senesinden 1974 senesine kadar ülkeyi nasıl idare ettiği sorulduğunda “3 F” yanıtını vermiştir. Bu “3 F”; Fado, Fatima ve futboldur. Bunca sene Portekiz’i idare eden bir

politikacının sırrını “3 F” olarak açıklaması dikkat çekicidir. Fado Portekiz’e özgü bir müzik türüdür. Fado, hüznü bir müzik türüdür. Bu anlamda bizdeki Arabesk müzik gibi görülebilir. Fatima, daha çok din ve maneviyat ile ilgilidir. Ancak bu ikinci F daha sonra fiesta olarak kabul görmüştür. Yerini eğlenceye bırakmıştır (Dikici, 2015:219). Buradan da anlaşıldığı gibi futbol sadece futbol olarak görülemez. Taşdığı anlam ve işlevler dikkate alınarak futbol, çok daha derin bir analizi hak etmektedir.

Zaman zaman futbol siyasetin etkisi altında kalmıştır. Bu iki alan birbirleri ile etkileşim halindedir. Bir alandaki gerginlik ya da sakinlik diğer alana da yansımaktadır. İdeolojiler kulüplerin ve özellikle de taraftar gruplarının hayata karşı duruşlarına yön vermektedir. Bu nedenle politikacılar zaman zaman futbolun baştan çıkarıcılığını kullanarak amaçlarına ulaşmaya çalışmaktadırlar. Futbolun baştan çıkarıcılığı sadece politik bir meseleye tepki gösterilmemesi yani kitleyi apolitik hale getirmek için kullanılmaz. Aksine futbol belirli bir politik meselede insanların tavır alması için de kullanılabilir. Tezahüratlarda ve pankartlarda futbolun dışında politik unsurların da olduğu görülmektedir.

2.5.1. Siyaset ve Futbolun Benzerlikleri

Siyaset ve futbol benzerlikler gösterir. Her iki kurum da iddialı konuşur ancak kapıları kapatmaz. Futbolda da siyasette de strateji ve pratik zekâ vardır. Siyasette de futbolda da kazanan ve kaybeden taraflar vardır. Her iki alanda da kahramanlara gözü kapalı inanılır (Dikici, 2015:253). Bu benzerliklere şunlar da dahil edilebilir:

- Her iki alanın da arkasında büyük bir ekonomi vardır.
- Her iki alan da insanların iletişim kurarak bir araya gelmesine olanak sağlar.
- Her iki alanda da rakipler vardır.
- Her iki alanda da şov vardır.
- Her iki alanda da liderler ve öncüler vardır.
- Her iki alanda da insanoğlunun temel içgüdü ve motivasyonları (umut, acı, hırs, üzüntü, mucize beklentisi, başarıma arzusu gibi) vardır.

- Bugün için her iki alan da medyatikleşmiştir⁴. Dolayısıyla her iki alan da kameralara oynayarak destek toplamayı amaçlar.
- Her iki alanda da taraftarlar ve fanatikler vardır.

2.5.2. Siyasi İktidarların Futbolu Öne Çıkartma Nedenleri

Bir spor politikası ortaya konulmadan önce şu soruların yanıtlarının verilmesinde yarar vardır:

- Belirgin bir spor politikasının olması siyasi gayeler için işlevsel midir, değil midir? (Herhangi bir alana dair politika geliştirilmemiş olması da politik bir tercih olarak kabul edilebilir)
- Spor branşlarından birinin ya da birkaçının seçilip desteklenmesi durumunda bu desteğin sınırları ne olmalı? Çoğunluğun aktif bir şekilde spor yapması ya da spor yönetimine dahil olması mı siyasi gayeler ile örtüşür yoksa az sayıda insan veya belirli gruplar spor yaparken ve spor yönetiminde söz sahibi olurken, çoğunluğun denetlenebilir taraftarlar olarak tutulması mı siyasi gayeler ile örtüşür?
- Spor politikasında bir spor dalına ağırlık verme kararı alındığında bu durum bazı çıkar gruplarının hedefleri ile çeliştiği noktalarda düşmanlık etmelerine sebep olur mu, olur ise bu düşmanlığın siyasal iktidara vereceği zarar güç kayıplarına yol açar mı?

Bu sorular çerçevesinde düşünüldüğünde siyaset kurumunun belirgin bir spor politikası oluşturması ve bazı spor dallarını diğerlerine kıyasla ön planda tutmasının ve daha çok desteklemesinin işlevselliği anlaşılacaktır. Siyaset kurumu için spor boş bırakılamayacak kadar önemli bir kurumdur. Bu nedenle siyasi amaçlar doğrultusunda spor politikaları geliştirme çabası hep olacaktır. Siyaset kurumunun, spor branşlarından futbolu desteklemeyi siyasi amaçları doğrultusunda daha işlevsel bulduğu görülmektedir.

Çoğunluğun sporcu olmasındansa taraftar olarak kalması siyasi gayelere ulaşılmasında daha doğru bir politika olarak görülmektedir. Çoğunluğun sporcu olması demek; daha az sayıda iş gücü demektir. Bu durum iş gücünün pahalalanmasına neden olacaktır ve devlet ile özel sektör arasındaki ilişkiyi olumsuz etkileyecektir. Bununla birlikte çoğunluk spor yapar veya

⁴ Medyatikleşme kavramına dair detaylı bir okuma için bakınız: Meyer, 2014.

spor yönetimine dahil olursa bu aktif durum kamuda alışkanlık halini alacaktır ve insanlar tıpkı spor alanında olduğu gibi diğer alanlarda da (siyaset ve ekonomi) söz sahibi olmak isteyeceklerdir. Bu nedenle çoğunluğun spor yapması, spor yönetiminde söz sahibi olması yerine, taraftarlar olarak kalması daha işlevsel olacaktır. Doğrudan spor yönetiminin içerisinde olmasalar da kendilerini dışlanmış olarak görmeyeceklerdir.

Taraftar gruplarını siyasi amaçlar doğrultusunda manipüle etmek de mümkündür. Futbol bunun için uygun bir spor dalıdır. Halihazırda futbolda taraftar grupları örgütlüdür. Siyasi erk için futbol taraftarlarını etkilemek, kontrol etmek zor değildir. Toplumun değerleri ya da yaratılmış olan yapay değerler taraftar grupları üzerinden zaman zaman yükseltilerek medyanın ve dolayısıyla kamunun dikkati veya tepkisi istenilen yöne çekilebilir.

Bugün için birçok yerde en çok yatırım yapılan, en çok konuşulan, en kolay sponsor bulunabilen ve en çok talep edilen spor dalı futboldur. Kitle ve medya futbolunu talep etmektedir. Futbolu bu hâkim konumundan etmeye kalkmak zor ve bir o kadar da riskli bir spor politikası olacaktır. Futbol haricinde başka bir spor branşını birinci spor branşı haline getirmek oldukça masraflı bir iş olacaktır. Üstelik harcanan paralara rağmen başarısız olma ihtimali kuvvetle muhtemeldir. Futbol haricinde başka bir spor dalını şaha kaldırabilmek için sağlam bir örgütlenme şarttır. Örgütlenme sadece kurumları kapsamayacaktır. Spor dalının gerçekleştirilebileceği ortamlar oluşturulmalıdır. Bu sporla ilgilenmek isteyenler olmalı ve bununla birlikte bu spora dair gerekli eğitim verilmelidir. Bu alt yapıyı oluşturmak maliyetli olacaktır ve epey bir zaman alacaktır. İktidarın siyasi ömrü ve siyasi gayeleri bu zamanı kaldıramayabilir.

Futbol eksikleri olmasına rağmen halihazırda birçok ülkede bu alt yapıya sahiptir. Kulüpler arasında mali uçurumlar olsa da her kulübün stadı aynı standartlarda olmasa da diğer spor dallarına kıyasla daha iyi durumdadır. Futbol dünyanın hemen hemen her bölgesinde, her şehrinde farklı iklimlere rağmen oynanabilmektedir. Futbol haricinde başka bir spor dalını destekleyip ön plana çıkarmaya çalışmak mevcut düzenden çıkar sağlayan bazı oluşumları rahatsız edecektir. Hem kitle hem de medya futbolun hâkim konumuna alışmış durumdadır. Futbol talep edilmektedir. Bu şartlar altında mevcut durumu değiştirmeye kalkmak işlemekte olan bir çarka çomak sokmak olacaktır. Bunun yerine politikacılar spor politikasını belirlerken mevcut yapının devamlılığını sağlamayı tercih etmektedirler.

2.6. MKE Ankaragücü Spor Kulübü Tarihi ve Taraftarlığı

Ankaragücü Spor Kulübü, Ankara denilince ilk akla gelen köklü kurumlardandır. Ancak buna rağmen kulübün kuruluşu Osmanlı'nın başkenti İstanbul'da olmuştur. Kulübün temeli Zeytinburnu'nda İmalat-1 Harbiye atölyesinde çalışan işçiler tarafından atılmıştır. Türkiye, İngiltere ile kıyaslandığında futbolun yerleşmesi konusunda epey geç kalmıştır. Türkiye'de İstanbul ve İzmir futbol konusunda öncü olan iki şehirdir. Ankara bu iki şehre kıyasla futbol ile daha geç tanışmıştır. Ankara'ya futbol İzmir'den sonra gelmiştir. Böyle bakıldığında MKE Ankaragücü Spor Kulübünün temellerinin İstanbul'da atılmış olması anlaşılabilir bir durumdur (Hatipoğlu ve Aydın, 2007:13-14).

İmalat-1 Harbiye okulunun öğrencileri Altınörs İdmanyurdu ve Turan Sanatkarangücü takımlarını kurmuşlardır. MKE Ankaragücü Spor Kulübünün temelini bu iki takım atmıştır. Altınörs İdmanyurdu takımı Agah Orhan, Turan Sanatkarangücü takımı ise Şükrü Abbas öncülüğünde kurulmuştur. Her iki takım da 31 Ağustos 1910 tarihinde kurulmuştur. Bu iki isimde takımların kuruluşunda öncü olmalarına rağmen yönetimde yer almayıp futbolculuğu tercih etmişlerdir. Altınörs İdman yurdu ilk maçını Turan Sanatkarangücü ile yapmışlardır. Maç 0-0 berabere devam ederken çıkan olaylar neticesinde yarıda kesilmiş ve tamamlanamamıştır. İki takım arasındaki ayrılığın aynı zamanda fikri bir ayrılık olduğunu söylemek de mümkündür. Altınörs İdmanyurdu Mustafa Kemal Paşayı, Turan Sanatkarangücü ise Enver Paşayı desteklemektedir. Ancak her iki takım da milli mücadeleden yana taraf olmuştur. Bu iki takım 1912-1913 İstanbul Cuma Liginde birleşerek katılmışlardır. Sanayi Mektebi adı altında bu ligde mücadele vermişlerdir (Hatipoğlu ve Aydın, 2007:15-16). Takımlara verilen isimlerden de anlaşıldığı gibi Ankaragücü işçilerin kurduğu ve desteklediği bir takımdır. Kulüp çeşitli isimlerde mücadele ettikten sonra Ankaragücü adını 1933 senesinde almıştır.

İmalat-1 Harbiye çalışanları tarafından kurulan ve desteklenen Ankaragücü'nün arması da mermi şeklindedir. Logo, hem İmalat-1 Harbiye'yi hem de kulübün milli mücadeleye olan katkısını hatırlatmaktadır. Arma takımın renkleri olan sarı ve lacivert renklerindedir. Kurşun şeklinde tasarlanan armanın üstünde kulübün adı ve kuruluş tarihi yazmaktadır. Armada Ankaragücü'nün köklü tarihine vurgu vardır. Ankaragücü taraftarının geneli için arma önemlidir. Ankaragücü taraftar toplulukları: Gecekondu, The Yellow Army, Anti X, Capital, Dişi Güçlüler, İhtiyarlar, Sokak ve Bad Boys. Bu taraftar toplulukları içerisinde Gecekondu taraftar grubunun tribünde ağır bastığını söylemek mümkündür.

Ankaragücü'nün kuruluşunda İmalat-1 Harbiye'nin rolü büyüktür. Bu rol kulübün temel karakteristik özelliklerinin atılmasında etkili olmuştur. Ankaragücü bir işçi kulübü olarak doğmuş ve yoluna devam etmiştir. Ankaragücü toplumun belirli bir kesimi ile özdeşleşmiştir. Bu kesim işçilerdir. Ankaragücü bu bakımdan sadece bir spor kulübü değil taraftarları için belirli bir kesimin yaşantısının da sembolüdür. Bu yaşantıya duyulan öfke de hooliganlar tarafından spor alanında kusulmaktadır. Taraftarlar hem kimlikleri ile övünmekte hem de beğenmedikleri dış koşullara öfke duymaktadırlar. Kulübün tarihi taraftarlığının dönüşümü ile doğrudan ilgilidir. Ankaragücü taraftarlığını anlayabilmek için kulübün tarihini de bilmek gerekmektedir. Bu bakımdan çalışmada kulüp tarihi ve taraftarlığı aynı başlık altında ele alınmıştır.

Ankaragücü taraftarlarının ilk toplu tepkisinin Hakimiyet-i Milliye kupası için oynanan bir maçtan sonra gerçekleştiği söylenebilir. O dönemde Gençlerbirliği yönetiminde olan birinin söylediği bir söz Ankaragücü taraftarını harekete geçirmiştir. Gençlerbirliği yöneticisi, İmalat-1 Harbiye takımı için “ellerinin kirli” olduğunu ve bu nedenle Atatürk'ün kupasını bu ellere vermenin doğru olmayacağı söylemiştir. Bu sözler üzerine İmalat-1 Harbiye işçilerinin yürüyüşü olmuştur. Bu yürüyüş ilk toplu hareket olarak görülebilir (Hatipoğlu ve Aydın, 2007:202).

Cumhuriyetin ilan edilmesinden 1950'li yıllara kadar Ankara'nın en çok kupa kazanan takımı Gençlerbirliği olmuştur. Ancak taraftar sayısı bu başarı ile doğru orantılı olmamıştır. Bunun önemli bir nedeni Gençlerbirliği kulübünün ve taraftarlarının “elit” olarak görülmesidir. Ankaragücü taraftarı daha çok işçi kesimindedir. İki Ankara takımı arasındaki bu farklılık Ankaragücü taraftarlarının belirgin bir özelliğine de işaret etmektedir. Ankaragücü taraftarı için Ankaragücü kulübü daha “Ankaralı” bir kulüptür. Gençlerbirliği ile olan bu çekişme Ankaragücü taraftarlarının kendilerini konumlamalarına ve karakteristik özelliklerinin belirginleşmesine yol açmıştır. 1945 senesinde kurulan Hacettepe kulübü ise Ankara ve Ankara futbolu için çok önemli bir figür ve renk olmuştur. Hacettepe mahallesi ile Ankara ve Ankaralılık özdeşleşmiş bir durumdadır. Ankara'nın bu mahallesi aynı zamanda 1950'li yıllarda Ankaralı kabadayılarının yükselişe geçtiği yerdir. Mahallenin bu ruhu Hacettepe takımına da yansımıştır. Ankara'nın ünlü kabadayıları da Hacettepe forması giymiş ve bu takımı desteklemiştir (Hatipoğlu ve Aydın, 2007:204).

Ankara kulüplerinin birbirleri ile olan mücadeleleri ve farklılıkları Ankaragücü kulübünün ve taraftarlığının şekillenmesinde belirleyici olmuştur. Ancak, Ankara kulüpleri arasındaki

mücadeleden çok İstanbul takımlarına karşı bir duruş belirleyicidir. İstanbul takımları “öteki” olarak görülmüştür. Ankara ve İstanbul şehirlerinin kıyaslanmasının arkasında ideolojik bir duruş da vardır. Çünkü bu iki kent farklı hayat görüşlerine ve farklı ideolojilere karşılık gelmektedir. Ankaralılık ve İstanbulluluk kıyaslamasının arkasında da bu fikri ayırım vardır. Bu bakımdan Ankaragücü taraftarlarının en önemli karakteristik özelliğinin İstanbul ve İstanbulluluk karşıtlığı olduğunu söylemek mümkündür. Türkiye siyaseti ve koşulları değiştikçe Ankaragücü tribünleri de değişmiştir. Zaman zaman bazı taraftar grupları güç kaybetmiş bazıları ise ön plana çıkmıştır. Ancak 1980 sonrası dönüşüm kulüp tarihinde önemli bir yere sahiptir.

2.6.1. 12 Eylül’ün Ankaragücü’ne Etkisi

12 Eylül 1980’de Türk Silahlı Kuvvetleri ülke yönetimine el koymuştur. Daha sonra Gençlik ve Spor Bakanlığı’na Albay Hüsamettin Yılmaz, Beden Terbiyesi Müdürlüğüne Albay Yücel Seçkiner atanmıştır. Türkiye Futbol Federasyonu’nun başına ise Tuğgeneral Yılmaz Tokatlı getirilmiştir. 12 Eylül’ün futbol üzerindeki etkisi denildiğinde akla ilk gelen örnek, Ankaragücü’nün 1. Lig’e çıkmasıdır. Orgeneral Kenan Evren, “Atatürk’ün başkentinin bir takımı 1. Lig’de yer almalıdır”. Açıklaması Türk futbol tarihine geçmiştir. Bu söz aynı zamanda Kenan Evren’in Ankara kulüplerine duyduğu sempatinin de göstergesidir. O sıralarda Ankaragücü 2. Lig B Grubu’nda bulunmakta ve 1. Lig’e yükselmesi kesinleşen Sakaryaspor’un 11 puan gerisindedir. Mevcut kurala göre 2. Lig’de bulunan takımlardan A, B ve C gruplarından sadece bir kulüp üst lige çıkabilmekteydi. Mevcut yönetmelikte Ankaragücü’nün 1. Lig’e yükselmesi mümkün değildi. Türkiye Futbol Federasyonu hangi ligde olursa olsun Türkiye Kupası’nı kazanan kulübün 1. Lig’e çıkartılacağı kararını almıştır. Ankaragücü’nün Türkiye Kupası’nda rakibi Boluspor’dur. Çift eleme usulüne göre iki maç oynanmıştır. 6 Mayıs 1981’de oynanan ilk maçta Boluspor 2-1 mağlup olmuştur. İkinci maç ise 13 Mayıs’ta oynanmıştır. Maçın orta hakemi Sadık Deda’dır. Boluspor’a bir gollük galibiyet yetecektir. Maçın 85. dakikasında Boluspor’lu Minas Asa (Kunte-kinte) Ankaragücü ağlarına topu göndermiştir. Yan hakem ise orta hakemin yanına gelip, kulağına bir şeyler söylemiştir. Daha sonra gol iptal edilmiştir. Golün iptalinin haklı olup olmadığı tartışma konusu olmuştur. Türkiye Kupası’nı kazanan Ankaragücü 1. Lig’e çıkmıştır. Ankaragücü’ne kupasını Kenan Evren vermiştir (Dikici, 2015:264-266).

2.7. Türkiye’de Futbol Taraftarlığı

Özellikle Türkiye’de bir kişinin desteklediği takımı bilmek o kişinin politik duruşuna ve hayata bakışına dair önemli ipuçları verir. İstisnalar dışarıda tutulursa genel olarak; Çarşı taraftar grubuna mensup olanların sol eğilimli, ultraAslan taraftar grubuna mensup olanların muhafazakâr, Ankaragücü ve Bursaspor taraftarlarının milliyetçi, Genç Fenerbahçelilerin Atatürkçü, Gençlerbirlikliler’in ise Cumhuriyetin değerlerine sahip çıktıklarını ve Ankara’yı sahiplendiklerini söylemek mümkündür. Tüm bunlar dikkate alındığında kulüpler ve taraftar grupları arasındaki kardeşlik ve düşmanlıklar da daha doğru anlaşılacaktır. Taraftar gruplarının birbirleri ile olan mücadelelerinin arka planında sporun dışına çıkan politik bir mücadelenin de olduğu görülmektedir.



3. ORTAK MOTİVASYONLAR

3.1. Motivasyon Kavramı

“Motivasyon genel olarak ‘bir insanı belirli amaç için harekete iten güç’ olarak tanımlanabilir” (Keser, 2012:59). Bireyin ya da belirli bir grubun amacına ulaşabilmesi için motivasyonlarını sürekli canlı tutması gerekir. Motivasyon bireyin ya da grubun düşünce ve davranışlarında doğrudan etkilidir. Bu nedenle birey için de grup için de motivasyon çok önemlidir.

Motivasyon, algının dış yollardan müdahaleler ile yönlendirilmesi olarak da tanımlanabilir. Motive edilmek istenen bireyin ya da grubun dış dünyalarına nasıl baktıklarını ve değerlendirdiklerini bilmek motivasyonun etkili olabilmesi için önemlidir. Motivasyon teknikleri; propaganda, reklam, halkla ilişkiler alanlarında uygulanmaktadır. Bu alanlarda motivasyon tekniklerinin başarılı olması diyalog grubunun iyi analiz edilmesine bağlıdır (İnceoğlu, 2011:85-86).

Maslow’un “İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi” başlıca motivasyon teorilerindedir. Bu teori insan ihtiyaçlarını merkeze almaktadır. Maslow, ihtiyaçları genel olarak beşe ayırmış ve hiyerarşik olarak şöyle sıralamıştır (Keser, 2012:62-64),

1. “Fizyolojik İhtiyaçlar”: İnsanların yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan yemek, su gibi temel ihtiyaçlarla ilgilidir.
2. “Güvenlik İhtiyacı”: Fizyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonra bireyin karşılaması gereken “güvenlik ihtiyacı” hem bugün ile hem de gelecek ile ilişkilidir. Barınmayı ve fiziksel güvenliği kapsar.
3. “Sosyallik İhtiyacı”: Bireyin diğer bireyler ile olan iletişimini kapsar. İnsan sosyal bir canlı olduğu için diğer insanlarla birlikte hareket etmek ister.
4. “Saygı İhtiyacı”: Birey gerçekleştirilmiş eylemlerinin diğer insanlar tarafından görülmesini ve takdir edilmesini ister.
5. “Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı”: İhtiyaçlar hiyerarşisinde en üstte “kendini gerçekleştirme ihtiyacı” vardır.

Birey ilk dört ihtiyacını gerçekleştirdikten sonra yani fizyolojik ve psikolojik olarak belirli bir olgunluğa geldikten sonra “kendini gerçekleştirmek” ister. İlk dört ihtiyaç giderildikten sonra birey kendisine daha fazla zaman ayırabilir ve yeteneklerinin farkına vararak bunları sergileyebilir. Maslow’un teorisi, daha sonra başka isimler tarafından eleştirilmiş ve geliştirilmiştir. Maslow’un belirttiği bu beş ihtiyacın dışında başka ihtiyaçlar da ortaya konmuştur. Ayrıca Maslow’un teorisinin dışına çıkan durumlar olmaktadır. Bazı durumlarda Maslow’un belirlediği hiyerarşik sıralama yer değiştirebilmektedir.

Partizan ve holiganın motivasyonları üzerine bir değerlendirme yapılırken Maslow’un “İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi” dikkate alınabilir. Çünkü bütün aidiyetler başta “güvenlik ve sosyallik” ihtiyaçları olmak üzere bu beş temel beklentiyi karşıladığı iddiasındadır. Aidiyetler vaatte bulunurlar. Bu vaatlerin karşılanacağı beklentisiyle kişiler aidiyetlere bağlanırlar. İnsan bazı durumlarda kendi kendine yetememektedir. İnsan sosyal bir canlıdır. Sosyallik ihtiyacı diğer insanlarla kurulan iletişim ile giderilir. Aidiyetler iletişim için uygun zeminlerdir. Aidiyetler aynı zamanda kişiye birçok anlamda kendisini güvende hissettirir.

3.2. Aidiyet İhtiyacı Motivasyonu

Aidiyet, tutkulu bir şekilde değişim isteyenlerin kapısını çaldığı bir sığınaktır. Özel hayatlarında ve işte başarısız olanlar başarısızlıklarının nedenlerini dış dünyada arama eğilimindedirler. Bu nedenle kendilerinin başarısız olmasına sebep olan bu dış koşullar değiştirilmelidir. Başarısız olup hayal kırıklığı yaşayanlar bu suçluluk durumundan kurtulmak için değişim ararlar. Kişinin tüm başarısızlıklarına rağmen kendisini güçlü bulması ve geleceğe dair ümitli olması gerekir. Aksi durumda değişiklik arzusunun peşinden gitmez (Hoffer, 2011:15).

Değişim arzusu kişinin içten içe kendini beğenmemesinden, kendini suçlu bulmasından kaynaklanmaktadır. İdeolojiler, bu insanları bir bütünün parçası yaparak, yani beğenmedikleri kendilerinden kurtararak içlerine çekmektedirler. İdeolojinin amacı, kutsallaştırılır ve bu kutsal ile bütünlenilir. Bu bütünleşme durumu başarısızlıklar yaşayan kişiye yeni bir ümit ve güven verir. Bu kendini adama, kendinden vazgeçme durumunun altında da kolay görünmemekle birlikte bir ego vardır. Çünkü kişi değersiz bulunduğu benliğiyle övünemez fakat değerli bulunduğu bir bütün ve değerli bulunduğu bir kutsalın parçası olmak ile övünebilir (Hoffer, 2011:21). Holiganlık da böyledir. Kişi bir taraftar grubunun parçası olur. Hatta parçası olmanın ötesinde o taraftar grubu ile bütünleşir ve bu aidiyeti ile

övünür. Holigan, kutsallaştırdığı takımı üzerinden yeni bir kimlik edinir. Değersiz gördüğü kendisinden kaçmış, kurtulmuş olur.

Başarısız olmuş ve bu başarısızlık ile hayal kırıklığı yaşayan bir spor kulübü taraftarı da taraftarlığı üzerinden yeni bir kimlik, yeni bir hayat ve yeni bir yaşam enerjisi bulur. Benliğinden kurtulmak isteyenler için bu tür aidiyetler sığınılacak birer limandır. Bu aidiyetler üzerinden yaşayabilmek için şart olan motivasyon, enerji, güven ve ümit gibi değerler abartılı bir şekilde de olsa sağlanır. Özel ve iş yaşamında hayal kırıklığına uğramış olanların bu duyguları abartılı bir şekilde yaşamaları da şaşırtıcı bir durum değildir.

Desteklenen takım kaybettiğinde holiganın bu durumdan kendisini sorumlu tutması için bir neden yoktur. Ancak desteklenen takım kazandığında holiganlar bu başarıdan paylarını alırlar. Özel ve iş yaşamında başarısız olanlar için bu büyük bir nimettir. Desteklenen takım başarısız olduğunda bu durumdan sorumlu değildir. Yine de takımlarının bunu hak etmediğini düşünür ve öfkeyle sağa sola saldırırlar. Aslında bu öfke kendilerine, başarısızlıklarına ve hayal kırıklıklarına duydukları öfkedir. Takımlarının haksızlığa uğradığı bahanesiyle kişisel öfkelerini kusarlar ve bu geçici bir rahatlama duygusu verir. Desteklenen takımın kazanması durumunda ise holiganlar adeta utku kazanan bir komutan gibi davranırlar. Özel ve iş yaşamlarındaki başarısızlıklarının intikamını takımları vasıtasıyla alır ve övünürler. Takım kaybettiğinde duyulan üzüntü ve öfke paylaşılmaktadır. Dolayısıyla hayatları boyunca bireysel başarısızlıktan korkan, kaçan insanlar için bu yenilgi bile işlevseldir. Çünkü bireysel olarak kendilerini suçlu ve sorumlu hissetmeleri için bir neden yoktur.

Takım kazandığında duyulan gurur ve takım kaybettiğinde hissedilen öfke geçicidir ve çabuk tüketilir. Ancak bir spor kulübünün taraftarlığı uzun ömürlüdür. Bu aidiyet kimlik sorunu olan ve bir var olma krizi geçiren kişi için adeta ilaç gibidir. Kişi, kendisini tuttuğu takım üzerinden tanımlayabilmekte ve var olma krizini bu aidiyet üzerinden aşabilmektedir. Holigan, tıpkı bir partizanın kendisini partisi, ideolojisi için adadığı gibi takımı için kendini adamıştır. Bu kendini feda etme, teslim olma durumu esasında kişinin değersiz bulunduğu hayatından kurtulmasıdır. Kişinin kendisini değersiz bulmasının temelinde hayal kırıklıkları ve başarısızlıkları yatmaktadır. Takıma duyulan aidiyet ile bu hayal kırıklıklarından ve başarısızlıklardan kaçılmış olunur. Değersiz bulunan hayat anlamlı hale getirilir. Kişinin anlamsız ve değersiz bulunduğu hayatından kaçarak yeni bir kimlik kazanması çekici gelmektedir. Kişi artık başarısız biri değildir, bir takımın taraftarıdır. Kendisi gibi takımına

destek verenlerle birlikte hareket etmekte ve bu birliktelikten gurur duymaktadır. Birlikte maça gidilir, birlikte tezahürat yapılır. Bu birlikte hareket etme durumu kişiyi korktuğu kendisinden kurtarır. Taraftar grupları yalnızlığa birer çare olarak görülebilir. Bu taraftar guruplarında esas olan takıma duyulan inanç ve bu inancın bir göstergesi olarak verilen maddi ve manevi destektir. Bu inanç ve desteğin haricinde kişisel başarısızlıklar ve kişisel farklılıklar önemli değildir. Önemli olan kulübe verilen destektir.

Spor kulüpleri birbirleri ile rekabet halindedirler. Dolayısıyla bir spor kulübünün taraftarı diğer spor kulübü için kayıptır. Taraftarlıkta nicelik övünülen bir unsurdur. Taraftar gurubunun çokluğu ile gücünün ve etkisinin doğru orantılı olduğu düşünülür. Bu nedenle koyu taraftarlar takım tutmayanları ve çocukları kendi takımlarına çekmeye çalışırlar. Kazanılan her taraftar adeta yeni bir kardeş yeni bir yoldaş olarak görülür. Hayatlarını çürümüş, değersiz olarak bulanlar farklılıktan ziyade eşit olmayı talep ederler. Her taraftar birbirinin kardeşi olarak kabul edilir. Ortak değer desteklenen kulüptür. Bunun haricindeki unsurlar meslek, yaş gibi önemsizdir. Kendisinden kaçmakta olan biri için holiganlık karakterini saklamasına hizmet eder. Anlamsız bulunan hayattan kurtulmak için aidiyetler tıpkı bir uçurumdan düşerken tutunulacak dal gibidirler. Holiganların en tutkulu olanları çoğunlukla ya kendilerinden ya da çevrelerinden kaynaklanan sınırlar ve sorunlar nedeniyle engellenmiş, başarısız olmuş ve bunun sonucunda da öz güvenini kaybetmiş olan kişilerdir. Kişisel bozukluklar aidiyetler üzerinden tedavi edilmeye çalışılır.

Aidiyet ihtiyacını zorunlu kılan bir diğer etken ise insanın kişisel olarak kendinin şuuruna varmasıdır. Şuuruna varan kişi, kendisini doğadan ve tüm canlılardan ayrı görmeye başlamıştır. Bu durum kişinin giderek doğadan ve diğer canlılardan kopmasına yol açmıştır. Kişi, kendisine daha çok bakmaya, kendisi ile daha çok ilgilenmeye başlamıştır. Bu durum beraberinde hastalığı, üzüntüyü, ölümü kavramasına sebep olmuştur. Bunlar kişinin korkmasına ve bir yere ait olmadıkça anlam inşa edememesine ve kendisini bütünden kopuk olarak hissetmesine sebep olmuştur. Büyük bir bütünün parçası olmak isteyen insanların çalacağı kapı aidiyet olmuştur (Fromm, 1982:39).

Aidiyet, bir protestodur. “Bir anlamda ‘protesto’ kendisine soru sorulmadan bir birey ya da topluluğun, bir grup ya da ‘hareket’in ‘cevap’ verişidir” (Baker, 2015:19). Kişi; başarısızlıklarına, hayal kırıklıklarına, memnun olmadığı dış koşullara ve değersiz görüp kurtulmak istediği benliğine aidiyetleri üzerinden meydan okur.

3.3. Biz Motivasyonu

Taraftarlar için mekân yani stadyumlar ve üyelerinin çoğunlukla gittikleri yerler kutsaldır. Aynı mekânda bulunan insanlar “Biz” demeye başladıklarında onların artık ayrı bir grup ayrı bir cemaat olduklarını söylemek mümkündür. Ortak inançlar, semboller ve üretilen ortak dil günlük pratikler üzerinden somut olarak görülebilir. “Biz” zamirini oluşturan bu ortaklıklardır. “Biz” üzerinden bir güven duygusu üretilir ve bağlılık sağlanır. Üyelerin kendilerini yalnız ve terk edilmiş hissetmemeleri “Biz” duygusu ile sağlanır. “Biz” zamirinin kullanılmasıyla birlikte “öteki” ifadesinin kullanılması da kaçınılmazdır. “Ötekinin” varlığı tehdit olarak algılanır ve bu tehdide karşı harekete geçilir. Hareket grup üyelerini daha diri tutar ve hem gruba hem de tek tek grup üyelerine olan bağlılıklarını pekiştirir (Sennett, 2014:154).

Motivasyonlardan “Biz” ele alınırken İbn Haldun’un siyaset teorisinde temel kavram olan “asabiyyet” terimine de değinmekte yarar vardır. “Asabiyyet” kavramına farklı yorumlar getirilmiştir (Hassan, 2011:172). “Asabiyyet” kavramı üzerinden “barbar ya da ilkel” olarak adlandırılan kavimlerin iş bölümü ve kültürel olarak geçirdiği değişimler açıklanmaktadır. Ancak İbn Haldun’un “asabiyyet” kavramı sadece Kültürel Antropolojiye dair bir kavram olarak görülmemelidir. “Asabiyyet”, bugün için de toplumların birlikte aksiyonda bulunduğu durumları açıklamakta önemli bir kavramdır. İbn Haldun’un “asabiyyet” kavramı Kültürel Antropoloji ’ye terk edilemez. Çünkü “Asabiyyet”, Siyaset Bilimi ve İletişim alanı için de önemli bir kavramdır.

“Biz” motivasyonu açıklanırken “asabiyyet” kavramını dışarıda bırakmak hata olacaktır. Toplumlarda “Biz” motivasyonunun korunmasında “asabiyyet” etkili olmaktadır. “Biz” motivasyonu içerisinde şiddeti de barındırır. “Biz” tehlikede görüldüğünde topluluk üyeleri şiddete başvuracaklardır. Bu durum kesin inançlı için de holigan için de geçerlidir. “Asabiyyet”, “Biz” kutsalının yaşatılması refleksi olarak görülebilir. “Biz” kutsalını yaşatmaya çalışan kesin inançlı da holigan da bir var olma mücadelesi vermektedir. Bu mücadele “ötekine” karşı verilir. Burada diğerlerine karşı gösterilen refleks aynı zamanda bir iletişim mesajıdır. Bu tanımdan İbn Haldun’un iletişimci yönünü görmek de mümkündür. İletişim, insanın var olma krizinden kaçmak için inşa ettiği bir stratejidir. İletişim, bireyin ya da grubun var olma krizi geçirirken tutunduğu bir dal olarak görülebilir.

“Toplumlarda bulunan iş birliği, birlikte eylem, kolektif aksiyon gücü insanların toplu halde yaşamasına dayanır” (Hassan, 2011:176). “Biz” duygusunun oluşmasında birlikte yaşamak ya da bir aidiyete ihtiyaç duymak yeterli değildir. “Biz”, birlikteliğe ve aidiyete duyulan kuvvetli inancı ve sadakati gerektirir. Bu nedenle biz, aidiyet ihtiyacından ayrı bir motivasyon olarak çalışmaya eklenmiştir.

“Düşman sahibi olmak sadece kimliğimizi tanımlama açısından değil, aynı zamanda kendi değer sistemimizi ölçebilmek için bir engel edinmek ve o engelle yüzleşirken kendi değerimizi sergilemek açısından da önemlidir” (Eco, 2011:16). Düşman ile savaşırken sergilenen performans kişiye kendisini gösterme imkânı tanır. “Ötekinin” yani düşmanın varlığı grup üyelerini bir arada tutan faktörlerden olduğu gibi “Biz” duygusunu da besleyen ve büyüten bir faktördür.

3.4. Lider Motivasyonu

Bir kitle hareketinin liderinin bulundurması gereken özellikler: Cesaret ve meydan okumak, sağlam bir iradeye sahip olmak ve kendisine güvenmek, önderlik ettiği insanları iyi tanımak ve beklentilerini bilmek olarak ifade edilebilir. Taraftar grubunun lideri de bu vasıfları taşımak durumundadır. Bu vasıfların yanı sıra lider, mevcut konumunu koruyabilecek ve sürekliliğini sağlayabilecek yeterlilikte olmalıdır. Lider, genellikle kitle için kutsal kabul edilen geçmişteki bir başka lideri kendisine model olarak alır. Lider, grup üyelerinin birlikte hareket etmelerini sağlayan kişidir. Özellikle enerjilerini harcamak durumunda olan gençler bu tip taraftar gruplarına dahil olarak bir anlamda deşarj olurlar. Taraftar gruplarına katılan ve destekledikleri spor kulübünü hayatın anlamı olarak gören insanlara baktığımızda karakterlerinin çok benzer olduğu görülmektedir. Başarısızlıkları ve hayal kırıklıkları bu kişileri fanatik haline getirir (Hoffer, 2011:129-130).

Fanatiklik ve buna bağlı olarak gelen saldırganlık mutlaka bir şekilde ortaya çıkacaktır. Lider, grup üyelerinin hayal kırıklıklarını gören ve onlara yeni bir umut veren kişidir. Güçlü iradesiyle diğerlerini ortak değerler etrafında birleştirir. Zaman içerisinde liderin kendisi de grup üyeleri için bir değer ve bir kutsal halini alır. Aidiyet ihtiyacı olanlara güçlü duyguları (öfke, kardeşlik, başarı, mutluluk) kullanarak seslenir ve bu kişileri etkisi altına alır. Lider, grup üyelerinin duygularına seslenerek onları heyecanlandırır ve liderliğine ikna eder. Ancak bu duygular ve ikna uzun sürmeyebilir. Bu nedenle lider, gerekli gördüğü durumlarda grup üyelerine karşı sertleşebilir. Lider, birlikteliği bir eğitim sürecine dönüştürmeli özellikle

gruba yeni dahil olanlar nasıl davranmaları ve nasıl davranmamaları konusunda yönlendirilmeli ve mümkün olan en kısa süre içerisinde bu davranışları içselleştirmeleri sağlanmalıdır. Lider, ancak bu şekilde meşruluğunu ve sürekliliğini sağlayabilir. Liderinin peşine takılan “kesin inançlı” düşünmek durumunda değildir. Çünkü onun yerine düşünen ve karar alan biri vardır. Lidere ve ortak değerlere mutlak inanç duyulur. Bu mutlak inanç etrafta olup bitenleri sorgulamanın önünde engeldir. Tüm grup adına düşünen ve karar alan bir liderin varlığı üyeler için büyük bir nimettir. Çünkü sorumluluk ve suçluluk duygusundan kaçılır. Tek bir kişiye duyulan bu kuvvetli inanç grup üyelerinin güç kaynağıdır. Grup üyeleri, liderlerinin yanlış yapacağını ve başarısız olacağını aklının ucundan bile geçirmez. Çünkü o her şeyi yapabilecek, her düşmanı yenebilecek güçte kabul edilir. Tek tek her grup üyesi de yıkılmaz olarak gördükleri bu güç kaynağına sarılırlar. Kişi kendisini idare etmemek ve sorumluluktan kaçarak eleştiriden de kurtulmayı tercih edip liderin peşinden gider. Kişi beceriksizliğini ve iradesizliğini, liderin beceri ve iradesi gölgesinde saklamaya çalışır (Hoffer, 2011:129-130).

3.4.1. Taraftar Toplamak İsteyen Liderin Yapması Gerekenler

Taraftar toplamayı isteyen ister bir ideoloji olsun isterse bir spor kulübü olsun belirli ihtiyaçlara ve motivasyonlara seslenebilmelidir. Taraftar toplamak isteyen bir ideoloji, lider ya da spor kulübü günümüz bireyini doğru analiz etmek durumundadır. Günümüz bireyinin ihtiyaç ve talepleri belirlenmeli ve bunu karşılamaya aidiyet talip olmalıdır. İhtiyaç ve taleplerin doğru belirlenmesi ve bunların karşılanacağı vaadi yeterli değildir. Bunlarla birlikte güven de sağlanmalıdır. Taraftar toplamak isteyen yapılar ulaşmak ve yanlarına çekmek istedikleri insanların güvenini sağlamak durumundadırlar (Yıldız, 2013).

“Kesin inançlı” ve holigan için belirlenen motivasyonlar taraftar toplamak isteyenlerin doğru analiz edip kullanmaları durumunda başarılı olmalarını sağlayacakları motivasyonlardır. Aidiyet ihtiyacı, biz, lider, özgürlükten korkmak, farklılıktan utanmak, birlikte hareket etmenin keyfine varmak, oyunun baştan çıkarıcılığı motivasyonları üzerinden baştan çıkarılmaya yatkın olan kişiler ideolojilerin ve spor kulüplerinin içine çekilebilir.

Taraftar toplamak isteyen siyasi parti, lider ya da spor kulübünün yapması gerekenler şöyle sıralanabilir:

- Kırılıp dağılmamak için katı olmamak, esnek davranabilme becerisine sahip olmak. Lider, koşullar doğrultusunda hareket edebilme becerisine

sahip olmalıdır. Doğru zamanda doğru hamleyi yapabilme becerisine sahip olan bir lider hiçbir zaman işlevselliğini kaybetmeyecektir. Bu beceriye sahip olan lider partisine ya da spor kulübüne kolaylıkla taraftar çekebilecektir. İşlevselliğini kaybetmeyen bir liderin hamleleri amacına ulaştıkça yeni taraftarlar kazanma olasılığı artacaktır. Bu beceriye sahip olan bir liderin mevcut taraftarlarının duydukları hayranlık ve bağlılık da güçlü olacaktır.

- Diyalog grubunu iyi tanımak. Lider, yanına çekmek istediği insanları iyi çözümlenmek durumundadır. Desteğine talip olunan insanların; yaşam biçimini, değerlerini, duygularını, ihtiyaç ve beklentilerini bilmek gerekmektedir. Tüm bunları öğrenmek her zaman kolay olmayabilir. Çünkü bu insanlar her zaman ne beklentisi olduğu sorusuna net bir yanıt veremeyebilir. Bu soruların yanıtının doğru bir şekilde elde edilebilmesi ayrı bir uzmanlık gerektirir. Bu iletişim uzmanlarının işidir. Siyasi partiler ve spor kulüpleri başarılı olmak istiyorlarsa alanlarındaki iletişim uzmanları ile çalışmak durumundadırlar.
- Diyalog grubunun ihtiyaç ve beklentilerini doğru belirledikten sonra bu ihtiyaç ve beklentilerin önemsendiğinin karşı tarafa gösterilmesi gerekmektedir.
- Diyalog grubunun güvenini sağlamak taraftar toplamak isteyenler için en önemli unsurlardandır.
- Lider, özellikle kriz dönemlerinde insanlarla mümkün olduğunca yüz yüze iletişim yolunu tercih etmelidir. Bu insanlara kendilerini özel hissettirebilir.
- Lider, kişisel imaj bileşenlerinden görünüşüne önem vermek durumundadır. Görünüşüne özen gösteren bir lider insanların güvenini daha kolay sağlayabilir.
- Lider, retorik sanatının tekniklerine hakim olmak durumundadır. Etkili bir retorik birçok insanın desteğinin sağlanmasında etkili olacaktır.
- Lider, diyalog grubuna onlardan biri olduğunu hissettirmelidir.

- Liderde insanların duygularını harekete geçirebilme yeteneğinin olması insanları etkilemesine yardımcı olabilir.

3.5. Özgürlükten Korkmak Motivasyonu

Sanılanın aksine çoğunluk özgürlük istemez. Çünkü özgürlük beraberinde karar almayı, karar alma da sorumluluğu getirir. Özgürlükten korkan ve kaçacak yer arayan kişilerin imdadına aidiyetler yetişir. Kişi özellikle katı kuralları olan bir grubun parçası olduğunda iradesiyle karar almak mecburiyetinde olmayacaktır. Kişinin nasıl davranması ya da davranmaması gerektiği grup kuralları tarafından net bir şekilde ortaya konur. Kişi gruba ve kurallara sadık olduğu sürece kişisel başarı ya da başarısızlık gibi sorunlar altında ezilmeyecektir. Nasıl başarısızlık bir sorun ise başarı da aslında beraberinde bazı sorunları getirir. Başarıyı taşıyabilmek ve sürdürebilmek de ayrı birer yetenektir. Bu nedenle kişi başarısızlıktan korktuğu ve kaçtığı gibi başarılı olmaktan da korkup kaçabilir (Hoffer, 2011; Reich, 2009).

Kişinin özgürlükten korkarak kaçması durumu Platon'un mağara metaforu üzerinden anlatılabilir. Platon'un bu metaforunda, doğumlarından beri mağara içerisinde yaşamakta olan insanlar vardır. Bu insanların sırtı mağara girişine dönüktür. Boyunlarından, ellerinden ve ayaklarından zincirlenmiş olan insanlar mağara girişine bakmamaktadır. Mağara girişinde yanan ateşin ışığıyla mağaranın önünden geçen hayvanların ve diğer insanların gölgeleri mağara duvarına yansımaktadır. Mağarada yaşayanlar için gerçek bu gölgelerden ibarettir. Peki mağaranın önünden geçen diğer insanlar kimlerdir? Platon bu konuda hocası Sokrates'in aksine seçkincidir. Platon'a göre dışarıdaki insanlar hakikati kavramış olan filozoflardır. Gerçeği gören, bilgiye ulaşan (Platon buna ruhun hatırlayışı der) filozofların görevi, hakikati diğer insanlara anlatmaktır. Platon yaşamı sadece gölgelerden ibaret olan insanlara hakikatten söz etmenin ve ikna etmenin çok zor olduğunu da belirtmektedir. Kuşkusuz bu cesaret ve sabır gerektirmektedir. Bu insanlar gölgelerinden kolay kolay vazgeçmek istemezler. Bu kişiler için zincirlerini kırmak, kaybetmek korkunç bir durumdur. Zincirinden kurtulan birey; düşünmek, soru sormak, iradesi ile karar almak ve aldığı kararın olumlu ya da olumsuz neticesini göğüslemek durumundadır. Bu şüphesiz belirli bir olgunluk ve bilgi gerektirir. Belirli bir olgunluğa ve bilgiye erişmeden kişi zincirlerinden kurtarılsa yapacağı ilk şey kendisini kurtarana saldırmak olacaktır. Bu nedenle çoğu insan kendisine karar alma fırsatı verenlere değil, kendisine nasıl düşünmesi ve nasıl davranması gerektiğini söyleyenlere inanma eğilimindedir (Hoffer, 2011; Platon, 2005:19-20; Reich, 2009).

3.6. Farklılıktan Utanmak Motivasyonu

İnsanlar her ne kadar farklı olmak istediklerini söyleseler de genelden farklı olmak utanma duygusunu da beraberinde getirir. İnsanlar farklı olmak için çabaladıklarını iddia etseler de aslında yaptıkları şey diğerleri ile aynı olma çabasıdır. Reklamcılıkta ürün ya da hizmet satılmaya çalışılırken, satın alan kişilerin “farklı”, “ayrıcalıklı” olacağına dair sloganlar kullanılır. Ancak o ürünü ya da hizmeti satın alan kişi, ürünü ya da hizmeti satın alan diğerleri ile aynı olacaktır. Burada her ne kadar farklı olma arzusu var gibi görünse de aslında istenilen şey diğerleri gibi olmaktır. Çünkü diğerleri gibi olmak demek, onlardan biri olmak demektir. Bu yalnızlıkla başa çıkma yollarından birisidir. Bu nedenle tüketici, çoğunlukla ait olduğu sınıfın değil, ait olmak istediği sınıfın tüketim davranışlarını taklit etmeye çalışmaktadır. Tüm bu gerekçelerden dolayı insanlar genelden farklı olan yönlerini, özelliklerini dışlanma korkusundan dolayı saklamaya çalışmaktadırlar. Hatta bu farklılıklarından utanmaktadırlar (Hoffer, 2011; Yıldız, 2013).

Yahudi mitlerinde geçen Âdem ile Havva hikayesini hatırlayacak olursak: Âdem ile Havva cennette yaşarlarken, “yasak bilgi ağacından” bir meyve koparırlar. Meyveyi koparmalarıyla birlikte çıplak olduklarının farkına varırlar ve yapraklarla cinsel organlarını kapatırlar. Doğadaki diğer canlılar çıplak olmalarından utanmazken, hatta bunun farkında bile değilken ne oldu da Âdem ile Havva çıplak olduklarını fark ettiler? İnsanlar akla yüklenmeye başladığından beri yani aklını kullanmaya başladığından beri her yeni bilgiyle birlikte doğadan kopmaya başladılar. Daha önce tıpkı diğer canlılar gibi doğanın bir parçasıyken hatta doğanın kendisiyken, giderek doğaya yabancılaşmaya başladılar. Doğaya yabancılaşmayla birlikte insan kendi türüne ve hatta kendisine de yabancılaşmaya başladı. Âdem ile Havva'nın yasak meyveyi kopardıktan sonra cennetten kovulmaları aslında başka bir yere gönderilmeleri olarak değil, oldukları yere yabancılaşmaları olarak da yorumlanabilir. İnsan, insanın yalnızlığının aynası olmuştur. İnsanlar doğal durumlarından koştuklarından beri bir var olma krizi içerisinde. Bu var olma çabası iletişimin tam kendisidir.

Var olma krizi insanın cehennemi olarak betimlenebilir. Kendisi dahil her şeye yabancılaşan insan, kendisini ait hissedeceği bir yer arayışındadır. Çünkü doğasından uzaklaştığından beri insan kendisini bu dünyaya ait görmemektedir. İşte bu kaos durumundan, bu yabancılaşma ve yalnızlıktan kurtulmak isteyen kişi bir grubun parçası olabilmek için her şeyi yapmaya hazırdır. Taraftarlık da tıpkı diğer aidiyetler gibi bu ihtiyaçları karşılamaktadır. Bir spor

kulübünün taraftarı olduğunda, diğer taraftarlar ile aynı olunur ve birlikte hareket edilir. Spor kulübünün; formaları, atkıları, logosu, marşları farklılıkları ortadan kaldırır. Aynı spor kulübünü destekleyen taraftarlar adeta kardeş gibi olurlar. Spor kulübünün; forması, atkısı, marşları farklılıkların üzerini örter. Önemli olan desteklenen spor kulübünün amblemi olur. Böylece üyelerin utanmalarına neden olacak farklılıkları örtülmüş olur. Kişi, diğerleri gibi giyindiğinde, davrandığında kabul gördüğünü fark eder. Yabancılaştığı dünyada tek başına olma korkusu kişiyi en az bir aidiyete yönlendirir. Bu korku ne kadar büyük olursa ait olunan gruba bağlılık da o kadar sıkı olacaktır.

3.7. Birlikte Hareket Etmenin Keyfine Varmak Motivasyonu

Bir taraftar grubunun sürekliliği üyelerinin kendilerinden (işlerinden, ailelerinden) fedakârlık göstererek birlikte hareket etme arzusunu kuvvetli bir şekilde hissetmelerinden kaynaklanmaktadır. Bu kişilerde kendinden vazgeçecek kadar bir taraftar grubunun parçası olma durumu kendiliğinden oluşan kuvvetli bir arzudur. Taraftar gruplarını yönetenler bu arzuyu bilerek ve teşvik ederek grubun asabiyesini canlı tutabilirler. Desteklediği takımı uğruna savaşarak ölme noktasına gelen insan, kendi bedeni ile var olma durumunun ötesine geçerek bedenini kolektif grup içerisinde eritmektedir. Bu noktaya gelen holiganın var olmasının tek bir yolu kalmıştır. Dahil olduğu taraftar grubu içerisinde her daim yer bulabilmek. Bu kişi grup dışına itilirse yaşamla bağları kesilmiş gibi hissedecektir. Kardeşleri tarafından terk edilmek başına gelebilecek en büyük kötülüktür. Bu durumda içten içe değersiz bulunduğu kendisiyle baş başa kalacaktır. Tüm bu olumsuz duyguları yaşamamak için her grup üyesi grubun ritüellerine son derece sadıktır.

Bir taraftar grubuna mutlak bağlılık için üye kişiliğinden ve onu farklılaştıran özelliklerinden sıyrılmalıdır. Kardeşlik ancak böyle mümkün olacaktır. Tutulan takımın formaları, atkıları ve diğer ürünleri kutsallaştırılır. Bu şeyler üzerinden tek tipleşirler. Desteklenen spor takımının logosu her üyeyi kardeş ve eşit kılar. Özellikle formalar birer askeri üniforma gibidirler. Sporda “biz” ve “öteki” vardır. Ötekinin varlığı üzerinden biz tanımı çok daha kolay yapılır. Desteklenen takımın forması ve rakip takımın forması adeta savaşmakta olan iki ayrı ordunun üniformaları gibidir. Taraftar grupları arasında özellikle beste ve koreografi yarışı vardır. Besteler birer askeri marş gibidir. Başarılı koreografi için taraftarların uyum içerisinde hareket etmeleri şarttır. Bu birlikte adım atma, birlikte hareket etme ve neredeyse ahenk içerisinde birlikte nefes alıp verme durumu tıpkı dini bir ritüel gibi büyük bir ciddiyetle yapılır ve ritüele dahil olanları o süre içerisinde büyülü bir dünyaya götürür. Bu

dünyanın büyüğü birlikte hareket etmenin vermiş olduğu coşkununu hissedilmesiyle ilgilidir. Taraftar büyük bir bütünü büyük bir şovun parçası olmaktan haz alır. Desteklediği takım uğruna kavga eden hatta canından bile vazgeçebilen insanlar birçok kimseye göre mantık sınırları içerisinde hareket etmemektedir. Ancak bu kimseler için tutulan takımın arkasında daha derin manalar vardır.

Bağlı olunan grup dışında bir hayat yoktur. Kutsal olan aidiyetin, grubun kendisidir. Kutsal olan var olduğu sürece kendisini bu kutsala adayanlar için ölüm söz konusu değildir. Kendisini taraftar gurubuna adayan bir kimse, tıpkı kendisini bir dine, ideolojiye, ya da başka bir aidiyete adayan kişi gibi mutluluğunu ve mutsuzluğunu üyesi olduğu taraftar grubuna indirgemektedir. Ancak bu mutlu ya da mutsuz olma durumu özel ve iş yaşamının aksine kişinin kendisinden bağımsızdır. Bu nedenle mutsuz olma durumunda kişi sorumluluk ve suçluluk hissetmeyecektir. Üstelik bu mutsuzluk durumu grubun diğer üyeleriyle paylaşılacağından kişi yalnızlık da hissetmeyecektir. Şüphesiz bu mutsuzluk bile çok hafifletici bir duygu olacaktır. Birlikte hareket etmenin keyfi işte bu hafifletici duygudan kaynaklanmaktadır (Hoffer, 2011:25).

Kendini bir kitle hareketine adayan kişi liderine ve ideolojisine mutlak güven duyar. Bu mutlak güven, içerisinde bulunulan zamanda destek verilen ideoloji başarısız bile olsa sarsılmaz. Çünkü geleceğe dair büyük bir umut beslenir. Bir “kesin inançlı” mantıklı argümanlarla yönetilemez. Ancak duygularına seslenildiğinde ikna edilebilir. Bu kuvvetli duygular harekete geçirilerek “kesin inançlı” istenilen davranışa yönlenebilir (Hoffer, 2011:93). Reklamcılıkta, pazarlamada, politikada çeşitli teknikler kullanılarak bu duygular üzerinden kitle istenilen davranışa yönlenebilir ya da istenmeyen davranıştan uzaklaştırılabilir.

3.8. Oyunun Baştan Çıkarıcılığı Motivasyonu

Her durumda oyun devam etmelidir. Çünkü oyunun kendisinden daha önemli daha kutsal bir şey yoktur. Oyun kutsallaştırıldığında tüm oyuncular tutkulu bir şekilde oyuna dahil olurlar. Mecburiyetler sıkıcıdır. Bu nedenle ilk fırsatta mecburiyetlerden kaçılabilir. Ancak oyun keyfidir. Bu nedenle oyunun kurallarına gönüllü bir şekilde uyulur. Oyuna dahil olmak demek, mecburiyetlerden kaçmak veya kurtulmak demektir. Oyuna dair olan her şey kutsallaştırılır. Bu nedenle oyun kurallarına uygun davranmamak itibarsızlaştırır. Ait olunan gruptan uzaklaştırılmak oyunun dışarısına itilmekle aynıdır. Oyunun dışarısına itilmek

demek ise kişinin itibarsızlaşması ve yalnızlığa terk edilmesi demektir. Bu nedenle kişi, oyunun dışarısına itilmemek için yani ait olduğu gruptan dışlanmamak için daha önceden belirlenmiş kurallara gönüllü bir şekilde uyar. Her oyun aynı zamanda bir meydan okumadır. Her oyunun kazananı ve kaybedeni vardır. Meydan okumanın kendisi de tıpkı oyun gibi baştan çıkarıcıdır. Kişiler kazanmak veya başka bir ifadeyle kaybetmemek isterler. Ancak çoğunlukla bu kişinin tek başına üstesinden gelebileceği bir durum değildir. Kişi, kaybettiğinde bu başarısızlık duygusu ile baş etmekte zorlanacaktır. Bu nedenle meydan okuyan bir başkası yani bir lider ya da bir oluşum olursa bu daha çekici gelecektir. Çünkü başarısızlık durumunda asıl sorumlu kişinin kendisi değil, lider ya da oluşum olacaktır. Meydan okuma başarılı olduğunda ise kişi, liderin peşinden gittiği veya grubun bir parçası olduğu için başarıdan payını alacaktır (Baudrillard, 2014:102-103).

Oyun sırasında gündelik olandan kopulur. Burada mekân ön plana çıkar. Oyun, mekânda gerçekleşmektedir. Oyun mekânı ve mekânın sınırları kutsallaştırılır. Oyunla birlikte mekânın kendisi de insanı çeker. Bu çekim büyümlü bir baştan çıkarmadır. Oyun mekânı davetkar olur. Sıradan olandan, gündelik sorumluluklardan oyun yerine kaçılır. Mekânın kutsal olarak görüldüğünden kişiyi dış tehlikelere ve strese karşı koruyacağı umulur. Oyun yerlerinden bu işlev beklenilir (Huizinga, 2015:39-40). Reklamlarda genellikle sıkıcı olarak görülen kütüphanelerin aniden eğlenceli oyun yerlerine dönüşmesinin altında da bu psikoloji vardır.

3.8.1. Gösteri Toplumu

“Gösteri Toplumu”, Guy Debord’un 1967 tarihli kitabının adıdır. Kitap 221 tez içermektedir. Gösteri Toplumu, dünyanın ancak eleştirilerek ve bu eleştirinin de ancak bütünün eleştirisi olduğu takdirde gerçekçi olabileceği ön kabulüne dayanmaktadır. Kitap gösteri kavramını manipülasyon ya da 1960’lı yılların popüler tezi olan yanlış bilinç olarak tanımlamamaktadır. Yine gösteri, gerçeğin olduğundan farklı gösterilmesini sağlayan propaganda da değildir. Toplumun bir parçası olan gösteri, bütünsel bakışı ve bilinçleri bir araya getiren bir sektördür. Kişiler arasında var olan ve imajların dolanımından geçen bir toplumsal ilişkidir. Gösteri bir dünya görüşüdür (Keskin, 2014:93-94).

Rönesans’tan günümüze modernliğin kendi tarih sahnesindeki rolü daima göz merkezci olacaktır. Pek çok metin Guy Debord’un “Gösteri toplumu” kitabı görselliğin modern zamanları kuşatan bir özellik olduğunu göstermektedir. Görünüşün varlıktan ayrıldığı, imajların aslının yerini aldığı günümüzün yeni gerçekliğinde yaratılan imajlara bağlı olarak

taklit ve orijinal birbirine karışmıştır, sahte imajlar ortalığı kaplamıştır. Egemen ideoloji ise burada başat bir rol oynar. Çünkü imgesel olan aynı zamanda politik bir nitelik de taşıdığından yeni imge sistemleri verili düzenin yeniden üretiminin bir parçası olarak işlev görmektedir. Gösteri toplumunda her şey bağlamından kopartılır. (Olaylar-olgular) Neden-sonuç ilişkisi yok edilir. Tarihsellik yok edilir. “An” kutsanır. “An” burada en kısa zaman dilimi değildir, önceden ve sonradan kopuk bir zaman dilimidir. An’ın kutsanmasını reklam sloganlarında (An’ı Yaşa, An’ın Tadını Çıkar) somut bir şekilde görebiliyoruz. Peki Gösteri Toplumundan beslenenler An’ı neden kutsallaştırırlar? Çünkü “An” kutsallaştırıldığında söylemlerinin ve davranışlarının tutarlı olması gereken politikacıların çok kısa bir süre sonra söylemlerinin ve davranışlarının 180 derece dönüyor olması anormal olarak görülmemektedir (Debord, 2014; Yıldız, 2013:48).

Gösteri kendini tartışılmaz ve erişilmez bir olumluluk olarak sunar. Görünür olan iyidir ve iyi olan şey görünür olmalıdır. Günümüzde var olmak = Görünür olmak demektir. Sosyal paylaşım hesapları; Facebook, Twitter, Instagram gibi hesaplar dünyada popüler ve çok sayıda kullanıcısı olan hesaplardır. Çünkü günümüz bireyinin beklenti ve özelliklerine yanıt vermektedirler. Taraftar grupları arasındaki pankart ve koreografi yarışı da bir görünür olma yani var olma yarışıdır.

Günümüzde görsellik ön plandadır. Tat, ses, koku, sertlik ve yumuşaklık bunları kaldırıp çöpe attık, sadece görmeye odaklandık ve ona tapar hale geldik. Oysa ki beş duyu organı içerisinde en kolay yanıltılabilen gözdür. Sadece görünene inanmak Barbar toplulukların özelliğidir. Bu anlamda ilkelleştiğimizi söylemek mümkündür. Eğer Descartes günümüzde yaşıyor olsaydı kuvvetle muhtemel görünüyor ve görüyorum öyleyse varım derdi.

Chuck Palahniuk’un “Gösteri Peygamberi” romanı, bir yabancılaşma, pornografi, tüketim çılgınlığı, şöhret açlığı ve algı yönetimi dolayısıyla Halkla İlişkiler eleştirisidir. Roman günümüzde görselliğin ve şov dünyasının ne kadar önemli olduğunu gözler önüne sermektedir.

Roman içerisinde günümüzde görselliğe yüklenen anlama dair birkaç örnek: Birincisi iki roman karakteri arasında geçen bir diyalog:

Fertility: “Ama seni öldürürlerse ne olacak?” Tender Branson: “İyi ya işte. Bütün ilgiyi üzerimde toplamak istiyorum” (Palahniuk, 2013:56). Yanıtı veren roman karakteri Tender Branson’un ölümünün haber değeri vardır. Romanda ünlü biridir ve kendisine olan ilginin

azaldığı bir dönemde bu diyalog geçmektedir. Diyalog günümüz bireyinin ben merkezli oluşunun ve görünmek istemesinin güzel bir örneğidir.

Tender Branson: “Menajerin haklı olduğunun farkına varıyorum İsa’nın neredeyse çıplak olmadığı bir haç hiç görmedim, hiç şişko bir İsa görmedim ya da vücudu kıllı bir İsa görmedim. Gördüğüm her haçta İsa, belinden yukarısı çıplak olarak bir kot markası veya erkek parfümü için modellik yapacak görünümde” (Palahniuk, 2013:164).

Tender Branson: “Eğer kimse izlemiyorsa herhangi bir şey yapmanın çok anlamsız olduğunun farkına varıyor insan, çarmıha gerilme sırasında izleyici sayısı düşük olsaydı olayı başka bir zamana ertelerler miydi diye düşünmeden edemiyorum” (Palahniuk, 2013:164). Romandan bu diyaloglar günümüz bireyinin görselliğe çok önem verdiğini göstermektedir.

Görselliğin önemi üzerine kitaptan başka bir örnek, “Menajere göre insanlar bir lider arayışı içindeler. Enerjik, kitlesel ve dinamik bir lider istiyorlar. Kimse çelimsiz bir tanrı istemiyor. Göğüs ve bel ölçüleri arasındaki farkın yetmiş beş santim olmasını istiyorlar. Büyük göğüs kasları, uzun bacaklar, çukur çene ve iri baldırlar istiyorlar. İnsanüstü bir şey görmek istiyorlar. Hayattakinden daha büyük boyutlar istiyorlar. Hiç kimse sadece anatomik olarak düzgün birini istemiyor. İnsanlar anatomik gelişim istiyorlar” (Palahniuk, 2013:148). Bu örnek günümüzde spor salonlarının neden arttığını ve bu sektörün neden giderek büyümekte olduğunu ortaya koyuyor.

3.8.2. Futbolun Kutsallaştırılması

Futbolun tüm dünyada ortak bir dil üzerinden konuşulduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Futbol üzerinden oluşturulan bu ortak dil insanları bir araya getirmektedir. Futbol üzerinden oluşturulan retorik tıpkı dini retorik gibi kutsallaştırılmaktadır. Bir dindar inandığı dinin buyruklarını nasıl kabullenip uyguluyorsa, bir holigan da takımını, takımının armasını, takımının formasını, takımının sahasını, takımının sporcularını kutsallaştırıyor. Holigan, stadyumu bir mabet olarak görür. Stadyumlarda takıma destek verirken taraftarlar adeta bir dini ritüeli gerçekleştirir gibi davranmaktadır. Holiganlar için oyunun ciddi bir iş olduğu söylenebilir. Tıpkı dini mucizeler gibi holiganlar da futboldan mucizeler beklerler. Totemlerle sonuca etki edebildiklerine inanırlar. Dindarlar da futbol taraftarları da ritüeller ve semboller üzerinden düşünür ve hareket ederler (Dikici, 2015:66-69).

Taraftarlar için mekân yani stadyumlar ve üyelerinin çoğunlukla gittikleri yerler kutsaldır. Aynı mekânda bulunan insanlar biz zamirini kullanmaya başladıklarında onların artık ayrı bir grup ayrı bir cemaat olduklarını söylemek mümkündür. Ortak inançlar, semboller ve üretilen ortak dil günlük pratikler üzerinden somut olarak görülebilir. Biz zamirini oluşturan bu ortaklıklardır. Biz üzerinden bir güven duygusu üretilir ve bağlılık sağlanır. Üyelerin kendilerini yalnız ve terk edilmiş hissetmemeleri “biz” duygusu ile sağlanır. Biz zamirinin kullanılmasıyla birlikte öteki ifadesinin kullanılması da kaçınılmazdır. Ötekinin varlığı tehdit olarak algılanır ve bu tehdide karşı harekete geçilir. Hareket grup üyelerini daha diri tutar ve hem gruba hem tek tek grup üyelerine olan bağlılıklarını pekiştirir (Sennett, 2014:154).

Futbolun bir dinmiş gibi kutsallaştırılması bazı futbolcuların ve taraftarların açıklamalarına da yansımıştır. Pele'nin “Ben Hz. İsa'dan daha fazla tanınıyorum.” Maradona'nın Dünya Kupasında İngiltere'ye eliyle attığı golden sonra “Tanrının Eli” demesi ve bazı taraftarların Maradona'ya “Futbolun Mesihi” benzetmesini yapmaları örnek olarak gösterilebilir (Dikici, 2015: 69).

1980'lerin başında İngiltere ve Arjantin Falkland Adaları'ndan dolayı savaşa girmiştir. Güney Amerikalılar bu ada grubuna Malvinas ismini vermişlerdir. Bu savaş özellikle Arjantin için zor geçmiştir. Daha sonra bu iki ülkenin futbol milli takımları Dünya Kupası çeyrek final maçında karşı karşıya gelmişlerdir. Arjantin milli takımının futbolcusu Brown: “Hepimizin Malvinas'ta bir yakını vardı. Hepimiz acılar çektik. Ama bu bir futbol karşılaşması” demiştir. İşte bu karşılaşmada Maradona eli ile gol atmıştır. Maçın hakemi Ben Nasser topa elle müdahale edildiğini görmemiş ve hatalı bir karar ile golü geçerli saymıştır. Maradona, İngiltere'ye ikinci golü de atmıştır. İngilizler daha sonra farkı bire indirdilerse de bu onları elenmekten kurtaramamıştır. Maçtan sonra Maradona, eli ile attığı gol için “O Tanrı'nın Eli'ydi” demiştir (Aydın, 2018:226-227). Maradona'nın maçtan sonra eli ile attığı gol için bunu söylemesi futbolun basit bir oyun ya da sadece spor olarak görülmediğinin göstergesidir. Futbol kutsallaştırılır ve ondan mucizeler beklenir. Arjantin, bu maç ile savaşın intikamını futbol sahasında almıştır.

3.8.3. Kimler Baştan Çıkarılmaya Yatkındır?

Mevcut durumdan ve kendisinden hoşnut olmayanlar baştan çıkarılmaya daha yatkındırlar. Çünkü hoşnutsuzlar değişimi arzularlar. Değişimi arzulayanlar da bunu vaat eden her şeyin peşinden gitmeye yatkındırlar. Peki kimdir bu mevcut düzenden ve kendisinden memnun

olmayanlar? Topluma uygun davranmayan veya davranamayanlar, toplum tarafından öteki ilan edilirler. Öteki olmadıkları bir düzen hayal ederler. Bu nedenle mevcut düzenin değişmesi için çabalarlar. Gençler, yaşları gereği daha tutkulu, daha enerjik ve değişime daha yatkındırlar. Değişim vaatleri gençlere de cazip gelmektedir. Suçlular, toplum tarafından bir anlamda etiketlenmişlerdir. Suçlular, bu etiketlerinden kurtulmak ve vicdan azabı duymamak için başka değerlerin ön planda tutulduğu bir düzeni arzu ederler. Yeni düzenle birlikte aklanacaklarına, temizleneceklerine inanırlar. Bir amacı olmayanlar, bu kişilerin kafası karışıktır ve bu kafa karışıklığı onları yorgun düşürmektedir. Bu kişilere bir amaç verildiğinde yani onların adına düşünülüp karar verildiğinde bu yorgunluklarından kurtulacaklardır. Bu kişilere amaç vaat edildiğinde değişim isteyeceklerdir (Hoffer, 2011).

Kendisini yalnız ve güvensiz hissedenler. Bu kimselere yalnızlıklarından kurtulacakları bir aidiyet ve güven duygusu vaat edildiğinde şüphesiz bunu vaat edenlerin peşinden gideceklerdir. Bu kategorilere giren insanlar baştan çıkarılmaya razıdırlar. Çünkü zaten mevcut durumdan ve mevcut hallerinden memnun değildirler (Hoffer, 2011).

Lider ya da herhangi bir aidiyet onlara yeni bir kimlik vaat etmektedir. Memnun olmadıkları kendilerinden kurtulup aidiyet üzerinden bir başka kimlik edinme fırsatını kaçırmayacaklardır. Kitle hareketlerine ilk destek verenler çoğunlukla bu kategorilere giren kişilerdir. Aynı şekilde taraftarların da bu kategorilerdeki kişiler olduğu söylenebilir. Taraftarlık, gençlerin enerjilerini ve hatta öfkelerini atmalarına bir zemindir. Bir amacı olmayan kişiler için taraftarlık, kulübün amacı sahiplenilerek bu durumdan kurtulma zemindir. Yalnızlar için taraftarlık, tribünde bir araya gelerek bu yalnızlıktan kurtulma zemindir. Kişinin doğuştan gelen ve sonradan edindiği özellikleri, başarıları ve başarısızlıkları sorgulanmaz. Sorgulanan tek şey takıma duyulan tutku ve bağlılıktır. Başarısız kişiler için taraftarlık, başarısızlık suçluluğundan kurtulma zemindir. Suçlular için taraftarlık, bir aklanma zemindir. Çünkü takıma destek olunurken kimse yargılamaz. Yargılanan takıma yeterince destek olunup olunmadığıdır. Hatta suçlular, takım için aşırılığa kaçtıklarında ve bir suç işlediklerinde bu durum ait oldukları taraftar grubu içerisinde takdir bile görebilir. Çünkü takıma duyulan sevginin, tutkunun ve bağlılığın göstergesi olarak yorumlanır (Hoffer, 2011:34; Yıldız, 2013).

3.9. Grup Üyelerini Bir Arada Tutan Faktörler Nelerdir?

Grup üyelerini bir arada tutan faktörlerin başında “ötekinin” varlığı gelir. “Öteki” olana karşı duyulan öfke en büyük birleştirici etkidir. Bütün kötülükler, bütün şeytanlıklar “öteki” olana dairdir. “Öteki” olan yüzünden başarısız ve mutsuz olunur. Hemen hemen bütün spor kulüplerinin bir baş rakibi vardır. Spor yöneticileri bile zaman zaman baş rakip için sanki bir savaş durumundalarmış gibi “düşman” ifadesini kullanırlar. Rakibe duyulan öfke çoğunlukla somut bir geçmişe dayanmaz. Ancak bu öfke canlı tutularak bir olma durumunun sürekliliği sağlanır. Kötü olan “öteki” spor için rakip yenilmelidir. “Onları sahadan silip süpürdük”. “Onları ezip geçtik.” İfadelerinin kaynağı buradan gelir. Grup üyelerini bir arada tutan bir diğer faktör ise kardeşlik duygusudur. Aynı kulübün, aynı armanın etrafında toplanılmıştır. Taraftar gruplarının belirli ritüelleri vardır. Aynı yerlerde toplanma, aynı yerlerde yemek yeme, spor karşılaşmalarında yapılan tezahüratlar, totemler, kutsal kabul edilen forma, kutsal kabul edilen sporcu ve yöneticiler gibi işte bu ritüeller ve kutsallar birleştiricidir. Kişisel farklılıklar değil bu kutsallar ön planda tutulur. Böylece grup sürekliliği ve dinamizmi sağlanır.

Grup üyeleri birbirlerine benzeyerek kişisel eksiklerinden ve başarısızlıklarından kurtulmayı amaçlarlar. Bir başka birleştirici unsur ise abartıdır. Abartılı bir şekilde kulübü sevme ve destekleme durumu çoğu zaman şiddete zemin hazırlar. Şiddet de karşılıklı olarak abartıyı doğurur. Abartı ve şiddet doğru orantılıdır. Birlikte kavga etmek hatta birlikte dayak yemek yukarıda sözünü ettiğim kardeşliği kuvvetlendirici bir durumdur. Şiddetteki amaç ötekini bastırmaktan çok grubun birlikteliğini canlı tutmaktır. Ötekinin varlığı birlikteliği kuvvetlendirir. Kötü olan, ahlaksız olan her durumda “ötekidir”. Bu da sorumluluktan ve suçluluk duygusundan kurtarır ve kişiyi hafifletir. Kişisel başarısızlıklarından ve bu başarısızlıklardan kaynaklanan suçluluk duygusundan kaçan holigan için “ötekine” saldırmak bir savunma mekanizması gibidir. Kişi kendisine saldırmaktansa yani öz eleştiri yapmaktansa mutlak kötü ilan ettiği “ötekine” saldırarak hafiflemeyi tercih eder. Bu abartının ve şiddete meyilli olmanın altında kişinin kendisini yetersiz görmesi vardır (Hoffer, 2011:122).

Tezahürat ve sloganların da grup üyelerini bir arada tutan faktörlerden olduğu söylenebilir. “Slogan, Galce Sluag-ghairm ve İskoçça slughorne kelimelerinden türemiştir. Köken itibariyle Kelt İskoçların ‘ritmik savaş çılgılığı’ ya da ‘bir klanın savaşçılarının toplanma çağrısı’ anlamındadır. Avrupa’ya taşındığında slogan ‘seçim sloganı’, ‘anahtar sözcük’,

‘parola’ gibi anlamlar kazanmıştır” (Keskin, 2014:282). Sloganlar, siyasette de sporda da reklamcılıkta da davet amaçlıdır. Sloganlar insanları motive etmek için kullanılabilir.

Temel olarak üç tür slogan olduğu söylenebilir. Bunlar, reklam sloganı, seçim sloganı, politik ve parlamento dışı gösterilerde kullanılan slogandır. Sloganlar genellikle dilsel araçlar kullanılarak hedefi etkilemeyi ve onların tercih ve davranışlarını yönlendirmeyi amaçlar. Sloganlar kısa, yaratıcı ve akılda kalıcı olurlar. Diğer metinlerden ayrı daha mikro ifadelerdir. Siyasal İletişim için önemli olan da diyalog grubunun genel beklentisine seslenebilmesidir. Ayrıca, akılda kalıcı olmalı ve partiyi, lideri çağrıştırmalıdır (Keskin, 2014:282-283).

“Kesin inançlılar”, tezahürat ve sloganların etkisi altında kalırlar. Yazarlar şairler ve konuşmacılar “kesin inançlıları” motive ederler. “Kesin inançlılar”, sloganları üzerinden dünyayı anlamlandırmaya çalışırlar. Yaşamlarını, düşüncelerini sloganları şekillendirir. Söz ustaları, bir kitle hareketinin başlamasında belirleyici olurlar. Kelimelerin gücü ile kitle hareketine yön verilir. Sloganlar ile birliktelik ve mücadele pekiştirilir. Bu bakımdan liderler, siyasal iktidarlar söz ustalarını yanlarına çekmek isterler. Böylece hem eleştiriden kaçıp hem de sözün gücü ile meşruluk elde etmeyi amaçlarlar. Aksi durumda söz ustaları kusur bulucu yazma ve konuşma tarzları ile mevcut siyasal iktidara zarar verebilirler. Söz ustaları farklı mesleklerden olabilirler. Genellikle; din adamları, şairler, yazarlar gibi meslek gruplarından çıkmaktadırlar. Bu meslek gruplarından çıkan söz ustaları yazıları, konuşmaları ve sloganları ile farklı kesimleri etkileri altında bırakabilirler. Söz ustaları, eğer mevcut iktidarın, düzenin karşısında olmayı tercih ederlerse mevcut düzenin kavramlarına ve değerlerine kalemleri yani yazıları ile savaş açarlar. Yazılarının ve konuşmalarının etkisi ile mevcut düzenin kavramları ve değerleri ile insanların bağlarını koparmayı amaçlarlar. Ortaya koydukları sloganlar ile özellikle de amaçsız yaşamak istemeyen insanlara bir amam vaat eder ve yanlarına çekerler. Özellikle fanatikliğe yatkın olanlar bu sloganlardan etkilenirler. Söz ustaları eski inancı yıkarken bir yandan da yeni inancın sloganlarını ve değerlerini inşa etmeye çalışırlar. Bu yeni inşa yine sözün gücünden yararlanılarak insanlara benimsetilmeye çalışılır. Tüm bunları yaparken söz ustaları bir yandan da kendilerine karşı üretilen söylemi ve sloganları da küçük düşürmeye çalışırlar (Hoffer, 2011:145-157).

Siyasette olduğu gibi tezahürat ve sloganlar spor kurumu için de önemli bir yere sahiptir. Tezahüratlarla hem sporcular hem de taraftarların kendileri motive olurlar. Müzik ve ritim taraftarları oyunun coşkusuna çeker. Kitle hareketlerinde olduğu gibi sporda da tezahüratlar grubu bir arada tutan faktörlerdendir.

“Takım ruhunu oluşturma ve yansıtma, gruba dâhil olan futbolcuların ve taraftarların motivasyonunu sağlama ve karşı tarafın motivasyonunu bozma amacıyla bilinçli olarak kurgulanan ve söylenen tezahüratlar, hafızada kalmayı kolaylaştırmak amacıyla ezgili ve kafiyeli olarak biçimlendirilmektedir” (Çakır ve Korkmaz, 2015:854). Tezahüratlar ile sadece taraftarları ve sporcuları motive etmek amaçlanmaz aynı zamanda rakibin dikkatini ve mücadelesini zayıflatmak da amaçlanır. Kitle hareketlerinde tezahüratlar nasıl ötekine meydan okuyorsa sporda da rakibe meydan okunur. Meydan okuma da “biz” duygusunu kuvvetlendiren unsurlardandır. Bu bakımdan tezahüratlarda grubun kendisini nasıl tanımladığına dair ipuçları bulunabilir.



4. RETORİK KAVRAMI

“Eski Yunanca ’da rhetorike (techne), söz söyleme sanatı, topluluk önünde konuşmak, söylev çekmek anlamında kullanılmıştır. En genel tanımını ‘ikna sanatı’dır ve günümüzde ‘politik konuşma’ olarak bilinmektedir” (Keskin, 2014:260). Retorik kelimesine karşılık Doğu dillerinde de belagat kelimesi vardır. Bu iki kelime tam manasıyla birbirlerini karşılamasa da günlük kullanımda birbirlerinin yerine kullanılmaktadırlar. Retorik ve belagat kelimelerinin tam manasıyla birbirlerine denk gelmiyor olmasının nedeni belagat kelimesinin yazının etkili olması anlamının yanında bir de görünenin arkasındaki daha derin bir manaya işaret etmesinden kaynaklanmaktadır. Retorikte ileti gizli, örtük olmak durumunda değildir. Retorikte iletinin manevi bir karşılığının olması da gerekmemektedir. Belagat ise daha çok maneviyat ve ruhla ilgilidir.

Retorik kavramının kökeni Sofistlere kadar gider. Sofistler, polis adı verilen kentlerde dolaşarak talep eden kişilere para karşılığı ders vermişlerdir. Bu dersler güzel ve etkili konuşmayı da kapsamaktadır. Retorik üzerine yazılan tüm çalışmalar en nihayetinde Aristoteles’e çıkar bunun nedeni Aristoteles’in “Retorik” çalışmasının üzerine pek bir şey konamamış olmasıdır. Günümüzde retoriğe dair kitaplar yazılsa da Aristoteles’in retoriğe dair düşünce ve kavramları geçerliliğini sürdürmektedir.

Aristoteles, politika ile iletişim alanları arasında bir bağ kurar. Politika yapmanın yolu ikna tekniklerinden geçer. Politikada meşruluğu kurabilmek için ikna şarttır. Bu nedenle Aristoteles için retorik son derece önemlidir. Buna karşın Platon, retoriği bir kandırma olarak görmüştür. Platon, retoriği konuşmacının şahsi çıkarına hizmet eden bir araç olarak görmüştür. Daha sonra Roma’da Cicero’nun “De oratore’si” antik dönemim önemli retorik çalışmalarındandır. Bu çalışmada Cicero konuşmacının görevlerini belirtmiştir (Keskin, 2014:260-261).

İmaj kavramında olduğu gibi retorik için de olumlu ve olumsuz düşünceler vardır⁵. Kimileri retoriği bir aldatmaca olarak görürken kimileri de retoriğe olumlu anlam ve işlevler yüklemiştir. Sokrates ve Platon’da retorik olumsuz, Aristoteles’te ise olumlu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum sadece antik dönem için geçerli değildir. Bugün için de retoriğe dair farklı görüşler ve tartışmalar mevcuttur. Bir konuşmacının ikna yollarını kullanıyor olması yalan söylediği anlamına mı gelir? Etkili konuşmak ve ikna tekniklerine

⁵ İmaj kavramına dair ayrıntılı bir inceleme için bakınız: Yıldız, 2002.

başvurmak her zaman bir aldatmaca mıdır? Her zaman için öyle değildir. İkna tekniklerinden yararlanan bir konuşmacı da hakikati söylüyor ve savunuyor olabilir. Retorik, bilgiye ve hakikate de dayalı olabilir.

Sokrates'in kaleme aldığı bir eseri yoktur. En azından bilinen ve günümüze ulaşan bir eseri yoktur. Hocası Sokrates'in savunmasını Platon kaleme almıştır. Sokrates'in retoriğe dair düşüncelerini savunmasına bakarak görmek mümkündür. Sokrates, daha savunmasının başında "Bilmiyorum ne hissettiniz ey Atinalılar, beni suçlayanların konuşmalarını dinlediğinizde; ama şunu biliyorum ki ikna edici sözleri bana neredeyse kim olduğumu unutturdu-o kadar etkiliydiler; ne var ki sözlerinin bir tanesi bile doğru değildi" (Platon, 2010:29). Diyerek etkili konuşmaya dair düşüncelerini dile getirmiştir. Sadece bu söz üzerinden Sokrates'in etkili konuşmaya yani retoriğe dair görüşlerinin olumsuz olduğunu söylemenin mümkün olup olmadığı tartışılabilir. Ancak yine de bir fikir vermesi açısından önemlidir.

Sokrates, diyalog ile insanları hakikate ulaştırmaya çalışmıştır. Sokrates için diyalektik iki kişi arasındaki felsefi konuşmalardır. Sokrates diyalog yöntemi ile insanları sanılardan kurtarıp, doğru bilgiye ulaştırır. Platon'un ideal olarak gördüğü kent devletinde ise filozof-kral vardır. Hakikate ulaşabilecek olan filozoflardır. Sokrates ise herkesle konuşarak onların karanlıkta kalmış olan bilgilerine ulaşabileceklerine inanır. Sokrates için filozof "bilgiyi seven" kişidir. Platon ise filozofun gerçekleri açıklama ve ülkeyi yönetme görevinin olduğunu söyler (Keskin, 2010:20-21).

Sokrates çıplak ayakları ile sokakları dolaşarak insanlarla sohbet eder. İnsanlara sorular yönelterek doğruya ulaşmalarını amaçlayan Sokrates için mekânın ya da araçların pek bir önemi yoktur. Önemli olan insanların içlerinde zaten var olduğunu düşündüğü doğru bilgiye onları ulaştırmaktır. Platon, hocası Sokrates'in aksine eğitimde de seçkin bir tavra sahiptir. Akademinin kurucusu olan Platon için yer ve öğrenci önemlidir. Hakikati kavrayabilecek olan filozoflardır. Bu nedenle ülke yönetiminde de eğitimde de sıradan insanların yeri yoktur.

"Retorik Diyalektiğin eşdeşidir" (Aristoteles, 2016:33). Diyalektik ise, "Yunanca dialektike, tartışma sanatı, Latince dialectika, tartışmayı yönetme sanatıdır. Diyalektik, tartışmalı konuların açıklamalar ve karşı açıklamalar (tez ve antitez) aracılığıyla ve sonundaki

çıkarımla (sentez) doğru bir şekilde sunulduğu felsefenin ve retorik bir yöntemidir” (Keskin, 2014:66).

Diyalektik mantık ile ilişkilidir. Mantık ile aynı anlamda da kullanılmaktadır. Diyalektik, tartışmayı mantık çerçevesinde yönetme anlamına da gelir. Aristoteles’e göre retorik bir sanattır. Retorik sanatı, kanıtlarla inandırmaya dayanır. “İnandırma bir tür gösteridir, çünkü bir şeyin gösterilmiş olduğunu düşündüğümüzde tam olarak inanmış oluruz” (Aristoteles, 2016:35). Bu nedenle politik söylevciler belge göstererek konuşma yapmayı tercih ederler. “Retorik, belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi olarak tanımlanabilir” (Aristoteles, 2016:37). Ancak “Ne retorik ne de diyalektik başı başına bir konunun bilimsel incelemesi değildir; her ikisi de kanıtlar sağlama yetisidir” (Aristoteles, 2016:39).

4.1. Aristoteles’in Retorik Anlayışı

Aristoteles’e göre sözün üç inandırma tarzı vardır. Bunlardan ilki konuşmacının karakteri ile ilgilidir. İkincisi dinleyenleri duygulandırarak belirli bir ruh haline getirmekle ilgilidir. Sonuncusu ise konuşan kişinin kelimelerinin sağladığı tanıtla ya da sözde tanıtla ilgilidir. Sözün bu üç inandırma tarzından da anlaşıldığı gibi konuşmacının; karakteri, duyguları harekete geçirebilme becerisi ve konuya uygun kanıtlar ortaya koyup koyamadığı dinleyiciler üzerinde etkilidir. Eğer dinleyenler konuşmacının iyi ve güvenilir biri olduğunu düşünüyorlarsa söylenenlere inanma ihtimalleri artar. Bununla birlikte konuşmacı kendisini dinleyenleri iyi analiz etmişse onların duygularını, hassasiyetlerini bilir ve bu duyguları harekete geçirebilir. Ayrıca konuşmacının söyledikleri uygun kanıtlara dayanıyor ise daha etkili olacaktır. Demek ki konuşmacı, mantık çerçevesinde düşünebilmeli, insan karakterlerini bilip ona göre davranmalı ve duyguları yönetebilmelidir (Aristoteles, 2016:38). Bu üç inandırma tarzından birincisi yani karakter doğrudan konuşmacı ile ilgili olup doğuştan gelir. Diğer iki unsur ise zamanla geliştirilebilecek becerilerdir. Konuşmacı performans sergilerken bu üç unsuru en iyi şekilde kullanmalıdır.

Goffman, performans sözcüğünü bir kimsenin belirli bir dinleyici, gözlemci önünde bulunduğu süre boyunca gerçekleştirdiği ve gözlemciler üzerinde az ya da çok etkisi olan tüm faaliyetlerini anlatmak için kullanmıştır. Vitrin ise performans sergileyen kişi tarafından kasıtlı ya da kasıtsız olarak kullanılan standart ifade donanımıdır. Set performansın sergilendiği ortamla ilgilidir. Sabit olabileceği gibi hareketli de olabilir. Belirli

bir seti kullanacak olanlar doğru yere geldiklerinde performanslarını sergilemelidirler. Ayrıca konuşmacının görünüşü, yaşı, cinsiyeti, boyu, ırkı, duruşu, beden ifadeleri, konuşma tarzı gibi özellikleri de kişisel vitrinidir (Goffman, 2014:33-35). İyi bir konuşmacı hem kişisel vitrinini hem de bulunduğu ortamı kullanma konusunda becerikli olmalıdır.

Sergilenen performanslar çok önemlidir. Çünkü ortaya konan roller bizi o kişilere dair fikir sahibi yapar. Kişilere dair rol tahminleri insanlarla olan ilişkilere ve gözleme bağlıdır. Rol tahmini ve ikna arasında önemli bir bağ vardır. Bu tahminler genellikle ilk izlenimlere ya da o kişiye dair inandırılan şeylere dayanır. Rol tahminleri de en nihayetinde genellemeler yapılmasına kadar gider. Rol tahmini; grupların, kişilik tiplerinin ve tek tek bireylerin olabilir (Beer, 2001:19-20). Tek tek bireylerin değil, grupların ve kişilik tiplerinin rol tahminlerini isabetli yapabilmek, işi ikna olan biri için çok önemlidir. Çünkü hangi durumlarda nasıl davranacaklarını tahmin edebilme ve bu tahmin üzerinden insanları veya grupları yönlendirebilme imkanını sağlar.

Aristoteles için retorik Sokrates'in aksine tek tek şahıslar ile değil, aynı tipten olan insanlarla ilgilidir. Çünkü bireysel durumlar karmaşık ve çok çeşitlidir. Tek tek şahıslar için her zaman her durumda geçerli olacak kuralları ortaya koymak pek mümkün değildir. Bu nedenle retorik sanatı şahsi durumlarla ilgili genel bir ifade ortaya koyamaz (Aristoteles, 2016:40).

Aristoteles, politika ve iletişimi birbirinden ayırmaz. Politikacı insanları ikna edebilmelidir. Retorik burada devreye girer. İkna teknikleri kullanılarak meşruiyet kazanılır. Aristoteles, politikada ikna üzerinde durduğu yani iletişimin altını çizdiği için sadece politikanın babası olarak değil politik iletişimin de önünü açan isim olarak adlandırılabilir.

“Retorik, konuşmaları dinleyen üç sınıf dinleyiciye göre üç bölüme ayrılır. Çünkü konuşma isteminin üç ögesinden-konuşmacı, konu ve seslenen kişi- konuşmanın amacını ve hedefini belirleyen bu sonuncusu, yani dinleyicidir. Dinleyici ya geçmiş ya da geleceğe ait şeyler üzerinde bir karar verme durumunda olan bir yargıç, ya da bir gözlemci olmalıdır” (Aristoteles, 2016:43).

İyi bir hatip kendisini dinleyenlerin bilgi ve alakalarını kavramalı ve konu seçimini bu doğrultuda yapmalıdır. Konu net bir şekilde ortaya konduktan sonra akıcı ifadelerle işlenmelidir. Hatip, amacına ulaşabilmek ve dinleyicilerden istediği geribildirim alabilmek için tutarlı olmak ya da görünmek durumundadır. Hatip düşüncelerini hangi yollarla aktarabileceğine karar vermelidir. Görüldüğü gibi iyi bir konuşmanın inşa edilebilmesi ve

yapılabilmesi bir sisteme bağlıdır. Bu sistemin kilit noktası da konuşmacının amacıdır. Bu amaç tüm konuşmayı şekillendirir (Muallimoğlu, 2005:12).

Üç söylev türü vardır. Bunlar; politik, adli, törensel gösteri söylevleridir. Politik söylev, dinleyenleri bir şeyi yapmaya ya da yapmamaya yönlendirir. Politik söylevciler de dinleyicileri ya bir şeye yönlendirir ya da bir şeyden uzaklaştırır. Adli söylev, mahkemelerde bir kişiyi savunmak ya da suçlamak ile ilgilidir. Törensel gösteri söylevi ise birini övmek ya da kötülemekle ilgilidir. Bu üç farklı söylev türü üç farklı zamana da işaret eder. Politik söylev gelecek ile ilgilidir. Gelecekte yapılacak şeyler ile ilgilidir. Adli söylev geçmişle ilgilidir. Geçmişte yapılmış bir şey dolayısıyla kişi ya savunulur ya da suçlanır. Törensel söylev ise şimdiki zamanla ilgilidir. Geçmişe ya da geleceğe dair şeyler söylene de o an için kişi ya övülür ya da kötülenir (Aristoteles, 2016:44).

Politik söylevde konuşmacının ana konu sayısı beş tanedir. Bunlar; yollar ve araçlar, savaş ve barış, ulusal savunma, dışalım ve dışsatım ve yasalarıdır. Politik söylevcinin bu konulara dair bilgili olması gerekmektedir. Politik söylevcinin bu konularda sadece kendi ülkesini değil aynı zamanda diğer ülkeleri de biliyor olması şarttır (Aristoteles, 2016:46).

“Politik retorik, parlamento konuşmaları/tartışmalarından ulusa sesleniş konuşmalarına, miting konuşmalarından açılış konuşmalarına ve televizyon tartışmalarına kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Özellikle seçim dönemleri politik retorikğin en hareketli zamanlarıdır. Seçim sonu zafer ve mağlubiyet konuşmaları da politik retorik türlerinden biridir” (Ünlü, 2015:72).

Politik söylevci, dinleyicileri etkileyebilmek için tüm yönetim biçimlerini bilmelidir. Konuşmacının bu bilgiye sahip olması çok önemlidir. İnsanlar konuşmacının yönetim biçimlerine dair bilgisine bakarak çıkarları doğrultusunda hareket edilip edilemeyeceğine karar verirler. Aristoteles’e göre bilinmesi gereken dört yönetim biçimi vardır. Bunlar; demokrasi, monarşi, oligarşi ve aristokrasidir. İyi bir konuşma bu bilgiden geçer (Aristoteles, 2016:62-63).

Dinleyicileri ikna etmek isteyen bir hatip belli başlı konulara dair bilgi ve fikir sahibi olmak durumundadır. Bilgi ve fikir sahibi olmakla birlikte politik söylevci diğer yerlerdeki iyi ve kötü örnekleri de bilmeli ve kıyas yapabilmelidir. Politik söylevde mesaj politik bir amaç taşır. Hatip amacına ulaşmak istiyorsa dinleyenlerle doğru bir iletişim kurmak zorundadır. Politik söylevde dinleyenleri ikna etmenin yolu duygulara seslenebilmekten, konuşmacının

iyi imajından ve bilgili olmasından geçer. Konuşmacı bilgili olmak ya da öyle görünmek durumundadır. Retorik bilgiye dayanmazsa etkili olsa bile bu kısa süreli olacaktır. Bilgiye dayanmayan konuşmayı çürütmek çok daha kolay olacaktır. Bu bakımdan retorik bilgiye ve kanıt dayanması ikna yolunda konuşmacıya büyük avantaj sağlayacaktır.

Politik söylevcinin insanlara seslenirken, amacının onların mutluluğu olduğunu göstermesi gerekir. Çünkü insanların yöneldiği amaç mutluluktur. Mutluluk, insanların ulaşmak istedikleri ya da uzak durmak istedikleri şeylerle ilgilidir. “Mutluluğu erdemle birleşmiş refah olarak tanımlayabiliriz ya da yaşam bağımsızlığı olarak ya da en çok hazdan güvenli yararlanma olarak; ya da insanın malını mülkünü ve bedenini koruma ve onları kullanma gücüyle birlikte varlığın ve bedenin iyi bir durumda olması olarak” tanımlanabilir. Mutluluğun bu tanımından unsurları da çıkartılmaktadır. Bu unsurlardan bazıları iç, bazıları ise dış unsurlardır. Politik söylevci mutluluğun iç ve dış unsurlarını bilmeli ve kendisini dinleyenlere mutluluğu vaat etmelidir (Aristoteles, 2016:48-49).

Politik söylevci, konuşmasında insanların yararından söz etmelidir. İyi olan şey insanlar için yararlıdır. Bu nedenle dinleyicilerin dikkatini çekebilmek için iyi olan şeylerden bahsetmek gerekir. İyi olan ise; mutluluk, adalet, cesaret, ölçülülük, yüce gönüllülük, görkem, güzellik, sağlık, dostluk, zevk, yaşam, zenginlik, onur, ün, vb. şeylerdir. Ayrıca düşmanın zararına olan şey de iyi olarak kabul edilir (Aristoteles, 2016:53-54). Politik söylevci, hangi koşullarda neyin iyi olduğunu, neyin daha iyi olduğunu bilmek durumundadır.

Törenselle gösteri söylevinde önemli olan, erdem-kusur ve iyi-kötüdür. Konuşmacı bu kavramları kullanır. Çünkü bu kavramlar övme ve ayıplama için kullanılırlar. Törenselle gösteri söylevinde de şimdiki zamanda bir kişi ya da şey, iyi-kötü ya da erdem-kusur kavramları ile ya övülür ya da eleştirilir (Aristoteles, 2016:64).

Törenselle gösteride konuşmacının dinleyicilerin değerlerini iyi bilmesi gerekir. Dinleyenler için neyin iyi neyin kötü olduğu bilinmelidir. Hatip, dinleyicilerini değerleri üzerinden yakalar. İyi ve kötü olan üzerinden dinleyenleri ikna etmeye çalışır. Bu nedenle konuşmacı dinleyicilerinin değer yargılarını ve yaşama karşı duruşlarını bilmek durumundadır. Neyin iyi neyin kötü olarak kabul edildiğinin bilinmesi önemlidir. Çünkü ülkeden ülkeye hatta gruptan gruba değişiklik gösterebilir. Konuşmacının işini kolaylaştıracak olan yerleşmiş değerler ile çelişen ve çakışan düşüncelerden uzak durmasıdır. Bunun yerine dinleyici

grubunun değer yargılarıyla örtüşen bir dil seçilmelidir. Aksi durumda dinleyenleri ikna etmek çok daha zor olacaktır.

Adli söylevde ise suçlama ya da savunma esastır. Bu söylev türünde konuşmacı, insanların hangi koşullarda suç işleyebileceğini, bu suçu hangi nedenlerle işlediğini ve haklı olunan durumlar ile haksız olunan durumları ve kötülükten söz edebilmek için şart olan unsurları iyi bilmesi gereklidir. Çünkü suçlama da savunma da bunlar üzerinden yapılır (Aristoteles, 2016:82-83). Adili söylevlerde sıklıkla kullanılan beş inandırma yolu mevcuttur. Bunlar; yasalar, tanıklar, işkenceler, yeminler ve anlaşmalardır. Bu yollar konuşmacı tarafından suçlama ve savunmada, inandırma ve caydırmada kullanılırlar (Aristoteles, 2016:87).

Özellikle politik söylevde aynı zamanda adli söylevde de konuşmacı dinleyenlerde karakterinin doğru olarak, iyi olarak görülmesini sağlamalıdır. Böylece konuşmacının inandırıcılığı artacaktır. Konuşmacının kullandığı belge ve dayanaklardan ayrı olarak söylediklerinin doğruluğuna inandıran üç şey vardır. Bunlar; sağduyu, iyi ahlaki karakter ve iyi niyettir (Aristoteles, 2016:97-98).

Konuşmacı duyguları özellikle de öfke duygusunu harekete geçirme konusunda becerikli olmalıdır. Öfke düşmana yöneltilir. Öfke beraberinde belirli bir zevk de getirir. Çünkü öç alma isteği kişiyi diri tutar. Öç alma arzusu başlı başına bir motivasyon olur (Aristoteles, 2016:99). Öfke insanları bir arada tutar. Öfkeden doğan bir kardeşlik ve dayanışma ruhu konuşmacı tarafından hem kitleyi bir arada tutar hem de düşmana karşı eyleme geçirir. Kitleyi sadece düşmana karşı öfkelenmek yeterli değildir. Öç alınacağı inancının da yerleştirilmesi gerekmektedir. Aksi durumda insanlar eyleme geçmeyecektir.

Konuşmacının etkili bir şekilde kullanması gereken bir diğer duygu da korkudur. Konuşmacı, dinleyenleri korkutması gerektiğinde tehlikenin yakınlarında olduğunu onlara hissettirmelidir. Böyle bir tehlikenin daha önce kendileri gibi olan insanların başına geldiğinden söz etmelidir. Dinleyiciler korktuklarında güven duygusuna ihtiyaç duyacaklardır. Güvendiklerinin yanlarında, korktuklarının ise uzaklarında olmasını isteyeceklerdir. Bu durum oluşturulduğunda hatip dinleyenlerde güven duygusu oluşturmalıdır (Aristoteles, 2016:110).

“Korku insanı teşvik eden güçlü bir psikolojik kuvvet olabilir, bütün enerji ve düşüncelerimizi bu tehdidi kaldırmaya kanalize ederiz ve böylelikle başka bir şey düşünmemiz imkansızlaşır” (Pratkanis ve Aranson, 2008:243). İnsanları ikna edebilmek

duygulara dokunmakla ilgilidir. Duygularına seslenilebilen bir insan kolaylıkla ikna edilebilir. Korku da çok kuvvetli bir duygudur. Bu nedenle ikna sürecinde kullanılabilir. Korkulan veya korkutulan şey gerçek de olabilir, olmayabilir de önemli olan insanları duygularından yakalayabilmektir.

“Öteki” üzerinden korku üretmek ve bu korkuyu yönetebilmek mümkündür. “Öteki” bütün kötülüklerin nedeni olarak gösterilir. “Öteki” olana duyulan öfke de “biz” duygusunu kuvvetlendirir. Öfke ve korku duygularına dokunabilen bir konuşmacı çok daha etkili olacaktır. İkna etmekte duygulara dokunabilmek çok çok önemlidir. Yönlendirmede akıldan çok duygulara dokunabilmenin daha etkili olduğunu söylemek mümkündür. Tek tek bireyler için olmasa da kitleyi yönlendirebilmek için duyguları doğru yönlendirmek gerekmektedir. Bu nedenle hatipler sık sık duygular üzerinden ikna stratejilerini kurarlar.

Bütün konuşmacılar kişisel özelliklerinden başka yani kendilerine özgü kanıtlayıcı yollarından başka dört temel konuyu kullanırlar. Bunlar; mümkün olan ve mümkün olmayan, geçmiş olgular, gelecek olgular ve göreceliliktir. Bütün söylev türlerinde bu konular kullanılır. Konuşmacı bir şeyi olduğundan büyük ya da küçük göstermeye çalışır, bir şeyin mümkün olduğuna ya da olmadığına ikna etmeye çalışır, geçmiş ya da gelecek olgulara başvurur (Aristoteles, 2016:131). Bu tekniklerin de ötesinde konuşmacı mesajına başka insanları da ortak etmelidir.

“Dışarıda fırsat verilmesi ve doğru şekilde motive edilmesi halinde hedefinize ulaşmada size yardım edecek her çeşit insan mevcuttur” (Foster, 2001:118). Bu nedenle işi ikna etmek olanlar başkalarını da mesajlarına ortak etmek durumundadırlar. Eğer konuşmacı başka insanları da hayallerine ortak edebilirse başarılı olur. Doğrudan diyalog grubundan olmasa da ulaşılan her insan amaca gidilen yolda birer kazanımdır. Çünkü amaca ulaşılabilecek yolun seçiminde başkalarından duyulanlar da etkilidir. Konuşmacı bu nedenle karakterini ve mesajını mümkün olduğunca nasıl görünmesini istiyorsa öyle göstermeye çalışmalıdır. Bu yolda ulaşılan her insan her grup kıymetli olacaktır.

Bütün hitabet türlerinin iki ortak biçimi vardır. Bunlar, örnek ve örtük tasımdır. Örneklemede tümevarım vardır. Bundan yararlanılır. Örnekleme ile kanıtın iki türü vardır. Birincisi hakiki geçmiş olgulara dayanması, ikincisi ise konuşmacının icat ettiği örneklerdir. Konuşmacının icat ettiği örneklerin de iki türü vardır. Birincisi betimleyici koşutluk, ikincisi ise hayvan masallarıdır. Eğer örnekler başta veriliyorsa çok sayıda örneğin kullanılmasında

yarar vardır. Ancak sonda örnek verilecekse tek bir örnek yeterli olacaktır (Aristoteles, 2016: 134-136).

Maksim, genel ifadeler olarak tanımlanabilir. Dinleyiciler özel bağlamda inandıkları şeylerin genel bağlamda dile getirilmesinden hoşnut olurlar. Yani şahsi deneyimleri her zaman her koşulda geçerliymiş gibi genel ifadeler ile kendilerine söylendiğinde bu etkili olacaktır. Konuşmacı, dinleyicilerin şahsi görüşlerini bilir ya da tahmin edebilirse bir avantaj sağlar. Dinleyenlerin bir meseleye dair görüşlerini genel ifadeler ile anlatarak onları çekmiş olur (Aristoteles, 2016:140).

Örtük tasımın bir türü olumlu ya da olumsuz bir önermeyi tanıtılar, diğer türü ise çürütücü örtük tasımdır. Konuşmacının yararlanabileceği farklı doğrulama ya da çürütme teknikleri vardır. İyi bir hatip bu iki biçimi ve maksim kullanımını başarılı bir şekilde yapandır. Konuşmacı bu teknikleri kullanmada mahir olduğu ölçüde kendisini dinleyenleri etkisi altına alacaktır. Bu teknikler öğrenilip geliştirilebilecek tekniklerdir. Örtük tasımların dayandırılabilceği dört durum vardır. Bunlar; örnekler, olasılıklar, sıradan belirtiler ve şaşmaz belirtilerdir. Örneğe dayalı örtük tasımlarda, bir ya da birden fazla tümevarımla genel bir önermeye ulaşılır. Daha sonra ise tündengelimle özel bir çıkarıma ulaşılır. Olasılıklara dayandırılan örtük tasımlarda, genellikle hakikat olan ya da gerçek olması gereken şeyden hareket edilir. Sıradan belirtilere dayandırılan örtük tasımlarda ise gerçek ya da değil herhangi bir tikel veya evrensel önermeden hareket edilir. Şaşmaz belirtilere dayandırılan örtük tasımlarda ise tartışılmaz ve değıştirilemez olan bir şey üzerinden yola çıkılır (Aristoteles, 2016:159).

Bir konuşma sırasında üç önemli nokta vardır. Birincisi, inandırma yollarıdır. İkincisi, dil ya da biçemdir. Üçüncüsü ise konuşmanın bölümlerinin uygun bir şekilde düzenlenmesidir. İandırma yolları üç tanedir. 1. Konuşmacının karakterinin doğru, iyi yansıtılması. 2. Dinleyenlerin duygularının harekete geçirilmesi. 3. İse konuşmanın içeriğine dair uygun kanıtların ortaya konmasıdır (Aristoteles, 2016:165). Tüm söylev türleri için bu üç nokta çok önemlidir. Bu üç noktada başarıyı yakalayan hatip amacına kuvvetle muhtemel ulaşacaktır.

Ne söyleneceği kadar, nasıl söyleneceğinin de belirlenmesi önemlidir. Konuşmacının dikkat etmesi gereken üç önemli şey vardır. Bunlar; ritim, sesin volümü ve yüksekliğinin değıştirilmesidir (Aristoteles, 2016:165). Konuşmacı dili doğru ve etkili kullanabilmelidir. Konuşmanın kendisinden çok, konuşanın ve nasıl konuştuğunun etkili olduğu bilinmektedir.

Konuşma metninin hazırlanması yeterli değildir. Konuşma metni ne kadar iyi hazırlanmış olursa olsun dinleyicilerde güven uyandıran ya da güven uyandırabilecek birinin konuşması gerekir. Sözün önemi söyleyen kişiden kaynaklanır. Konuşmacı sesini de doğru ayarlamak durumundadır. Her şey derli toplu yani planlı olmalıdır. Ancak, bu yapmacık olmamalıdır. Aksi durumda dinleyiciler konuşan kişinin samimiyetine inanmayacaklardır. Doğallığın en başarılı strateji olduğu unutulmamalıdır.

Konuşmanın sonuç bölümü dört kısımdan oluşur (Aristoteles, 2016:211),

1. Dinleyiciler konuşan kişiye dair iyi konuşmacının düşmanına dair kötü şeyler düşünmeye başlamalıdır.
2. Önde gelen olgular büyütülmeli ya da küçültülmelidir.
3. Dinleyenlerin duyguları canlandırılmalıdır.
4. Dinleyenlerin bellekleri tazelenmelidir. Bu aşamaların başarılı bir şekilde ortaya konması konuşmacı açısından çok önemlidir.

Konuşan kişinin karakterine dair iyi şeyler düşünölmeye başlanmış ve konuşmacının düşman olarak gösterdiği yere öfke duyulması sağlanmışsa birinci kısım başarıyla tamamlanmıştır. İkinci kısımda ise konuşmacının önemsedığı şeyler önemsenmeye, önemsemediği şeyler de küçük ve önemsiz görünmeye başlanmışsa başarılı olunmuştur. Üçüncü aşamada ise dinleyiciler coşkulu bir hale getirilmiş ise başarılı olunmuştur. Dördüncü ve son aşamada ise eğer konuşmacı söylediklerinin üzerinden kısaca bir daha geçmiş ve dinleyenlerin hafızasında söylediklerinin istediği bir şekilde kalmasını sağlayabildiyse başarılıdır.

Aristoteles'in retoriğe dair görüşleri olumludur. Aristoteles retoriği bir sanat haline getirmiştir. Aristoteles için retorik basit bir aldatmaca değildir. Aristoteles'in retoriği duyguları harekete geçirmeyi kapsasa da aynı zamanda karakter ve kanıtlarla da ilgilidir. Aristoteles retoriğinde üç ana unsur vardır. Bunlardan ilki karakterdir. Sözün etkisi söyleyen kişinin karakteri ile doğru orantılıdır. Eğer konuşmacı güvenilir ve iyi bir insan olarak görülüyorsa inandırıcılığı da yüksek olur. İkinci ana unsur konuşmacının dinleyenlerin duygularına dokunup dokunamadığı ile ilgilidir. Üçüncü unsur ise konuşulanlara dair kanıtların ortaya konup konamaması ile ilgilidir. Bu üç unsuru doğru bir şekilde sağlayan retorik başarılı olarak kabul edilir. Aristoteles retoriği bu üç unsuru ortaya koyması ve ikna

sürecini bir sanat olarak görmesinden dolayı önemlidir. Buradan hareketle herhangi bir materyale retorik çözümleme uygulanırken şu üç unsur dikkate alınabilir.

1. “Karakter”
2. “Duygulara seslenebilme”
3. “Kant”

4.2. Cicero’nun Retorik Anlayışı

Cicero, Roma tarihinin en önemli hatibi olarak görülmektedir. Cicero, devlet yönetiminde seçkincidir. Cicero aristokratik cumhuriyetin savunucularından olmuştur. Buna rağmen Roma’nın iyiliği ve geleceği için halkın da etkili olduğu karma anayasayı da savunmuştur. Cicero etik ve retorik konuları ile ilgilenmiş ve bu alanlara dair çalışmalar yapmıştır. Cicero’nun retoriğe dair görüş belirten filozoflardan (Platon, Aristoteles) farkı kendisinin de bir konuşmacı olmasıdır. Cicero, aynı zamanda bir iletişim pratisyeni, hukukçu ve politikacıdır. Dolayısıyla retoriğin uygulanmasına dair deneyim sahibidir. O dönemde bir Romalı politikada görev almak istediğinde kamusal alanda ya da mahkemede yani kalabalık önünde konuşma yapmak zorundaydı. Dolayısıyla Roma Cumhuriyet’inde kamusal konuşma politikanın ayrılmaz bir parçasıdır. Bu durum Yunan kent devletlerindeki demokraside geçerli değildir. Söylev, Roma yönetim sisteminin önemli bir parçasıdır. Çünkü kararlar senatodan geçmek durumundadır. Senatoda politikacılar birbirlerini ikna etmek için kamusal konuşmalar yapmışlardır. Bu nedenle Cicero hem bir retorik teorisini hem de bir retorik uygulayıcısıdır. Siyasal erk bu konuşmacılara aitti. Halk politik kararların alım sürecine katılmazdı. Roma’da bugünkü anlamıyla bir demokrasi yoktu (Keskin, 2014:42-43).

Cicero’ya göre politika, forumlarda kalabalıklar önünde gerçekleşmeliydi. Forumlarda sergilenecek olan performans ve iletişim iktidar ve erk anlamına gelmekteydi. Ancak, retoriği kullanan kişiler, insanları her şeye yönlendirebileceği için, beraberinde büyük bir sorumluluk da getirmekteydi. Cicero için karizmatik Orator, (ulus için konuşan sözcü) konuşmanın, iletişimin gücü aracılığıyla insanlara yön veren kişidir. Bu güç Orator’a toplumsal hayatta güçlü bir etki bırakması imkanını sağlar. Orator, retoriğin kendisine sağladığı gücün sorumluluğunu kaldırabilmelidir. Bu nedenle Orator, ahlaki düşünen ve felsefe eğitimi almış ideal bir tip olmalıdır. Cicero, “De oratore” kitabında bu konuları

işlemiştir. Eser Cumhuriyetçi devleti savunma konusunda öğütler vermektedir. Bununla birlikte eser, kamusal iletişim felsefesinin etiğine de katkı sağlar. Cumhuriyeti savunmak için konuşan Orator, iyi düşünce, iyi konuşma ve iyi davranış arasında bir bütünlük kurmuş olmalıdır. Cicero'ya göre ideal bir konuşmacının taşıması gereken özellikler; dürüst bir adam olmak, politika ve tarih eğitimi almış olmak, felsefeden anlamak, gelenekleri bilmek ve insan psikolojisinden anlamak, yasalar ve yurttaşlık haklarını bilmektir. Bunlarla birlikte Orator, onurlu bir yaşam sürmelidir. Bu özellikleri sağlayan konuşmacı, iletişimin gücünü kavrayıp kusursuz bir dil geliştirebilir ve ahlaki olgunluğa erişebilir (Keskin, 2014:43-44).

Cicero, Platon'un aksine retoriğe dair olumlu düşüncelere sahiptir. Kendisi de bir hatip olan Cicero, konuşmacının etik değerlerinin onu aldatmacadan koruyacağını ve yalana sapmayacağını düşünür. Cicero'ya göre dürüst bir hatip demokrasi için de ülke için de şanstır. Ancak retorik taktiklerini kullanacak olan hatipler, insanları ikna etme becerisine sahip oldukları için mutlaka bu becerilerle birlikte etik değerlere de sahip olmalıdır. Etik değerler retoriğin aldatmaca olarak kullanılmasının önüne geçmek için vardır. Kalabalıklar önünde gerçekleştirilen dürüst bir konuşma o ülkenin yararına hizmet edecektir. Konuşmacı dürüstlikle birlikte bilgili de olmak durumundadır. Aristoteles için konuşmacının karakteri ikna yolunda çok çok önemlidir. Cicero için de konuşmacının etik değerlere sahip olması aynı öneme sahiptir. Bu durum konuşmanın etkisinden çok sonuçlarının olumlu olması bakımından önemlidir.

Cicero'nun eseri "De oratore" antik dönemin en önemli retorik kitaplarından biri olmuştur. Cicero, eserinde konuşmacının beş klasik görevini ele almıştır. Bu klasik görevler: Malzeme bulma, bölümlenme, dilsel anlatım, nimonik, hafıza teknikleri ve sunumdur (Keskin, 2014:260-261).

4.3. Platon'un Retorik Anlayışı

Platon'un retorik üzerine görüşleri olumsuzdur. Platon (2017, 2016), "Gorgias" ve "Diyaloglar" adlı eserlerinde retoriği işlemiştir. Platon retoriği bir aldatmaca, kandırmaca olarak görür. Platon'un (2017), "Gorgias" adlı eserinde Sokrates'in sofistleri retorik konusunda eleştirdiği görülmektedir. Platon'a göre retorik doğruyu ortaya koymaz. Retorikte tek amaç ikna etmektir. Bunun için de kandırmacaya başvurulur.

Gorgias, derslerine gelecek olanları iyi birer hatip yapacağını ve öğrencilerinin kalabalıklar önünde başarıyla konuşabileceğini söylediğinde Sokrates- "Kalabalık demekle bilgisizler

demek istiyorsun herhalde; çünkü, bilgili insanlar önünde, hatip kuşkusuz hekimden daha az ikna edici olacaktır” (Platon, 2017:21).

Retoriğe getirilen bir diğler eleştiri de kitleleri manipüle etmek için kullanıldığı yönündedir. Buna göre retorik bilgiye değil, kandırmacaya dayalıdır. Bilgisiz insanlar kandırmaca ile kolaylıkla ikna edilebilir. Platon’a göre retorik kitleyi aldatmak içindir. Dolayısıyla karşılıklı bir konuşma değildir. Retorik tek taraflıdır. Platon için retorik, bir sanat değildir. Retorik hakikate dayanmaz ve bilgisiz insanları aldatmak için kullanılan bir araçtır. Platon’un “Gorgias” esrinde retoriğe karşı tutumunun çok sert olduğu görölmektedir. Platon’a göre iyi konuşmak ne bireye ne de topluma bir şey kazandırmaz. Retorik, mutluluk ya da doğru bilgi getirmez.





5. YÖNTEM

“İletişim alanındaki araştırmalarda, amaca ve konuya bağlı olarak, birçok yöntem kullanılmaktadır” (Şimşek, 2015:154). Bu araştırmalar üç ana paradigmaya dayanmaktadır. Bunlar; nitel, nitel ve karma paradigmalardır. Her dönem belirli paradigmlar ön plana çıkmış ve bu paradigmlara verilen önem ve yönelim değişim göstermiştir. Ancak bu üç temel paradigmanın iletişim alanı için önemli bir karşılığı vardır.

Günümüzde yazılı ya da görsel birçok bulguya, materyale retorik çözümleme uygulanmaktadır. Retorik çözümleme, özellikle iletişim alanında tercih edilmektedir. İletişim alanında “lider retorığı” çalışmaları siyasal iletişim penceresinden gerçekleştirilmektedir. Ancak retorığın uygulama alanı iletişim ve siyasal iletişim alanlarına özgü değildir. Daha önce giriş bölümünde de belirtildiği gibi Dilbilim ve Felsefe alanları da retorik çözümlemeyi kullanmaktadır. Bu çalışma ise ağırlıklı olarak iletişim penceresinden bakmaktadır.

Aristoteles, retorığı bir “ikna sanatı” olarak yorumlamıştır. Aristoteles’in ethos, pathos ve logos kavramları ikna sürecinde önemli bir yer tutmaktadır. Ethos, karakter ya da etik olarak, Pathos, duygulara dokunabilme, seslenebilme olarak, logos ise belge, mantık olarak ifade edilebilir. Bu unsurlar üzerinden retorik değerlendirme yapılabilir (Aristoteles, 2016). Bu çalışmada da tezahürat ve sloganlar çözümlenirken Aristoteles’in kavramları tercih edilmiştir.

Retorik çözümleme Cicero’nun kavramları ile de yapılabilir. Cicero, retorik alanında hem bir uygulayıcı hem de bir teorisyen olması bakımından önemlidir. Cicero’nun “De Oratore” çalışması retorik ile ilgilenen araştırmacıların temel referans kaynaklarından. Cicero’nun ortaya koyduğu aşamalar; icat etme, düzenleme, üslup, bellek, konuşma tarzıdır. Bu aşamalar üzerinden retorik çözümleme yapılabilir.

“Cicero’nun ileri sürdüğü retorik kanonları, otoritelerce daha önce tespit edilmiş olmasına rağmen; farklı kullanımlarda anlam olanakları sağlayan parçalar halinde ele alınmıştır. Retorik kanonları, yeni düşüncelerin ortaya çıkmasına imkân tanıyarak; önerdiği kullanım biçiminin çeşitliliği nedeniyle anlam çözümlemelerinde bir yöntem haline gelebilir” (Durmuş ve Gür, 2017:113). Bugün için Aristoteles’in ve Cicero’nun kavram ve aşamalarının dışında başka kavram ve aşamalar ile de retorik çözümleme çalışmaları yapılabilir.

“Yorumlama Dönemi: Metin bir şifre ve gizli mesaj gibi çözülmesi gerekli simgelerle doludur. Gerçek anlam karanlık ve çelişkilidir. Yaklaşım Okulu: Tarih daha hızlı ilerler, gerçek anlam daha fazla sorunsallaşır. Anlam verme işi okuyucuya düşer. Yapıbozum: Yaratıcı ve hayal gücünü serbest bırakan yaklaşımda herkes metni istediği gibi okuyabilir. Yetersiz bir okuma bile en derin okuma olabilir” (Meyer, 2004’ten aktaran Durmuş ve Gür: 2016:113). Bu üç yaklaşım ve aşama üzerinden de retorik çözümleme uygulamak mümkündür. Retorik, söylem ile ilgili olduğu için farklı kavram setleri ve aşamaları kullanılabilir. Burada hangi kavramların ve aşamaların tercih edileceği araştırmacıya kalmıştır.

Retorik, ikna etme yollarını kapsamaktadır. Tezahürat ve sloganlar üzerinden taraftar grupları birlikteliklerini pekiştirirler. Dolayısıyla tezahürat ve sloganlarda da amaç iknadır. Hem taraftar grubunun üyelerine hem de dışarıya gönderilen bir mesaj vardır. Bu nedenlerden dolayı MKE Ankaragücü Spor Kulübü tezahürat ve sloganlarının retorik çözümlemesinin yapılmasının Ankaragücü taraftarlarının sahip olduğu motivasyonları ortaya koyması bakımından isabetli olacağı düşünülmüştür.

Retorik çözümlemede amaç iletişimcinin açık ya da çoğu zaman örtük olan anlam yüklemesini iletişim öge ve biçimlerinde aranması olduğu söylenebilir (Sever, 2015:321). MKE Ankaragücü Spor Kulübü tezahürat ve sloganları tribünde çok sayıda taraftar tarafından söylenmektedir. Ayrıca tezahürat ve sloganlar pankartlarda olduğu gibi sokaklarda duvarlara da yazılmaktadır. Dolayısıyla hem işitsel hem de görsel olarak etkilidirler. Tez kapsamında ise sadece yazı olarak çözümlemeleri yapılacaktır. Ancak tezin durduğu yer bakımından örtük bir mana aranmayacaktır. Çünkü çözümlenecek materyalin arkasında örtük bir mesaj ya da mana olduğu kabulü ile hareket etmek aynı zamanda ideolojik de bir duruştur. Bu yöntem daha çok söylem analizi ile ilgilidir. Bunun yerine materyal Aristoteles’in kavramları ile analiz edilecektir.

Retorik çözümlemede farklı yollar vardır. (Sever, 2015), reklamcılık jargonundan hareketle şu beş bileşen ile çözümlemenin olabileceğini söylüyor:

1. “Vaad ve vaad desteği”.
2. “Mesajın formatı, tarzı, tonu ve yapım biçimi”.
3. “Kullanılan görsel-işitsel ve yazılı retorik enstrümanlar”.

4. “Medya”.

5. “Akılda kalıcılık için iyi bir kapanış ve tekrar”.

Retorik vaat eder, ulaştırılmak istenen mesajın belli biçimsel özellikleri vardır, retorikte görsel, işitsel ve yazılı unsurlar kullanılır. Retorik; kulağa, göze, duygulara ve akla seslenir. Mesajın ulaştırılması için bir araç (medya) kullanılır. Yüz yüze iletişim yolu ile de mesaj ulaştırılabilir. Bu nedenle çözümleme aşamasında Aristoteles’in kavramlarıyla birlikte yer yer bu bileşenlerin bazılarında da yararlanılacaktır. Retorik çözümlemeyle ortaya konmak istenen asıl şey ulaştırılmak istenen mesajdaki temel motivasyonun, temel iddianın, temel resmin ne olduğudur.

Slogan ve tezahüratlarda; “karakter”, “duygulara seslenebilme” ve “kanıt” özelliklerinden hangilerinin olduğuna bakılacaktır. Aristoteles’in iyi bir konuşmacının taşıması gereken bu özellikleri slogan ve tezahüratlara uygulanacağı için farklı değerlendirmeler olacaktır. Örneğin retorik’in unsurlarından “karakter” doğrudan konuşmacının özellikleriyken slogan ve tezahüratlardaki Ankaragücü taraftarının genel özelliklerine dair olan şeyler “karakter” unsuru olarak değerlendirilecektir.

Bununla birlikte Serdar Sever’in “vaad ve vaad desteği”, “mesajın formatı, tarzı, tonu ve yapım biçimi”, “kullanılan görsel-işitsel ve yazılı retorik enstrümanlar”, “medya” ve “akılda kalıcılık için iyi bir kapanış ve tekrar” bileşenleri ile de yer yer slogan ve tezahüratlar değerlendirilecektir.



6. MKE ANKARAGÜCÜ SPOR KULÜBÜ TEZAHÜRAT VE SLOGANLARININ RETORİK ÇÖZÜMLEMESİ

“Kesin inançlılar” için belirlenen motivasyonlar ile Ankaragücü tezahürat ve sloganlarının örtüşüp örtüşmediğine retorik çözümlene ile bakılacaktır. Bu motivasyonlar şunlardır:

- Aidiyet İhtiyacı Motivasyonu
- Biz Motivasyonu
- Lider Motivasyonu
- Özgürlükten Korkmak Motivasyonu
- Farklılıktan Utanmak Motivasyonu
- Birlikte Hareket Etmenin Keyfine Varmak Motivasyonu
- Oyunun Baştan Çıkarıcılığı Motivasyonu
- *“gururluyuz güçlüyüz Ankaragüçlüyüz”*

Bu sloganda Ankaragücü taraftarına olumlu özellikler yüklendiği görülmektedir. Sloganda vaat “gururlu” ve “güçlü” olmaktır. “Gurur” ve “güç” Ankaragücü taraftarlığı ile özdeşleştirilmiştir. Slogan aidiyet ihtiyacı ve biz motivasyonları ile örtüşmektedir. Olumlu özellikler, biz motivasyonunda olduğu gibi gruba özgü kabul edilir. “Ankaragüçlüyüz” ifadesinde de aidiyet açıkça belirtilmiş ve bu aidiyet üzerinden kimlik tanımı yapılmıştır. Sloganda retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“bastır Ankaragücü/haydi bastır...”*

“Bastır” kelimesinden de anlaşıldığı gibi burada mücadele vurgusu vardır. Mücadele motivasyonlardan biz ile örtüşmektedir. Çünkü biz motivasyonu mücadeleyi ve şiddeti de içeren aktif bir motivasyondur. Ankaragücü taraftarı bu tezahüratında mücadele beklentisini ve hırsını ortaya koymuştur. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“iyi gününde kötü gününde/hep beraberiz/çünkü biz Ankaragüçlüyüz”*

Bu tezahüratta kulübe ve taraftara kötü günde de birlikte olma vaadi verilmiştir. Tezahürat, aidiyet ihtiyacı, biz ve birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonları ile örtüşmektedir. “Ankaragüçlüyüz” ifadesiyle aidiyet ile övünülmüştür. Kötü günde de

birlikte olma erdemi biz motivasyonu ile ilgilidir. Ayrıca başarısızlığın birlikte sırtlanacak olması aidiyetten alınan güçle ilgilidir. “Beraberiz” ifadesinden de birlikte hareket etmekten duyulan keyif ve gurur anlaşılmaktadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“Ankaragüçlü olunmaz/ Ankaragüçlü doğulur/ Ankaragüçlü olmayanlar/ istanbul çocuğudur”*

Bu tezahüratta aidiyet İhtiyacı ve biz motivasyonları ağır basmaktadır. “Ankaragüçlü” olma vurgusu aidiyete karşılık gelmektedir. “Ankaragüçlü” olmayanlara bir gönderme de söz konusudur. İstanbul ve Anadolu kıyaslaması ve yarışması söz konusudur. Ankaragücü taraftarı için İstanbullu olmak kötü bir özelliktir. İstanbullu olmama olumlu özelliği biz motivasyonu ile ilgilidir. Çünkü biz tüm olumlu özellikleri taşır ve olumsuzlukları dışarıda bırakır. Retoriğin “duygulara seslenebilme” özelliği ile örtüşen bir tezahürattır. “İstanbul” olmama “Ankaralı”, “Anadolulu” olma duygusuna seslenilmiştir. Ankaragücü taraftarının Ankaralı ve Anadolulu olma özelliği, karakteri vurgulanmıştır. Aristoteles retoriğinin “karakter” ve “duygulara seslenebilme” özelliklerini taşıyan bir tezahürattır.

- *“Ankaragüçlüler şaraba düşümler”*

Bu ifade retoriğin “karakter” unsuruna karşılık gelmektedir. Ankaragücü taraftarının genel karakterine bir gönderme vardır. Ankaragücü taraftarı içki içen ve isyan eden bir karakterdedir. Bu ifade de Ankaragüçlü olma vurgusu ağır bastığından motivasyonlardan aidiyet ihtiyacı ile örtüşmektedir.

- *“holigan değiliz Ankaragüçlüyüz”*

Bu sloganda holiganlık eleştirisine taraftarların yanıt verdiği görülmektedir. Ankaragüçlü olma vurgusu vardır. Slogan motivasyonlardan aidiyet ihtiyacı ile ilgilidir. Ankaragüçlü olma her şeyin üzerinde tutulmaktadır. Bu nedenle retorik unsurlardan “karakter” ile ilgilidir.

- *“maçtan sonra hipodromda (Ankarayda/istasyonda) / taşlarla (zincirlerle) sopalarla/ sizi bekler sizi ister (gözler)/ Ankaralı fanatikler”*

Bu tezahüratta Ankaragüçlülerin holiganlığı vurgusu vardır. Retorik unsurlardan “karakter” ile örtüşür. Tezahürat şiddetle ilgilidir. Bu nedenle biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Tezahürattan taraftar grubunun “asabiyyetinin” ne kadar güçlü olduğu görülmektedir. “Ötekine” duyulan öfke beraberinde bir meydan okumayı da getirir. Bu meydan okuma şiddete varabilir. “Asabiyyet” ve “ötekine” duyulan öfke biz duygusunu kuvvetlendirir.

Tezahürat öfke duygusuna seslendiği için retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” ile de ilgilidir.

- *“paramız mı var joni volkar içelim/ versace gömlek giyelim/ iki bira bi cigara/ alemde teksin Ankara”*

Bu tezahürat Ankaragücü taraftarının genelinin ekonomik durumuna ve karakteristik bir özelliğine işaret etmektedir. Retorik unsurlardan “karakter” ile ilgilidir. Aynı zamanda “teksin Ankara” ifadesinde Ankara’ya ve Ankaralılığa duyulan mutlak bir inanç vardır. Dolayısıyla tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonu ile ilgilidir. Ankara ve Ankaralılık duygusuna seslenilmiştir. Bu denkleme retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“hava ayaz mı ayaz/ ellerim ceplerimde/ sallama, döner, satır/ s...eriz çatır çatır”*

Tezahürat şiddet ve küfür içerdiği için “asabiyyet” ile ilgilidir. Dolayısıyla biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Ankaragücü taraftarının kavgacı özelliğini gösterdiği için genel bir karakteristik özellik (kavgacı olma) ön plana çıkartılmıştır. Retorik unsurlardan “karakter” ile ilgilidir.

- *“statlarda rüzgâr/ aklımda maç var/ gece yarısında eski taraftar/ esrar çekiyorlar sessiz usulca/ özlediğim başkent şimdi sahada”*

Bu tezahüratta Ankaragücü taraftarının karakteristik bir özelliğine göndermede bulunulmuştur. Tezahürat retorik unsurlardan “karakter” ile ilgilidir. Ayrıca tezahüratta “başkent” vurgusu da yapılmıştır. Aidiyet ile övünülmektedir. Dolayısıyla tezahürat motivasyonlardan aidiyet ihtiyacı ile örtüşmektedir.

- *“para için Ankaragücü’nü sattın/ bize şerefsizlik yaptın/ at imzayı cebin dolsun/ ersun yanal yazıklar olsun”*

Bu tezahüratta taraftarlar ihanete uğradığını düşünerek sitem etmişlerdir. Tezahüratta sitem ve öfke duyguları vardır. Bu nedenle tezahürat retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” ile ilgilidir. Biz vurgusu olduğu için de motivasyonlardan biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Öfke duygusu “asabiyyeti” canlı tutar. “Asabiyyet” de “biz” duygusunu güçlendirir.

- *“arkanda biz vardık seninle her yerde/ rize’de, izmir’de, eskişehir’de/ korktular kaçtılar bizi görünce/ Ankaragüçlüler geliyor diye/ anladım yalanmış başka sevgiler/ en tatlı sevgiler senleymiş meğer/ şampiyon olmadan ölürsem eğer/ kefenim sarıyla lacivert olsun”*

Tezahüratta her yere birlikte gitme ve takıma destek olma vurgusu vardır. Bu destek ile övünülmektedir. Motivasyonlardan birlikte hareket etmenin keyfine varmak ile ilgilidir. Tezahüratta şiddet göndermesi olduğu için motivasyonlardan biz motivasyonu ile de ilgilidir. Tezahüratta kulübe duyulan sevgi ağır basmaktadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” unsuru ön plana çıkmıştır.

- *“sık bakalım sık bakalım/ biber gazı sık bakalım/ kaskını çıkar, copunu bırak/ delikanlı kim bakalım”*

Bu tezahüratta şiddet ön planda olduğu için biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Ankaragücü taraftarının “korkusuzluğuna” işaret eden bir tezahürattır. Bu nedenle retorik unsurlardan “karakter” unsurunu taşımaktadır.

- *“arjantin’de kızlar, orda hayat var/ hepsinin elinde 8310 var/ ayaklarda ox var, prada bot var/ ananızı s...sin tüm garibanlar”*

Tezahüratta Ankaragücü taraftarının genelinin maddi durumuna dair bir gönderme vardır. Garibanlığa duyulan bir öfke var. Tezahürat öfke duygusunu canlandıran, harekete geçiren bir ruha sahip. Dolayısıyla retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” ve yine genel karakteristik bir özelliğe (garibanlık) işaret ettiği için “karakter” unsurlarını taşımaktadır. Şiddet içerdiği için biz motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“bizde delikanlı gibi yürek olmasa/ belimizde kasatura satır olmasa/ neye yarar kahpe futbol kavga olmazsa kavga olmasa/ ah bu hayat çekilmez. ah bu hayat çekilmez/ sen olmasan başkent/ ah bu çile çekilmez”*

Tezahürat Ankaragücü taraftarının “cesur” ve “kavgacı” özelliğini göstermektedir. Retorik unsurlardan “karakter” özelliğini taşımaktadır. Tezahüratta biz vurgusu ve şiddet vardır. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Tezahüratta kavga çağrısı ise öfke duygusuyla ilgilidir. Tezahürat retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” özelliğini de taşımaktadır.

- *“deplasmanlara gittik zehir gibi küfür yedik/ bir yanımızda ölüm bir yanda seni sevdik/ bir değil bin bir kere sırat köprüsünden geçtik/ düşe kalka bata çıka şampiyonluk hiç görmedik”*

Tezahüratta iyi zamanlarda da kötü zamanlarda da birlikte hareket edildiği vurgusu vardır. Başarısızlık durumunda da birliktelik devam etmiştir. Motivasyonlardan birlikte hareket etmenin keyfine varmak ile örtüşmektedir. Başarısızlık bireysel değildir ve birlikte başa çıkılır bu hafifletici bir durumdur. Tezahüratta sevgi ve vefa ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” özelliği vardır.

- *“bazen şarap içeriz, bazen esrar çekeriz/ paramız yok ki tinere düşeriz/ ne okula ne işe/ ne sidikli cineye/ gönlümü vermişim Ankaragücü’ne”*

Tezahüratta şarap, esrar, tiner kelimeleri üzerinden Ankaragücü taraftarının geneline dair bir özellik, alışkanlık vurgulanmıştır. Retorik unsurlardan “karakter” özelliği vardır. Ayrıca Ankaragücü sevgisinin her şeyin üstünde olduğu vurgusu vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” de vardır. Tezahüratta ön plana çıkan Ankaragücü sevgisidir. Önemli olan kulübe duyulan sevgidir. Bireysel farklılıklar değil kulübe verilen destek önemlidir. Bu bakımdan tezahürat farklılıktan utanmak motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“sevdim seni bir kere başkasını sevemem/ deli diyorlar bana desinler değişemem desinler değişemem”*

Kulübe duyulan sevgi ön plana çıkartılmıştır. Tezahürat retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” özelliğini taşıyor. Kulübe duyulan bağlılık tezahüratta vurgulanmış. Tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonu ile örtüşmektedir.

- *“işte coşku işte tutku burası gecekodu”*

Bu sloganda retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Coşku ve tutku ön plana çıkartılmış ve gecekodu taraftar topluluğu ile özdeşleştirilmiştir. Gecekodu taraftar topluluğuna duyulan kuvvetli inanç ve bağlılık sloganda coşku ve tutku duygularına seslenilerek ifade edilmiştir. Gecekodu vurgusu yapılmıştır. Aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelen bir slogandır. Ayrıca taraftarlara coşku ve tutku vaat eden bir slogandır. Tribünlerin coşkulu ve tutkulu olması oyunun baştan çıkarıcılığı motivasyonundan kaynaklanmaktadır. Tribünde sergilenen performanslar da oyunun bir parçasıdır.

- *“istanbul’un köpeğine/ istanbul’un köpeğine/ istanbul’un köpeğine/ psikopat başkent yazacağız”*

Bu tezahüratta İstanbul takımlarına duyulan öfke ön plandadır. Tezahürat öfke duygusuna yöneliktir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Psikopatlık vurgusu da Ankaragücü taraftarının genel bir özelliğine göndermedir. Retorik unsurlardan “karakter” de vardır. İstanbul kulüpleri öteki hatta düşman olarak görülmektedir. Öteki kavramı biz motivasyonu ile ilgilidir. Ötekinin varlığı biz duygusunu güçlendirir ve bağlılığı artırır. Öteki olana hakaret etmek de “asabiyyet” ile ilgilidir. Bu nedenlerle tezahüratta biz motivasyonu ağır basmaktadır.

- *“nasıl geldiysek dünyaya öyle gideceğiz/ Ankaragüçlü doğduk Ankaragüçlü öleceğiz”*

Sloganda Ankaragücü'ne olan bağlılık vurgulanmıştır. Sadakat duygusu ön plandadır. Slogan “duygulara seslenebilme” retorik unsurunu taşımaktadır. Slogan aidiyete olan bağlılıkla ilgili olduğu için aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“biz Ankara manyağıyız, psikopatın allahıyız/ alem buysa kral biziz, gırtlakları biz keseriz, laylaylaylay”*

Tezahürat şiddet içermektedir. Bu nedenle biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Ankaralı olma ve psikopatlık vurgusu da taraftarın genel duruşuna dair olduğu için retorik unsurlardan “karakter” vardır. Ayrıca saldırganlık çağrısı da vardır. Bu nedenle “duygulara seslenebilme” unsurunu da taşıyan bir tezahürattır.

- *“kola ile pepsi hayatta içilmez/ alkolik hareket engellenemez, engellenemez ooo ooo”*

Ankaragücü taraftarının genelinin yaşam biçimine gönderme yapan bir tezahürattır. Retorik unsurlardan “karakter” vardır. Belirli bir yaşam biçimine işaret ettiği için farklılıktan utanmak motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“gece olsa gündüz olsa/ bursa olsa izmir olsa/ trabzon'da istanbul'da/ bu taraftar hep yanında/ karakartal, cim bom, fener/ alayı da hep i...eler/ bu alemde kral varsa/ o da Ankaragüçlüler”*

Tezahüratta hep destek olma durumu ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Ötekine olan öfke tezahüratta vardır. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“kızların gözü hep yükseklerde/ zengin paralı şık züppelerde/ bizim onlardan tek farkımız var/ Ankaragüçlüyüz işte o kadar”*

Tezahüratta Ankaragüçlü olma kimliği ile övünülmektedir. Bu bir ayrıcalık olarak görülmektedir. Aidiyet ile övüldüğü için tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. Maddi durumlarının iyi olmamasına duyulan bir öfke vardır. Bu olumsuz dış koşullardan kaçılarak, uzaklaşarak aidiyete sığınılır. Aidiyete duyulan inanca bir gönderme vardır. Aidiyet duygusunu güçlendiren bir tezahürat olduğu için retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“hanginizin var sınav, geçim dertleri/ kandırmayın türk milletini/ p...evenk uzan (star/ i...e cem uzan) kapat şu kerhaneyi/ basarız bbg evini”*

Haksızlığa uğradıklarını düşündüklerinde verdikleri tepki duygusal bir tepkidir. Tezahüratta retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Tezahürat şiddeti de barındırdığı için biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Biz tehlikede görüldüğünde ya da haksızlığa uğradığı düşünüldüğü zaman grup üyeleri agresifleşirler. Bu agresiflik grubun, camianın korunması refleksidir.

- *“her zaman her yere gider/ ne yağmur ne çamur dinler/ severse gönülden sever/ bu alemde Ankaragüçlüler”*

Tezahüratta Ankaragücü’ne duyulan sevgi ve destek ön plandadır. “Duygulara seslenebilme” retorik unsuru vardır. Ankaragücü taraftarının her koşulda her zaman takımına destek olduğu karakteristik bir özellik olarak vurgulanmıştır. Retorik unsurlardan “karakter” de vardır. Her zaman her koşulda birlikte hareket edildiği vurgusu birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonuna karşılık gelmektedir. Olumsuz durumlarda bile birlikte hareket etmek, birlikteliği bozmamak işlevseldir. Olumsuzluk ile hep birlikte başa çıkılır. Bireysel olarak bir güçlüğü, başarısızlığı karşılamak zordur. Ancak başarısızlık durumunda birlikte hareket edilerek bu olumsuz durum savuşturulur.

- *“kolay mı Ankara’da büyük başkenti yenmek/ kolay mı bu alemde bizle baş etmek/ i...e fener, i...e cim bom sen ne söylersen söyle/ bu alemde kral biz istemesen de”*

Burada taraftarın ötekine meydan okuması söz konusudur. Taraftar en büyük olarak kendilerini ve kulüplerini görmektedir. Ötekine meydan okumak ve hakaret etmek biz motivasyonu ile ilgilidir. Taraftarlar kendilerine ve kulüplerine mutlak bir inanç ve güven duymaktadır. Burada da güven ve büyüklüğe bir vurgu vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“iran irak savaştan/ afrika açlıktan/ biz de senin aşkından/ ölüyoruz Ankara”*

Bu sloganda ölecek kadar yoğun bir sevginin varlığı söz konusudur. Sevgi duygusu ön planda olduğu için retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Duyulan sevgi savaş kadar, açlık kadar yoğun bir duygu olarak ifade edilmiştir. Aidiyet ile bütün olunduğunun göstergesidir. Motivasyonlardan aidiyet ihtiyacına karşılık gelmektedir.

- *“söyle seni sevmedik mi/ sana gönül vermedik mi/ yağmurlarda çamurlarda/ her maçına gelmedik mi/ gelmedik mi başkent gelmedik mi/ gün geldi sahipsiz kaldık/ tribünlerde tartaklandık/ her cefayı çektik ama/ seni yalnız bırakmadık/ bırakmadık başkent bırakmadık/ hepimiz aynı yoldayız/ bir bütünü kopamayız/ ant içtik senin yoluna/ ölene dek bırakmayız/ bırakmayız başkent bırakmayız”*

Tezahüratta sevgi vurgusu vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Aynı yolda olduğu ve bir bütün olduğu ifadeleri farklılıktan utanmak motivasyonuna karşılık gelmektedir. Farklılık utanılacak bir şeydir. Önemli olan bir bütün olabilmektir. Ölene kadar birlikte olmak ve kopmamak vurguları da özgürlükten korkmak motivasyonuna karşılık gelmektedir. Çünkü taraftar grubunun dışına çıkmak ya da çıkartılmak artık var olamamak demektir. Bu durumda kişi “kardeşlerinden” ve aidiyetinden kopartılmış olur. Kaçmaya çalıştığı kendisiyle ve sorumluluklarıyla, başarısızlıklarıyla baş başa kalır.

- *“deplasmanda taraftar az/ sebebi ismet iraz/ yönetim uyansa biraz/ her yerde birlik olacak başkan her yerde birlik olacak/ her sene şampiyonluk sözü/ keriz mi sandınız bizi/ geliriz bir gün kulübe s...riz sülalenizi başkan s...riz sülalenizi”*

Bu tezahüratta şiddet ve küfür ön plandadır. Biz motivasyonuna karşılık gelen bir tezahürattır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“içerde dışarda bütün maçlarda/ bu büyük taraftar senin yanında/ övünmek gibi olmasın ama/ sapına kadar biz Ankaragüçlüyüz/ Ankaragüçlüyüz Ankaragüçlüyüz/ sapına kadar biz Ankaragüçlüyüz”*

Tezahüratta aidiyetle birlikte gelen kimlikle yani Ankaragüçlü olmakla övülmektedir. Tezahüratta tekrar da dikkat çekmektedir. Tekrar tezahüratın akılda kalıcılığını sağlamaktadır. Tezahüratta Ankaragüçlü olmanın “büyüklük” getirdiği vaadi vardır. Aidiyet ön plana çıkartıldığı için tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelen bir tezahürattır. Tezahüratta retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“statta yatanlara/ ulusta kaçanlara/ istanbul deyip deyip/ altına sı...anlara/ AN-KA-RA”*

Tezahüratta İstanbul takımlarını tutanlara gönderme vardır. İstanbul takımları ve taraftarları ötekidir. Ötekinin varlığı biz motivasyonu ile ilgilidir. Stadın bulunduğu Ulus semtiyle de Ankaragücü taraftarı özdeşleşmiş durumdadır. “Öteki” korkak ilan edilir. Taraftar, Ulus’u evi olarak görmektedir. Aynı mekânda bulunuyor olmak birliktelik için yeterli değildir. Aynı mekânda bulunan insanlar biz demeye başladıklarında orada güçlü bir aidiyetten söz edilebilir. Biz diyebilmek iyi zamanları da kötü zamanları da paylaşabilmekle ilgilidir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“Ankaragüçlüyüz biz kaynar kanımız/ Ankaragücü’ne feda canımız/ 3 büyüklüğü en kralından/ s...e s...e iki puan alırız”*

Tezahüratta “öteki” olana seslenme ve meydan okuma vardır. Bu nedenle biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Ankaragücü’ne duyulan sevgi de ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“Ankara’da deplasmanda/ aç susuz yollarda kaldık/ jandarmaya tartaklandık/ tas kebabı, kuru fasulye, pilav çaldık/ çok usandık, çok usandık uslanmadık”*

Tezahüratta bir yaşam biçimine gönderme vardır. Tezahürat taraftarlar arasındaki farklılığı değil benzerliği ön plana çıkarmaktadır. Takıma her koşulda destek verildiği vurgulanmıştır. Farklılıktan utanmak ve aidiyet ihtiyacı motivasyonlarına karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“paranız yoksa para verelim/ boş tribünlerin sebebi i...ne yönetim”*

Burada sitem ön plandadır. Grup, varlığını tehlikeye sokacak uygulamalar, durumlar karşısında sert tepkiler verir. Bu “biz” duygusunu korumak içindir. Biz motivasyonuna karşılık gelen bir tezahürattır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“akşam olur ay gecede Beşiktaşlı denk gelir/ beş bin kişi on bin kişi vallah bize vız gelir/ bize güçlüler diyorlar altına sıcıyorlar/ ay gecede gündüzünde statların önünde”*

Tezahüratta “cesaret” vurgusu vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. “Öteki” olarak görülene meydan okunmuştur. Bu nedenle biz motivasyonuna karşılık gelen bir tezahürattır.

- *“gel... gel... bitsin bu hasret/ Ankaragücü taraftarı gırılağa hasret/ rüzgarlı’da, hipodromda gençlik parkında/ ...’in taraftarı (oğlanları) yoğun bakımda”*

Bu tezahüratta da “öteki” olana meydan okuma ve şiddet dikkat çekmektedir. Biz motivasyonu ile örtüşmektedir Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“stadın önünde yatan taraftar aman allah/ stadın önünde yatan taraftar/ kolla g...tü istanbul, başkent g...te takar/ tribünden tribüne hareket çekersin aman allah/ tribünden tribüne hareket çekersin/ delikanlı istanbul sabah neredeydin”*

Tezahüratta tekrardan yararlanılmıştır. “Öteki” olana meydan okuma vardır. Biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“kafamız güzel, hayat çok güzel/ Ankaragücüm her şeyden güzel”*

Tezahüratta Ankaragücü'ne duyulan hayranlık ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Tezahürat motivasyonlardan aidiyet ihtiyacına karşılık gelmektedir.

- *“şampiyon olmasan kupayı almasan/ fenere, cimboma, beşiktaşta koymasın/ Ankaragüçlüyüz yine ölene kadar/ bize hiçbir zaman mutluluk yaşatmasın”*

Tezahüratta aidiyete duyulan bağlılık ve sadakat ön plandadır. Tezahüratta retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Aidiyet ön plana çıkartılmıştır. Motivasyonlardan aidiyet ihtiyacına karşılık gelmektedir. Ayrıca ölene kadar aidiyete olan bağlılığın süreceği vurgusu olduğu için özgürlükten korkmak motivasyonuna da karşılık gelmektedir. Aidiyetin dışına çıkmak beraberinde yalnızlığı da getirecektir. Kişi “kardeşlerinden” ve değerlerinden kopacaktır. Tek başına hareket edebilecek olsa da bu tercih edilecek bir şey değildir.

- *“yaşayan efsane geri dönüyor/ şimdi bizi kim tutar/ laralayla laralay/ Ankaragüçlüler destan yazıyor/ kral biziz, bu şehir saray”*

Tezahüratta aidiyet ile övünülmektedir. Bu nedenle tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. Ankaragücü ve Ankara ile övünüldüğü için tezahüratta retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“kolay mı göğüs germek derdine senelerce/ kolay mı sabahlamak uğruna gecelerce/ kolay mı şampiyonluk görmeden bir kez bile/ kolay mı büyük başkent kolay mı söyle/ kolay mı Ankara'da büyük başkenti yenmek/ kolay mı bu alemde bizle baş etmek/ i...e feneri, i...e cimbom sen ne söylersen söyle / bu alemde kral biziz istemesen de”*

“Öteki” olarak görülene gönderme ve meydan okuma vardır. Bu ne nedenle tezahürat biz motivasyonu ile örtüşmektedir. Tezahüratta biz duygusuna kuvvetli bir inanç vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Tezahüratta taraftarın her zaman birlikte hareket ettiği vurgulanmıştır. Kötü günde de takıma destek olduğu belirtilmiştir. Takıma her koşulda destek olmak önemlidir. Taraftarlar için başka bir ölçüt yoktur. Bir taraftar kişisel özellikleriyle değil takıma verdiği destek ile grup içerisinde değer görür. Bunun dışında bir farklılığa kıymet verilmediği için tezahürat farlılıktan utanmak motivasyonuna da karşılık gelmektedir.

- *“kimi zaman çığlık çığlık/ kimi zaman boğuk boğuk/ kimi zamansa titrek titrek/ daha niceleri sana gönül verecek/ tıpkı bizim gibi”*

Tezahüratta Ankaragücü sevgisi vurgulanmıştır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. “Daha niceleri sana gönül verecek” ifadesinden de Ankaragücü'nün

kalıcılığına duyulan inanç anlaşılmaktadır. Ankaragücü kalıcı olarak görülmekte ve yeni “kardeşler” yani yeni taraftarların camiaya katılacağı düşünülmektedir. Camianın kalıcı ya da uzun ömürlü olacağı kuvvetli inancı vardır. Aidiyet övüldüğü için tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. Ayrıca taraftarlar takıma birlikte verdikleri destekle de övünmektedir. Bunun için tezahürat birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonuna da karşılık gelmektedir.

- *“bir başka seni sevmek/ Ankaragüçlüyüm demek/ seninle ağlayıp seninle gülmek/ kaç senelik bu hasret/ bitecek bir gün başkent/ kupa ya bize ya bize gelecek”*

Tezahüratta Ankaragücü sevgisi vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Ankaragücü taraftarlığı bir ayrıcalık olarak görülmekte ve bununla övünmektedir. Aidiyet ile övüldüğü için aidiyet ihtiyacı motivasyonu özelliğini taşıyan bir tezahürattır. En nihayetinde mutlaka şampiyon olunacağı inancı vardır. Bu umut aidiyeti güçlendirir. Ayrıca taraftarın zaman zaman ağladığı zaman zaman ise güldüğü ve bu durumdan da keyif alındığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle tezahürat birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonuna da karşılık gelmektedir.

- *“maçtan sonra disco/ otelede karılar/ kümede kaldınız/ aferin çocuklar”*

Bu tezahüratta performansı beğenilmeyen futbolculara sitem vardır. Ankaragücü’nü önemsemeyen futbolcular olduğu düşünülmektedir. Bu durum “biz” için tehlike oluşturur. Buna tepki gösterildiği için tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“Ankaragücü sanki şükürü deniz’in/ taraftara nasıl silah çekersin/ elbet bir gün sende çeker gidersin/ şükürü deniz allah belanı versin”*

Tezahüratta taraftarlar kendilerine kötü davrandığını düşündükleri Şükürü Deniz’e tepki göstermektedir. “Biz” korunmak istenmektedir. Tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“arkana bak da düşün yeniden/ biz değil miyiz uğruna deliren/ içimde büyük bir sevda var/ seni seviyoruz aşımız harbiden”*

Tezahüratta kulübe duyulan sevgi ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Aidiyete duyulan sevgi ön planda olduğu için tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“gün geldiyse işsiz kaldık/ tribünlerde tartaklandık/ her cefayı çektik ama/ seni yalnız bırakmadık/ bırakmadık başkent bırakmadık”*

Tezahüratta her koşulda kulübün yanında olduğu vurgusu vardır. Sadakat ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Tezahürat aidiyet ihtiyacı ve özgürlükten korkmak motivasyonlarına karşılık gelmektedir.

- *“bitanem söyle başkent/ ne istersen iste benden/ istersen donatalım dört bir yanı bayraklarla/ istersen çınlatalım dört bir yanı şarkılarla/ istersen gidelim deplasmanlara konvoylarla”*

Tezahüratta takıma destek vurgusu vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Taraftar bayraklarla şarkılarla takımına destek olarak birlikte hareket etmektedir. Tezahürat birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonuna karşılık gelmektedir. Ayrıca şarkılar, bayraklar ve birlikte hareket etmek taraftarları “kardeş” kılmaktadır. Farklılık değil, benzerlik ön plandadır. Bu nedenle tezahürat farklılıktan utanmak motivasyonuna da karşılık gelmektedir.

- *“saldırın saldırın saldırın, bu taraftar için saldırın”*

Tezahüratta mücadele beklentisi dile getirilmiştir. Taraftarların mücadele isteği biz ile ilgilidir. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“burası Ankara bu i...eler yalaka/ bayraklar şapkalar g...te mi girdi/ dışarda taksana dışarda taksana/ bayraklar şapkalar g...te girecek”*

Bu tezahüratta “öteki” olana meydan okuma ve tehdit vardır. “Öteki” olana meydan okumak biz motivasyonu ile ilgilidir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“deplasman Ankara farketmez yanımda/ başımda ali imdat var/ muhteşem bir coşku, ölümüne bir tutku/ burası da gecekondur”*

Bu tezahüratı gecekondur taraftar topluluğunun lideri Ali İmdat için yapılmaktadır. Lidere olan inanç ve güven ön plandadır. Her koşulda lidere güvenilir. Grup üyeleri liderin gücüne inanır ve sağdıklar olurlar. Bu nedenle tezahürat lider motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“saldırın durmadan/ bu taraftar arkanızda her zaman/ başkente rahat yok/ Ankara’da... koymadan”*

Tezahüratta mücadele beklentisi vardır. Bununla birlikte her zaman destek vaadi var. Mücadele beklentisi biz motivasyonu ile ilgilidir. Destek vaadi ise aidiyet ihtiyacı motivasyonuna girer. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“has...tir ordan sen mi psikopat/ bırak etiketi nerde icraat”*

Tezahüratta “öteki” olana gönderme ve meydan okuma vardır. Bu nedenle biz motivasyonuna karşılık gelen bir tezahürattır. Retorik unsurlardan ise “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“biz Ankaralıyız, yoktur inkarımız/ bastonla kovalar ihtiyarımız/ on kişi kalsak da bağıırız yine/ zincirler, sopalar işlemez bize”*

Tezahüratta Ankaralı olmak ile övünülmektedir Taraftarlar için Ankara demek Ankaragücü demektir. Aidiyet ile övünüldüğü için tezahürat aidiyet ihtiyacına motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Tezahüratta “öteki” olana meydan okuma da vardır. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna da karşılık gelmektedir.

- *“çık bakalım çık bakalım/ dışarıya çık bakalım/ emaneti gör, sallamayı gör/ delikanlı kim bakalım”*

Tezahüratta “öteki” olana meydan okuma ve şiddet vardır. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“hadi git sen işine de/ herkes kendi işine (oğlan ... işine) / polis asker olmasaydı/ nah giderdin evine (nah girerdin tribüne)”*

Bu tezahüratta da “öteki” olana meydan okuma ve şiddet dikkat çekmektedir. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“eğer ölürsem başkent uğruna/ Ankara Ankara Ankara/ ateşte yanarım başkentün uğruna/ mahşerde son duam senin yoluna/ imparator neron yakmışsa roma'yı/ başkent de yakar dünyayı”*

Tezahüratta Ankara vurgusu vardır. Tekrardan yararlanılmıştır. Aidiyete inanç vardır. Bu nedenle tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“psikopatlar sende manyaklar sende/ çevirmişler etrafını dikenli telle şampiyon olmadan bırakmayız bir kere/ haydi bastır şanlı Ankaragücüm”*

Tezahüratta şampiyon olunacağına inanç vardır. Aidiyete güven ve övgü vardır. Bu nedenle tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan ise “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“ölüm zulüm keder mahpus vız gelir bana (uğrunda çektiğim dertler vız gelir bana) / iki elim kanda olsa gelirim sana/ koymuşum fenere cimboma beşiktaş/ aşkından kafayı yedik saldır Ankara”*

Tezahüratta Ankaragücü aşkı dikkat çekmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Bununla birlikte “öteki” olarak görülen İstanbul takımlarına sataşma vardır. “Ötekinin” varlığı “biz” duygusu ile ilgilidir. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna da karşılık gelmektedir.

- *“o muhteşem taraftarın yanında/ bağıyorlar hep beraber yanyana/ adıyla takımıyla taraftarıyla/ en büyük sensin Ankara/ Ankaragücüm sen çok yaşa/ canım feda olsun sana/ hiçbir şeye değişilmez/ senin sevgin bu dünyada”*

Tezahüratta gruba yani aidiyete övgü vardır. Bu nedenle aidiyet ihtiyacı motivasyonuna denk gelen bir tezahürattır. Bununla birlikte tezahüratta takım ve taraftarın bütün olduğu ve birlikte hareket ettiği vurgusu da vardır. “Bağıyorlar hep beraber yanyana” ifadesinden de birlikte hareket etmekten duyulan mutluluk anlaşılmaktadır. Bu nedenle tezahürat birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonu ile de ilgilidir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“çekmişiz kafaları dalmışız hayallere/ 2010 yılında şampiyonlar liginde koyacağız real madrid’e/ hayallerimiz elbet bir gün gerçek olacak/ Ankaragücü bayrağı boğazda sallanacak/ yer yerinden oynayacak”*

Tezahüratta kulübe duyulan inanç vardır. Mutlaka başarılı olunacağı, şampiyon olup şampiyonlar ligine katılıp orada da başarı elde edileceği hayali ve inancı vardır. Aidiyete duyulan güvenden dolayı tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna denk gelmektedir. Bununla birlikte başarılı olarak görülen bir yabancı takıma meydan okuma da vardır. Meydan okumadan dolayı tezahürat biz motivasyonuna da karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“bu büyük taraftarı susturamazsın/ iftira atıp da kurtulamazsın/ Ankara’yı sevenler ayağa kalksın/ Ankaragücü bizimidir herkes anlasın”*

Burada Ankaragücü’nün sahiplenildiği ve savunulduğu görülmektedir. Tehlike durumunda gösterilen tepki “biz” duygusuyla ilgilidir. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“acı çektik, çile çektik/ senin sevginden hiç vazgeçmedik/ senle yattık, senle kalktık/ şu koca dünyada tek sana taptık”*

Tezahüratta Ankaragücü sevgisi ve verilen destek ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Aidiyete olan bağlılık ve sevgi vurgusu olduğu için tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“bu dünyada kâmil büyük ihtiyaç/ kâmil sevmeye sevmeye muhtaç/ kamille dost ol kamille arkadaş/ bak kamil geliyor kaç yavaş yavaş”*

Kulüplerde tribünlerde de saha içinde futbolcuların arasında da lider olarak görülen isimler vardır. Bu isimlere mutlak güven duyulur. Bu tezahürat lider motivasyonu ile ilgilidir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“ooo bıraktık işi gücü/ bıraktık işi gücü/ bıraktık işi gücü/ saldır Ankaragücü”*

Tezahüratta tekrardan yararlanılmıştır. Ankaragücü’nün her şeyden üstte tutulduğu görülmektedir. Tezahürat aidiyet ihtiyacı ile ilgilidir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“Ankaragüçlüler ananızı s...ecekler”*

Tezahüratta “öteki” olarak görülene hakaret ve meydan okuma vardır. Tezahüratta retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“bağırmayan taraftar s...irsin gitsin”*

Tribünlerde önemli olan takıma verilen destektir. Bunun dışında hiçbir şahsi başarının, hiçbir farklılığın önemi yoktur. Grup, taraftarı kulübe verdiği destek üzerinden değerlendirir. Bu nedenle tezahürat hem aidiyet ihtiyacı hem de farklılıktan utanmak motivasyonlarına karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“başkent gol, başkent gol Ankaragücü gol/ taraftarın yanında ...’a koy”*

Tezahüratta mücadele ve gol beklentisi vardır. “Öteki” olana bir sataşma da tezahüratta vardır. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan da “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“bu alemin kralısın Ankara/ feneri de cimbomu da palavra/ senin için ölürüz bu yolda/ hayatımın anlamısın Ankara”*

Tezahüratta aidiyet övülmektedir. Tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. Bununla birlikte “öteki” olarak görülen iki ayrı kulübe gönderme de vardır. Tezahürat biz motivasyonuna da karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan ise “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“tık tık tık/ kim o? / öcüüüüü/ Ankaragücüüüü Ankaragücüüü”*

Tezahüratta tekrardan yararlanılmıştır. Ankaragücü vurgusu vardır. Bu nedenle aidiyet ihtiyacı motivasyonu vardır. Bununla birlikte rakiplerin Ankaragücü’nden korktuğu göndermesi vardır. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna da karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan ise “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“ne f 16 lar ne de füzeler/ Ankara’ya gelmek böyle g...t ister”*

Tezahüratta “cesaret” vurgusu vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. “Öteki” olana meydan okuma olduğu için tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“Ankara saldır Ankara, saldır Ankara/ vur kır parçala saldır Ankara”*

Tezahüratta mücadele beklentisi vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Tezahüratta mücadele beklentisi olduğu için biz motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“sensiz geçen günleri günden sayan mı var ki/ bu aşk değil ibadet Ankaragücüm/ sensiz nefes alamam yaşayamam ölürüm/ hayattaki tek gücüm Ankaragücüm”*

Tezahüratta aidiyete duyulan sevgi ön plandadır. Bu nedenle tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. Duygu ağırlıklı bir tezahürattır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. “Bu aşk değil ibadet” ifadesinden de anlaşıldığı gibi kulüp kutsallaştırılmaktadır. Burada futbolun kutsallaştırıldığı görülmektedir. Ankaragücü, taraftarlar için tek yaşam gücü olarak sunulmaktadır. Ankaragücü olmadan taraftar ayakta kalamaz yani enerjisini ve motivasyonunu kaybeder. Aidiyete mecbur olma durumu olduğu için bu tezahürat özgürlükten korkmak motivasyonuna karşılık gelmektedir. Özgürlükten korkmak motivasyonu tezahüratta ağır basmaktadır.

- *“alemin kralı bir tek sensin Ankara/ ne Beşiktaş ne cimbom/ ne de i...e kanarya”*

Tezahüratta “kral” denilerek aidiyet, kulüp övülmektedir. Taraftara “kral olma” vaadi vardır. “Öteki” olarak görülen üç İstanbul takımına sataşma ve meydan okuma dikkat çekmektedir. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. En büyük “biz” ilan edilirken,

bütün olumsuzluklar ve kötülükler “öteki” olarak görülene yüklenir. Bu durum aidiyeti ve “biz” duygusunu güçlendirir.

- *“cincimcim dal dal dal/ cimbom cimbom al al al”*

Tezahüratta “öteki” olarak görülen kulübe sataşma ve meydan okuma vardır. Tezahürat biz motivasyonu ile ilgilidir. Tezahüratta tekrardan yararlanılmıştır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“milyarlar dolarlar istiyorsunuz/ formanın hakkını vermiyorsunuz/ taraftarla dalga geçiyorsunuz/ formayı çıkarın çıplak oynayın”*

Bu tezahüratta taraftarlar yeteri kadar mücadele etmediklerini düşündükleri futbolculara sitem etmektedirler. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Ankaragücü formasının hakkedilmediğini düşünen taraftarlar futbolculara sitem etmektedir. Kulübün forması, logosu, bayrağı kutsal kabul edilir. Hak edilmesi gerekir. Hakkedilmediği düşünüldüğünde verilen tepki “biz” duygusunu korumakla ilgilidir. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“yenilsen de yensen de taraftar senle/ 20 değil bekleriz biz bir ömür bile/ s...tiğim kupasını getirin bize/ inletelim Türkiye'yi Ankara diye”*

Tezahüratta her koşulda taraftarın destek olacağı ve sadakat ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Bir gün mutlaka başarılı olunacağı inancı vardır. Aidiyete olan inançtan dolayı tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonu ile ilgilidir.

- *“ne beşiktaş ne fenerbahçe ne de galatasaray/ kalbimizde ölene kadar Ankaragücü sevgisi yaşar”*

Burada kulübe duyulan sevgi ve sadakat ön plandadır. Bu nedenle aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelen bir slogandır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. “Öteki” olarak görülene bir sataşma olduğu için slogan biz motivasyonu ile de ilgilidir.

- *“övünmekte çok haklıyız sapına kadar Ankaralıyız/ ne beşiktaş ne cimbom ne de i..e fenebahçe”*

Burada aidiyet ile övünülmektedir. Tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna denk gelmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Aidiyet ile övünmekle birlikte “öteki” olarak görülene sataşma da vardır. Bu nedenle biz motivasyonu da vardır.

- *“Ankaragücüm (büyük başkent) sen çok yaşa canım feda olsun sana/ hiçbir şeye değişilmez senin sevgin şu dünyada”*

Tezahüratta kulübe duyulan sevgi ön plandadır. Sevgi duygusuna seslenen bir tezahürattır. Bu nedenle retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Aidiyet ön planda olduğu için tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonu ile ilgilidir.

- *“Ankara diyerek sana yüz vurduk/ sarının yanına lacivert koyduk/ yıllardan beridir hep senin olduk/ Ankara sen bizim her şeyimizsin”*

Tezahüratta aidiyet ve sadakat ön plandadır. Tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. Ankaragücü her şeyin üzerinde tutulmaktadır. Kulübün renkleri de kutsal, özel kabul edilmektedir. Tezahüratta retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“haydi haydi haydi allah aşkına/ istanbul’un i...leri dönsün şaşkına”*

Tezahüratta “öteki” olarak kabul edilen İstanbul takımlarına sataşma vardır. “Ötekinin” varlığı “biz” ile ilgilidir. “Ötekinin” varlığı üzerinden “biz” tanımı yapılır. Tezahürat biz motivasyonu ile ilgilidir. Sataşma ve meydan okuma duygularla ilgilidir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“sende sende bütün umutlar, yükseliyor göğe kadar/ haydi başkent koy başkent/ gururluyuz güçlüyüz aman aman aman/ biz Ankaragüçlüyüz bom bili bili bom bom bom bili bili bili bom/ ortalada sadık ortalada aman aman aman bombala hurubes bombala bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom/ ne sakarya ne düzce aman aman aman/ çıkacağız biz lige bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom”*

Tezahüratta aidiyete duyulan inanç ve umut ön plandadır. “Başkent” vurgusu ile aidiyetle övünülmektedir. Tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonu ile ilgilidir. Başarılı olunacağına duyulan umut dikkat çekmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” kullanılmıştır. Kulüplerde, tribünlerde de sahada da liderler ve “starlar” vardır. Lidere ve “stara” güvenilir. “Star” sporu taraftar için çekici hale getiren unsurlardandır. “Ortala Sadık ortalada aman aman aman bombala Hurubes bombala” ifadesinde de saha içindeki lidere ve “stara” tezahürat yapıldığı görülmektedir. Bu hem lider motivasyonu ile ilgilidir hem de oyunun baştan çıkarıcılığı motivasyonuna karşılık gelir. Tezahüratta rakip olarak görülen Sakarya ve Düzce kulüplerine sataşma ve meydan okuma da dikkat çekmektedir. Rakibe meydan okumak ise “biz” duygusu ile ilgilidir. Bu nedenle tezahüratta biz motivasyonu da vardır. Bu tezahüratta belirlenmiş olan motivasyonlardan; aidiyet ihtiyacı, biz, oyunun baştan çıkarıcılığı ve lider motivasyonları vardır.

- *“müjde müjde size/ Ankara’dan müjde size/ zarif sağlam esnek koyar rahat koyar/ müjdeeeeeee”*

Tezahüratta “koyar” ifadesiyle “öteki” olana sataşma vardır. Bu durum biz motivasyonu ile ilgilidir. Retorik unsurlardan ise “duygulara seslenebilme” kullanılmıştır.

- *“kalemizde kaptan adil var/ geri dörtlü geçilmez duvar/ orta saha hepsi canavar/ ilerde halil ibo var/ biz lacivert sarıyız/ engelleri aşarız/ bize başkentli derler/ kralına basarız”*

Tezahüratta takımın kaptanına ve diğer futbolculara övgü ve güven ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Saha içerisindeki lidere güven ön planda olduğu için tezahürat lider motivasyonuna karşılık gelmektedir. Bununla birlikte kulübün renklerine vurgu yapılması ve “engelleri aşarız” ifadesinde olduğu gibi aidiyete duyulan inançtan dolayı da tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonu ile de ilgilidir. “Bize Başkentli derler” ifadesinde de kimlik ile, aidiyet ile övüldüğü görülmektedir. Tezahüratta baskın olmamakla birlikte biz motivasyonu da vardır. “Kralına basarız” ifadesinden de anlaşıldığı gibi diğerlerine bir meydan okuma vardır. Meydan okumak “biz” duygusu ve motivasyonu ile ilgilidir. Bu motivasyonlarla birlikte tezahüratta oyunun baştan çıkarıcılığı motivasyonu da vardır. Çünkü futbolcuların oyununa gönderme vardır. Sporun şov kısmı ön planda olduğu için oyunun baştan çıkarıcılığı motivasyonu özelliğini de taşıyan bir tezahürattır.

- *“korkma ölmez sendeki bu taraftarlar gücü/ kupalara layıksın sen şanlı Ankaragücü/ biz başkente aşığız/ başkent bize sevdalı/ yediden yetmiş biz/ tribünlerde coşarız/ başkent başkent coşacak/ engelleri aşacak/ işte o mutlu günde/ zafer bizim olacak”*

Tezahürattaki “engelleri aşacak” ve “zafer bizim olacak” ifadelerinde de görüldüğü gibi başarılı olunacağına mutlak bir güven vardır. Aidiyetin başarılı olunacağına olan güven beraberinde desteği de getirir. “Korkma ölmez sendeki bu taraftar gücü” ifadesinde de bu destek ön plandadır. “Başkent” vurgusu yapılarak da aidiyet ve aidiyetle birlikte gelen kimlik övülmektedir. Bu nedenlerden dolayı tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. “Başkente aşığız” ve “başkent bize sevdalı” ifadelerinde de sevgi duygusu ön plandadır. Bu nedenle tezahüratta retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” kullanılmıştır. Ayrıca “yediden yetmiş biz tribünlerde coşarız” ifadesinde de birlik olmak ve bu birlikte hareket etme durumundan duyulan mutluluk vurgulanmıştır. Birliktelik grubun özgüvenini yükseltir. Birlik olma ve coşma vurgularından dolayı tezahürat birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonuna da karşılık gelmektedir. Tezahüratta Ankaragücü taraftarına “korkma” denilerek başarı ve birliktelik vaadinde bulunulmuştur.

- *“hamamönü erkek dolu/ boru döşeriz boru/ allahım sen bu dertten/ i...e kartalı koru/ denizdeki kumlara/ parktaki sıralara/ buğulanmış tüm camlara/ yazacağız Ankara”*

Tezahüratta “öteki” olarak görülene meydan okunmuştur. Meydan okumak “biz” duygusu ile ilgilidir. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Bununla birlikte tezahüratta Ankara sevgisi de ön palandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” kullanılmıştır. Aidiyete olan sevgi vurgusundan dolayı tezahüratta biz motivasyonu ile birlikte aidiyet ihtiyacı motivasyonu da vardır.

- *“en büyük ooo en büyük ooo en büyük ooo sensin Ankara/ kartal geldi bizlere/ bizden kaldı hamile/ gitse hacettepe’ye/ kürtaj bile nafile/ en büyük ooo en büyük ooo en büyük ooo sensin Ankara”*

Tezahüratta “ötekine” meydan okuma ve sataşma vardır. Bu biz motivasyonuna karşılık gelir. “En büyük ooo sensin Ankara” ifadesinde de görüldüğü gibi aidiyet övülmektedir. Bu nedenle de tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonu ile ilgilidir. Tezahüratta tekrarın etkisinden yararlanılmıştır. Ankaragücü taraftarına büyüklük vaadi olan bir tezahürattır.

- *“sadık soldan kayıyor ortasını yapıyor/ halil ibo çakıyor haydi bastır Ankara/ var mı bizden büyüğü varsa çıksın ortaya/ kralına basarız haydi bastır Ankara/ Ankara’nın renkleri sarar bütün kalpleri/ on birinle çok yaşa haydi bastır Ankara”*

Tezahüratta saha içindeki liderlere, futbolculara inanç ve destek vardır. Tezahürat lider motivasyonu ile örtüşmektedir. “Sadık soldan kayıyor ortasını yapıyor” ve “halil ibo çakıyor” ifadelerinde de sporun coşkusu anlatılmaktadır. Coşku, baştan çıkarılmayı yani etkisi altında kalmayı da beraberinde getirir. Tezahüratta oyunun baştan çıkarıcılığı motivasyonu da vardır. “Ankara’nın renkleri sarar bütün kalpleri” ifadesinde de Ankaragücü’ne duyulan sevgi vurgulanmıştır. Bu nedenle tezahüratta retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. “Kralına basarız haydi bastır Ankara” ifadesinde de “ötekilere” karşı bir mücadele ve üstün gelme beklentisi vardır. Bu beklenti de biz motivasyonu ile ilgilidir.

- *“haydi Ankara şahlanın artık/ rezil olmaktan bıktık usandık/ milyonlar verip yine aldandık/ haydi durmayın futbol oynayın/ hani sağdığim o ortaların/ nerde mehmedim o kafaların/ bombacı nazmim nerde şutların/ haydi durmayın futbol oynayın”*

Tezahüratta performansı beğenilmeyen futbolculara sitem vardır. Başarı ve rakibi yenmek isteği biz motivasyonu ile ilgilidir. “Haydi Ankara şahlanın artık” ifadesinde de mücadele beklentisi vardır. Bu beklenti de “biz” duygusuna hizmet eder. “Haydi durmayın futbol oynayın” ifadesinde de taraftarların iyi, güzel futbol beklentisi anlaşılmaktadır. Futbol arzulan ve baştan çıkarıcı bir spordur. Bu nedenle tezahürat oyunun baştan çıkarıcılığı

motivasyonuna da karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan ise “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“beyoğlunda gezersin/ gözlerini süzersin/ i...e misin? Oğlan mısın?/ tamam tamam anladım beşiktaşlısın”*

Tezahüratta “öteki” olarak görülene sataşmakta ve meydan okunmaktadır. Bu durum “biz” duygusuyla ilgilidir. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“bir tanem Ankaragücüm/ dertlerimin dermanısın/ içkimin sarhoşluğu esrarımın dumanısın/ sevenin sevdalısı/ sevmeyenin belalısı/ allah bir başket iki/ gerisinin anasını...”*

Sevgi duygusu ön plandadır. Bu nedenle tezahüratta “duygulara seslenebilme” retorik unsuru vardır. “Başkent” vurgusu ile aidiyet övülmektedir. Bu nedenle tezahürat aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelmektedir. “Sevmeyenin belalısı” ifadesinde de “öteki” olana meydan okuma vardır. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna da karşılık gelmektedir.

- *“Ankara çığlıkları yükseliyor göklere/ her zaman her yerde dünyada evrende/ Ankaragücüm kalplerde/ bu kupayı samsun sarıyer alamaz/ bu kupayı samsun sarıyer alamaz/ i...e beşiktaş’a kalmadı böyle/ hiç bir kitap yazmaz”*

Tezahüratta Ankaragücü övgüsü vardır. Aidiyet yüceltildiği için tezahürat aidiyet ihtiyacına karşılık gelmektedir. “Ankaragücüm kalplerde” ifadesinde kulübe duyulan sevgi vurgulanmıştır. Bu nedenle tezahüratta “duygulara seslenebilme” vardır. Tezahüratta tekrarın etkisinden yararlanılmıştır. “Bu kupayı Samsun Sarıyer alamaz” ve “i...e beşiktaş’a kalmadı böyle” ifadelerinde “öteki” olana meydan okuma vardır. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonu ile de ilgilidir.

- *“hükümet düşer/ enflasyon düşer/ Ankaragücü babayı düşer”*

Tezahüratta aidiyete duyulan güven ön plandadır. Mesaj güven olduğu için retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Aidiyet ön planda olduğu için aidiyet ihtiyacı motivasyonuna karşılık gelen bir tezahürattır.

- *“kış kış cinler kış kış/ yallah cinler yallah”*

Taraftarların olumsuz bir durum olduğunda (gol tehlikesi) söylediği esprili bir tezahürattır. Olumsuzluğa bir tepki olduğu için biz motivasyonu ile ilişkilendirilebilir. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır.

- *“yönetici hepsi kukla/ futbolcular pavyonlarda/ taraftarın”*

Tezahüratta taraftara ve futbolculara tepki vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. Tepki ve mücadele beklentisi “biz” duygusunu korumaya yöneliktir. Bu nedenle tezahürat biz motivasyonuna karşılık gelmektedir.

- *“ne beşiktaş ne cim bom ne de kanarya/ en büyük sensin Ankara/ ölümüne ölümüne ölümüne şanlı başkent”*

Tezahüratta Ankaragücü taraftarına en büyük olma vaadi vardır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” kullanılmıştır. “Öteki” olarak görülenlere meydan okuma olduğu için biz motivasyonuna karşılık gelen bir tezahürattır. “Başkent” vurgusundan dolayı aidiyet ihtiyacı motivasyonu ile de ilgilidir.

- *“ne yeryüzü ne gökyüzü/ böyle bir aşk hiç görmedi/ aldığımız her nefeste/ sen varsın Ankaragücü”*

Tezahüratta Ankaragücü’ne duyulan aşk ön plandadır. Retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır. “Aldığımız her nefeste sen varsın” ifadesinde aidiyetin taraftarlara yaşam enerjisi verdiği söylenebilir. Aidiyete bağımlılık vardır. Bu nedenle tezahürat özgürlükten korkmak motivasyonu ile ilişkilendirilebilir.

Ankaragücü tezahürat ve sloganları retorik çözümlenmeye tabi tuttukten sonra hangi tezahüratın hangi motivasyona karşılık geldiğini sınıflandırmanın yararlı olacağı düşünülmüştür. Ancak, retorik çözümlenme uygulandığında tezahürat ve sloganların çoğunlukla belirlenen motivasyonlardan birkaçına birden karşılık geldiği tespit edilmiştir. Ayrıca tezahürat ve sloganların hemen hemen hepsinde aidiyet ihtiyacı ve biz motivasyonlarının ağır bastığı görülmüştür. Bu nedenlerden dolayı sınıflandırma yapılırken ağır basan motivasyon üzerinden yapılmıştır. Tezahürat ve sloganlar birden fazla motivasyona denk geldiğinde ağır basan bir motivasyon da görülmediğinde birden fazla başlık altına alınmıştır.

6.1. Aidiyet İhtiyacı Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar

Aidiyet ihtiyacı motivasyonunun belirleyici özelliği aidiyet ile övünülmesidir. Bu nedenle aidiyet ile övünülen tezahürat ve sloganlar bu başlık altında sınıflandırılmıştır. Bu başlık altındaki tezahürat ve sloganlarda retorik çözümlenme neticesinde aidiyete duyulan ihtiyaç ve aidiyet ile övünülme görülmüştür. Partizanlar gibi futbol taraftarları ve holiganları da aidiyetleriyle yani destekledikleri kulüp ile övünmektedirler. Partizanlar gibi taraftarlar da aidiyetleri üzerinden kendilerini tanımlamaktadırlar.

- “gururluyuz güçlüyüz Ankaragüçlüyüz”
- “iyi gününde kötü gününde/hep beraberiz/çünkü biz Ankaragüçlüyüz”
- “Ankaragüçlü olunmaz/ Ankaragüçlü doğulur/ Ankaragüçlü olmayanlar/ istanbul çocuğudur”
- “Ankaragüçlüler şaraba düştüler”
- “holigan değiliz Ankaragüçlüyüz”
- “statlarda rüzgâr/ aklımda maç var/ gece yarısında eski taraftar/ esrar çekiyorlar sessiz usulca/ özlediğim başkent şimdi sahada”
- “sevdim seni bir kere başkasını sevemem/ deli diyorlar bana desinler değişemem desinler değişemem”
- “işte coşku işte tutku burası gecekodu”
- “nasıl geldiysek dünyaya öyle gideceğiz/ Ankaragüçlü doğduk Ankaragüçlü öleceğiz”
- “kızların gözü hep yükseklerde/ zengin paralı şık züppelerde/ bizim onlardan tek farkımız var/ Ankaragüçlüyüz işte o kadar”
- “iran irak savaştan/ afrika açlıktan/ biz de senin aşkıdan/ ölüyoruz Ankara”
- “içerde dışarda bütün maçlarda/ bu büyük taraftar senin yanında/ övmek gibi olmasın ama/ sapına kadar biz Ankaragüçlüyüz/ Ankaragüçlüyüz Ankaragüçlüyüz/ sapına kadar biz Ankaragüçlüyüz”
- “Ankara’da deplasmanda/ aç susuz yollarda kaldık/ jandarmaya tartaklandık/ tas kebabı, kuru fasulye, pilav çaldık/ çok usandık, çok usandık uslanmadık”
- “kafamız güzel, hayat çok güzel/ Ankaragüçüm her şeyden güzel”
- “şampiyon olmasın kupayı almasın/ fenere, cimboma, beşiktaş koymasın/ Ankaragüçlüyüz yine ölene kadar/ bize hiçbir zaman mutluluk yaşatmasın”
- “yaşayan efsane geri dönüyor/ şimdi bizi kim tutar/ lalalayla lalalay/ Ankaragüçlüler destan yazıyor/ kral biziz, bu şehir saray”
- “kimi zaman çığlık çığlık/ kimi zaman boğuk boğuk/ kimi zamansa titrek titrek/ daha niceleri sana gönül verecek/ tıpkı bizim gibi”
- “bir başka seni sevmek/ Ankaragüçlüyüm demek/ seninle ağlayıp seninle gülmek/ kaç senelik bu hasret/ bitecek bir gün başkent/ kupa ya bize ya bize gelecek”
- “gün geldiyse işsiz kaldık/ tribünlerde tartaklandık/ her cefayı çektik ama/ seni yalnız bırakmadık/ bırakmadık başkent bırakmadık”
- “eğer ölürsem başkent uğruna/ Ankara Ankara Ankara/ ateşte yanarım başkent’in uğruna/ mahşerde son duam senin yoluna/ imparator neron yakmışsa roma’yı/ başkent de yakar dünyayı”

- “psikopatlar sende manyaklar sende/ çevirmişler etrafını dikenli telle/ şampiyon olmadan bırakmayız bir kere/ haydi bastır şanlı Ankaragücüm”
- “çekmişiz kafaları dalmışız hayallere/ 2010 yılında şampiyonlar liginde koyacağız real madrid’e/ hayallerimiz elbet bir gün gerçek olacak/ Ankaragücü bayrağı boğazda sallanacak/ yer yerinden oynayacak”
- “acı çektik, çile çektik/ senin sevginden hiç vazgeçmedik/ senle yattık, senle kalktık/ şu koca dünyada tek sana taptık”
- “ooo bıraktık işi gücü/ bıraktık işi gücü/ bıraktık işi gücü/ saldır Ankaragücü”
- “bu alemin kralısın Ankara/ feneri de cimbomu da palavra/ senin için ölürüz bu yolda/ hayatımın anlamısın Ankara”
- “sensiz geçen günleri günden sayan mı var ki/ bu aşk değil ibadet Ankaragücüm/ sensiz nefes alamam yaşayamam ölürüm/ hayattaki tek gücüm Ankaragücüm”
- “yenilsen de yensen de taraftar senle/ 20 değil bekleriz biz bir ömür bile/ s...tiğim kupasını getirin bize/ inletelim Türkiye’yi Ankara diye”
- “övünmekte çok haklıyız sapına kadar Ankaralıyız/ ne beşiktaş ne cimbom ne de i...e fenebahçe”
- “Ankaragücüm (büyük başkent) sen çok yaşa canım feda olsun sana/ hiçbir şeye değişilmez senin sevgin şu dünyada”
- “Ankara diyerek sana yüz vurdur/ sarının yanına lacivert koyduk/ yıllardan beridir hep senin olduk/ Ankara sen bizim her şeyimizsin”
- “sende sende bütün umutlar, yükseliyor göğe kadar/ haydi başkent koy başkent/ gururluyuz güçlüyüz aman aman aman/ biz Ankaragüçlüyüz bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom/ ortalada sadık ortalada aman aman aman bombala hurubes bombala bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom/ ne sakarya ne düzce aman aman aman/ çıkacağız biz lige bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom”
- “korkma ölmez sendeki bu taraftarlar gücü/ kupalara layıksın sen şanlı Ankaragücü/ biz başkente aşığız/ başkent bize sevdalı/ yediden yetmişe biz/ tribünlerde coşarız/ başkent başkent coşacak/ engelleri aşacak/ işte o mutlu günde/ zafer bizim olacak”
- “en büyük ooo en büyük ooo en büyük ooo sensin Ankara/ kartal geldi bizlere/ bizden kaldı hamile/ gitse hacettepe’ye/ kürtaj bile nafile/ en büyük ooo en büyük ooo en büyük ooo sensin Ankara”
- “bir tanem Ankaragücüm/ dertlerimin dermanısın/ içkimin sarhoşluğu esrarımın dumanısın/ sevenin sevdalısı/ sevmeyenin belalısı/ allah bir başkent iki/ gerisinin anasını...”
- “Ankara çığlıkları yükseliyor göklere/ her zaman her yerde dünyada evrende/ Ankaragücüm kalplerde/ bu kupayı samsun sarıyer alamaz/ bu kupayı samsun sarıyer alamaz/ i...e beşiktaş’a kalmadı böyle/ hiç bir kitap yazmaz”
- “hükümet düşer/ enflasyon düşer/ Ankaragücü babayı düşer”

- *“ne yeryüzü ne gökyüzü/ böyle bir aşk hiç görmedi/ aldığımız her nefeste/ sen varsın Ankaragücü”*

6.2. Biz Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar

Aidiyet ihtiyacı ve biz motivasyonları birbirlerini içeren ve destekleyen motivasyonlardır. Biz motivasyonunun ayırt edici özelliği ise taraftar grubunun kendileri için “biz” zamirini kullanmaya başlamalarıdır. Biz tehlikede olduğunda ya da tehlikede olduğu düşünüldüğünde taraftar grubu şiddete başvurabilir. Taraftar grubunun “asabiyyetinin” ağır bastığı ve şiddet söylemlerinin olduğu tezahürat ve sloganlar biz motivasyonu başlığı altında sınıflandırılmıştır. Biz motivasyonu şüphesiz “öteki” ile de ilgilidir. “Öteki” olarak görülene tepki gösterilen tezahürat ve sloganlar da bu başlık altına alınmıştır.

- *“bastır Ankaragücü/haydi bastır...”*
- *“iyi gününde kötü gününde/hep beraberiz/çünkü biz Ankaragüçlüyüz”*
- *“Ankaragüçlü olunmaz/ Ankaragüçlü doğulur/ Ankaragüçlü olmayanlar/ istanbul çocuğudur”*
- *“maçtan sonra hipodromda (Ankarayda/istasyonda) / taşlarla (zincirlerle) sopalarla/ sizi bekler sizi ister (gözler)/ Ankaralı fanatikler”*
- *“hava ayaz mı ayaz/ ellerim ceplerimde/ sallama, döner, satır/ s... eriz çatır çatır”*
- *“para için Ankaragücü'nü sattın/ bize şerefsizlik yaptın/ at imzayı cebin dolsun/ ersun yanal yazıklar olsun”*
- *“arkanda biz vardık seninle her yerde/ rize'de, izmir'de, eskişehir'de/ korktular kaçtılar bizi görünce/ Ankaragüçlüler geliyor diye/ anladım yalanmış başka sevgiler/ en tatlı sevgiler senleymiş meğer/ şampiyon olmadan ölürsem eğer/ kefenim sarıyla lacivert olsun”*
- *“istanbul'un köpeğine/ istanbul'un köpeğine/ istanbul'un köpeğine/ psikopat başkent yazacağız”*
- *“biz Ankara manyağıyız, psikopatın allahıyız/ alem buysa kral biziz, gırtlakları biz keseriz, laylaylaylay”*
- *“gece olsa gündüz olsa/ bursa olsa izmir olsa/ trabzon'da istanbul'da/ bu taraftar hep yanında/ karakartal, cim bom, fener/ alayı da hep i...eler/ bu alemde kral varsa/ o da Ankaragüçlüler”*
- *“hanginizin var sınav, geçim dertleri/ kandırmayın türk milletini/ p...evenk uzan (star/ i...e cem uzan) kapat şu kerhaneyi/ basarız bbg evini”*
- *“kolay mı Ankara'da büyük başkenti yenmek/ kolay mı bu alemde bizle baş etmek/ i...e fener i...e cim bom sen ne söylersen söyle/ bu alemde kral biziz istemesen de”*
- *“deplasmanda taraftar az/ sebebi ismet iraz/ yönetim uyansa biraz/ her yerde birlik olacak başkan her yerde birlik olacak/ her sene şampiyonluk sözü/*

keriz mi sandınız bizi/ geliriz bir gün kulübe s...riz sülalenizi başkan s...riz sülalenizi”

- *“statta yatanlara/ ulusta kaçanlara/ istanbul deyip deyip/ altına sı...anlara/ AN-KA-RA”*
- *“Ankaragüçlüyüz biz kaynar kanımız/ Ankaragücü’ne feda canımız/ 3 büyükleri en kralından/ s...e s...e iki puan alırsız”*
- *“paranız yoksa para verelim/ boş tribünlerin sebebi i...ne yönetim”*
- *“akşam olur ay gecede Beşiktaşlı denk gelir/ beş bin kişi on bin kişi vallah bize vız gelir/ bize güçlüler diyorlar altına sıcıyorlar/ ay gecede gündüzünde statların önünde”*
- *“gel... gel... bitsin bu hasret/ Ankaragücü taraftarı gırtlığa hasret/ rüzgarlı’da, hipodromda gençlik parkında/ ...’in taraftarı (oğlanları) yoğun bakımda”*
- *“stadın önünde yatan taraftar aman allah/ stadın önünde yatan taraftar/ kolla g... tü istanbul, başkent g...te takar/ tribünden tribüne hareket çekersin aman allah/ tribünden tribüne hareket çekersin/ delikanlı istanbul sabah neredeydin”*
- *“kolay mı göğüs germek derdine senelerce/ kolay mı sabahlamak uğruna gecelerce/ kolay mı şampiyonluk görmeden bir kez bile/ kolay mı büyük başkent kolay mı söyle/ kolay mı Ankara’da büyük başkenti yenmek/ kolay mı bu alemde bizle baş etmek/ i...e feneri i...n cim bom sen ne söylersen söyle / bu alemde kral biziz istemesen de”*
- *“maçtan sonra disco/ otelde karılar/ kümede kaldınız/ aferin çocuklar”*
- *“Ankaragücü sanki şükürü deniz’in/ taraftara nasıl silah çekersin/ elbet bir gün sende çeker gidersin/ şükürü deniz allah belanı versin”*
- *“saldırın saldırın saldırın, bu taraftar için saldırın”*
- *“burası Ankara bu i...eler yalaka/ bayraklar şapkalar g...te mi girdi/ dışarda taksana dışarda taksana/ bayraklar şapkalar g...te girecek”*
- *“saldırın durmadan/ bu taraftar arkanızda her zaman/ başkente rahat yok/ Ankara’da... koymadan”*
- *“has...tir ordan sen mi psikopat/ bırak etiketi nerde icraat”*
- *“biz Ankaralıyız, yoktur inkarımız/ bastonla kovalar ihtiyarımız/ on kişi kalsak da bağırırız yine/ zincirler, sopalar işlemez bize”*
- *“çık bakalım çık bakalım/ dışarıya çık bakalım/ emaneti gör, sallamayı gör/ delikanlı kim bakalım”*
- *“hadi git sen işine de/ herkes kendi işine (oğlan ... işine) / polis asker olmasaydı/ nah giderdin evine (nah girerdin tribüne)”*
- *“ölüm zulüm keder mahpus vız gelir bana (uğruna çektiğim dertler vız gelir bana) / iki elim kanda olsa gelirim sana/ koymuşum fenere cim boma beşiktaş/ aşkından kafayı yedik saldır Ankara”*

- *“çekmişiz kafaları dalmışız hayallere/ 2010 yılında şampiyonlar liginde koyacağız real madrid’e/ hayallerimiz elbet bir gün gerçek olacak/ Ankaragücü bayrağı boğazda sallanacak/ yer yerinden oynayacak”*
- *“bu büyük taraftarı susturamazsın/ iftira atıp da kurtulamazsın/ Ankara’yı sevenler ayağa kalksın/ Ankaragücü bizindir herkes anlasın”*
- *“Ankaragüclüleri ananızı s...ecekler”*
- *“başkent gol, başkent gol Ankaragücü gol/ taraftarın yanında ...’a koy”*
- *“bu alemin kralısın Ankara/ feneri de cimbomu da palavra/ senin için ölürüz bu yolda/ hayatımın anlamısın Ankara”*
- *“tık tık tık/ kim o? / öcünüüüü/ Ankaragücüüüü Ankaragücüüü”*
- *“ne f 16 lar ne de füzeler/ Ankara’ya gelmek böyle g.t ister”*
- *“Ankara saldır Ankara, saldır Ankara/ vur kır parçala saldır Ankara”*
- *“alemin kralı bir tek sensin Ankara/ ne Beşiktaş ne cimbom/ ne de i...e kanarya”*
- *“cimcimcim dal dal dal/ cimbom cimbom al al al”*
- *“milyarlar dolarlar istiyorsunuz/ formanın hakkını vermiyorsunuz/ taraftarla dalga geçiyorsunuz/ formayı çıkarın çıplak oynayın”*
- *“ne beşiktaş ne fenerbahçe ne de galatasaray/ kalbimizde ölene kadar Ankaragücü sevgisi yaşar”*
- *“övünmekte çok haklıyız sapına kadar Ankaralıyız/ ne beşiktaş ne cimbom ne de i...e fenebahçe”*
- *“haydi haydi haydi allah aşkına/ istanbul’un i...leri dönsün şaşkına”*
- *“sende sende bütün umutlar, yükseliyor göğe kadar/ haydi başkent koy başkent/ gururluyuz güçlüyüz aman aman aman/ biz Ankaragüçlüyüz bom bili bili bom bom bom bili bili bili bom/ ortala sadık ortala aman aman aman bombala hurubes bombala bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom/ ne sakarya ne düzce aman aman aman/ çıkacağız biz lige bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom”*
- *“müjde müjde size/ Ankara’dan müjde size/ zarif sağlam esnek koyar rahat koyar/ müjdeeeeeee”*
- *“hamamönü erkek dolu/ boru döşeriz boru/ allahım sen bu dertten/ i...e kartalı koru/ denizdeki kumlara/ parktaki sıralara/ buğulanmış tüm camlara/ yazacağız Ankara”*
- *“beyoğlunda gezersin/ gözlerini süzersin/ i...e misin? Oğlan mısın?/ tamam tamam anladım beşiktaşlısın”*
- *“bir tanem Ankaragücüm/ dertlerimin dermanısın/ içkimin sarhoşluğu esrarımın dumanısın/ sevenin sevdalısı/ sevmeyenin belalısı/ allah bir başket iki/ gerisinin anasını...”*

- *“Ankara çığlıkları yükseliyor göklere/ her zaman her yerde dünyada evrende/ Ankaragücüm kalplerde/ bu kupayı samsun sarıyer alamaz/ bu kupayı samsun sarıyer alamaz/ i...e beşiktaş’a kalmadı böyle/ hiç bir kitap yazmaz”*
- *“kış kış cinler kış kış/ yallah cinler yallah”*
- *“yönetici hepsi kukla/ futbolcular pavyonlarda/ taraftarın”*
- *“ne beşiktaş ne cim bom ne de kanarya/ en büyük sensin Ankara/ ölümüne ölümüne ölümüne şanlı başkent”*

6.3. Lider Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar

Partizanalarda olduğu gibi futbol taraftarlarında ve holiganlarında da lider başlı başına bir motivasyon kaynağıdır. Lidere duyulan mutlak bir güven ve inanç vardır. Lider grubu bir arada tutar ve gurubun birlikte hareket etmesini sağlar. Futbolda lider tribünde de sahada da olabilir. Lidere yönelik söylenen tezahürat ve sloganlar lider motivasyonu başlığı altında sınıflandırılmıştır.

- *“deplasman Ankara farketmez yanımda/ başımda ali imdat var/ muhteşem bir coşku, ölümüne bir tutku/ burası da gecekondur”*
- *“bu dünyada kâmil büyük ihtiyaç/ kâmil sevmeye sevmeye muhtaç/ kamille dost ol kamille arkadaş/ bak kamil geliyor kaç yavaş yavaş”*
- *“kalemizde kaptan adil var/ geri dörtlü geçilmez duvar/ orta saha hepsi canavar/ ilerde halil ibo var/ biz lacivert sarıyız/ engelleri aşarız/ bize başkentli derler/ kralına basarız”*
- *“sadık soldan kayıyor ortasını yapıyor/ halil ibo çakıyor haydi bastır Ankara/ var mı bizden büyüğü varsa çıksın ortaya/ kralına basarız haydi bastır Ankara/ Ankara'nın renkleri sarar bütün kalpleri/ on birinle çok yaşa haydi bastır Ankara”*

6.4. Özgürlükten Korkmak Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar

Partizanlar da holiganlar da aidiyetleri üzerinden var olurlar. Tek başlarına kaldıklarında tüm olumsuzluklarla ve başarısızlıklarla tek başlarına mücadele etmek durumunda kalacaklardır. Tek başlarına kaldıklarında sorumluluk almak durumunda kalacaklardır. Oysa bir grubun, bir hareketin içine girdiklerinde karar almak ve neticesine katlanmak durumunda kalmayacaklardır. Başarısızlık lider ve aidiyetle birlikte karşılanacağı için tek başlarına kalmak istemezler. Bu unsurların olduğu tezahürat ve sloganlar özgürlükten korkmak motivasyonu başlığı altında sınıflandırılmıştır.

- *“söyle seni sevmedik mi/ sana gönül vermedik mi/ yağmurlarda çamurlarda/ her maçına gelmedik mi/ gelmedik mi başkent gelmedik mi/ gün geldi sahipsiz kaldık/ tribünlerde tartaklandık/ her cefayı çektik ama/ seni yalnız bırakmadık/ bırakmadık başkent bırakmadık/ hepimiz aynı yoldayız/ bir bütünü kopamayız/ ant içtik senin yoluna/ ölene dek bırakmayız/ bırakmayız başkent bırakmayız”*

- “şampiyon olmasan kupayı almasan/ fenere, cimboma, beşiktaşta koymasın/ Ankaragüçlüyüz yine ölene kadar/ bize hiçbir zaman mutluluk yaşatmasın”
- “gün geldiyse işsiz kaldık/ tribünlerde tartaklandık/ her cefayı çektik ama/ seni yalnız bırakmadık/ bırakmadık başkent bırakmadık”
- “sensiz geçen günleri gündün sayan mı var ki/ bu aşk değil ibadet Ankaragücüm/ sensiz nefes alamam yaşayamam ölürüm/ hayattaki tek gücüm Ankaragücüm”
- “ne yeryüzü ne gökyüzü/ böyle bir aşk hiç görmedi/ aldığımız her nefeste/ sen varsın Ankaragücü”

6.5. Farklılıktan Utanmak Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar

Partizanlar da futbol taraftarları da ait oldukları grup içerisinde farklılıkları ile değil diğerleri ile aynı olmakla “kardeş” olmakla övünürler ve bunu isterler. Kişisel farklılıklar önemli değildir ve aidiyet içinde bu farklılıklar eritilmelidir. Her üye “kardeş” olarak kabul edilir. Kişisel farklılıklar değil, kulübe verilen destek önemlidir. Bu unsurların ağır bastığı tezahürat ve sloganlar farklılıktan utanmak motivasyonu başlığı altında sınıflandırılmıştır.

- “bazen şarap içeriz, bazen esrar çekeriz/ paramız yok ki tinere düşeriz/ ne okula, ne işe/ ne sidikli cineye/ gönümümü vermişim Ankaragücü'ne”
- “kola ile pepsi hayatta içilmez/ alkolik hareket engellenemez, engellenemez ooo ooo”
- “söyle seni sevmedik mi/ sana gönül vermedik mi/ yağmurlarda çamurlarda/ her maçına gelmedik mi/ gelmedik mi başkent gelmedik mi/ gün geldi sahipsiz kaldık/ tribünlerde tartaklandık/ her cefayı çektik ama/ seni yalnız bırakmadık/ bırakmadık başkent bırakmadık/ hepimiz aynı yoldayız/ bir bütünü kopamayız/ ant içtik senin yoluna/ ölene dek bırakmayız/ bırakmayız başkent bırakmayız”
- “Ankara'da deplasmanda/ aç susuz yollarda kaldık/ jandarmaya tartaklandık/ tas kebabı, kuru fasulye, pilav çaldık/ çok usandık, çok usandık uslanmadık”
- “kolay mı göğüs germek derdine senelerce/ kolay mı sabahlamak uğruna gecelerce/ kolay mı şampiyonluk görmeden bir kez bile/ kolay mı büyük başkent kolay mı söyle/ kolay mı Ankara'da büyük başkenti yenmek/ kolay mı bu alemde bizle baş etmek/ i...e feneri i...n cimbom sen ne söylersen söyle / bu alemde kral biziz istemesen de”
- “bitanem söyle başkent/ ne istersen iste benden/ istersen donatalım dört bir yanı bayraklarla/ istersen çınlatalım dört bir yanı şarkılarla/ istersen gidelim deplasmanlara konvoylarla”
- “bağırmayan taraftar s...irisin gitsin”

6.6. Birlikte Hareket Etmenin Keyfine Varmak Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar

Partizanlar da holiganlar da grubun diğer üyeleriyle birlikte hareket etmekten keyif alırlar. Yalnız kalmak istemeyen birey bir aidiyete ihtiyaç duyar. Grubun diğer üyelerini “kardeşi” olarak görür ve onlarla birlikte olmaktan birlikte hareket etmekten keyif alır. Partizanların da taraftar ve holiganların da birlikte yaptıkları ritüelleri vardır. Bu unsurları taşıyan tezahürat ve sloganlar birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonu başlığı altında sınıflandırılmıştır.

- *“iyi gününde kötü gününde/hep beraberiz/çünkü biz Ankaragüçlüyüz”*
- *“arkanda biz vardık seninle her yerde/ rize’de, izmir’de, eskişehir’de/ korktular kaçtılar bizi görünce/ Ankaragüçlüler geliyor diye/ anladım yalanmış başka sevgiler/ en tatlı sevgiler senleymiş meğer/ şampiyon olmadan ölürsem eğer/ kefenim sarıyla lacivert olsun”*
- *“deplasmanlara gittik zehir gibi küfür yedik/ bir yanımızda ölüm bir yanda seni sevdik/ bir değil bin bir kere sırat köprüsünden gecik/ düşe kalka bata çıka şampiyonluk hiç görmedik”*
- *“kimi zaman çığlık çığlık/ kimi zaman boğuk boğuk/ kimi zamansa titrek titrek/ daha niceleri sana gönül verecek/ tıpkı bizim gibi”*
- *“bir başka seni sevmek/ Ankaragüçlüyüm demek/ seninle ağlayıp seninle gülmek/ kaç senelik bu hasret/ bitecek bir gün başkent/ kupa ya bize ya bize gelecek”*
- *“bitanem söyle başkent/ ne istersen iste benden/ istersen donatalım dört bir yanı bayraklarla/ istersen çınlatalım dört bir yanı şarkılarla/ istersen gidelim deplasmanlara konvoylarla”*
- *“o muhteşem taraftarın yanında/ bağıyorlar hep beraber yanyana/ adıyla takımıyla taraftarıyla/ en büyük sensin Ankara/ Ankaragücüm sen çok yaşa/ canım feda olsun sana/ hiçbir şeye değişilmez/ senin sevgin bu dünyada”*
- *“korkma ölmez sendeki bu taraftarlar gücü/ kupalara layıksın sen şanlı Ankaragücü/ biz başkente aşığız/ başkent bize sevdalı/ yediden yetmişe biz/ tribünlerde coşarız/ başkent başkent coşacak/ engelleri aşacak/ işte o mutlu günde/ zafer bizim olacak”*

6.7. Oyunun Baştan Çıkarıcılığı Motivasyonuna Karşılık Gelen Tezahürat ve Sloganlar

Futbol taraftarları ve holiganları için spor ve futbol baştan çıkarıcı bir etkiye sahiptir. Oyunun kendisi başlı başına bir motivasyondur. Çünkü insanları etkisi altına almaktadır. Bu durum partizanlar için de geçerlidir. Siyasette de futbolda da sergilenen performanslar vardır. Bu performanslar ve oyunun cazibesi insanları çekmektedir. Bu unsurları taşıyan

tezahürat ve sloganlar oyunun baştan çıkarıcılığı motivasyonu başlığı altında sınıflandırılmıştır.

- *“sende sende bütün umutlar, yükseliyor göğe kadar/ haydi başkent koy başkent/ gururluyuz güçlüyüz aman aman aman/ biz Ankaragüçlüyüz bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom/ ortala sadık ortala aman aman aman bombala hurubes bombala bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom/ ne sakarya ne düzce aman aman aman/ çıkacağız biz lige bom bili bili bili bom bom bom bili bili bili bom”*
- *“kalemizde kaptan adil var/ geri dörtlü geçilmez duvar/ orta saha hepsi canavar/ ilerde halil ibo var/ biz lacivert sarıyız/ engelleri aşarız/ bize başkentli derler/ kralına basarız”*
- *“haydi Ankara şahlanın artık/ rezil olmaktan bıktık usandık/ milyonlar verip yine aldandık/ haydi durmayın futbol oynayın/ hani sağdığım o ortaların/ nerde mehmedim o kafaların/ bombacı nazmim nerde şutların/ haydi durmayın futbol oynayın”*
- *“sadık soldan kayıyor ortasını yapıyor/ halil ibo çakıyor haydi bastır Ankara/ var mı bizden büyüğü varsa çıksın ortaya/ kralına basarız haydi bastır Ankara/ Ankara'nın renkleri sarar bütün kalpleri/ on birinle çok yaşa haydi bastır Ankara”*



7. TARTIŞMA

Çalışmada, insan doğasından ve insan psikolojisinden hareketle partizan ve holigan kıyaslaması yapılmış ve her iki insan profilinin birbirlerine benzediği ve aynı motivasyonla davranışlarını şekillendirdikleri görülmüştür. Temel mesele, bireyin içinde yaşadığı doğaya yabancılaşmasıdır. Doğa ile bağı kopan birey bunun neticesinde doğal durumundan uzaklaşarak kendisine de yabancılaşmıştır. Doğal durumdan kopan birey dünyaya ve kendisine yabancılaşmış ve bunun neticesinde de bir var olma krizinin içine düşmüştür.

Aidiyet, önemli bir ihtiyacdır. Bir aidiyete mensup olma kişiyi mutlu eder ve hayatına değer katar. Aidiyet kişinin, gurubun isteklerini kişisel isteklerinin üzerinde görmesini sağlar. Kişi, aidiyetin istek ve amaçlarına inandığı ve kendini adadığı için kişisel memnuniyetsizliklerinden ve tatminsizliklerinden de büyük ölçüde kurtulmuş olur (Koç: 2002:51'den aktaran Çelik ve Akçi, 2016:949). Var olma krizi içerisinde olan insan, aidiyeti üzerinden bu olumsuz durumdan kurtulmaya çalışır. Tezahüratlarda aidiyet motivasyonunun ağır basması temel bir ihtiyaç olması ile açıklanabilir.

Partizanlara ve holiganlara bakıldığında her iki insan tipinin de yalnızlıktan, başarısızlıktan ve kabul görmeme duygusundan korktukları görülmektedir. Partizan da holigan da bu korkulardan kaçmak için aidiyetlere ihtiyaç duyar. Ancak her partizan ya da her holigan için bu genellemeleri yapmak da doğru değildir. Çünkü; başarılı, yalnız olmayan, kendisine güvenen kimselerin de partizan ya da holigan olmaları mümkündür. Ancak, başarılı insanlar da kendilerine ne kadar güvenirlerse güvensinler başarılarında dış etkenlerin de etkili olduğunu düşünürler. Onları başarıya götüren dış koşullar değiştiğinde başarılı olacaklarının herhangi bir garantisi yoktur. Üstelik günümüzde başarı da anlıktır. Başarı çabuk tüketilir ve birey sürekli başarmak mecburiyetinde bırakılır. Başarı övülürken başarısızlığın nasıl karşılanmasına dair herhangi bir anlatı yoktur. Bu nedenle işte veya özel hayatında başarılı olarak kabul ettiğimiz insanlar da aidiyet ihtiyacı duyarlar.

Tezahürat ve sloganlarda taraftarların Ankaragücü ile kendilerini özdeşleştirdikleri görülmektedir. Taraftarlar, spor kulübü ile kendilerini bir tutmaktadırlar. “Takımla özdeşleşme, bir taraftarın psikolojik olarak bir takımla ilgilenme kapsamı ya da takımla olan psikolojik bağlantısıdır” (Günay ve Tiryaki, 2003:16'dan aktaran Ayhan, Aktaş ve Çelik, 2017:555). Takıma olan bu bağlılık ne kadar kuvvetli olursa takım için kendinden vazgeçme durumu da o kadar kuvvetli olacaktır. Aynı şey partizanlar için de geçerlidir. Kitle hareketine olan bağlılık ile kendinden vazgeçebilme durumu doğru orantılıdır. “Kesin inançlı”, aidiyetini her şeyin

üzerinde görür ve sorgusuz, sualsiz aidiyete kendisini adar. Holiganlar da tıpkı partizanlar gibi dahil oldukları yapıyı kutsal kabul ederler. Bu kutsallık abartılı olarak kabul edilebilecek bir yaşam biçimini de beraberinde getirir. Holiganların ve partizanların kitle psikolojisi ile hareket ettiklerini söylemek yanlış olmayacaktır.

Tezahürat ve sloganlar çözümlendiğinde siyaset ve futbol kurumlarının ortak motivasyonları üzerinden bir kıyas yapılmıştır. Ancak ortaya çıkan unsurları spor taraftarlığına özgü motivasyonlar üzerinden tartışmak da yararlı olacaktır.

Spor taraftarlığına özgü motivasyonlar; aile, estetik, ekonomi, olumlu gerilim, kaçış ve eğlence olarak sıralanabilir. Sporda aile motivasyonu, kişilerin aileleri ile katılabilecekleri bir etkinlik olarak görmeleri ile ilgilidir. Estetik motivasyonu, kişilerin spor faaliyetlerinin sanatsal ve görsel yönlerinden hoşlanmaları ile ilgilidir. Ekonomi motivasyonu, kişinin bahis üzerinden kazanç sağlama ihtimali ile ilgilidir. Bu durum spora ilgiyi artırıp, kişiyi motive edebilir. Olumlu gerilim motivasyonu, kişilerin spor karşılaşmalarını seyrederken hissettikleri heyecan ve coşku duygularından keyif almaları ile ilgilidir. Kaçış motivasyonu, kişilere hayatlarında spor dışında kalan uğraşlarından uzaklaşmak için bir fırsat sunması ile ilgilidir. Eğlence motivasyonu ise keyifli zaman geçirme ile ilgilidir (Giray: 2008'den aktaran Giray ve Girişken, 2015:122). Bu duygular kişileri spor taraftarlığı için motive eder.

Ankaragücü tezahürat ve sloganlarına bakıldığında spor taraftarlığına özgü bu motivasyonlardan özellikle estetik, olumlu gerilim, kaçış ve eğlence motivasyonlarının olduğu görülmektedir. Spor taraftarlığına özgü bu motivasyonlar çalışmada belirtilen oyunun baştan çıkarıcılığı ve birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonları ile örtüşmektedir. Spor taraftarlığına özgü olan estetik motivasyonu oyunun insanı içine çeken özelliklerinden biri olarak değerlendirilebilir. Kaçış motivasyonu da hem partizan için hem de futbol taraftarı için geçerlidir. İş ve özel hayatın sorumluluklarından uzaklaşarak ilgi ve enerji bu alanlara yönlendirilir ve diğer alanlardaki başarısızlıklardan ve hayal kırıklıklarından kaçılmaya çalışılır. Spora özgü bu motivasyonlardan ekonomi ise bu anlamıyla Ankaragücü tezahürat ve sloganlarında karşılık bulmamaktadır. Gerek siyasette gerekse sporda etkili olan motivasyonların hepsi olmasa da bazıları her iki alan için de geçerlidir. Hem partizanlar hem de spor taraftarları bu motivasyonların etkisi altındadırlar.

Her iki insan tipinin de aşırılıklarının ve abartılı yaşam biçimlerinin arkasında bir var olma krizi yatar. Her iki insan tipinin de davranışlarının altında aynı motivasyon vardır. Her iki insan tipinin de davranışlarını şekillendiren bu motivasyona dair bir farkındalık içerisinde olduklarını

söylemek pek mümkün değildir. Ancak bu var olma motivasyonu ya da var olma krizi partizanı da holiganı da etkisi altına almakta ve tüm yaşamını şekillendirmektedir.

Zamanın ruhunu ve bireyini kavrayan kişi ya da kurumlar bu motivasyon üzerinden kişileri kolaylıkla etkileri altına almaktadırlar. Bu kişi ya da kurumlar; lider, kitle hareketi, dini yapılanmalar, reklamcılar, spor kulüpleri gibi tüm aidiyet ihtiyacına yanıt verme vaadinde bulunan kişi veya kurumlardır. Özellikle de zamanın bireyi bu çağrıya karşı kayıtsız kalamayacaktır.





8. SONUÇ

MKE Ankaragücü Spor Kulübü slogan ve tezahüratlarının retorik çözümlemesi yapılırken belirlenen motivasyonlar ile bir kıyaslama yapılmıştır. Bu motivasyonlar şunlardır: Aidiyet İhtiyacı, Biz, Lider, Özgürlükten Korkmak, Farklılıktan Utanmak, Birlikte Hareket Etmenin Keyfine Varmak, Oyunun Baştan Çıkarıcılığı.

Ankaragücü slogan ve tezahüratlarına retorik çözümleme uygulandığında, slogan ve tezahüratlarda tekrardan yararlanıldığı görülmüştür. Slogan ve tezahüratlarda retorik unsurlardan en çok “duygulara seslenebilme” ögesi vardır. Slogan ve tezahüratlarda “karakter” unsurundan da yararlanıldığı görülmektedir.

Çözümlemede retorik unsurlardan “karakter” Ankaragücü taraftarına dair genel özellikler olarak ele alınmıştır. Retoriğin üç temel unsurundan ilk ikisi slogan ve tezahüratlarda mevcuttur. Ancak üçüncü unsur olan “kanıt” slogan ve tezahüratlarda yoktur. Taraftar retoriğine bakıldığı için bu şaşırtıcı bir durum değildir. Duygusal taraftarlığın doğasında olduğu için hemen hemen bütün slogan ve tezahüratlarda retorik unsurlardan “duygulara seslenebilme” vardır ve diğer iki retorik unsura kıyasla ağır basmaktadır. Ankaragücü slogan ve tezahüratları askeri marşlar gibi “dosta” güven “düşmana” korku vaat etmektedir. Bütün tribün bu tezahüratları söylediğinde retoriğin işitsel etkisi de artmaktadır.

Ankaragücü tezahürat ve sloganlarında belirlenmiş olan motivasyonlardan en çok başvuru biz ve aidiyet ihtiyacı motivasyonlarıdır. Bu iki motivasyon birbirleri ile iç içe geçtiğinden net bir şekilde ayırımı yapmak pek mümkün değildir. Ancak, burada aidiyet ile övünüldüğünde bu aidiyet ihtiyacı motivasyonuna, şiddet unsuru olduğunda ise biz motivasyonuna karşılık geldiği ayırımı yapılmıştır. Ankaragücü tezahürat ve sloganlarında genellikle bu iki motivasyon birlikte bulunmaktadır.

Ankaragücü slogan ve tezahüratlarında biz ve aidiyet ihtiyacı motivasyonlarından sonra farklılıktan utanmak ve özgürlükten korkmak motivasyonları dikkat çekmektedir. Farklılıktan utanmak ve özgürlükten korkmak motivasyonları da birbirine yakın olan iki motivasyondur. Buradaki temel ayırım da şuradan hareket ile belirlenmiştir. Taraftar topluluklarında her üye bir diğer üyenin “kardeşi” olarak kabul edilir. Burada farklılık “kardeşliğe” zarar veren bir durum olarak görülür. “Kardeşlik” vurgusunun olduğu slogan ve tezahüratlarda farklılıktan utanmak motivasyonunun olduğu görülmüştür. Taraftar, grubun dışına çıkmaktan daha doğrusu grubun dışına itilmekten korktuğunda ise burada da motivasyonlardan özgürlükten korkmak karşılık bulmaktadır. Çünkü grubun dışına itilmek beraberinde sorumluluğu da getirir.

Sorumluluk da başarıyı olduğu gibi başarısızlığı da kişinin omuzlarına yükler. Aidiyetten beslenen ve aidiyeti ile var olabilen kişiler için grubun dışarısına itilmek var olamamak demektir.

Ankaragücü'nün bazı slogan ve tezahüratlarında da oyunun baştan çıkarıcılığı, birlikte hareket etmenin keyfine varmak ve lider motivasyonları vardır. Futbol oyununun, sporunun insanları içine çeken bir "büyüsü" vardır. Sporun cazibesinin ağır bastığı ve taraftarları içine çektiği slogan ve tezahüratların olduğu görülmüştür. Bazı slogan ve tezahüratlarda birlikte hareket etmenin keyfine varmak motivasyonunun olduğu görülmüştür. Birliktelik ve birlikte hareket etmenin vurgulandığı slogan ve tezahüratların bu motivasyona karşılık geldiği düşünülmektedir. Motivasyonlardan lider motivasyonu ise iki şekilde slogan ve tezahüratlarda değerlendirilmiştir. Bunlardan ilki tribündeki lidere yani amigoya dairdir. Diğerisi ise futbolculardan lider olarak görülenleri kapsamaktadır. Tezahüratların bazılarında lidere övgü ve gönderme olduğu görülmüştür. Lider, aidiyeti bir arada tutan önemli bir unsurdur. Ancak liderin başlı başına bir motivasyon kaynağı olduğu ve çok belirleyici olduğundan çözümlemede ayrı bir motivasyon olarak değerlendirilmiştir.

"Kesin inançlı" ve holigan için yedi temel motivasyon ortaya konmuş ve holiganlar için bu motivasyonların geçerliliği retorik çözümleme yolu ile sınanmıştır. Belirlenen motivasyonlardan en belirleyici olanlardan biri aidiyet ihtiyacı motivasyonudur. Onun kadar önemli olan bir diğer motivasyon ise biz motivasyonudur. Motivasyonların hepsi aidiyet ihtiyacı ile iç içedir. Küçük farklılıklardan ve ayrıntılardan yola çıkılarak bu ayrımlar yapılmıştır.

KAYNAKLAR

- Aristoteles, (2016). *Retorik*. (Çev. Mehmet H. Doğan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Aydın, M. (2018). *Dünya Kupası Tarihi*. İstanbul: Profil Kitap.
- Ayhan, B. Aktaş H. ve Çelik, F. (2017). Lisanslı Taraftar Ürünlerinin Kullanım Motivasyonları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*. (2), 548-573.
- Baker, U. (2015). *Dolaylı Eylem*. İstanbul: Birikim Kitapları.
- Baudrillard, J. (2014). *Baştan Çıkarma Üzerine*. (Çev. Ayşegül Sönmezay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beer, M. (2001). *İnsanı İkna Etme ve Kazanma*. (Çev. Ali Dülger). Eskişehir: Bilim Teknik Yayınevi.
- Çakır, V. O. ve Korkmaz, S. (2015). Müzik ve Hareket Bağlamında Futbol Tezahüratları. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS) Special Issue* (3), 845-857.
- Çelik, M. ve Akçi, Y. (2016). Futbol Taraftarlığı ve Kurumsal Aidiyet İlişkisi İncelemesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt:15 Sayı: 58, 948-959.
- Debord, G. (2014). *Gösteri Toplumu*. (Çev. Ayşen Ekmekçi & Okşan Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dikici, S. T. (2015). *Futbol*. Ankara: Sinemis Yayınları.
- Durmuş, S. ve Gür, Ş. Ö. (2016). Mimarlığın Metinsel Temsilinde Retorik İnşa: Usûl-İ Mi'Mârî-İ Osmanî. *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*. (34:1), 107-131.
- Eco, U. (2014). *Düşman Yaratmak*. (Çev. Leyla Tonguç Basmacı). İstanbul: Doğan Kitap.
- Fişek, K. (1980). *Spor Yönetimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Fişek, K. (1985). *100 Soruda Türkiye Spor Tarihi*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Foster, T. (2001). *Başarılı Tanıtımın 101 Yolu*. (Çev. Hür Güldü). İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- Fromm E. (1982). *Hürriyetten Kaçış*. (Çev. Ayda Yörükân). İstanbul: Tur Yayınları.
- Giray, C. ve Girişken Y. (2015). Taraftar Motivasyon Faktörlerinin Davranışsal Sadakat Üzerindeki Etkisi: Fenerbahçe Spor Kulübü Örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. (2), 119-137.
- Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (Çev. Barış Cezar). İstanbul: Metis Yayınları.
- Goffman, E. (2018). *Karşılaşmalar Etkileşim Sosyolojisinde İki Çalışma*. (Çev. Sercan Çalcı). Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Hassan, Ü. (2011). *İbn Haldun*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Hatipoğlu D. ve Aydın M. (2007). *Bastır Ankaragücü: Kent, Kimlik, Endüstriyel, Futbol ve Taraftarlık*. Ankara: Epos Yayınları.
- Hoffer, E. (2011). *Kesin İnançlılar*. (Çev. Erkil Günür). İstanbul: Plato Yayınları.

- Huizinga, L. (2015). *Homo Ludens*. (Çev. Mehmet Ali Kılıçbay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İlhan, E. (2018). Spor Kültürü ve Medya. *İletişim Sosyolojisi*. Bünyamin Ayhan (der) içinde. Konya: Literatürk Academia.
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum Algı İletişim*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Kapani, M. (2011). *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Keser, A. (2012). Örgütlerde Motivasyon. *Örgüt Sosyolojisi*. Memet Zencirkıran (der) içinde. Bursa: Dora Basım Yayın.
- Keskin, F. (2010). *Politik Profesyoneller ve Uzmanlar*. Ankara: De Ki Basım Yayın.
- Keskin, F. (2014). *Politik İletişim Sözlüğü*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kışlalı, A. T. (2010). *Siyaset Bilimi*. Ankara: İmge Kitapevi.
- Meyer, T. (2014). *Medya Demokrasisi*. (Çev. Ahmet Fethi). İstanbul: Köprü Kitapları.
- Muallimoğlu, N. (2005). *Bütün Yönleri İle Hitabet Konuşma Sanatı*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Palahniuk, C. (2013). *Gösteri Peygamberi*. (Çev. Funda Uncu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Platon, (2005). *Şölen*. (Çev. Cüneyt Çetinkaya). İstanbul: Bordo Siyah Klasik Yayınları.
- Platon, (2010). *Sokrates'in Savunması*. (Çev. Özgü Çelik). İstanbul: Say Yayınları.
- Platon, (2017). *Gorgias*. (Çev. Mehmet Rifat- Sema Rifat). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Pratkanı A. ve Aronson E. (2008). *Propaganda Çağı*. (Çev. Nagihan Haliloğlu). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Reich, W. (2016). *Dinle Küçük Adam*. (Çev. Şemsa Yeğın). İstanbul: Doruk Yayınları.
- Sennett, R. (2017). *Karakter Aşınması*. (Çev. Barış Yıldırım). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sever, S. (2015). Retorik Analiz ve Reklamlarda Kullanımı. *İletişim Araştırmalarında Yöntemler*. Besim Yıldırım (der) içinde. Konya: Literatürk Academia.
- Şimşek, A. (2015). İletişim Araştırmalarında Paradigma Değişimi. *İletişim Araştırmalarında Yöntemler*. Besim Yıldırım (der) içinde. Konya: Literatürk Academia.
- Tokgöz, O. (2014). *Siyasal İletişimi Anlamak*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Ünlü, Ç.Y. (2015). Amerikanvari Seçim Sonu Konuşmalarının Milli Bir Örneği Olarak 'Balkon Konuşmaları': 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Konuşması Üzerine Retoriksel Bir Analiz. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*. (23), 67-95.
- Yıldız, N. (2002). *Türkiye'de Siyasetin Yeni Biçimi: Liderler, İmajlar, Medya*. Ankara: Phoenix.
- Yıldız, N. (2013). *Aşk Yüzyılı Bitti*. İstanbul: Doğan Kitap.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : KABAKCI, Utku
Uyruğu : T.C.
Doğum tarihi ve yeri : 01.01.1990 Ankara
E-mail : utku.kabakci@gmail.com

Eğitim

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı Siyasal İletişim Bilim Dalı 2017- Devam ediyor.

Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi/ İşletme 2015.

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım 2014.

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım 2010.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..