

**TARAFTAR MARŞLARININ SEMİYOTİK ANALİZ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ:
TRABZONSPOR FUTBOL KULÜBÜ ÖRNEĞİ****Volkan AYDOĞDU*****ÖZET**

Rekabetin yoğun olduğu spor branşlarından olan futbolda marşların önemi büyüktür. Taraftarların bu marşları bilmesi, hissederek marşlara eşlik etmeleri müsabaka esnasında takımlara itici güçtür. Bu nedenle takım marşlarının içerdiği anlam çok etkilidir. Çünkü marşlar bireylerin takımlarına karşı hislerini, tutkularını ortaya çıkarmalarına yardımcı olur. Bu çalışmanın amacı Trabzonspor futbol takımına ait marşların kavramlar bağlamında semiyotik analizini yapmaktır. Bu amaçla Trabzonspor resmi sitesinde bulunan marş sözleri, Saussure'ün göstergebilim modeline göre gösteren, gösterilen ve gösterge ilişkisi bağlamında içerik çözümlemesi yapılarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda Trabzonspor resmi sitesinde bulunan ve rastlantısal (random) olarak belirlenen 5 marşın sözlerinden alınan kesitler çözümlenmiştir. Göstergebilim araştırmalarında başlangıçtan itibaren belirginlik ilkesinin benimsenmesi zorunludur. Belirginlik ilkesine göre araştırmaya başlarken karar alınır ve derlenmiş olgular diğer tüm yönleri yok sayılarak yalnızca bir yönü ile “bir tek açıdan” betimlenir. Bu ilke gereği diğer yönler göz ardı edilerek yalnızca “kavramlar” bağlamında kesitler çözümlenmiştir. Trabzonspor sitesinde var olan marşların içerik çözümlemesi sonucunda ulaşılan göstergeler; “başarı”, “ait olma”, “bölgesel özellikler”, “adanmışlık”, “sınırsızlık”, “kapsayıcılık”, “taraftar sevgisi” ve “uluslararası başarı” kavramlarıdır. Bunlara ek olarak “başarı” ve “bölgesel özellikler” diğer göstergelere oranla daha fazla öne çıkmıştır. Bu bağlamda kulüp marşları ile takım taraftarları arasında güçlü ve dinamik bir ilişki vardır. Ayrıca bestelenen taraftar marşlarının duygu yoğunluğuna bakıldığında bir amaca dönük olarak bestelendiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Taraftar, Futbol Marşları, Semiyotik Analiz, Trabzonspor.**ANALYSIS OF FAN ANTHEMS THROUGH SEMIOTIC ANALYSIS METHOD: THE CASE OF
TRABZONSPOR FOOTBALL CLUB****ABSTRACT**

Football, one of the sports with intense competition, holds great importance for anthems. It is crucial for fans to know these anthems and emotionally accompany them during matches, as they provide motivating power to the teams. Therefore, the meaning contained within team anthems is highly influential. Anthems help individuals express their feelings and passions towards their teams. The aim of this study is to conduct a semiotic analysis of the concepts within the anthems belonging to the Trabzonspor football team. To achieve this, the lyrics of the anthems found on the official Trabzonspor website were analyzed by decoding their content within the framework of Saussure's semiotics model, consisting of the signifier, the signified, and the sign relationship. In this context, excerpts from the lyrics of five randomly selected anthems found on the Trabzonspor official website were analyzed. In semiotic research, the principle of pertinence must be adopted from the beginning. According to the principle of pertinence, a decision is made at the start of the research, and the compiled facts are described only from one aspect, disregarding all other aspects. In accordance with this principle, only excerpts related to “concepts” were analyzed while ignoring other aspects. The signifiers reached through the content analysis of the existing anthems on the Trabzonspor website include the concepts of “success”, “belonging”, “regional characteristics”, “dedication”, “limitlessness”, “inclusiveness”, “fan love”, and “international success”. In addition, “success” and “regional characteristics” stand out more compared to other signifiers. Thus, there exists a strong and dynamic relationship between the club anthems and the team supporters. Furthermore, the fact that the composed fan anthems exhibit intense emotions reveals that they were created with a specific purpose in mind.

Keywords: Fans, Football Anthems, Semiotic Analysis, Trabzonspor.

* Arş. Gör. Dr., Bitlis Eren Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-6044-2618, volkanaydogdu61@gmail.com

Araştırma Makalesi

Sayfa Sayısı: 340-348

Makale Geliş Tarihi: 04.04.2023

Makale Kabul Tarihi: 16.05.2023

Makale Yayın Tarihi:30.06.2023

1. GİRİŞ

Spor taraftarlarının desteği geçmişten günümüze her zaman dinamik ve diri kalmıştır. Bunun sebepleri olarak oyuncu performansı ile gelen takım başarısı ve teknik taktiksel bilgilerin yanında taraftar desteğinin ön plana çıkmasıdır (Armstrong, 1999:17). Taraftar desteği ritüelinin önemli bir parçası da marşlardır. İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeye bağlı olarak çevrimiçi taraftar blogları, sosyal medya ve çeşitli video paylaşım siteleri paylaşılan taraftar marşlarının hızla yaygınlaşmasına aracılık eder (Gaffney ve Balya, 2004). Bu durum takım marşlarının daha yaygın bilinmesine ve müsabakalar sırasında geniş katılımlı söylenmesine katkı sağlar (Schoonderwoerd, 2011). Ayrıca marşların önemli bir kısmı popüler kültüre bağlı olarak üç grupta ele alınmaktadır. Birincisi, takıma destek motivasyon veren marşlar; ikincisi, takımda ön plana çıkan oyuncuları destekleyen marşlar ve son olarak rakip takıma yönelik söylenen marşlardır (Armstrong, 1999:86). Bu gruplamanın yanında taraftarlar için yapılan marşlar sadece takımı desteklemekle kalmayıp oyuncu-taraftar entegrasyonunda da çok önemli bir role sahiptir (Schoonderwoerd, 2011).

Marş, ilk olarak sözlerin düzenli ve kuvvetli bir ritme sahip olması nedeniyle uygun adım yürüyüşler için yazılan askeri bandolarda çalınan müzikal eserler olarak yapılmıştır (Smith, 1997). Kısaca bir hedef doğrultusunda grubu veya topluluğu harekete geçirmek için oluşturulmuş müzik parçasıdır. Taraftar marşları sporun türüne veya bireyin içerisinde yaşadığı kültüre göre önemli farklılık göstermektedir (Segrave, 2000). Örneğin, Amerikan kültüründe marşlar saygısız ve saldırgan içerikli değil daha çok eğlenmek, şarkı söylemek ve dans etmek şeklindedir (Russell, 2008). Bir başka olarak Avrupa kültüründe İngiltere'ye baktığımızda marşların daha agresif, ayrımcı ve günlük dilde olma eğiliminde olduğunu görmekteyiz. Bunun önemli bir nedeni Avrupa'da futbol kültürünün geçmişten günümüze daha agresif bir şekilde oynanmasıdır (Bry ve Holt, 2006).

Futbol taraftarlığında marşlar söylemek, profesyonel oyunun kendisi kadar eskidir. Zaman içerisinde kulüpler taraftarlarıyla etkileşime girerek kendi marşlarını dizayn etmişlerdir. Marşlar bazen bir sosyal sürece yol açan durumdan bazen tekrarlayan olaylardan bazen de oyunun öneminden meydana gelmektedir (Turner, 1982:54). Diğer yandan takım marşlarını besteleyen taraftarlar genellikle "sadık taraftar" olarak tanımlanan yüksek takım ruhuna sahip bireylerdir (Armstrong ve Young, 1999). Genel anlamda sadık taraftar olarak tanımlanan taraftarlar takım marşlarının birçoğunu oldukça iyi bilmektedir. Bilinen bu taraftar marşlarının sözleri büyük ölçüde kulübün geçmişi, bulunduğu coğrafya ve takım üzerine yüklenen anlamlar üzerinedir (Armstrong ve Young, 1999). Elde edilen başarılar, kazanılan kupalar ve tarihi anlar bestelenen bu marşların ana kaynağıdır. Ayrıca Armstrong'de (1998) futbolun içerisinde barındırdığı rekabet ortamına bağlı olarak çeşitli kulüpler arasındaki düşmanlığın, taraftar tezahürat ve marşlarına da yansıdığı görülmektedir. Tüm bunlara ek olarak futbol taraftarlarının yaşadıkları deneyim farklı değişkenlerden etkilenmektedir. Bunların başında stadyum atmosferi gelmektedir. Marşlar ve alkışlar stadyumda oluşan işitsel ambiyansın belirleyicisidir (Caudwell, 2011). Collinson'a (2009) göre futbol marşlarının sözlerinin ve ritminin mekânsal bir aidiyet duygusu yaratmada çok etkili olduğunu ortaya koymuştur.

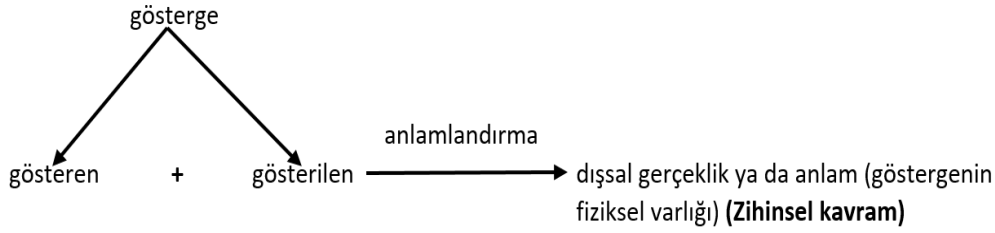
1.1.Göstergebilim (Semiyotik) Yaklaşımlar

Dizgeler aracılığı ile gerçekleşen ve kökeni dilbilim olarak adlandırılan semiyotik, tüm bildirişim eylemlerini inceleyen bir bilim dalıdır. Semiyotik biliminin kurucusu olarak kabul edilen Ferdinand ve Saussure, dili göstergesel bir kavram olarak görür (Akerson, 2005:66). İletişimin gerçekleştiği alfabe, toplumsal kurallar, giyim, müzik, resim, reklam, işaret dili vb. farklı görsel ve işitsel öğelerin var olduğu tüm alanlar semiyotik çatısı altında incelenebilir (Guiraud, 1994:123). Saussure'e göre semiyotik; başta dil olmak üzere iletişimsel bir içerik üreten birimler arasında yapısal bağlantıyı kurarak içeriklerini çözümleyen iletişim bilimidir. Semiyotik bilimde; Saussure, Pierce, Hjelmslev, Jacobson, Barthes ve Greimas gibi bilim insanlarının sunduğu farklı yaklaşım

modelleri mevcuttur. Bu modellerde öne çıkan Saussure'in ortaya koymuş olduğu gösterge merkezli temel anlam modelidir. Göstergeyi "gösteren" ve "gösterilen" den oluşan dinamik bir yapı ve anlamlı şekilde ortaya çıkan fiziksel bir nesne olarak ele alır (Saussure, 1998:21).

Gösteren: Göstergenin kağıt üzerinde bulunan (şekiller, renkler, harfler vb.) ya da bireyin sesler biçiminde idrak ettiği bağlantısal imgelerdir. Gösterilen: Göstergenin göndermede bulunduğu zihinsel kavrama bağlı olarak, göstergeyi kullanıp tümünden anladığı "şey"dir. Saussure'e (1998:14) göre gösterge, gösteren ve gösterilenin bir araya gelerek ortaya çıkardığı bütünlük olarak tanımlanır. Genel olarak bu kavramlar farklı kültürler için farklı şekilde ortaya çıkabilir fakat aynı kültüre sahip olan bireylerin tümü için ortaktır.

Şekil 1. Saussure ve Pierce Semiyotik Üçgeni



Kaynak. *The Semiotic Paradigm Model (Semiyotik Paradigma Modeli)* Charlotte ve Echtner'den (1999) uyarlanmıştır

Saussure ve Pierce modeline göre semiyotik modelde paradigmlar, ait oldukları dilin kurallarına göre yan yana gelerek anlamlı "dizgeleri" oluştururlar. Kurallı bir biçimde dizilmesiyle ortaya çıkan bu yapı "dizim"i meydana getirir. Bu şekilde oluşan kod bütünü *paradigma+dizge=dizim* şeklinde formülle açıklanır. Açıklanan bu formülün en küçük yapı taşları *harf-kelime=cümle* biçiminden oluşmaktadır. Bu bağlamda marş sözleri gibi paradigma/harf, dizge/kelime ve dizimlerden/cümle oluşan yazınsal bildirimler; semiyotik modelle gösteren ve gösterilen bağlantısal öğeler kapsamında çözümlenerek analiz edilebilir (Fiske, 1996:42).

2. YÖNTEM

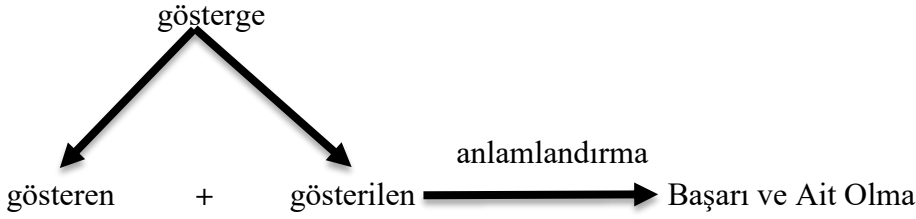
Bu araştırma nitel araştırma yöntemi olarak yapılandırılmıştır. Analiz çalışması yapılırken marşların göstergebilimsel çağrışımını eyleyenler modeline göre, marşların amacını ve anlamını ortaya koymak için modelin üç ögesi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu amaçla, Trabzonspor marşlarına Saussure'ün semiyotik modeline göre gösterge, gösteren ve gösterilen ilişkisi bağlamında içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizinde ana varsayım iletilerin detaylı araştırılması ve iletişime maruz kalan bireylerin aydınlatılmasıdır (Berger, 1993:174). Bu bağlamda Trabzonspor resmi hesabında bulunan ve rastlantısal olarak seçilen 5 taraftar marşının sözlerinden alınan kesitler analiz edilmiştir. Semiyotik araştırmalarda ilk aşamadan itibaren belirginlik ilkesi benimsenmesi zorunludur. Belirginlik ilkesine göre, araştırmaya başlarken karar verilir ve tüm olgular sadece bir yönüyle "tek bir açıdan" ele alınır (Barthers, 2009).

3. BULGULAR

3.1. Birinci Marş

Trabzonspor resmi hesabında bulunan ve rastlantısal olarak belirlenen ikinci marş "Haydi Haydi Trabzon" marşıdır. Marştan alınan kesit ve bu kesitin semiyotik analizine göre gösteren ve gösterilen bildirim şu şekildedir;

Kesit: Biz kuzeyin yıldızı,
Dalgaların sesiyiz,
Karayel gibi eser,
Karadenizliyiz biz.



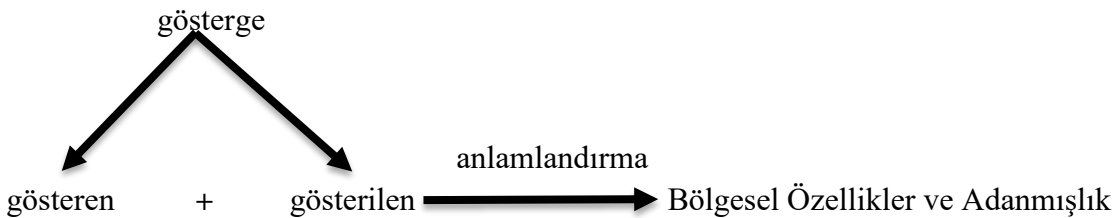
- *Biz kuzeyin yıldızı* *bölgesel başarı
- *Dalgaların sesiyiz* *aitlik
- *Karayel gibi eser* *coğrafi özellik
- *Karadenizliyiz biz*

Trabzonspor “Haydi Haydi Trabzon” marşından alınan kesitte gösterilen; biz kuzeyin yıldızı, dalgaların sesiyiz, kara yel gibi eser, Karadenizliyiz biz dizimleridir. Bu dizimlere bakıldığında zihnimize bölgesel başarı, coğrafi özelliklerin sahiplenilmesi ve bölgesel aidiyet imgenlenmektedir. Zihnimize oluşan bu imgeler gösterilen konumdadır. Gösterilen konumunda olan bölgesel başarı, coğrafi özellikler ve bölgesel aidiyet durumları zihnimize karşılığı farklı olabilir fakat genel bağlamı değişmez. Vurgulanmak istenen kuzeyde bir yıldız ya da kara yel gibi esen rüzgâr değildir. Anlam bağlamına baktığımızda bireyleri bir gösterge olarak başarı ve ait olmaya götürür. Bu marştaki gösterge “*Başarı ve Ait Olma*”dır.

3.2. İkinci Marş

Trabzonspor resmi hesabında bulunan ve rastlantısal olarak belirlenen ikinci marş “Sen Hayatımda Anlam” marşıdır. Marştan alınan kesit ve bu kesitin semiyotik analizine göre gösteren ve gösterilen bildirim şu şekildedir;

Kesit: Biz dar sokaklarında,
Dinmeyen yağmurunda,
Kendimizi bulduk, rengine tutulduk, aşık olduk biz sana,
Günleri tükettik ömrümüzü verdik bordo mavi uğruna.



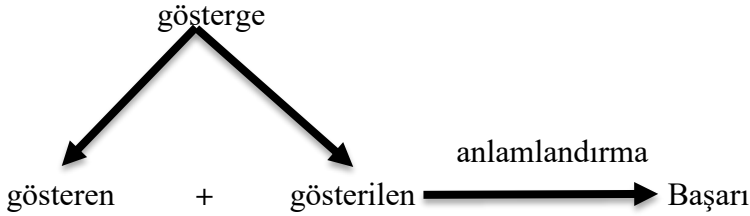
- *Biz dar sokaklarında* *dar caddeler
- *Dinmeyen yağmurunda* *uzun süren yağışlar
- *Kendimizi bulduk rengine tutulduk aşık olduk biz sana* *renk
- *Günleri tükettik ömrümüzü verdik bordo mavi uğruna* *adanmışlık

Trabzonspor ‘‘Sen Hayatımda Anlam’’ marşından alınan kesitte gösterenler; biz dar sokaklarında, dinmeyen yağmurunda, kendimizi bulduk rengine tutulduk, aşık olduk biz sana, günleri tükettik ömrümüzü verdik, bordo mavi uğruna dizimleridir. Bu dizimlere bakıldığında zihnimize şehrin dar caddeleri; coğrafi konumu ve özelliği gereği uzun süren yağışlar, renk ve adanmışlık imgelenebilmektedir. Zihnimize oluşan bu imgeler gösterilen konumundadır. Gösterilen konumunda olan dar caddeler, uzun süren yağışlar, renk ve adanmışlık kavramları zihnimize farklı olabilir fakat genel bağlamı değişmez. Vurgulanmak istenen dar sokaklar değildir. Anlam bağlamına baktığımızda bireyleri bir gösterge olarak bölgesel özellikler ve adanmışlık duygusuna götürür. Bu marştaki gösterge ‘‘Bölgesel özellikler ve Adanmışlık’’dır.

3.3. Üçüncü Marş

Trabzonspor resmi hesabında bulunan ve rastlantısal olarak belirlenen üçüncü marş ‘‘Uy Aha’’ marşdır. Marştan alınan kesit ve bu kesitin semiyotik analizine göre gösteren ve gösterilen bildirim şu şekildedir;

Kesit 74’te başladı Karadeniz’in fırtınası,
En büyük onurdu bize Kıbrıs’ın barış kupası,
Bir avuç genç yürek yazdı bordo mavi destanını.



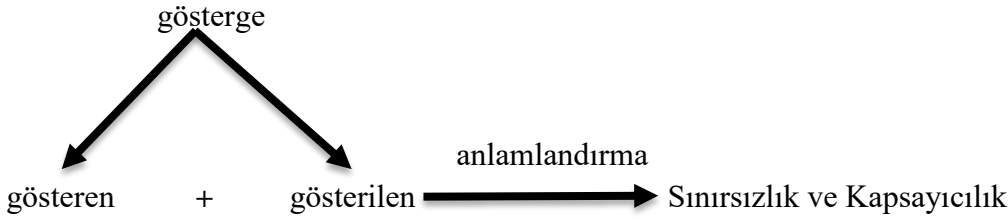
- 74’te başladı Karadeniz’in fırtınası *başarıların 1974’te yılında başladığı
- En büyük onurdu bize Kıbrıs’ın barış kupası *kupa yolculuğu
- Bir avuç genç yürek yazdı bordo mavi destanını *elde edilen başarılar

Trabzonspor ‘‘Uy Aha’’ marşından alınan kesitte gösterenler; 75’te başladı Karadeniz’in fırtınası, en büyük onurdur bize Kıbrıs’ın barış kupası, bir avuç genç yürek yazdı bordo mavi destanını dizimleridir. Bu dizimlere bakıldığında zihnimize Trabzonspor’un başarılarının 1974 yılında başladığı, üst üste kupaların alındığı ve elde edilen başarıların ülke ve dünya çapında olması destansı bir durum olarak imgelenebilmektedir. Zihnimize oluşan bu imgeler gösterilen konumundadır. Gösterilen konumunda olan başarıların 1974’te başladığı, kupa yolculuğu, elde edilen başarılar kavramları zihnimize farklı olabilir fakat genel bağlamı değişmez. Vurgulanmak istenen Karadeniz fırtınası değildir. Anlam bağlamına baktığımızda bireyleri bir gösterge olarak başarı ve kupa yolculuğu duygusuna götürür. Bu marştaki gösterge ‘‘Başarı’’dır.

3.4. Dördüncü Marş

Trabzonspor resmi hesabında bulunan ve rastlantısal olarak belirlenen dördüncü marş ‘‘Trabzonspor 50. Yıl Marşı’’ marşdır. Marştan alınan kesit ve bu kesitin semiyotik analizine göre gösteren ve gösterilen bildirim şu şekildedir;

Kesit: Emek ve alın teri, dalgaların zaferi,
Bize her yer Trabzon! horon sarsın her yeri,
Denizlere, dağlara, kızlara uşaklara,
Şampiyonluk yakışır bordo mavi aşklara.



- *Emek ve alın teri dalgalanır zaferi* *çalışmak ve başarı
- *Bize her yer Trabzon horon sarsın her yeri* *sınırsızlık ve kültür
- *Denizlere dağlara kızlara uşaklara* *kapsayıcılık
- *Şampiyonluk yakışır bordo mavi aşklara* *en büyük başarının değer görülmesi

Trabzonspor “50. Yıl Marşı” marşından alınan kesitte gösterenler; emek ve alın teri dalgalanır zaferi, bize her yer Trabzon horon sarsın her yeri, denizlere dağlara kızlara uşaklara, şampiyonluk yakışır bordo mavi aşklara dizimleridir. Bu dizimlere bakıldığında zihnimize çalışma sonucu elde edilen zaferin yani en büyük başarının değer görmesi, kapsayıcılığı, sınırsızlık ve kültürün her yere yayılmasını imgelemektedir. Zihnimize oluşan bu imgeler gösterilen konumundadır. Gösterilen konumunda olan çalışmak ve başarı, sınırsızlık ve kültür, kapsayıcılık ve en büyük başarının değer görmesi kavramları zihnimize farklı olabilir fakat genel bağlamı değişmez. Vurgulanmak istenen dalgalanır zaferi değildir. Anlam bağlamına baktığımızda bireyleri bir gösterge olarak sınırsızlık ve kapsayıcılık duygusuna götürür. Bu marştaki gösterge “*Sınırsızlık ve Kapsayıcılık*”dır.

3.5. Beşinci Marş

Trabzonspor resmi hesabında bulunan ve rastlantısal olarak belirlenen beşinci marş “Uy Aha Aha Güzel Günler Var Daha” marşdır. Marştan alınan kesit ve bu kesitin semiyotik analizine göre gösteren ve gösterilen bildirim şu şekildedir;

Kesit: Bu bir sevda masalı bu bir aşk hikâyesi,
Trabzon’dan dünyaya isyanımızın sesi,
Uyy aha aha güzel günler var daha,
Büyük taraftarıyla efsanem kalktı şaha.



- *Bu bir sevda masalı bu bir aşk hikâyesi* *tutku
- *Trabzon’dan dünyaya isyanımızın sesi* *uluslararası başarı
- *Uyy aha aha güzel günler var daha* *taraftar desteği
- *Büyük taraftarıyla efsanem kalktı şaha*

Trabzonspor “Uy Aha Aha Güzel Günler Var Daha” marşından alınan kesitte gösterenler; bu bir sevda masalı bu bir aşk hikâyesi, Trabzon’dan dünyaya isyanımızın sesi, uyy aha aha güzel günler var daha, büyük taraftarıyla efsanem kalktı şaha dizimleridir. Bu dizimlere bakıldığında zihnimize tutku, uluslararası başarı ve taraftar

desteği imgelemektedir. Zihnimizde oluşan bu imgeler gösterilen konumundadır. Gösterilen konumunda olan tutku, uluslararası başarı ve taraftar desteği kavramları zihnimizde farklı olabilir fakat genel bağlamı değişmez. Vurgulanmak istenen masal, isyan ve şaha kalkmak değildir. Anlam bağlamına baktığımızda bireyleri bir gösterge olarak aşırı tutku, uluslararası platformlarda edinilen başarı ve taraftar desteği duygularına götürür. Bu marştaki gösterge “*Taraftar sevgisi ve Uluslararası başarılar*”dır.

4. SONUÇ

Bu araştırmada Trabzonspor resmi sitesinde bulunan marşlardan rastlantısal olarak seçilen beş tanesinin semiyotik analizi yapılarak incelenmiştir. İçerik analizi sonucunda marşlarda ortaya çıkan kavramlar takımın başarısı ve bulunduğu konuma göre özel şekilde oluşturulurken, bazı marşlar şarkı sözlerinin ritimlerinden yararlanılarak tasarlanmıştır. Bu özellikler sayesinde marşların akılda daha kalıcı hale geldiği ve daha fazla etki yarattığı düşünülmektedir. Saussure’un semiyotik bilim modeline göre gösteren, gösterilen ve gösterge ilişkisi bağlamında analiz edilerek çözümlenen Trabzonspor marşlarının içerik analizi sonucunda ortaya çıkan göstergeler; *başarı ve ait olma, bölgesel özellikler ve adanmışlık, sınırsızlık ve kapsayıcılık, taraftar sevgisi ve uluslararası başarı* kavramlarıdır. Bestelenen marşlarda takım başarısının ve takıma ait olmanın sıklıkla vurgulanması, yaşatmış olduğu duygu yoğunluğunun ve etkisinin uzun süre hissedilebilir olmasıyla ifade edilebilir. Bu başarı ve ait olma kavramının bireyler üzerinde iz bırakması ve akılda kalıcılığı yüksek olması nedeniyle kavram olarak sıkça kullanılması beklenen durum olduğu söylenebilir. Kurtipek ve ark.’nın (2016) yaptıkları taraftar sadakati üzerine çalışma taraftar-takım ilişkisi arasında pozitif bir etki olduğunu ortaya koymuştur.

Bir diğer kavram olan ait olma ve bölgesel özelliklere bakıldığında; bölge dışındaki takımlara aidiyet göstermenin zor olmasının yanında bölgesel iklim şartları marşları oluşturmada öncülük etmiştir. Bu kavramın ülkemizde taraftarlığı fazla olan futbol sporunda önemli olduğu söylenebilir. Constantin’in (2015) çalışmasında ait olma duygusunun ve bölgesel kimliğin meşrulaştırılarak takım marşlarında kullanıldığını vurgulamıştır. Ayrıca doğada meydana gelen iyi kötü olaylar spor müsabakalarında galibiyet veya mağlubiyete benzeyebilir ve skor ne olursa olsun taraftar takımının yanında kalarak aidiyet gösterecektir. Yapılan bir başka çalışmada takıma bağlılığın, takımın bölgesel rolünde doğrudan etkili olduğu ortaya konulmuştur (Tsiotsou, 2013).

Elde edilen kavramlardan bir diğeri adanmışlıktır. Bu kavramda taraftarların hayatlarının bir bölümünde takımlarıyla bütünleştiği görülüyor. Başka bir ifadeyle kişinin ilgisi ve tutumu sürekli olarak bir faaliyete veya ürüne karşı yüksekse, bu durumla ilgili özel bir duygu veya beğeni oluşturabilmektedir (Nur, 2013). Bir diğer kavram ise uluslararası başarı şeklindedir. Elde edilen başarıların uluslararası çapta olması oluşturulan marş çeşitliliğine farklı motivasyonlar katmaktadır. Bu motivasyonlara bakıldığında yapılan bir marşın sınırları aşan coğrafyalarda ses getirmesi stadyumlarda sık sık tercih edilmesi ve takım taraftar arasında pozitif bir etkileşimin ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Gaffney ve Bale, 2004). Son olarak sınırsızlık ve kapsayıcılık kavramına bakıldığında takımın göstermiş olduğu başarıya bağlı olarak genişleyen kapsayıcılık ve sınırsızlık marşlarda ön plana çıkmıştır. Bölgesel olarak oluşan dezavantajlardan etkilenen bireyler ortak yansıtıcı duygularda bir araya gelmektedir (Offstein ve Neck, 2003). Futbol takım taraftarlığı bu duyguların birleşmesinde önemli bir çatı görevi görmektedir. Oluşan bu durumun marşlarda kullanılan hem kapsayıcılığı hem de sınırsızlığı ön plana çıkardığı söylenebilir.

Sonuç olarak dünyanın en popüler sporu olan futbol taraftar ve seyirci olmadan anlamsızdır. Dolayısıyla taraftarın son derece önemli olduğu bu biraşta taraftarı öne çıkaran bazı unsurlar bulunmaktadır. Bu etkenlerden belki de ilk sırada gelecek olan duyguların en üst düzeyde hissedildiği takımlar için bestelenen marşlardır. Çünkü

yıllar önce söylenen marşlar günümüzde hala güncelliğini koruyarak söylenebilir. Bu araştırmada incelenen takım marşlarının göstergebilim olarak ele alınmasıdır. Literatüre bakıldığında farklı alanlarda sınırlı sayıda araştırma şarkı ve şiirlerin semiyotik analizini yapmaktadır. Bu durum literatüre katkı sağlama açısından önemlidir. Elde edilen tüm analizlere bakıldığında genel olarak takım marşlarının en çok başarı, adanmışlık ve bölgesel aidiyet kavramlarına atfedildiği gözlenmiştir. Sporun temel yapı taşlarından biri olan taraftarlar yıllar geçse de önemli bir parçası olmaya devam edecektir. Bu bağlamda, takım marşlarının göstergeye göndermede bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla farklı takım marşları semiyotik yöntem ile analiz edilebilir.

KAYNAKÇA

- Akerson, F. E. (2005). Göstergebilime Giriş. İstanbul: Multilingual.
- Armstrong, G. (1998). Football Hooligans: Knowing the Score. Berg Publisher Ltd.
- Armstrong, G. and Young, M. (1999). Fanatical Football Chants: Creating and Controlling the Carnival". Culture, Sport Society. 2 (3): 173-211.
- Barthes, R. (2009). Göstergebilimsel Serüven. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Berger, A. A. (1993). Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Bry, J. And Holt, A.M. (2006). A Historical Overview of Sports and Media in the United States. in Handbook of Sports and Media ed. Arthur A. Raney and Jennings Bryant, Routledge Handbooks Online.
- Caudwell, J. (2011). 'Does Your Boyfriend Know You're Here?' The Spatiality of Homophobia in Men's Football Culture in the UK. Leisure Studies, 30 (2): 123-138.
- Charlotte E.C.M. (1999). The Semiotic Paradigm: Implications for Tourism Research. Tourism Management, 20: 47-57.
- Collinson, I. (2009). Singing Songs, Making Places, Creating Selves: Football Songs & Fan Identity at Sydney FC. Transforming Cultures Journal, 4(1).
- Constantin, P.N. (2015). War and Peace in the Romanian Football: The Historical Evolution of Sport Metaphors. Romanian Cultural History Review Supplement of Brukenthal. Acta Musei, 901-907.
- Fiske, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gaffney, C. and Bale, J. (2004). Sensing the Stadium. In P. Vertinsky & J. Bale (Eds.), Sites of Sport: Space, Place, Experience (pp. 25-37). London: Routledge.
- Guiraud, P. (1994). Göstergebilim. Ankara: İmge kitabevi.
- Kurtipek, S., Çelik, O.B., Yılmaz, B. ve Yenel, İ.F. (2016). Determination of the Thoughts of National Team Athletes on the Concept of Doping: A Study of Metaphor Analysis. Niğde University Journal of Physical Education and Sport Sciences, 10(2), 318-327.
- Nur, İ.H. (2013). Mesnevi'de Hayvan Karakterleri (Metaforları)[Animal Characters in Masnavi (Metaphors)]. AVKAE Dergisi, 3 (1): 18-30.
- Offstein, E. H. And Neck, C.P. (2003). From "Acting The Test" To" Touching Base": The Sports Metaphor In The Classroom. Business Communication Quarterly, 66(4), 23-35.
- Russell, G.W. (2008). Aggression in the Sports World: A Social Psychological Perspective. Oxford University Press.

Saussure, F. (1998). Genel Dilbilim Dersleri. İstanbul: Multilingual.

Schoonderwoerd, P. (2011). 'Shall We Sing a Song for You?': Mediation, Migration and Identity in Football Chants and Fandom. *Soccer & Society*, 12 (1): 120-141.

Segrave, J.O. (2000), The sports metaphor in American cultural discourse, *Culture, Sport Society*, 3(1), 48-60.

Smith, S. W. (1997). Title VII's National Anthem: Is There a Prima Facie Case for the Prima Facie Case?. *The Labor Lawyer*, 371-398.

Tsiotsou, R.H. (2013). Sport Team Loyalty: Integrating Relationship Marketing and a Hierarchy of Effects. *Journal of Services Marketing*, 27 (6): 458-471.

Turner, V. (1982). *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*. Paj Publications.

Çatışma Beyanı: Bu çalışmada taraf olabilecek herhangi bir kişi, kurum veya kuruluş arasında bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Destek ve Teşekkür: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Etik Kurul Kararı: Bu makale, Etik Kurul izninden muaftır.

Katkı Oranı: Makale tek yazara aittir.