



T.C.
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
Beden Eğitimi ve Spor Öğretimi Tezli Yüksek Lisans Programı

**BİR PROPAGANDA ARACI OLARAK
SPOR VE MİLLİYETÇİLİK
İLİŞKİSİ**

Burak GÖNENDİ
Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Barbaros Serdar ERDOĞAN

Burdur, 2021

T.C.
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
Beden Eğitimi ve Spor Öğretimi Tezli Yüksek Lisans Programı

BİR PROPAGANDA ARACI OLARAK
SPOR VE MİLLİYETÇİLİK
İLİŞKİSİ

Burak GÖNENDİ
Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Barbaros Serdar ERDOĞAN

Burdur, 2021



MAKÜ EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS JÜRİ ONAY FORMU

M.A.K.Ü Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun tarih ve sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından tarihinde tez savunma sınavı yapılan Burak GÖNENDİ'nin “Bir Propaganda Aracı Olarak Spor ve Milliyetçilik İlişkisi” konulu tez çalışması Beden Eğitimi ve Spor Öğretimi Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE (TEZ DANIŞMANI) :

ÜYE :

ÜYE :

ONAY

M.A.K.Ü Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA / MÜHÜR

BİLDİRİM

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu taahhüt edip, tezimin kaynak göstermek koşuluyla aşağıda belirttiğim şekilde fotokopi ile çoğaltılmasına izin veriyorum.

[] Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

[] Tezim/Raporum sadece Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

[] Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Burak GÖNENDİ

Tarih

İmza

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam süresince öneri ve katkılarıyla beni bilgilendiren, çalışmama yön veren, değerli hocam ve danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Barbaros Serdar ERDOĞAN 'a, tez sürecinde bilgilerine başvurduğum Süleyman Demirel Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'ndeki Doç. Dr. Osman PEPE ve Doç. Dr. Abdullah Yavuz AKINCI hocalarıma, desteğini her zaman her anımda yanımda hissettiğim ve bana her konuda yardımcı olan canım eşim, hayat arkadaşım Arş. Gör. Fahriye Esra BAŞYİĞİT GÖNENDİ 'ye teşekkürlerimi sunarım.



Bir Propaganda Aracı Olarak Spor ve Milliyetçilik İlişkisi

(Yüksek Lisans Tezi)

Burak GÖNENDİ

ÖZ

Spor kavramının günümüzde etki alanının oldukça genişlediği görülmektedir. Kişi veya grupların sporu etki alanı yaratmak için bir propaganda aracı olarak kullanması ve ideolojik fikirlerle ilişkili olarak bu propagandayı yapması spor kavramının günümüzde ki niteliğini ve oldukça farklılaştığını ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın amacı bir propaganda aracı olarak kullanılan spor kavramının milliyetçilik ideolojisi ile ilişkisini incelemektir. Bu çalışmada literatür taraması ve betimsel durum analizi tekniği kullanılmıştır. Literatür taramasından elde edilen bilgiler materyal olarak kullanılmıştır. Kullanılan bilgiler (veriler), belgesel kaynak tarama, çözümleme tekniği ile elde edilmiştir. Çalışma, alan yazın da 1938 – 2021 yılları arası yapılan, araştırmanın konusuna uygun olan çalışmalar ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada incelenen dokümanlar sonucunda spor kavramının tarihteki rolünün değiştiği gözlemlenmektedir. Sporun günümüzde farklı kavramlarla ilişkili olarak etki alanını oldukça genişlettiği ve sporun bir propaganda aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Propagandacıların bazıları olimpiyat organizasyonları üzerinden kendi rejimlerinin propagandalarını yapmışlar, bazıları kendi halkının çekmiş olduğu sıkıntıları dünyaya duyurmak ve bir kamuoyu oluşturmak amacıyla sporu propaganda aracı olarak kullanmışlardır. Bazıları ise kendi ülkelerini uluslararası arenalarda göstermek ve orada varlığını sürdürdüğünü belirtmek amacıyla sporu bir propaganda aracı olarak kullanmışlardır. Ayrıca sporun propagandasında kullanılan milliyetçi tutum ile toplumun birlik ve beraberliğini sağlamayı hedeflemişlerdir. Spor üzerinden yapılan milliyetçi propagandalar sporun birleştirici gücü ile pekiştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Milliyetçilik, Propaganda, Spor

Sayfa Adedi: 79

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Barbaros Serdar ERDOĞAN

The Relationship Between Sports and Nationalism As A Propaganda Tool

(Master Thesis)

Burak GÖNENDİ

ABSTRACT

It is seen that the concept of sport has expanded considerably today. The use of sports by individuals or groups as a propaganda tool to create a sphere of influence and the fact that they make this propaganda in relation to ideological ideas reveals the quality of the concept of sports today and that it is quite different. The aim of this study is to examine the relationship between the concept of sports, which is used as a propaganda tool, and the ideology of nationalism. In this study, literature review and descriptive situation analysis technique were used. The information obtained from the literature review was used as material. The information (data) used was obtained by documentary source scanning and analysis technique. The study is limited to the studies conducted between 1938 - 2021 in the literature, which are suitable for the subject of the research. As a result of the documents examined in the research, it is observed that the role of the concept of sport in history has changed. Today, it is seen that sport has expanded its sphere of influence in relation to different concepts and that sport is used as a propaganda tool. Some of the propagandists made the propaganda of their own regimes through Olympic organizations, some of them used sports as a propaganda tool in order to announce the troubles of their own people to the world and to create a public opinion. Others have used sports as a propaganda tool in order to show their country in the international arena and to indicate that it continues to exist there. In addition, they aimed to ensure the unity and solidarity of the society with the nationalist attitude used in the propaganda of sports. Nationalist propaganda made through sports was reinforced by the unifying power of sports.

Key Words: Nationalism, Propaganda, Sport

Page Number: 79

Supervisor: Asts. Prof. Barbaros Serdar ERDOĞAN

İÇİNDEKİLER

BİLDİRİM	i
TEŞEKKÜR.....	ii
ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	vii
BÖLÜM I.....	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Problem Cümlesi	4
1.3. Araştırmanın Amacı	4
1.4. Araştırmanın Önemi	4
1.5. Sınırlılıklar	4
BÖLÜM II.....	5
KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	5
2.1. Kuramsal Çerçeve	5
2.1.1. Spor.	5
2.1.2. Propaganda.....	7
2.1.2.1. Propaganda Araçları.....	10
2.1.2.2. Propaganda Türleri.....	10
2.1.2.2.1. Kaynakları Bakımından Propaganda.....	11
2.1.2.2.2. Sahası Bakımından Propaganda.	13
2.1.2.2.3. Konusu Bakımından Propaganda.	15
2.1.2.2.4. Kullanılışı Bakımından Propaganda.	18
2.1.3. Milliyetçilik.....	20
2.1.3.1. Milliyetçilik İdeolojisinin Doğuşu.	21
2.1.3.2. Milliyetçilik Türleri.....	23
2.1.3.2.1. Liberal Milliyetçilik.	24
2.1.3.2.2. Muhafazakar Milliyetçilik.....	24
2.1.3.2.3. Yayılımacı Milliyetçilik.	25
2.1.3.2.4. Anti – Kolonyal Milliyetçilik.....	26

2.1.3.3. Milliyetçilik Kuramları.	27
2.1.3.3.1. İlkçiler.	27
2.1.3.3.2. Modernistler.	28
2.1.3.3.3. Etno – Sembolcüler.	29
2.2. İlgili Araştırmalar.....	30
BÖLÜM III	32
YÖNTEM.....	32
3.1. Araştırmanın Modeli	32
3.2. Veri Toplama Araçları	33
3.3. Verilerin Analizi.....	33
BÖLÜM IV	34
BULGULAR VE YORUM.....	34
4.1. 1936 Berlin Olimpiyatları	34
4.2. 1968 Mexico Olimpiyatları	38
4.3. Naim Süleymanoğlu.....	40
4.4. Didier Drogba.....	44
4.5. Muhammed Ali	45
4.6. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nde Spor.....	51
BÖLÜM V	59
SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	59
5.1. Sonuç ve Tartışma.....	59
5.2. Öneriler	60
KAYNAKLAR	61
ÖZGEÇMİŞ	79

ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Tablolar</u>		<u>Sayfa</u>
Şekil 1	Kitleler	35
Şekil 2	Hitler	36
Şekil 3	Sporcular	36
Şekil 4	Askerler	37
Şekil 5	Siyahiler	37
Şekil 6	Plaza de Las Tres Culturas	39
Şekil 7	Tommie Smith ve John Carlos'un Protestoları	39
Şekil 8	Naim Süleymanoğlu ve Turgut Özal	42
Şekil 9	Time Dergisi Naim Süleymanoğlu	43
Şekil 10	Naim Süleymanoğlu'nun Birleşmiş Milletler Konuşması	43
Şekil 11	Didier Drogba Boake Stadı	45
Şekil 12	Yerel Halkın Didier Drogba'ya Olan Sevgisi	45
Şekil 13	Muhammed Ali ve Sonny Liston Maçı	48
Şekil 14	Muhammed Ali ve George Foreman Maçı (Rumble in the Jungle)	50
Şekil 15	Şampiyon Konulu Poster	52
Şekil 16	Gurur Konulu Poster	53
Şekil 17	Rekor Konulu Poster	53
Şekil 18	Güzellik Konulu Poster	54
Şekil 19	Kuvvet Konulu Poster	54
Şekil 20	Sağlık Konulu Poster	55

Şekil 21	Sabah Sporu Konulu Poster	55
Şekil 22	Zafer Sporu Konulu Poster	56
Şekil 23	Savaş Sporu Konulu Poster	57
Şekil 24	Güç Sporu Konulu Poster	57



BÖLÜM I

GİRİŞ

Bu bölümde araştırmaya temel teşkil eden problem durumu, problem cümlesi ile araştırmanın amacı, önemi ve sınırlılıklarına yer verilmiştir.

1.1. Problem Durumu

Spor, sosyal yaşamın bütün yönlerini doğrudan ya da dolaylı olarak etkisi altına alan önemli bir sosyal olgudur (İmamoğlu, 1992). Günümüzdeki formuna göre farklılıkları olsa da fiziksel hareketleri antik dönem toplumlarına kadar gittiği görülmektedir. Amman (2000, s. 102) sporun, tüm topluluklarda kültürel bir unsur olarak karşımıza çıktığını belirtmiştir.

Günümüzün modern toplumlarının en yaygın ve en etkili sosyal kurumlarından biri olan spor, aynı zamanda modern toplumun oluşmasında da büyük rol sahibidir (Yetim 2010, s. 173). Oyun, oyalanma, savaş, doğayla mücadele gibi kavramlarla geçmişte ortaya çıkan spor kavramı, günümüzde ise ekonomi, siyaset, din, medya, ırkçılık, meslekleşme gibi kavramlarla dolaylı ya da doğrudan ilişkili olarak çok yönlü bir şekilde karşımıza çıktığı görülmektedir. Bilimsel gelişmelerin olmasıyla ve spora olan katılımın artması neticesinde de spor yeni ve farklı boyutlar kazanmıştır (Candan, 2010).

Spor, siyasal ideolojiler tarafından kendi iktidarının geçerliliği için kullanılmış ve bir çeşit propaganda aracı durumuna dönüştürülmüştür. Bunun en uç örnekleri, Hitler Almanya'sı, Franco İspanya'sı ve Salazar'ın Portekiz'idir. Ayrıca spor, özellikle de futbol, Latin Amerika ülkelerinde iktidarı ele alan militarist idarelerin sıklıkla başvurdukları bir etkileme alanıdır (Talimciler, 2010, s. 45). Bugün en büyük ilgiyi çeken spor olgusu, toplumların oynadıkları büyük propaganda oyununda duvarları aşarak başarıları geniş kitlelere kolayca anlatabilmektedir (Fişek, 1983, s. 73).

Geniş kitlelere duyurmak amacıyla Güler ve Demir (1995) çalışmasında medyanın etkisini öne sürmüşlerdir. Medya aracılığı ile spor faaliyetleri, yazılı, sözlü ve görüntülü basın organları ile geniş kitlelere duyurulmuştur. Spor medyaya ekonomik olarak bağımlıdır. Bunun neticesinde ise basının spor üzerinde git gide artan bir etkisinin olduğu ifade edilmektedir (Pherson, Curtis & Loy, 1989). Bu durum göz önüne alındığında medyanın kitlelere ulaşabilme etkisini kullanıp, spor üzerinden propagandalar yapıldığı yorumuna ulaşılmaktadır.

Propaganda; kişilerin eylemlerini veya düşüncelerini etki altına alınması nedeniyle gruplar ya da kişiler tarafından maksatlı olarak tasarlanmış eylem ya da düşüncenin ifade edilmesidir (Cantril, 1938, s. 217). Alan yazın incelendiğinde dünya tarihi boyunca kişiler veya gruplar birçok yöntem ve araç kullanarak çeşitli propagandalar uygulamışlardır. Uygulanan propagandanın araçları ve yöntemleri tarihsel süreç ve gelişen teknoloji ile çeşitlilik gösterip genel olarak yazılı, sesli ve görüntülü mecralara indirgenebildiği görülmektedir. Bu mecralarda yapılan propagandalar ile ilişkilendirilen konular çeşitlilik göstermektedir.

Bu konular askeri propaganda, kültürel propaganda, siyasal propaganda ve ekonomik propaganda olarak 4 grupta incelenir (Avcı, 2018). Yapılan propaganda konuları içerisine zaman zaman spor kavramı da eklenmiş olup, milliyetçi bir tutum ile yapılacak propagandayı spor alanını kullanarak medya ile birlikte daha geniş kitlelere duyurmayı amaçlandığı alan yazın incelemesinden görülmektedir. Medyadaki milliyetçi söylemler yolu ile kişiler arasında milli benlik bilinci kuvvetlendirilirken, ulus devletlerin milliyetçik düşüncesini birincil olarak kitle iletişim yoluyla dayatması, medyanın milliyetçi yapısına işaret etmektedir. Öte yandan kitle iletişim araçlarının tarafsız ve objektif olduğu iddiasıyla milliyetçi söylemlerin yine bu araçlar vasıtasıyla açığa çıkması arasında net bir çizgi çizmek oldukça zordur (Oishi, 2008, s. 7). Siyasetçiler, kavim olma halini en çok dile getirenler ve milliyetçilik ifadelerini tekrardan üreten elektronik dönemde tanınmış tiplerdir ve yüzleri devamlı televizyonlarda ve gazetelerde karşımıza çıkmaktadır. Siyasi idareciler hem ulusa seslenip hem de biz olgusunu konuşmalarına katarak ulus namına konuştuklarını savunurlar. Ulusal bağlam üstünde duran, milletin mecazi bakışları altında olan ve temsil pratiğinde kullanılan politik sözler, tipik şekilde milletliği dalgalandırır (Billig, 2002, s. 114-117). Metinlerin içerisinde gizli olan 'biz' mantığını ifade eden mesajlar

yolu ile milliyetçilik kavramı kendine medyada önemli bir yer bulmuştur. Bu manada kitle iletişim kanalları yoluyla milliyetçiliğin tekrar gündemde olması dikkat çekici ve incelemeye değerdir (Oishi, 2008, s. 7). Geleneksel olarak milliyetçilik; vatan sevgisini, ulusal kimlik, ulusal birlik, itibar ve bir ulusun diğerinden ayıran diğer bileşenleri ihtiva eder. Milliyetçiliğin bu yapısı onu enternasyonalizmle (uluslararasıılık) uyuşmaz kılar. Spor, milliyetçiliği teşvik eden bir araçtır. Bir obje olarak milliyetçiliği temsil eder. Kalabalıklar sportif başarıları tattıkça, ulusal spor kavramları ile kendisini tanımlar. Bu vatanseverliği pekiştirir (Lee, 1990, s. 17). Milliyetçi duyguları en barışçı şekilde kamçılayan spor, bireyselliğin ve bencilliğin fazlaca olduğu günümüz dünyasında ortak ve kutsal olan değerleri bizlere hatırlatan etkileyici bir olgudur. Milli maçlar öncesinde bayrak satışlarının yükselmesi ve sporculara "kahraman" gibi bakılması bu sebeptendir (Şafak, 2006). Azınlıktaki etnisitelere mensup olan bireylerin, hem kendilerinin hem de çocuklarının spora eğilimi olmasında kendi etnik kimliklerinden bireylerin spor dallarında başarılı olmuş olmaları önemli bir faktördür. Belirli bir spor dalında başarı elde eden azınlık etnisiteye mensup olan sporcuların, toplumda elde ettikleri mevkiinin yükselmesi ile birlikte aynı etnisiteye mensup kişiler tarafından rol model alınmaları önem arz etmektedir (Spaaij & Anderson, 2010, s. 300). Bu bağlamda çeşitli etnik topluluklardan da olsa bir ülkede ulusun inşasında en etkili metotlardan birinin spor olduğu yorumuna ulaşılmaktadır.

Çünkü “Sporun oynadığı ideolojik rol, hiçbir yerde milli duyarlılığın yaratılmasında olduğu kadar bariz ve başarılı değildir” (Rowe, 1996, s. 223). Parks (2016) sporun, özellikle Olimpiyat oyunlarının, genişletilmiş bir iç ve dış politika vasıtası amacıyla kullanıldığını ifade etmiştir. Uluslararası spor organizasyonu küreselleşmenin etkisiyle artmıştır. Devletler kendi milli takımları aracılığıyla önceki yaşananları milliyetçilik hisleri ile aşmaya çalışarak diğerleri şekline nitelendirdikleri takımlar karşısında galip gelmek amacıyla mücadele etmişlerdir (Yücesoy, 2009, s. 125). İnsanlar yıllar boyunca spor karşılaşmaları aracılığıyla bağlı bulundukları gruplar ya da toplumların üstün olduğunu kanıtlamak amacıyla sporu bir alan olarak kullanmışlardır. Sporda ırkçılık, başka sosyal kurumlarda ki gibi 20. asrın ortalarına kadar yaygın bir şekilde görülmektedir (Chappell, 2002, s. 92). Tüm bu bilgiler ışığında, spor kavramı milliyetçi bir tutumla sergilenmiş olup, ulusların birbirleri ile

m¼cadelelerinde ve kişilerin ya da grupların kendi halkları ¼zerinde uyguladıkları etkili bir propaganda aracı haline geldiği yorumuna ulaşılmaktadır.

1.2. Problem C¼mlesi

Bu ¼alıřmanın problemini; “Bir propaganda aracı olarak kullanılan sporun milliyetçilik ile ilişkisi nedir?” sorusu oluşturmaktadır.

1.3. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı ge¼miřten g¼n¼m¼ze kadar birçok faaliyet alanı bulunan spor olgusunun bir propaganda aracı olarak milliyetçilik kavramı ile olan ilişkisinin incelenmesidir.

1.4. Araştırmanın Önemi

Spor kavramının g¼n¼m¼zde etki alanın oldukça genişlediği g¼r¼lmektedir. Kişi veya grupların sporu etki alanı yaratmak için bir propaganda aracı olarak kullanması ve ideolojik fikirlerle ilişkili olarak bu propagandayı yapması spor kavramının g¼n¼m¼zde ki niteliğini ve oldukça farklılaştığını ortaya koymaktadır. Literat¼r incelendiğinde propaganda ve spor, spor ve milliyetçilik gibi konularda ¼alıřmaların olduğu g¼r¼lmektedir. Ancak bu konularla ilgili bir tez olmadığı g¼r¼lmektedir. Ayrıca spor, propaganda ve milliyetçilik ilişkisini ele alan bir ¼alıřmanın olmadığı g¼r¼lmektedir. Bu sebeple ¼alıřmamızın literat¼re katkı yapacağı d¼ř¼n¼lmektedir.

1.5. Sınırlılıklar

¼alıřma, alan yazın da 1938 – 2021 yılları arası yapılan, araştırmanın konusuna uygun olan ¼alıřmalar ile sınırlandırılmıştır.

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Kuramsal Çerçeve

Bu bölümde araştırmanın konusu ile ilgili literatür bilgisi taranarak araştırmanın kuramsal çerçevesi oluşturulmuştur.

2.1.1. Spor. Spor kavramı, ilk olarak Eski Yunanca 'da “asil ve kibar erkeklerin uğraşı alanında olan hareketleri” ifade etmek manasıyla kullanılmıştır. İngilizce 'de *spore*, *sports* ya da *sporting* gibi kavramlara karşılık gelen Latince kökenli spor kavramı ise; *dağıtmak* veya *birbirinden ayırmak* anlamlarına karşılık gelen, *disportore* veya *deportare* sözcüklerinden türetildiği bilinmektedir. İnsanoğlu, insanlık tarihinin başlangıcında kendisini tanıyabilmek ve hayatta varlığını sürdürebilmek amacıyla belirli bir amaca yönelik olmayan türlü davranışlarda bulunmuştur. Beslenme gereksinimini karşılamak zorunda olan insanoğlu, vahşi hayvanları avlamak amacıyla mızrakları, okları ve taşları kullanmaya başladığında, bir anlamda gülle atma, cirit atma ve ok atma gibi spor faaliyetlerinin de ilk örneklerini ortaya koymaya başlamıştır (Açıkada, 2010; Çankaya, 2001; Öngel, 2001). Her ne kadar sporu, ilk çağlarda olduğu gibi insanların içerisinde bulunduğu yaşam koşullarıyla mücadele etmesi için sergilediği hareketler ya da insanların varlığını sürdürme çabasıyla savunma ve askeri amaçlı yapılan faaliyetler bütünü olarak tanımlamak tartışmalı bir husus ise de, günümüzde de yapılan okçuluk, cirit, güreş, matrak ve benzeri spor aktivitelerinin askerlik ve savunmayla irtibatı gayet açıktır (Sarıkoca, 2020, s. 262).

Tarihte spordan bahsedilince aklımıza sıklıkla antik çağ gelmektedir. Aslına bakılırsa spor etkinliklerinin olduğu her yerde toplumlar görülmektedir. Antik çağın özelliği sporu günümüze yansıyacak düzeyde işlemiş olmasından gelmektedir. Oysa Antik çağda sözcük olarak spor yoktur. Antik çağda iki spor etkinliği bulunmaktadır; *Gymnastik* ve *Agonistik* bu kavramları günümüz diline çevirirsek; *Beden Eğitimi* ve *Yarışma Sporları* bu ikisi sporun temel taşıyıcısı olarak görülmektedir. Fakat günümüzde spor yarışmanın ötesine taşmış ve “yarışmayı da kuşatan” “sportif

mücadele” ya da “sportif uğraş” önem kazanmıştır. Spor sözcüğünün ilk kullanımları eğlenme, gevşeme, rahatlama anlamlarını içermektedir (Erdemli, 1996).

Antik çağda yapılan spor merkezli tüm etkinliklerin dinsel bir karaktere sahip olduğu görülmektedir. Dinsel yan, hem sporcu ve izleyenleri aykırı tutumlarından kaçınmaya yönlendiren, hem yaptırımları geçerli kılan, hem de şenliklerin sürekliliğini sağlayan bir motif olduğu yorumuna ulaşılmaktadır. Her şenlik bir tanrı, ya da tanrıça adına yapıldığını ayrıca olimpiyatlarda buna bir de tanrısal ant eklendiği alan yazın araştırmalarından görülmektedir. Daha sonraları olimpiyatların dünya barışının temeli olduğunu düşünen Coubertin, eski Olimpia oyunlarını yeniden canlandırarak modern şartlara adapte etme fikrini araştırmıştır (Espy, 1990).

Böylelikle 1896 yılında Atina’da düzenlenen olimpiyat organizasyonu ile modern olimpiyatlar başlamış olup günümüze kadar devam ettiği yorumuna ulaşılmaktadır. Alan yazın incelendiğinde spor kavramının başlangıçta hayatta kalma ve askeri olarak, daha sonra antik olimpiyatlar ile beraber tanrılar ya da tanrıçalar adına şükranlarını iletme için yapılan bir aktivite olduğu görülmektedir. Günümüzde ise sporun sosyolojik bir olgu olduğu ve çok çeşitli alanlarda karşımıza çıktığı yorumu çıkarılmaktadır.

Spor sadece bireyleri değil, aynı zamanda toplumları da teskin etme özelliğine sahiptir. Bireyler spor ile uğraşmasa bile spor seyircisi olarak gündelik yaşamlarında bir rahatlama ve deşarj olma istediğindedirler (Çaha, 1999). Spor, hem yapanların hem de seyircisinin içinde bulunan “mücadeleci, kavgacı, savaşçı” dürtüyü barış ortamında bireylerin “yenme, üstün gelme” duygularına hizmet edip, çatışmacı ruhu belirtilen kurallar dahilinde yapılan ve zevk alınan bir karşılaşma haline gelmektedir (Erten, 2006). Bununla birlikte sanayileşme, endüstrileşme, şehirleşme, bilgi ve teknolojideki ilerlemeyle birlikte toplumların sosyal ve kültürel yaşam tarzının değişmesine bağlı olarak modern çağda sporun anlamı ve işlevi geçmiştekine göre bir hayli farklılaşmış ve spor bireysel ve kolektif anlamlarının ötesinde kurumsal bir kimlik kazanmıştır (Tanrıverdi, 2012, s. 1073).

Modern toplumlarda en yaygın sosyal etkinliklerden biri olarak yerini alan spor, toplumsal anlamda da etkisini hissettirir ve sosyal, ekonomik ve kültürel kalkınmaya katkıda bulunur. Bireyin toplum ile ilişkilerini geliştirerek kültürel etkileşime ve sosyal davranışları düzenlemeye yardımcı olur. Hoşgörülü olma, sorumluluk üstlenme

ve güvenilirlik gibi birçok sosyal değerin oluşmasına ve bu değerlerin sürdürülmesine katkı sağlar. Bir sosyalleşme aracı olarak önemli işlevler gören spor sayesinde insanlar daha kapsamlı sosyal işlere ve aktivitelere katılım sağlayacak şekilde düşünmeye ve hareket etmeye başlarlar. Kişilere sosyal bir gruba ait olma hissi vererek onları yalnızlık hissinden kurtarır (Yetim, 2010). Dolayısıyla tüm toplumların dikkatini üzerine çeken spor kavramı toplumları harekete geçiren sosyal uğraşlardan biri olarak bilinmektedir. Bu durumun sebebi ise sporun günümüz dünyasında toplum, birey, kültür ve ekonomik olarak etkilerinin artmasıdır (Erten, 2006). Spor belirli kuralları ve dâhili çalışma mekanizmaları olan gerçek bir kurum olarak değerlendirilmektedir. (Kasapoğlu, 2021)

Spor organizasyonları yurt içi ve uluslararası olmak üzere iki temel alanda gerçekleştirilmekte ve amaç ve faaliyetleri birbirinden farklılık gösterebilmektedir. Yurt içi spor faaliyetlerinin temel dayanakları arasında; sosyal bir amaçla, propaganda ve politik olarak, sağlıklı bireyler yetiştirmek, fırsat eşitliği sağlamak ve uluslararası nitelikli sporcuların yetişmesini sağlamak vs. yer almaktadır (Biçer, 1994, s. 56- 57). Uluslararası seviyede düzenlenen spor faaliyetlerine katılımların ve bu faaliyetlere ev sahipliği yapmak isteyen devletlerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Spor faaliyetlerinin siyasi, psikolojik ve yönetsel etkilerinin yanında bilhassa ekonomik, sosyal ve çevresel neticeleri alan yazında tartışma konusu olmaktadır (Hazar, 2007, s. 89; Koşan ve Güneş, 2009, s. 3). Uluslararası spor organizasyonlarının temel dayanakları ise, ülkelerini spor aracılığıyla tanıtmak, uluslararası alanda güç ve prestij kazanma, turizm hareketliliğini sağlama, dünya barışına katkıda bulunma ve kendi ideolojilerini spor aracılığıyla yayması vb. olarak sayılabilmektedir (Biçer, 1994, s. 56- 57).

2.1.2. Propaganda. Kavramın kökenine bakıldığında propaganda tarihinin insanlık tarihi kadar eskilere dayandığı görülmektedir. İnsanlık tarihine baktığımız zaman Roma ordularının davul eşliğinde yürümeleri, Mısır piramitlerinin iktidarın ihtişamını yansıtmaları, Moğol barbarizminin yaklaştıkları şehri paralyze etmeleri, Hristiyanların dini motifleri olarak haçları, devletlerin heybetli sarayları ve hükümdarlık nişanları gibi çok fazla propaganda örnekleri bulunmaktadır (Mattelart, 1995).

Propaganda sözcüğü 1622 senesinde Roma Katolik Kilisesi aracılığıyla ortaya çıkan Congragatio de Propaganda Fide ya da İtikatı Yayma Cemaati'nden kaynaklandığı bilinmektedir. O dönemin dini bir devrim dönemi olduğu bilinmektedir. Bu devrimin sebebi ise o dönemde Protestan kiliselerinin ortaya çıkmasıdır. Reformasyon (dini reform) ile anılan cemaat, Katolik kilisesinin karşı devriminin aracıydı (Bektaş, 2002, s. 66).

Alan yazın incelendiğinde propaganda teriminin 18. yüzyıla kadar yalnızca kilise tarafından kullanıldığını daha sonraları ise Fransız literatüründe kullanıldığı bilinmektedir. Propaganda mühim düşünceleri desteklemek ve ya bu düşünceleri yaymak anlamına gelmektedir. Ayrıca Latin dilinde tohum ekmek ve yaymak anlamlarına karşılık gelmektedir (Jowett & O'Donnell, 2012). Domenach ise (2003) propaganda terimini; toplumların fikir ve tavırlarını, bireylerin belli bir tavrı ve fikri benimseyecek şekilde etkileme teşebbüsü şeklinde tanımlamaktadır. Çeşitli fikirleri yaymak, ideolojik bir ifadenin kasten toplumların zihnine ekilmesidir (Aydın, 2019).

Propagandanın bir diğer tanımında, bir gayeye hizmet veya karşı bir amacı zarara uğratmak maksadıyla düşüncelerin, hadiselerin, iddiaların belirli bir hedefe yönelik olacak şekilde yayılmasıdır (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2004, s. 32). Pratkanis ve Aronson'a göre, "propaganda bir fikrin, ön yargılarımızı ve duygularımızı etkileyen imajlar, sloganlar ve sembollerin becerikli bir şekilde kullanılması yoluyla iletilmesidir". Bu şekilde aktarılan düşünceler, mesajı alan bireyler iletilen düşünceyi kendi arzularıyla ve adeta kendi istekleriymiş gibi benimsemelerini sağlamaktadır (Pratkanis & Aronson, 2008, s. 12-13).

Propaganda kavramının başka bir tanımında kullanılan bir diğer terim ise dezenformasyon (yanlış bilgilendirme)'dur. Dezenformasyon, sıklıkla kara propaganda karşımıza çıkmaktadır. Çünkü kara propaganda da yanlış bilgilendirmeye başvurulmaktadır. Aslına bakacak olursak dezenformasyon kavramı Rus dilinde desinformatsia kelimesi ile eş anlama gelmektedir. Kavram kara propagandayı yapmak için görevlendirilen bir Komitet Gosudarstvennoy Bezopasnosti (Devlet Güvenlik Komitesi) bölümünün ismidir. (Jowett & O'Donnell, 2012, s. 23-24). Dezenformasyon kelimesi; hedeflenen bireylere, gruplara veya ülkelere karşı yürütülen, beslenen veya kabul gören yanlış, noksan ya da aldatıcı bilgi anlamına gelmektedir (Shultz & Godson, 1984, s. 41; Jowett & O'Donnell, 2012, s. 24).

20. yüzyılın başlarında akademik incelemelere konu olmaya başlayan propaganda aynı zamanda siyasal yaşamı da etkileyen bir faktör olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde farklı figürlerde ve maksatlarla yapılan propaganda faaliyetlerini 20. yüzyılda Adolf Hitler ve Vladimir İlyiç Lenin gibi devlet liderleri çok etkili şekilde kullanmışlardır (Atabek, 2003). 20. yüzyıl içerisinde bazı karakteristik özellikler taşır bunlardan bir kaç kitle iletişim araçlarının gelişmeye başlaması, parlamenter yönetim şekilleri benimsenmeye başlamasıdır. Ayrıca bu yüzyılda yaşanan Birinci Dünya Savaşı ve Sovyet Devrimi propaganda kavramını gerçek anlamına kavuşturmuştur (Akarcılı, 2003, s. 2).

Propaganda faaliyetlerinin genel olarak iki hedefi vardır. Hedeflerden birinci olanı elde edilen kişilerin düşüncelerini daha üst düzeye çıkarmaktır. İkinci hedef ise henüz elde edilemeyen kişilerin fikirlerini arzu edilen tarafa doğru çekebilmektir (Labin, 1976).

Bir ideolojinin aşılmasına yönelik çoğunlukla propaganda faaliyetleri kullanılmıştır. Bu durum içinde başlıca baskı yöntemi uygulanmıştır. Bu baskı yöntemindeki başlıca hedef propagandayı yapacak kişi veya grup hedef topluluğu kendi idealleri doğrultusunda şartlamaktadır ve bunun dışındaki her çeşit bilgiyi, iletişimi engellemektedir (Bülbül, 1998, s. 21). Propagandanın başlıca görevi örgüt içi sempatisan toplamaktır. Bir diğer görevi ise yeni öğretiyi anlatmak ve bu öğretiyi kişilere benimsetmektir şeklinde açıklama yapan Hitler, propaganda yapan organın amacının toplulukların dikkatini ve algısını belli olaylar ve ihtiyaçlar üzerine çekmek olduğuna dikkat çekmiştir. (Hitler, 1972).

Bu bağlamda propagandanın bir silah gibi olduğunu ve iyi bir şekilde düzenlemiş iletiler hedeflenen şekilde ulaşırsa propagandanın o zaman tesir edeceği yorumuna ulaşılmaktadır. Yine bu varsayımlardan yola çıkarak propaganda saldırılarının kayda değer ölçüde öteki saldırılara ve saldırıların ne kadar büyük olduğuna bağlıdır (Colin, 2009). Propaganda bireyleri yönlendirirken sıkça başvurulmuş ve etkisi çok büyük silahlardan biridir. Hükümetler, patronlar, çıkar grupları gibi kurumların çoğu veya kişi propagandayı kullanabilir. Dahası ülkelerin birçoğu propagandayla alakalı özel kurumlar kurmuş ve propagandanın etkili olabilmesi için bu kurumlara büyük ödenekler ayırmıştır (Özsoy, 1998, s. 241). Bu bağlamda propaganda, kişilerin bir fikri

kabul ettirme amacıyla çeşitli araçlardan faydalananarak topluluklara yapmış oldukları bir güdümleme hareketi olduğu çıkarımına ulaşılmaktadır.

2.1.2.1. Propaganda araçları. Kişiler, hayatını ilerletebilmek için doğru bilgiye ihtiyaç duyar. Sürekli kontrol altına alınan, denetlenen haberler insanın düşünmesine ve doğru yolda ilerlemesine engel olur. Bu durumun farkında olan din adamları, politikacılar, ideologlar haber kaynaklarını elinde bulundurarak kamuoyu elde etmeyi, bu sayede propaganda yapmayı amaçlamışlardır (Berkes, 1942, s. 26-28). Propaganda yapacak kişiler, iletmek istediklerini topluma aktarabilmek amacıyla yaşadığı dönemin tüm imkanlarını kullanmaktadırlar. Teknolojik gelişmeler ve iletişim olanaklarının artması, propaganda araçlarının da artmasını beraberinde getirmiştir. Bir diğer yandan da propagandanın kişilere erişilebilirliğinin artması da yine teknolojik gelişmeler sayesinde olmuştur (Demirkol, 2020). Propaganda araçları ile iletişim araçları aynıdır. Alıcı açısından bir anlam ifade eden her vasıta bir iletişim aracı olarak ifade edilebilir. Jest, mimik, dokunma, sessiz kalma gibi karşı tarafa mesaj verecek her şey iletişim / propaganda aracı olarak nitelenmiştir. (Berkes, 1942, s. 26-28). İlk başta propagandayı yapacak olan kişi veya grup, bireylerin ve yasaların doğuşu ve analiz edilmesi, çevresel sınırlamalar ve toplumsal etkiler ile alakalı bilgiler ışığında kendini yöntemini meydana getirir. (Ellul, 1973, s. 4).

Propaganda yapılacak olan topluluğun niteliklerine göre propagandayı yapacak olan kişi veya grupların uygulayacağı yöntemlerinde değişeceğini söyleyebiliriz. Propagandanın yapılması, etkili olması ve amacına ulaşması için propagandacı her çeşit iletişim aracını kullanabildiğini söyleyebiliriz. Alan yazın incelendiğinde propaganda araçlarının genel olarak üç kısımda incelendiği görülmektedir. Bunlar; basılı, yüz yüze ve görsel – işitsel araçlardır. Gazete, kitap, broşür, dergi, fotoğraf gibi araçlar basılı propaganda araçları kategorisine girmektedir. Toplantılar, tiyatrolar, mitingler gibi araçlar ise yüz yüze propaganda araçlarındandır. Televizyon, sosyal medya, radyo, sinema gibi araçlarda görsel – işitsel propaganda araçlarından bazılarıdır.

2.1.2.2. Propaganda türleri. Propaganda türleri araştırmalar kapsamında kaynakları bakımından propaganda türleri, sahası bakımından propaganda türleri,

konusu bakımından propaganda türleri ve kullanılışı bakımından propagandan türleri olarak dört ana başlık altında incelendiği görülmektedir.

2.1.2.2.1. Kaynakları bakımından propaganda. Alan yazın incelendiğine kaynakları bakımından propaganda türlerinin beyaz, gri ve kara propaganda olmak üzere üç başlığa ayrıldığı görülmektedir.

Beyaz propaganda türünde kaynak resmi şekilde belli ve açıktır. Bu propaganda türünde güvenilir görünmek çok önemlidir. Bundan dolayı beyaz propagandanın uygulandığı alanlarda şeffaflık vardır (Avcı, 2018). Beyaz propaganda türünde doğruluk ilkesi önemlidir. Propagandanın yapılışında yalana başvurulursa propaganda geri teper ve güvensizlik oluşur (Tarhan, 2006, s. 37). Beyaz propaganda da kaynak ne kadar güvenli ise propaganda da o kadar güçlüdür. Bu durumda kaynağın güvenilirliğinin sağlanması çok önemlidir. Söz konusu propaganda amacının yasal olması yapılacak propaganda faaliyetinin etkisini büyük oranda belirler. Doğruluk payı olmayan haberler, yanıltmalar ve iftiralar olmaksızın bilgi var olduğu gibi sunulmaktadır (Yüksel, 2011, s. 21).

Beyaz propagandasın asıl amacı, kaynağının görünür olması ve bu kaynağın güvenilir gösterilmesidir. Bununla birlikte propaganda yapılacak olan toplumun propagandacının ortaya koyduğu çözümünden başka herhangi bir başka çözüm yolu düşünmemesini sağlamaktır. Ayrıca hedef kitleye karşı oluşturan güvenden dolayı bu kitleye hazır olan bir çözüm reçetesi ortaya koymaktır (Bektaş, 2013, s. 159).

Beyaz propagandanın faaliyet alanları çok çeşitli alanlarda karşımıza çıkmaktadır. Bunlar; kitaplar, televizyondaki programlar, müzikler, filmler, törenler, radyo programları, çeşitli semboller ve spor müsabakaları gibi örneklerini çoğaltabileceğimiz alanlardır. Örneğin siyasi partilerin amblemlerinde bulunan çeşitli figürler, partiler ile özleşen selamlama çeşitleri ve işaretler, çeşitli spor karşılaşmalarında ülkelerin birbirlerine karşı vermiş olduğu mesajlar ya da mağlup olsalar da galip olsalar da kendi ülkelerinin menfaatine göre karşılaşma sonucunu yorumlamaları gibi çok çeşitli alanlarda beyaz propaganda türüne rastlamak mümkündür (Avcı, 2018).

Gri propaganda alan yazında bulanık propaganda olarak da adlandırılmaktadır. Bu propaganda türü beyaz propaganda ve kara propaganda türlerinin arasında yer

almaktadır. Gri propaganda yalan ile gerçek iç içe geçirilerek uygulanır. Propagandayı yapacak olan kişi veya grubun söylemi belli değil ve bu söylemin doğruluğu da net değildir. Gri propaganda türünde söylentilere çokça yer verilir, bundan dolayı da verilen mesajın gerçek mi yalan mı olduğu tam olarak anlaşılamaz. Gri propaganda türünde tam ve belli olan bir durum şüpheliymiş gibi gösterilirken, şüpheli veya kusurlu bir durum da eksiksiz ve kesinmiş olarak gösterilir. Bu durumda hedef kitlenin aklında soru işareti olur ve bu sebepten dolayı gri propaganda türünde her çeşit uyuşmazlık aşırı bir şekilde kullanılır (Tarhan, 2006, s. 40).

Gri propaganda türü uyuşmazlıklardan beslenir ve mevcut durumda bir uyuşmazlık yoksa dahi bu uyuşmazlığı yaratıp, bu uyuşmazlık varmış gibi davranır. Bu uyuşmazlıklar sayesinde onun değerini hedef kitlenin gözünde aşağıya çekmeye çalışabilir (Aydın, 2019). Bazen de propagandacı gündemi değiştirerek toplumun ilgisini başka gelişmelere çeker (Bektaş, 2002, s. 37).

En heyecan dolu konular bile gri propagandanın içerisinde rahat bir şekilde kullanılabilir. Genel olarak mevcut bir olaya çeşitli eklemelerde bulunarak olayı daha heyecan uyandırıcı bir hale getirmek hedeflenmektedir. Dolayısıyla da hedef kitlenin etkilerinin düşürülmesi amaçlanmaktadır. Bu durumuna verilebilecek örneklerin en iyilerinden bir tanesi Sovyet Rusya'nın çöküş döneminde sistemli olarak yapılan gri propaganda stratejileridir (Tarhan, 2006, s. 38).

2. Dünya Savaşı'nın ardından Winston Churchill, 5 Mart 1946'da Amerika Birleşik Devletlerindeki Missouri eyaletindeki Fulton kentinde yaptığı “demir perde” söylevi ile Josef Stalin'in tehlikeli olduğunu ima etmiştir ve Sovyet Rusya'ya karşı olan gri propagandalar başlatılmıştır. Böylelikle ideolojik çatışma sahaları belirlenmiş ve bu çatışmalar 1991 yılına kadar devam etmiştir. Bu süreçte propagandacılar basın organlarını da etkili bir şekilde kullanarak bireylere komünizm ideolojisinin tehlikeli olduğu sistemli bir şekilde benimsetilmiştir (Özçağlayan ve Apak, 2017, s. 115).

Gri propagandanın uygulandığı bir başka örnek ise 2 Ağustos 1990 yılında yapılan Körfez Savaşı esnasında basılan “The Rape of Kuwait” adlı kitaptır. Kitapta Irak askerlerinin yapmış olduğu katliamlara yer verilmiştir. Fakat kitabın finans kaynağı Kuveyt hükümetidir (Eyth, 2002, s. 56). Araştırmalar kapsamında bu kitabın Kuveyt hükümetinin emrinde ve isteğince yazılması saklanmış, yalan bilgilerin bu kitap vasıtasıyla gazetelere konu olup halka sunulduğu görülmüştür.

Kara propaganda içinde daha çok sinsilik ve kurnazlık barındırır. Bu propaganda türünde hilekarlık, komplolar, karalamalar, aldatıcı deliller cesurca uygulanmaktadır (“Amerika Birleşik Devletleri Propaganda”, 2021). Kara propagandanın amaçları, mevcut durumu saptırmak, toplumun inançlarını zedelemek, mağdura ilişkin güvensizlik yaratmak ve mağdura karşı kamuoyu oluşturmaktır (Tutar, 2004). Kara propaganda türünde hedef kitleyi ikna etmek için kullanılacak her yol mubah sayılır (Çankaya, 2008, s. 31). Kara propagandaya maruz bırakılan bireyler başkalarının kendilerini etki altına almak istediklerinin bilincinde değildir ve hedeflenen bir tarafa yönlendirildiklerinin farkına varmazlar (İnceoğlu, 1985, s. 75).

Kara propaganda faaliyetlerinde kaynak gizlenir veya kaynak doğru olmayan bir merkezden gelir. Kaynak hedef kitleye yalan ve uydurma bilgiler veya bireylere aldatmaya yönelik şeyler ortaya çıkarırsa bu propaganda kara propaganda türüdür. Bu propaganda türünde yaratıcı düzenbazlığın bütün çeşitlerini içinde barındıran koca bir yalandır (Çetin, 2014). Kara propagandanın etkili olabilmesi için gerçeği gizleme başarı en önemli faktördür (Newcourt-Nowodorski, 2006, s. 21).

Kara propagandanın başarılı olup olmamasına etki eden çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlar; hedef kitlenin istek seviyesi, propaganda kaynağının güvenilirliği ve iletilen mesajın içeriğidir. Propaganda kaynakları ve verilmek istenen mesajlar propaganda yapılacak olan kitlenin siyasal ve sosyo-kültürel düşüncelerine göre saptanıp belirlenmektedir (Jowett & O'Donnell, 2012).

Propaganda kavramı günümüz toplumlarında olumsuz bir şekilde algılanmaktadır. Bu durumun en önemli sebeplerinden biri olarak, bu kavramın toplumları yönlendirmek amacıyla kara propaganda olarak uygulanmasıdır. Almanya da Adolf Hitler iktidar olduğunda ve sonrasında propagandayı etkili bir şekilde kullanmıştır (Welch, 2002, s. 5).

Nazi Almanya'sı 2. Dünya Savaşı'nda Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı kurmuştur. Bu bakanlığın başındaki kişi propagandalarında yalan söyleme işini bir sanat haline getiren Doktor Joseph Goebbels'dir. Bu durumda propagandanın toplum açısından yalan söylemek ile bir farkı olmadığı düşüncesine yol açmıştır (Fawcett, 2011, s. 173).

2.1.2.2.2. *Sahası bakımından propaganda.* Sahası bakımından propaganda türleri “iç propaganda” ve “dış propaganda” olmak üzere iki gruba ayrılır.

İç propaganda; yurt içindeki bireylere yönelik yapılan propaganda etkinlikleri iç propaganda etkinlikleridir (Aydın, 2019). İç propaganda türü bilhassa ülkedeki seçim zamanlarında görülmektedir. İktidarda olan veya iktidarda olmayan siyasi partiler başkanlarını ya da basından sorumlu kişileri halka hitap ve halkı ikna etme gücüne göre seçerler. Partiler bu özellikleri yüksek bireyleri ön plana almaktadır (Erkiş ve Summak, 2011). Basın ve medya iç propaganda faaliyetlerini yürütmede en önemli araçtır. Tüm ülkelerde yürütülen iç propaganda etkinliğinde basın organları, partilerin birbirleri ile olan mücadeleleri kadar kayda değer bir yer alır (Türkmen, 1965, s. 5). Bu durum demokratik ülkelerde bulunan siyasi partilerin iktidara geçme mücadeleleri esnasında görülmektedir (Şimşek, 2004).

İç propaganda türünde yürütülen faaliyetler bilhassa vatandaşların duygularına yöneliktir. Ayrıca bu faaliyetlerde telkin yönteminden faydalanılmaktadır. Dolayısıyla devletler kendinde var olan yeni durumlarda ve ideolojik hareketlerin kabul görmesinde halka karşı etkin olmaktadır. Bilhassa savaşın olduğu dönemde İtalya, Almanya ve Amerika Birleşik Devletleri gibi çeşitli ülkeler ilk olarak odak noktasını kendi halkları olarak belirlemiştir. Bu kapsamda da iç propaganda faaliyetleri umursamışlardır (Bektaş, 2013, s. 168). Örneğin Rus işçilere karşı yapılan iç propagandalarda Çarlık Rusya zamanında 1912’de yayınlanmaya başlayan Pravda isimli gazete etkili bir şekilde kullanılmıştır. Daha sonra bu gazete Sovyet Rusya’nın komünizm fikirlerini toplumlara telkin etmesinde en etkili silahlarından biri olmuştur (Özbay, 2014, s. 101).

1916 yılında Woodrow Wilson bir kez daha barış adayı olarak seçilmiştir. Ancak Wilson’un Amerika Devleti’ni Birinci Dünya Savaşı’na yönlendirmesi, tarihte büyük ironiler arasında yer almaktadır. Tarihte emsali olmayan bir propaganda aracıyla Woodrow Wilson, göçmenlerden oluşan bir topluluğu, birlikte savaşan bütün durumuna getirmiştir (Delwiche, 2009). Bu sonuca göre verilen örneğin, hem askeri propagandaya hem de iç propagandaya dahil olduğu görülmektedir.

Dış propaganda; diğer propagandalara nazaran dış propaganda daha ağır ve biraz daha resmidir. Dış propagandanın verim alması ulus içerisinde ki kamuoyu desteğine bağlıdır. Eğer ki yapılan propagandaya kamuoyu destek vermez ise verim alma imkanı çok düşük olacaktır. Dış politikalarda yapılan propagandanın ayrıca içeride yapılması

ve halkın desteğinin arkaya alınması propagandanın daha etkili olabilmesi için gerekli şartlardandır (Özsoy, 1998, s. 18).

Dış politikalarda dış propaganda faaliyetleri çok önem arz etmektedir. Dış propagandalar özellikle devletlerden tarafından sürdürülür. Fakat son dönemlerde bulunduğu yerlerde etkinliklerini artıran lobiler, uluslararası politikadaki propagandanın uygulanmasında önemli bir yer elde etmiştir. Ancak bu propaganda faaliyetlerinin yürütülmesinde halkın desteği oldukça önemlidir (Erkiş ve Summak, 2011).

Devletler vatandaşlarını ön planda tutmak için ve kendilerine yönelik yürütülen propaganda faaliyetlerine karşı propaganda yürütmek için dış propaganda faaliyetlerini kullanmaktadırlar. Dolayısıyla dış propagandanın diğer propaganda faaliyetlerinden farkı yürütülen alandaki hedef kitlenin ülke dışarısındaki kitleler olmasıdır (Doob, 1968). Joseph Nye tarafından kullanılan “akıllı güç” kavramı, yürütülen dış propaganda faaliyetlerinde birden fazla alanın optimal bir seviyede kullanılmasının gerekli olması nedeniyle yumuşak ve askeri güç ilkelerinin birleşimi olarak önem kazanmaya başlamıştır (Çemrek ve Uluer, 2016, s. 38).

2.1.2.2.3. Konusu bakımından propaganda. Alan yazın incelendiğinde konusu bakımından propaganda; siyasal, askeri, kültürel ve ekonomik propaganda olarak dört gruba ayrıldığı görülmektedir.

Siyasal propaganda genellikle seçim dönemlerinde karşımıza çıkmaktadır. Seçimlerle alakalı yasal düzenler dahilinde ülkenin tümünde gerçekleştirilen propaganda faaliyetlerindeki tüm yöntem ve teknikler olarak ifade edilebilir (Aziz, 2003, s. 68). Siyasal propaganda, seçimde oy kullanacak bireylerin siyasal olaylardaki görüş, düşünce ve tutumlarını etkilemek amacıyla yapılmaktadır. Siyasi partiler Seçimi kazanıp iktidara gelmek için, kararlı veya kararsız bireyleri etkilemeyi ve kendilerine oy verecek kitleyi genişletmeyi amaçlar. Daha sonra siyasi partiler bu seçmen kitlesini kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmek, bu konuda kamuoyu yaratmak ve iktidara gelebilecek oy oranını elde edebilmek için türlü propaganda araçlarından yararlanırlar (Çavuşoğlu ve Pekkaya, 2015).

Siyasal propaganda türü özellikle yöneticilerin yönetilen toplumu etki altına almak amacıyla yıllardır çeşitli alanlarda ve paralar heykeller gibi objelerde kullanılmaktadır.

Bu bağlamda milattan önce 2500’lü yıllarda yapılan Mısır piramitleri bile yönetenlerin yeteneklerini göstermesi doğrultusunda siyasal propaganda eylemlerinin içinde yorumlanmaktadır (Tal & Gordon, 2016, s. 182).

Bu propaganda türünün seçimlerin kazanılmasında, iktidarın sürdürülmesinde ya da seçimlerin kaybedilmesinde çok önemli bir rolü bulunmaktadır. 20. yüzyılın başlarında Lenin ve Hitler gibi devlet liderleri propagandaları etkili bir şekilde kullanıp, toplulukların düşüncelerini değiştirmeye ve kendilerinin benimsemiş oldukları fikirleri aşılacak için uğraşmışlardır. Siyasal propaganda türü hemen hemen her dönemde büyük kitlelerin davranış ve fikirlerini etkilemek amacıyla kullandıkları vazgeçilemeyen bir siyasal güç olarak karşımıza çıkmaktadır (Geçikli, 1999, s. 265-272).

Bu propaganda türünde kullanılan söz bilimi ve simgelerin anlaşılabilir olması siyasal propagandaya güç katar. Verilmek istenen mesajın kolay anlaşılır olmaması bu mesaja varlık ve anlam derinliği katmaktadır. Bu sebepten bireyler mesajı anlamak için kendilerinin tahayyül etmesi gerekir. Anlaşılmaz mesajlar bir seviyeye kadar alıcılarına çeşitli yorumlar yapma olanağı sağlar. Neticesinde birbirlerinden farklı eğilimleri olan bireyleri ortak bir amaca doğru yönlendirir. Bu durumda siyasal liderlerin çeşitli istekleri olan toplulukları bir araya getirebilmesine yol açar (Stone, 2012, s. 178-182). Amerika Birleşik Devletleri iç ve dış politika gücünü, kamuoyunu, ülke ekonomilerini, siyasal tesir alanlarının geniş olmasını yapılan propagandalarla şekillendirmiştir. Bu nedenle günümüz dünyasında propaganda faaliyetlerinin en etkili şekilde yapıldığı yer olarak Amerika Birleşik Devletleri olduğunu söyleyebiliriz (Çetin, 2014, s. 252).

Askeri propaganda türleri devletlerin “kendi halkına, dost devletlerin halkına, düşman devletlerin halkına ve tarafsız devletlerin halkına” olarak dört gruba ayrıldığı görülmektedir. Bu alt türler arasından en çok karşımıza çıkan düşman devletlerde bulunan halka karşı yapılan psikolojik savaş türünde görülmektedir. Psikolojik savaşın temel ilkelerinden biri olan rakibin moral gücünü düşürmek ya da yok etmek amacıyla propaganda yapılacak olan kitleyi etkilemek için her çeşit yol kullanılmaktadır. 19. yüzyılın sonlarından başlayan ve etkisi giderek artan askeri propagandalar, sadece savaş alanlarında değil, düşman ülkelerdeki sivil yerleşim alanlarına uçaklarla atılan tebligatlar ile ayrıca desteklenmiştir (Avşar, 2003).

Askeri propaganda türüne “Müsellah sulh” adıyla 19. yüzyılın son zamanlarında ortaya çıkan geniş çapta silahlanma yarışları örnek verilebilir. Bu rekabet önce Almanya ve Fransa arasında başlamış daha sonra bu rekabet başka devletlere de yayılmıştır. Bu durum 20. yüzyılda ortaya çıkan dünya savaşlarını doğurmuştur (Türkmen, 1965, s. 7).

Askeri propaganda türünün tarihteki örneklerinden birisi “Truva Atı”dır. Truva atı, Truva şehrinin surlarını geçip, gizlice şehre sızmak için kullanılmıştır. Buna liderlik eden Yunan komutan Odysseus’tur (Meyssan, 2016). Karaca (2018, s. 114) Nazi döneminde Almanya’da kurulmuş ve direkt olarak Adolf Hitler’e bağlı olan lideri Heinrich Himmler olan Waffen – SS askeri birliğin posterler aracılığıyla faaliyette bulunduğu propagandaları incelediği çalışmasında, askerlerin katılımını ve askeri desteği artırmak için mitler oluşturduğu neticesine varmıştır. Bu bilgidен hareketle Nazi Almanya’sında askeri propaganda faaliyetlerinin etkin ve fazlaca kullanıldığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Günümüz dünyasında ise askeri propaganda türü bilhassa Kuzey Kore Devleti tarafında sistematik bir şekilde uygulanmaktadır. Buradan hareketle Kuzey Kore Devleti’nin resmîyetteki devlet ideolojisi olan “juche” kapsamında ülkenin neredeyse her yerinde ve tüm faaliyetlerde askeri propaganda, korkutma politikası şeklinde halka dayatılmış ve düşman olan devletler bilgiler çarptırılarak etkilenmeye çalışılmaktadır (Avcı, 2018).

Kültürel propaganda türü milli hedefleri ve ülkenin başarılarını tanıtmak ve yaygınlaştırmak amacıyla yapılır. Verilen mesajlarda ana amaç finansal ve politik çıkarların teşvik edilmesi tasarlanmışsa bile, bu hedefler sanki geri plandaymış gibi uygulanır (Taylor, 2003, s. 125). Kültürel propaganda uygulanırken diğer milletlerden sempati kazanmak amaçlanmıştır. Öyle ki birçok ülkede batılı büyük ülkelerin kültür merkezleri yer almaktadır. Bu durum yüzyıllardır devam etmektedir. Batılı devletler başka ülkelere okullar kurarak bu durumun profesyonel ve ebedi örneklerini vermişlerdir (Özsoy, 1998, s. 19-20).

Örneğin Türkiye’de bulunan bazı okullar kendi devletlerinin kültürleri çerçevesinde eğitim öğretim etkinliklerini sürdürmektedir. Robert Koleji, Tarsus Amerikan Koleji, Saint Jozef Lisesi gibi okullar bunlardan birkaçıdır (Ekici ve Şahım, 2013, s. 101). Kültürel propaganda faaliyetleri yürütülürken, bu faaliyetlerin bir dostluk ilişkisi gibi

görünmesi bu propaganda türünün kullanılmasını kolaylaştırmaktadır ve bu durumdan dolayı bu propaganda türü kitleleri çok rahatsız etmemektedir (Doğan, 2015).

Fransa Devleti uluslararası yaptığı kültürel propaganda kapsamında kendi ülkelerinin sanatını, kültürünü ve modasını tüm dünyaya yaymak için faaliyetler düzenlemektedir. Bu propagandayı da Fransız Devleti'nin kendisi tarafından kurduğu “Fransız Kültür Merkezi (Alliance Française)” aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Bu durumun bir benzeri olarak İngiltere Devleti için faaliyetlerde bulunan “Kraliyet Asya Cemiyeti” başka ülkelerde İngiltere'nin dilini ve kültürünü yaygınlaştırmak için türlü etkinlikler organize etmektedir. Bu bağlamda birçok ülkeye İngiltere Devleti hakim olmasa bile orada bıraktığı kültürel etkilerin aynı şekilde devam ediyor olması, geçmişte yapılan bu propagandaların başarılı olduğu sonucunu göstermektedir (Göksel ve Yurdakul, 2013, s. 114-115).

Ekonomik propaganda türü; devletin maddi menfaatleri doğrultusunda yürütülen çalışmalardır. Bu propaganda faaliyetleri kişisel ya da kurumsal olarak doğrudan devletin ekonomik çıkarlarına bağlı olarak yürütülür (Avcı, 2018). Ekonomik propaganda diğer ülkelerin ekonomilerini yavaşlatmak amacıyla uygulanır. Bu sayede o ülkelerde yatırım yapmak isteyen girişimcilerin tedirgin ve korkak olması hedeflenir. Böylelikle rakip ülkelerin ekonomik olarak yalnız kalması amaçlanır. Bir diğer taraftan bu durumun tam tersi olarak ülkeler, milli ekonomileri çok gelişmiş gibi gösterip, yatırım yapan diğer ülkelere karşı bir güven algısı yaratmak için de bu propaganda türünü kullanabilir. Ekonomik propaganda faaliyetlerini yürütenler, kendi ülkelerinin menfaatleri doğrultusunda bu faaliyetleri yürütmektedirler (Aydın, 2019).

Örneğin Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk, muasır medeniyetler seviyesine ulaşabilmenin gerekliliklerinden biri olarak ekonomik iyileşmeyi hedef göstermiştir. Önceki yıllardaki olumsuz tecrübelerin şuan yaşanmaması için milli ekonomiyi ve milli üretimi vurgulamış ve halkı doğrudan etkileyecek ekonomik propagandalar yapmıştır. Mustafa Kemal Atatürk'ten sonraki dönemlerde de ekonomik propaganda hareketleri etkili bir şekilde devam etmiştir (Avcı, 2018).

2.1.2.2.4. Kullanılışı bakımından propaganda. Bu propaganda türü; stratejik ve taktik, takviye amaçlı, karşı propaganda olarak üç gruba ayrılmıştır.

Stratejik propaganda türü uzun bir sürede, uzun vadeli hedefleri içerisinde bulunduran bir propaganda yöntemidir (Kumkale, 2006). Stratejik propagandanın temel amacı hedeflenen toplumda kültür değişikliği yaratmaktır (Özdağ, 2014). Stratejik propaganda türü birçok alanda kullanılmaktadır. Ancak bu kullanım alanlarından öne çıkan ileri zamanlarda karşılaşılabilecek olası bir savaşa hazır olmak için uygulanmaktadır. Bu bağlamda stratejik propaganda türünde, toplumların inanmak istediği şeyler öne çıkartılıp, bu konular devamlı tekrar tekrar gündeme getirilerek toplumların hafızalarına kazınır. Böylece direkt olarak toplumların ihtiyacına hitap edilerek bireylerin beyinleri yıkanmaktadır. Dolayısıyla bu tür propaganda faaliyetleri iyi bir şekilde organize edilmekte ve dolaylı şekilde bilgiler halka hatırlatılarak, halka fark ettirmeden istenilen bilgiye inanmalarını sağlanmaktadır. Taktik propaganda türü ise stratejik propagandaya nazaran daha küçük ölçekte olan ve kısa bir zaman içerisinde sonuca ulaşmak için uygulanan propaganda türüdür. Dolayısıyla düşman devletlerin güçsüz yanları taktiklerle etkili olarak yorumlanmaktadır (Tarhan, 2006, s. 49-50).

Takviye amaçlı propaganda, kin ve nefretinin dağıtılması amacıyla uygulanan destekleyici bir propaganda çeşididir. Takviye amaçlı propaganda türüne, destek ya da işgal propagandası da denilmektedir. Bu durumda işgal altındaki bölgelerin tekrardan teşkilatlanmasında ve yeni girilecek alanlarda herhangi bir direnişle karşı karşıya gelmemek için o bölgedeki bireylerin tüm ihtiyaçlarını gidermek amaçlanmaktadır. Bu sayede sistematik olarak hoparlörler ile kişilere yatıştırıcı mesajlar iletilmektedir. Ayrıca bu süreçte türlü kitle iletişim araçları etkili olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla toplum da bir güven duygusu yaratılmaya çalışılmaktadır. Bu sayede halkın yeni bir düzene uyum sağlaması amaçlanmaktadır (Tarhan, 2006, s. 51-52).

Bu propaganda türü sayesinde bir yerin işgali öncesi uygulanan propagandaların devam etmesi sağlanmaktadır. Yine takviye amaçlı propaganda sayesinde elde edilen başarılar korunmaktadır. Savaşın neticesinde işgal edilen toprakların bayındırlığı, çevre düzenlemeleri, kişilere yapılan maddi destekler, toplumun halk sağlığı gibi birçok alanda millet ile duygusal bağlar sağlanmış olup aynı zamanda istenilen düzenin sağlanlaştırılması hedeflenmektedir (Yaman, 2007, s. 31). Karşı propaganda türünde amaç karşı tarafın iddialarını çürütmektir. Domenach (2003, s. 80-82), “karşıtın izleklerini bulmak, zayıf noktalara saldırmak, güçlü durumda olan düşman

propagandasına hiçbir zaman karşıdan saldırmamak, karşıt saldırmak ve düşünmek, karşıtın propagandasını olaylarla çelişkin hale düşürmek, karşıtı gülünç duruma düşürmek” olarak altı başlıkta karşı propaganda türünün kurallarını açıklamıştır.

Bu propaganda faaliyetlerini genellikle devletler doğrudan yürütmektedir. Devletin aleyhine uygulanan propagandaları engellemek adına eğitimler tertip edilmektedir. Ayrıca devletler çeşitli propaganda merkezi kurmaktadır. Bu propaganda merkezleri alınacak tedbirleri ve haberleşme kirliliğinin takibini yapmaktadır. Propaganda merkezlerinin yanı sıra karşı propagandayı yürütmek için elçilikler de birçok faaliyetlerde bulunmaktadır. Örneğin 1920’li senelerde Bern, Stockholm, Cenevre ve Lahey gibi Avrupa’nın birçok şehirlerinde Ermeniler tiyatro ve sinema filmlerini Türklere karşı bir propaganda aracı olarak kullanmaya çalışmışlardır. Bu propaganda faaliyeti Türk elçiliğinde görevli kişilerin karşı propagandası neticesinde engellenmeye uğraşmıştır (Kolay, 2017, s. 164). Bir başka örnekte ise, İkinci Dünya Savaşı esnasında British Broadcasting Corporation, haber yayınlarında Adolf Hitler’i yermesi, vaadedilen şeylerin yerine getirilmediğini hatırlatması ve bu durumu halka göstermek amacıyla Hitler’in önceki söylevlerini tekrar gün yüzüne çıkarması karşı propaganda faaliyetleridir (Brown, 2012, s. 87).

2.1.3. Milliyetçilik. Milliyetçilik kavramı 1700’lü yıllardan günümüze kadar birçok modellenme ve intibak sürecinden geçmiştir. Bu süreçte dönemler, politik idareler, ekonomik ve sosyolojik yapılar bu kavramın sürecinde etkili olmuştur (Anderson, 2007, s. 176).

Milliyetçilik nosyonu siyasi ve ilmi sahalarda çeşitli anlamlarda kullanılmaktadır. Bazı kişiler milliyetçilik kavramını bağımsızlık savaşını belirtmek için kullanmaktadırlar. Bazı kişilerde bu kavramı çeşitli toplumlara yönelik zorlama ve yıldırma metodu anlamında kullanmaktadırlar. Ayrıca milliyetçilik kavramı kimi zaman sol, kimi zamanda ise sağ bir düşünce tarzı şeklinde görülmektedir (Winkler, 1978, s. 5).

Alan yazın incelendiğinde milliyetçilik hakkında birçok tanımlama yapıldığı görülmektedir. Milliyetçilik kavramını psikolojik olgu şeklinde değerlendirenler bulunmaktadır. Ayrıca milliyetçiliği bireylerin bir siyasal düzenin tarafları arasındaki toplumsallığa dikkat çeken simgeler ve inanışlarla ilişkili olarak açıklayanlar da vardır (Giddens, 2008). Bazı düşünürler ise milliyetçiliği, kendilerini aynı ulusun bir ferdi

sayan bireylerin, birlikte ve aynı topraklar içerisinde, bağımlı olmadan yaşamak ve içinde bulundukları topluluğun değerini büyütme ve milletini ileriye götürme isteği olarak tanımlamaktadırlar (Temuçin, 2014). Alan yazın incelendiğinde milliyetçilik kavramına yönelik çok fazla bir sınıflandırma yapıldığı görülmektedir.

Liberal milliyetçilik, gelenekselci muhafazakar milliyetçilik, entegral milliyetçilik, sosyalist milliyetçilik, anti-sömürgeci milliyetçilik ve romantik milliyetçilik sınıflamaları bu sınıflamaların birkaç tanesidir (Çancı, 2006). Bu sınıflama türlerinde de görüldüğü üzere, milliyetçilik kavramı dönemlere, politik düzenlere, finansal ve sosyolojik yapılara adapte edilebilen ve bu gibi sebeple de mekan ve sürece göre değişebilen sağlam bir düşünce tarzıdır (Turan, 2011). Milliyetçilik nosyonunun günümüzde sahip olduğu ve milliyetçilik ile özdeşleştirdiğimiz anlam çeşitliliğini, son yüzyıllık süreç içerisinde kazandığı ileri sürülmektedir. Alan yazın incelendiğinde milliyetçiliğin günümüzdeki tanımlamalarından en çok karşımıza çıkanların şunlar olduğu görülmektedir:

- Kavimlerin oluşma ya da gelişim süreci;
- Bir kavime olan aidiyet hassasiyeti ya da şuuru;
- Milletin lisanı ve işaretlerle temsili;
- Bir kavimi temsilen sosyolojik ve politik hareket;
- Genel ve özel olarak bir kavim doktrini ve/veya düşünce tarzı (Smith, 2013).

Bu bağlamda milliyetçilik kavramının düşünürlere, zaman dilimine ve etkilendiği unsurlara göre çeşitli şekillerde olduğu görülmektedir.

2.1.3.1. Milliyetçilik ideolojisinin doğuşu. Milliyetçilik fikrinin tarihi kimi düşünürlere göre 18. yüzyılın sonlarında Herder ve Fichte ile başlamıştır. Kimi düşünürlere göre ise de Kant ve Rousseau ile daha eski bir tarihte başlamıştır (Özkırımlı, 2008). Ancak Kedourie gibi düşünen Modernist kuramcılar, milletçilik fikrinin kökenini 18. yüzyıldan 19. yüzyıla geçişte Avrupa'nın yüksek düşüncesinde aramaktadırlar. O'Brien gibi ilkçi kuramcılar ise milliyetçilik tarihini eski İsrail'e kadar dayandırabilmektedirler (Gellner, 2012). Alan yazın incelendiğinde milliyetçilik ideolojisinin doğuşu hakkında çeşitli bilgilere rastlanmaktadır.

Milliyetçilik kavramı bir düşünce tarzı olarak 18. yüzyılın ikinci yarısında başlayan Sanayi Devriminin ardından Batı Avrupa’da doğmuştur. Sanayi Devrimini uygulayan devletlerde, 15. yüzyıldan itibaren yaşanan topluma ilişkin değişiklik süreci (çağdaşlaşma) hızlanmıştır. Bu hızlanmanın etkisiyle yeni ortak ihtiyaçlar doğmuştur. Sonucunda milliyetçilik ideolojisi toplumsal ve politik alanda ön plana çıkmıştır (Smith, 2001, s. 46, 47).

Çağdaşlaşma ile kurumsal ihtiyaçlar ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaçlara genel olarak milliyetçi ilkeler ile çözümler bulunduğu söylenebilir (Öğün, 2000; Şahin, 2007). Renan’ın “sivil milliyetçilik” olarak tanımladığı milliyetçilik, Fransız Devrimi’nin ardından Batı’da ortaya çıkmıştır. Sivil milliyetçilik yurttaşlığa dayanan ve politik tarafı ağır basan bir milliyetçiliktir. Doğu’da ise ortaya “etnik milliyetçilik” kavramı ortaya çıkmıştır. Etnik milliyetçilikte ise etnik faktörler belirgindir. Milliyetçilikteki bu ayrım çeşitli adlandırmalarla yaygın bir şekilde kullanılmıştır (Sabbagh, 2018, s. 139).

Örneğin, Karl Marx ve Friedrich Engels’in “Avrupalı olan – Avrupalı olmayan milliyetçilik” farkı, Hans Kohn’un “Batılı – isteğe bağlı ile Doğulu – organik milliyetçilik” farkı bu ayrımı açıklamaktadır (Altuntaş, 2004; Dieckhoff & Jaffrelot, 2010). Milliyetçilik kavramının çıkış noktası milletin egemenliği düşüncesidir. Ortaçağ’ın son yıllarına doğru Batı’nın ekonomisi coğrafi keşifler sayesinde içe dönük ve kapalı olmaktan kurtulmuştur. Kapital sisteminin yükselmesine paralel şekilde para ekonomisinin yaygın hale gelmesi, halkın zihinlerinin git gide özgürleşmesi, dünyanın ve toplumun tabiatına dair düşüncelerin laik olmasıyla birlikte bir uyanış başlamıştır. Neticesinde soylu sınıfına ve din adamlarına oranla adetlerine daha az bağlı olan burjuva sınıfı oluşmuştur. Uyanışın sonucunda basmakalıp ekonomik ilişkilerde ve halkın yaşantısında değişiklikler meydana gelmiştir (Selçuk, 2012).

Sosyolojik ve politik yapılanma ulus odaklı olarak meydana getirilirken milliyetçilik sayesinde bütünleşme sağlanmıştır. Siyasi örgüt ve metotların kurumsallığa dönüşmesinde milliyetçilik ideolojisi ve demokrasi devreye girmiştir. Neticesinde son sistem olarak ulus – devlet biçimi oluşmuştur. Modernitenin bir devlet şekli olarak kurumsal hale gelen ulus – devlet, (Coşkun, 1997, s. 175; Giddens & Pierson, 2001, s. 83) modernitenin ait olma, uyum, ortaklaşa olma ve biz olmak gibi ihtiyaçlarına milliyetçilik kavramına yönelik bir cevap verebilmiştir. Demokratik yapıyı kurma ve

yeni meşrutiyet kaynağını bulma gereksinimlerini de karar alma ve yürütme aşamalarında vatandaşa yer vererek gidermeyi başarmıştır. Bir siyasi oluşum olan ulus – devlet biçiminin; ulusal egemenlik ve ulusal kimlik gibi “temel unsurları” ile devletsel bütünlük, politik bütünlük ve yönetsel bütünlük gibi “yapısal özellikler” milliyetçi düşünce tarzının siyasi oluşuma yansımaları olduğu görülecektir (Şahin, 2007, s. 123-131).

2.1.3.2. Milliyetçilik türleri. Milliyetçiliğin genel tanımı "bir milletin özerklik, birlik, kimlik kazanmasına yahut bunları idame ettirmesine yönelik ideolojik bir hareket" (Smith, 2010, s. 122) olarak ifade edilmiştir. Alan yazın incelendiğinde milliyetçilik alanında çalışan araştırmacıların farklı sınıflamalar yaptığı bilgisine ulaşılmaktadır. Yapılan sınıflamaların bir kısmı akademik alanda pek ilgi görmediğini, bir kısmının da yoğun bir şekilde eleştirildiği görülmektedir.

Örneğin milliyetçilik kavramını Snyder (1954) dünya tarihi temellerinde kronolojik şekilde sınıflandırmaktadır. 1815 yılları ve 1871 yılları arasını başlangıç noktası olarak göstermektedir ve bu yıllarda gözlenen milliyetçiliği kaynaştırıcı olarak adlandırmaktadır. 1871 ve 1900 yıllarında oluşan milliyetçiliği dağıtıcı ve 1900 ve 1945 seneleri arasındaki milliyetçiliği saldırgan olarak adlandırmaktadır. 1945 yılından sonra ki milliyetçiliği de çağdaş milliyetçilik olarak adlandırmaktadır.

Hayes (1995) Snyder'den farklı olarak milliyetçilik ideolojisini tarihsel şekilde değil nitelikleri üzerinden sınıflandırmaktadır. Bu sınıflamalar; geleneksel milliyetçilik, jakoben (tepeden inme) milliyetçilik, hümanist milliyetçilik, ekonomik milliyetçilik, liberal ve kaynaştırıcı milliyetçiliktir. Renan ise milliyetçiliği ikiye ayırarak etnik ve sivil milliyetçilik olarak nitelendirmektedir. Renan'a göre sivil milliyetçiliğe genellikle Batı'da vatandaşlık temeline dayanarak rastlanmaktadır. Etnik milliyetçilik ise Doğu tipi soy bağına dayanan milliyetçilik türüdür (akt: Bora, 1995, s. 17). Yine benzer şekilde Karl Marx & Friedrich Engels milliyetçiliği Avrupalı ve Avrupalı olmayan milliyetçilik olarak ayırmaktadırlar (Selçuk, 2011, s. 120-121).

Literatür incelendiğinde Heywood'un yapmış olduğu milliyetçilik sınıflandırması tüm bu milliyetçilik sınıflandırmalarının yanı sıra alan yazında en geniş etkinlik alanına sahiptir. Heywood'un yaptığı sınıflandırmada tarihsel ve coğrafi olana yer vermektedir. Ayrıca milliyetçiliği özellikleri üzerinden liberal, muhafazakar, anti-

kolonyal ve yayılcı milliyetçilik şeklinde sınıflandırmaktadır (Türküne, 2006, s. 637-648).

2.1.3.2.1. Liberal milliyetçilik. Milliyetçilik kuramları ile liberal düşünce, politika alanında birbirine zıt ve uyumsuz olarak görülmektedir. Liberal milliyetçilik kuramı bu zıtlığı ve uyumsuzluğu gidermeyi hedeflemektedir (Tamir, 1993; Miller, 1997, 2000; MacCormick, 1999). ‘‘Liberal milliyetçilik düşünce tarzı en kapsamlı olarak, yurttaş ile devlet arasında hak ve ödevlere dayalı bir anlaşmanın arka planında bağlılık, kendini ait hissetme gibi duygusal bir durum olduğunu belirtmektedir’’ (Selçuk, 2011, s. 121).

Liberal milliyetçilik ideolojisi 18. yüzyıla gelindiğinde bilhassa Avrupa’da ki çoğu devletin yapılanmasında ki başlıca anlayış olarak görülmektedir. Ancak bu anlayışın her devlette aynı özellikleri gösterdiğini savunmak doğru olmayacaktır. Çünkü bu anlayış, olduğu dönem ve coğrafyaya bağlı olarak değişiklikler göstermektedir. İtalya, Fransa, Almanya gibi ülkeler bu anlayış üzerinde ilerlerken, bu devletlerin yakınında bulunun Polonya ve Belçika’daki hürriyet iddiaları, Osmanlı Devleti’ndeki bağımsızlık ayaklanmaları ve Britanya’da ki İrlanda faaliyeti liberal milliyetçilik ideolojisine uygun olmayan olaylardır (Hobsbawm, 1993, s. 127-128).

Liberal milliyetçilik türünün özyapısal konusu, millet fikri ile Jean-Jacques Rousseau’dan sağlanan milli egemenliğe olan inancı birbiri ile birleştirmektedir. 19. yüzyılda milliyetçilerin savaştıkları çok milletli imparatorlukların zor ve baskıcı olmaları sebebiyle bu kaynaştırma oluşmuştur. Örneğin, Giuseppe Mazzini İtalyan devletlerini birleştirmenin yanı sıra zorba Avusturya’nın da tesirini yok etmeyi amaçlamıştır. Bu nedenle bu tür milliyetçiliğin ana mevzusu ulusal kendi akıbetini tayin hakkına bağlıdır. Giuseppe Mazzini’nin amacı bir ulus-devletin kurulmasıdır. Ulus devlette yönetim sınırları genellikle halkın sınırları ile çakışmaktadır. Her şeyin üstünde liberal milliyetçilik prensipleri olan bir milletçilik türüdür. Bir milletin menfaatlerini bir başka ulusun menfaatleri pahasına müdafaa etmektedir (Heywood, 2014, s. 174–176).

2.1.3.2.2. Muhafazakar milliyetçilik. Fransız Devrimiyle (Mezkit, 2014, s. 6; Ergüç, 2013, s. 8) yaşanan sosyolojik değişiklik karşısında kiliselerin ve aristokratik

sistemin tehlike altında olduğunu düşünerek önlem alanların varlığı ile muhafazakarlık kavramı ortaya çıkmıştır.

Edmund Burke muhafazakarlık kavramıyla birlikte anılan bir düşünürdür. Onun bakışına göre muhafazakarlık, köklü değişimlerin karşısında geleneklere zarar vermeyen ihtiyatlı değişiklikleri kabul etmektir. Bu hususta muhafazakarlık değişme karşıtlığı değildir. Muhafazakarlık, makul ve uygun değişikliklerin arkasında duran (Duman, 2004, s. 36-37) bir kavram olarak nitelendirilmektedir.

Liberal milliyetçiliğin ilkesi yurttaş olma iken, muhafazakar milliyetçiliğin ilkesi vatanseverliktir. Vatanseverlik kelime olarak yaşanan toprağı sevmek anlamına gelmektedir. Ancak vatanseverlik daha derin değerler dizisini içinde barındıran bir kavramdır (Üzümlü, 2019).

Muhafazakar milliyetçilikte olmazsa olmaz vatanseverlik olgusudur. Vatanseverlik yaşanan ülke sınırlarındaki mevcut düzenin bütün öğelerini de muhafaza etme yatkınlığını içermektedir. Bu öğelerin ilki millettir. “ Millet, çağdaşlığın en tepedeki sembolik değeridir. Neredeyse din ile bir tutulabilecek kutsal bir yapısı bulunmaktadır. Bu kutsal yapısı dinden ortaya çıkmıştır. Millet, din olgusunun çağdaş, dünyasal ikamesi ve ya en güçlü müttefiki haline gelmiştir. Modern dönemlerde ulusun var ettiği toplumsal hassasiyeti, topluma duyulan bağlılık olarak aramaktadır”(Llobera, 2007).

Muhafazakar milliyetçilik, millet kavramına sıkıca bağlıdır. Çünkü “ bir devletin içerisinde millet ve devlet birleşmesi bir bölüm insanları dışarıda bırakıyorsa bu durum karşı milliyetçilik düşüncesine yol açabilmektedir”(Hobsbawm, 1993, s. 117) ve muhafazakar milletçilik düşüncesi o anki durumu değiştirme eğiliminde olan her unsura karşı uzak durmaktadır. Bu sebeplerden dolayı muhafazakar milliyetçilerin millet üstü kimlik isteklerine, revizyoncu kişilere ve göçmen bireylere karşı refleks olarak korumacı bir özelliğe sahip olduğu görülmektedir.

2.1.3.2.3. Yayılmacı milliyetçilik. Yayılmacı milliyetçilik fikri, milliyetçilik ideolojisinden aldığı güç ile mevcut olduğundan daha geniş sahalara ulaşmayı amaçlayan milliyetçilik çeşididir. Şöyle ki milliyetçilikten elde edilen “ulusun değerlerini, diğer bütün değer ve menfaatlerden üstün tutan bakış” (Hroch, 1985, s. 65) yayılmacı milliyetçilik fikrinde saldırgan ve askeri zihniyet gibi faktörler ile

donatılarak açıklanmaktadır. Şovenizm akımı ile kendini göstermesi bu sebepten kaynaklanmaktadır.

Yayılmacı milliyetçiliğin tek amacı sadece topraklar üzerinde genişlemek değildir. Yayılmacı milliyetçilik, üstün görülen kültürün de yayılmasını amaçlamaktadır. Bazen coğrafi yayılma ile eş zamanlı, bazen de ayrı ayrı ilerleyen süreçte kendi ulusunun müşterek değerlerini diğer uluslara benimsetmek ve bu değerleri dayatmak suretiyle hareket etmektedir. Carr (1999, s. 8-29) bilhassa Avrupalı ülkelerin kültürel yayılmacı milliyetçilik için aşırı çaba gösterdiğine dikkat çekmektedir ve Avrupa’da ki devlet düzeninin dünyada ki diğer yerlere ulaştırılabilmesi için milliyetçiliğin bir katalizör görevi gördüğünü söylemektedir. Bu süre zarfında “bir takım savaş ve bir parça diplomatik çalışmalardan bahsedilebilir, ancak gereğinden fazla olabilecek şeylere gereksinim duyulmamıştır”(Gellner, 2012, s. 53). Zira “ devleti yönetenler bazen şovenizm bazen de resmi olmayan milliyetçilik hisleri üzerinden bilhassa alt ve orta sınıftaki insanları isteklendirme de kayda değer bir başarı elde etmişlerdir”(Hobsbawm, 1993, s. 112-113).

Sömürgeci batılı ülkelerin, Afrika topraklarında koloniler yaratması veya Nazi Almanyası’nın Polonya ve Çekoslovakya topraklarını istila etmesi gibi tarihteki olaylar yayılmacı milliyetçilik fikrine örnek gösterilebilir. Yakın tarihte yaşanan bir olay olarak Rusya Devleti’nin Kırım topraklarını işgal etmesi ve ilhakına yönelik yürüttüğü politikası da bu anlayışa örnek verilebilir (Başaran, 2018).

2.1.3.2.4. Anti – Kolonyal milliyetçilik. Anti – kolonyal milliyetçilik, yayılmacı milliyetçilik fikrinin tam tersi yönünde konumlandırılabilir. Bu milliyetçilik fikri anti – emperyalist veya yayılmaya karşıt olan milliyetçilik şeklinde nitelendirilmektedir. Kötüye kullanıldığı fikrine sahip toplumların, kendilerini sömürenlere yönelik ayaklanmalarına uygun argümanlar anti – kolonyal milliyetçilik fikrinde mevcuttur (Üzümlü, 2019).

2. Dünya Savaşı’ndan önceleri Afrika’nın kimi yerlerinde ve Asya’da milliyetçilik ideolojisi hatırı sayılır ölçüde bir güç olmaya başlamıştır. Yerli önderler o dönemlerde Avrupa’da eğitim almışlardır ve Avrupalı kişiler ile temasları olmuştur. Bu sayede milliyetçilik ideolojisini öğrenip kendi ülkelerine döndüklerinde topluluklar arasında propagandasını uygulamışlardır. Bu gelişmenin bir sonucu olarak 2. Dünya Savaşı,

Batı emperyalizminin kabul edilmeyip, dağılmasında belirleyici bir dönüm noktasıdır (Hayes, 1995, s. 215).

Ulus – devlet, anti – kolonyal milliyetçiliği uygularken çoğunlukla çözücü bir tavra bürünmektedir. “Başka kimlik iddiasında bulunan ve geçen yüzyıl içerisindeki süreçte ulus devlet olamayan birçok toplum, var olan ülkelerin karşına dikilmektedir ve onlardan ayrılıkçılık veya özerklik talep etmektedirler. Bu husus milliyetçiliğin bölünerek büyümesini ve enternasyonal bağlantılarda da gergin ortamlar oluşturmaya sebep olmaktadır” (Habermas, 2002, s. 8). Bu gibi nedenlerden dolayı bu tür milletçiliğin gelişmemiş toplumların bulunduğu alanlarda daima ortaya çıkabilme olasılığı taşıdığı yorumuna ulaşılmaktadır.

2.1.3.3. Milliyetçilik kuramları. Araştırmalar kapsamında milliyetçilik kuramları genel haliyle üç grupta ele alınabildiğini söyleyebiliriz. Bu gruplardan ilki “İlkçi” (Primordialist) yaklaşımdır ki “İlkçi” yerine “özcü” (essentialist) olarak adlandıranlar da vardır (Özkırımlı, 2008, s. 77). Milliyetçilik kuramlarının ikincisi Modernist yaklaşımdır, üçüncüsü ise Etno-sembolcü yaklaşımdır.

2.1.3.3.1. İlkçiler. İlkçilik kavramı bir teoriden ziyade bir bakış açısıdır. İlkçi yaklaşımda ulus “doğal” şekilde görülmektedir. İlkçi düşünürlere göre durağan ve devamlı bir fenomen olan uluslar; önceki dönemlerden günümüze kadar varlığını sürmektedirler. Romantizm akımının ve Johann Gottfried Herder’in ilkçi yaklaşıma önemli ölçüde bir etkisi bulunmuştur. İlkçi düşünürler milletlerin, belirli koşullar altında ve tarihin belirli bir devrinde ortaya çıkmadığını savunmaktadırlar. Onlar, önceki dönemlerde de milletlerin altın çağları ve kahramanlarının var olduğu fikrindedirler. Herder milletlerin hayatında bulunan adetlerin, efsanelerin ve inanışlarının ehemmiyetini vurgulamaktadır. Ayrıca Heder, ulusların dil ve medeniyetleriyle oluştuklarını savunmaktadır (Gökalp, 2007, s. 281-282).

Johann Gottfried Herder tüm milletlerin bir “Volksgeist”ı bulunduğu düşüncesini savunmaktadır. Volksgeist medeniyet ve bilhassa dilden oluşan bir halk kimliğidir. Ulusal yaratıcılığın menşei olan Volksgeist, efsanelerde, melodilerde ve mitlerde görülmektedir (Türküne, 2013, s. 633). Bu bağlamda ulusları var eden ruhun kökenin geçmişte olduğu ve bu güne kadar çeşitli yollardan ulaştığı görülmektedir.

İlkçi milliyetçilik teorilerini etnik sınıflarla ilgili yapılan araştırmalara bağlantılı bir şekilde incelemek gerekmektedir. İlkçilik yaklaşımının şekil almasında etnik kimliğe yönelik yapılan çalışmalar etkili bir faktör olmaktadır. İlkçilik nosyonu, Geert Hofstede ve Edward Shils'in araştırmalarında etnik bağıntıları açıklamak için kullanılmaktadır. İlkçilik fikri içerisinde üç farklı bakış açısını barındırmaktadır. Bunlar: natüralist, kültürel ve biyolojik olarak isimlendirilmektedir (Özkırımlı, 2008, s. 83) ve de bu bakış açısı aralarında önemli benzeşmezlikler vardır. İlkçilik bakış açılarının en aşırısı doğalcı bakış açısı sayılabilir. Bu bakış açısı, etnik kimliği koku alma, görme hissi, cinsiyet kavramı veya konuşma kabiliyeti kadar doğal olarak değerlendirmektedir. Bireyler, nasıl bir aile içinde dünyaya geliyorsa, bir etnik grup içinde de dünyaya gelirler. Demek ki bireylerin çeşitli etnik topluluklara bölünmesi doğal nizamın bir gereğidir. Bu etnik topluluklar farklı etnik gruba ait kişileri dışlama eğilimi göstermektedirler. Yaklaşım, uluslar ve etnik topluluklar arasında herhangi bir ayırma yapmadan, milliyetçilik ideolojisini her devirde insanlığın temel özelliği olarak kabul etmektedir (Smith, 2002, s. 29; Özkırımlı, 2008, s. 85).

2.1.3.3.2. Modernistler. “Modernist” olarak isimlendirilen yaklaşımı savunan kuramcılar, kendi aralarında ciddi düşünce farklarının olmasıyla birlikte, ilkçi fikrin akademik camiada etkinliğinin kaybolmasında belirleyici olmuşlardır. Modernist fikrinin en ünlü kuramcıları arasında Balibar, Anderson, Gellner, Hobsbawn, Bhabba, Nairn, Brass, Hroch, Breuilly ve Chatterjee bulunmaktadır. Modernist yaklaşım milliyetçi teoriler içinde paradigmatic bir alan elde etmiştir. Modernist teori, ulus olgusunun doğal ve köklerinin eski dönemlere kadar giden bir olgu olmadığını savunmaktadır. Uluslar modern dönemin getirdiği şartlar neticesinde oluşmuştur. Sanayinin artması, kapitalizm sistemi, şehirleşme, merkezi devletlerin oluşması ve laikleşme gibi çağdaş gelişmeler ulusların oluşmasında etkili olan etmenlerin başında gelmektedir. Modernistlere göre uluslar, milletçilik döneminin bir mamulüdür. Milliyetçiliği uluslar yaratmamış, ulusları milletçilik var etmiştir (Özkırımlı, 2008, s. 105-106; Gökalp, 2007, s. 282; Gellner, 2012). Uluslar ülkeleri var etmemişler, tam tersine ülkeler ulusları yaratmışlardır. İtalya Devleti'nin kurulmasında etkin bir rolü bulunan Massimo d'Azeglo bu hususu şöyle anlatmıştır: “ İtalya'yı var ettik. Şimdi ise İtalyanları var etmeliyiz” (Akt. Gökalp, 2007, s. 282). Bu bilgidен hareketle

ulusların tarihin belirli bir devrinde oluşan gelişmeler neticesinde devletler aracılığıyla inşa edildiği bilinmektedir. Yani bu yaklaşımda ulusların geçmişin derinliklerinden günümüze kadar gelen doğal fenomenler olmadıkları yorumuna ulaşılabilmektedir.

Modernist fikrinin önde gelen savunucularından biri olan Benedict Anderson milliyetçilik kavramını “hayali bir cemaat” şeklinde vasıflandırmaktadır. Anderson ulus ve milliyetçiliği kültürel bir yapıntı olduğunu savunmaktadır. Ayrıca ulusun hayali bir politik grup olduğunu ileri sürmektedir. Anderson’a göre vatandaşların her bir tanesi ulusun diğer vatandaşlarını bilmediklerini ve o vatandaşların hakkında herhangi bir şey duymamış olmalarına rağmen, ulusun her bir vatandaşının aklında toplum üyelerinin toplamalarının düşleri yaşamaktadır (Anderson, 2007; Gökalp, 2007, s. 283). Ulusların sınırlanmış olarak hayal ettiğini iddia eden Anderson, ulusların hiç birinin kendini insanlığın hepsini kapsayacak şekilde hayal edemediğini söylemiştir. Milliyetçi ideolojisini savunanların hiç birisi bir gün tüm insanların kendi ulusundan olmasını hayal edememektedirler. Oysa geçmişte tüm dünyanın Hristiyan olması hayal edilmekteydi (Anderson, 2007). Bu bilgiler ışığında modern milliyetçilik fikrinin insanlık namına ilerici bir fikir olmadığı yorumuna ulaşılmaktadır.

2.1.3.3.3. Etno – Sembolcüler. Etno-sembolcü yaklaşım ilkçi yaklaşım ile modernist yaklaşımın arasında kalan bir yaklaşımdır. Anthony D. Smith, etno-sembolcü yaklaşımın en önemli temsilcisidir. Smith ulusun çağdaş bir fenomen olduğunu ve bir fikir olarak 19. yüzyıldan sonra oluştuğunu iddia etmektedir. Bununla birlikte bilhassa Avrupa ve Orta Doğu’da köklerinin eskilere dayandığı etnik grupların var olduğuna dikkat çekmekte ve bu etnik gruplarla çağdaş ulusların arasında bir bağ olduğunu ileri sürmektedir. Smith, etnik gruplarla çağdaş uluslararası direkt bir bağ olmasa ve çeşitli etnik grupların ulus konumuna gelemediğini ifade etse de, çağdaş ulusların ve milliyetçiliklerin meydana gelmesinde daha önceki zamanlardaki etnik grupların etkisinin olduğunu ileri sürmektedir. Çağdaş ulusları anlamak için ilk başta kendilerini önceleyen etnik grupları anlamak gerekir. Bu çerçevede Smith milletin tanımını yapmaktadır: “tarihi bir toprağı/ülkeyi, ortak mitleri ve tarihi belleği, kitleyi bir kamu kültürünü, ortak bir ekonomiyi, ortak yasal hak ve görevleri paylaşan bir insan topluluğunun adıdır (Smith, 2010, s. 32). İkinci olarak milletler, kültürel benzerliğin açıklaması maksadıyla milliyetçilik aracılığıyla yoktan var edilen bir

kurgudur görüşü geniş çapta kabul görmektedir (Gellner, 2012). Veya hayal edilmiş bir siyasal gruptur (Anderson, 2007). Bu görüşü savunan düşünürlere göre milliyetçilik kavramının, tarihte her dönemde var olan bir fenomen olmadığı, aksine tarihsel bir kırılmayla moderniteyle beraber ve kapitalist sistemin getirdiği kültürel alışverişle, hedefe yönelik özellikler seçilerek ve yönlendirilerek meydana getirildiğini iddia etmektedirler (Yücel, 2006, s. 5). Birçok fikir insanı milliyetçilik ideolojisinin kapitalist sistemle bağlantılı olduğunu ve milliyetçi fikrinin savunulmasında burjuvazinin göz önüne çıktığını savunmuşlardır (Aktoprak, 2009, s. 137).

2.2. İlgili Araştırmalar

Alan yazın incelendiğinde spor, propaganda ve milliyetçilik ilişkisini birlikte ele alan bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Ancak “spor ve milliyetçilik”, “spor ve propaganda” konuları ile ilgili çalışmalar olduğu görülmektedir.

Şahin, Yenel ve Çolakoğlu (2010), yapmış oldukları çalışmada spor ve milliyetçilik etkileşimini ulusal kimlik oluşturmada sporun yeri ve önemi üzerinden incelemişlerdir. Çalışmada spor ve milliyetçilik ilişkisini derinlemesine incelemişler ve spor ile ilgili örnekler ile desteklemişlerdir. Çalışmanın neticesinde sporun milliyetçiliğe dair rolünü; Devletlerin gelişiminde, uluslar arası spor müsabakaları ulusal kimlik ve milli rekabetin inşasından olmak üzere ikili bir görev yüklenmesi, politikanın ihtiyaç duyduğu milliyetçiliğin, spor müsabakalarında bir etken olması, sporun toplumsal sınıfların “yapılışında”, milli kimliklerin kuruluşunda etkin ve saldırgan, güçlü erkeklik mitinin cisimleşmesine yol açan etkinlik olması, Sporun varolabilecek küçük iç bölünmeleri aşarak ve yerinden ederek, milletin „biz“ olarak kurulmasını sağlayan bir alan olması, kalabalıkların sportif başarıları tattıkça, ulusal spor kavramları ile kendisini tanımlamasıyla vatanseverliği pekiştirmesi, uluslar arası sporun, ulusal farkındalığı kimliği canlandırması ve sporda ferdi ve takım başarısıyla milli bilinç, gurur ve birlik duygusu canlandırabilmesi, ayrıca sporun muhtelif topluluklar arasında milli birliğin inkişafında bir enstrüman olarak görülmesi sonucuna ulaşmışlardır.

Saygın (2012), yapmış olduğu çalışmasında futbol ve milliyetçilik ilişkisini Türk milli takımının katıldığı dünya kupalarının hürriyet gazetesi üzerinden çözümleyip incelemiştir. Çalışmasını “Dünyada Futbolun Gelişimi”, “Osmanlı İmparatorluğu ve

Türkiye Cumhuriyetinde Futbol”, “1950, 1954 ve 2002 Dünya Kupaları’nda Hürriyet Gazetesi’nde Yer Alan Türk Milli Takımı Haberleri ve Bu Haberlerdeki Milliyetçi Söylemin Çözümlemesi” şeklinde üç bölümde gerçekleştirmiştir. Çalışmanın neticesinde modern futbolun izlerinin, genel kabul gören bir yargıya göre doğduğu yer kabul edilen İngiltere’de sürüldüğü ve Sanayi Devrimi’nin etkisiyle futbolun milli çekişmelerden önce sınıf çatışmalarına yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır. Milyonlarca insanı etkileme gücüne sahip iki popüler olgu olan futbol ve milliyetçiliğin birbirleriyle ilişkilendirilmeye başlaması ise milliyetçi hareketlerin yoğun olduğu 20. yüzyılın başlarında olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca, futbol üzerinden milliyetçilik devşirilmesinde iktidarların, basının, tribünlerin ve hatta futbolcuların payının çok büyük olduğu, iktidarlar tarafından kullanılan ve “ötekiler” yaratarak yabancı düşmanlığını besleyen futbol ve milliyetçilik olgularının birlikteliği, ideolojileri aktarmada ve kitleleri yönlendirmede en önemli kurumlardan biri olan basın katkısıyla pekiştiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Gülada (2019), yapmış olduğu çalışmada spor ve propaganda ilişkisini spor yayıncılığı kapsamında 1936 Berlin Olimpiyatları’nın belgeseli olan Olympia filmi üzerinden incelemiştir. Çalışmada Nazi Almanyası dönemindeki spor yayıncılığı aracılığı ile yapılan propagandayı nitel araştırmalar içerisinde bulunan göstergebilimsel analiz metodunu kullanarak analiz etmiştir. Çalışmada Olympia filminden seçmiş olduğu “Kitleler”, “Hitler”, “Sporcular”, “Askerler”, “Siyahiler” olarak beş sekansı analize tabi tutarak incelemiştir. Çalışma sonucunda yapılan film üzerinden Nazi ideolojisinin propagandasını olumlu bir imaj ile yapıldığını saptamıştır.

Çakı (2019), yapmış olduğu çalışmada spor ve propaganda konusunu Nazizm ideolojisiinde sporun sunumunu Nazi propaganda posterleri üzerinden incelemiştir. Çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analizi kullanmıştır. Çalışmada “Özgürlük, Ari Irk, SA, Alman Toplum, Zafer” başlıkları altında beş propaganda posterini analiz etmiştir. Çalışmanın neticesinde Nazi Almanyası’nda basılan propaganda posterlerinde Nazizm ideolojisinin doğrudan etkisi olduğu ve spor üzerinden Nazi propagandası yapıldığı sonucuna ulaşmıştır.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin toplanması ve verilerin analizi alt bölümleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Nitel araştırma çeşitli değerler dizisini, farklı araştırma metotlarını, farklı veri toplama ve analiz tekniklerini altında barındıran bir terimdir. Punch (2011, s. 132) kitabında, nitel araştırma teriminin sadece tek bir varlık değil, kocaman çeşitliliği kapsayan şemsiye bir terim olduğunu belirtir. Alan yazın incelendiğinde sporla ilgili çalışmalarda da bu çeşitliliği kapsayan nitel araştırma tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir.

Spor, içerisinde bulundurduğu ilişkiler, kendine özgü öğrenme alanı, kurumsal ümitler ve çeşitli katılım sebepleriyle bir sosyal etkileşim mecrası olarak, nitel araştırmalar için kompleks ve meydan okuyucu bir saha sunmaktadır (Hastie & Hay, 2012). Spor alanında bulunan farklı, yoğun, zengin, karmaşık ve tahmin edilemeyen anlamların, süreçlerin ve bağlamların çoklu dünyasını kavrayabilmek zordur (Koca, 2017). Nitel Sosyal Araştırmalar Forumu Spor Bilimleri Özel Sayısının editörleri Stelter, Sparkes & Hunger (2003), nitel paradigmanın kendine has güçlü yanları olduğunu ve bu nedenle spor dünyasında bulunan anlamların, bağlamların, öngörülemeyen olguların, süreçlerin ve açıklamaların çok boyutluluğunu kavrama yeteneğine sahip olduğunu belirtirler. Tüm bu bilgiler ışığında bu çalışmada literatür taraması ve betimsel durum analizi tekniği kullanılmıştır. Literatür taramasından elde edilen bilgiler materyal olarak kullanılmıştır. Kullanılan bilgiler (veriler), belgesel kaynak tarama, çözümleme tekniği ile elde edilmiştir.

Betimsel araştırmalar mevcut olayların daha önceki olay ve koşullarla ilişkilerini dikkate alarak, durumlar arasındaki etkileşimi açıklamaya çalışan, olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların ne olduğunu betimleyen

araştırmalardır (Kaptan, 1995, s. 59). Çalışmada, mevcut durumu sorgulayan betimsel araştırma modellerinden tarama deseni kullanılmıştır. Tarama deseni, önceden ya da şuanda var olan bir durumu var olduğu haliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve var olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Demetrovics & Kurimay, 2008).

3.2. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak doküman analizi kullanılmıştır. Araştırma konusu ile ilgili çalışmalara ulaşmak adına veri tabanlarında *milliyetçilik*, *spor*, *propaganda* anahtar sözcükleri kullanılmıştır. Çalışmada YÖK Tez, Google akademik, üniversite elektronik kütüphaneleri ve internet veri tabanları kullanılmıştır. Veri tabanlarından elde edilen çeşitli tez, makale ve yazılar doküman olarak alınmış ve incelenmiştir.

3.3. Verilerin Analizi

Nitel çalışmalarda elde edilen verilerin analizinde genellikle içerik analizi veya betimsel analiz kullanılmaktadır. İçerik analizinde, araştırmaya dair kalıplar, temalar, önyargılar ve anlamlar belirlenmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda elde edilen veriler dikkatli, derinlemesine ve belli bir sistemle incelenmekte ve yorumlanmaktadır. Betimsel analizle yorumlanan ve özetlenen veriler, içerik analizi ile detaylı bir işleme tabi tutulur ve yeni olgular veya olgular arası ilişkiler bulunur. İçerik analizinde esas olan birbirine benzer olan verileri, belli olgular ve temalar çizgisinde toparlamak ve bu bilgileri okuyucunun anlayabileceği bir düzeyde düzenlemektir (Baltacı, 2017; Guba & Lincoln, 1994; Maxwell, 2008; Pope, Ziebland & Mays, 2006). (Akt. Baltacı, 2019).

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırma bulguları ve bulgulara dayalı olarak yapılan yorumlar yer almaktadır. Araştırmada elde edilen bulgular ve yorumlar, araştırmanın alt problemleri doğrultusunda sunulmuştur.

4.1. 1936 Berlin Olimpiyatları

Alan yazın incelendiğinde 1936 yılında Almanya'nın Berlin kentinde yapılan 11. Olimpiyat Oyunları'nın spor, propaganda ve milliyetçilik konuları açısından oldukça büyük bir öneme sahip olduğu bilgisine ulaşılmaktadır.

Nazi Almanya'sı, uluslararası arena da itibarlı bir görüntü elde edebilmek ve Nazizm ideolojisinin ırkçı kuramlarının haklı olduğunu gösterebilmek amacıyla olimpiyat oyunlarını propaganda amaçlı kullanmayı tasarlamıştı. Ayrıca bu organizasyonda antisemitist ifadelerini de etkin bir biçimde göstermek istemişti. Ancak uluslararası arena da oluşabilecek boykotlar nedeniyle Yahudilere karşı yapılan bu antisemitist propaganda etkinlikleri geçici olarak kaldırılmıştı (Guttmann, 2006, s. 65). Nitekim Nazilerin Yahudiler için yapılan uygulamalarından ötürü bu organizasyonun Almanya'da yapılması tartışma konusu olmuştu (Kass, 1976, s. 223). Bu sebeple Nazilerin olimpiyat organizasyonundan önce Yahudilerin aleyhinde yapılan birçok şeyi kaldırdığını, kendilerini dost ve barışçıl olarak göstermeye çalıştıkları görülmektedir.

Naziler sporla birlikte Alman ruhunun katılacağı ve Almanya'daki gençler arasında birliktelik oluşturacağı fikrine inanmaktaydı ve bu yüzden Naziler için spor etkinlikleri büyük önem arz etmekteydi. Ayrıca sporun güçsüzleri elemenin bir yolu olduğu fikrine sahiptiler. Çünkü Nazilerin ideolojilerine göre dünya yaşamı bir mücadele ibaretti. Doğadaki bu mücadelede söz hakkı zayıfı alt eden güçlüye ait olduğu fikrini iddia etmekteydiler. Bu bakımdan spor etkinliklerinin Alman halkının güç kazanmasına ve

rakipleri ile mücadelesinde zafer kazanmasına yardımcı olacağına inanılmaktaydı. Olimpiyat oyunları siyasi anlamda bir dönüm noktası oluşturdu (Wenn, 1991, s. 319).

Bu aşamada Nazi hükümeti, Olimpiyat Oyunları'nı bütün dünyaya direkt olarak aktarabilmek için birçok dilde radyo yayınlarının yapılmasını sağlamıştı. Öte yandan organizasyonun, televizyon aracılığı ile canlı şekilde yayınlanabilmesi amacıyla Telefunken'in araçlarından yararlanmıştı. Bu amaçla televizyon istasyonundan yayın yaparak, Potsdam ve Berlin'deki özel izleme odalarına ve birkaç tane özel televizyon birimine 70 saati aşan bir yayın yapılmıştı. Bu özelliği ile Berlin'de yapılan bu olimpiyat oyunları televizyonda canlı olarak yayınlanan ilk olimpiyatlar olması nedeniyle yenilikçi bir imaj yaratmaktaydı (Large, 2012, s. 60).

Nazi hükümeti bu organizasyondan sonra olimpiyat oyunlarını ülkede çok daha etkin bir propaganda aracı haline getirmek için filme çekilmesine karar vermişti. Bu film için çok büyük bir bütçe hazırlamıştı. Filmin çekilmesi için İradenin Zaferi (Triumph des Willens) filminin yönetmeni Leni Riefenstahl ile anlaşılmıştı (Mackenzie, 2003, s. 305). Riefenstahl'e film çekimi sırasında Nazi rejimi tarafından önemli destekler sağlanmıştır. Riefenstahl, filmi Olympia 1. Teil - Fest der Völker (Halkların Festivali) ve Olympia 2. Teil - Fest der Schönheit (Güzellik Festivali) olarak iki bölümde yayınlanmıştı. Film direkt olarak Nazi yönetimini öven bir propaganda filmi olarak çekilmemişti (Murray, 1992, s. 40). Ancak burada spor filmi içerisine gizlenen bir Nazi propagandasından söz edilebilir. Gülada (2019), çalışmasında Olympia filmi incelenmiştir. Araştırmada yapılan propagandalar beş grupta yorumlanmıştır. Bunlar; “Kitleler, Hitler, Sporcular, Askerler ve Siyahiler” olarak incelenmiştir.



Şekil 1. Kitleler (Gülada, 2019)

Berlin Olimpiyatlarını izlemeye gelen kitlelerinin sağ ellerinin yukarıya kaldırdığı gör÷lmektedir. Seyirciler bu hareketi ile Hitler selamı yapmaktadırlar. Bu durumda Alman halkının Nazi ideolojisine destek verdiği izlenimi yaratılmak istendiği yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 2. Hitler

Hitler beraberindeki heyetle birlikte olimpiyat bayrağını kendi selamı ile selamlamaktadır. Burada kendisinin Almanya üzerindeki otoritesinin güçlü olduğunu ve ideolojisini yaşattığı fikrini göstermeye çalıştığı yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 3. Sporcular

Olimpiyat oyunlarına katılan sporcuların yürüyüş kortejinde Hitler selamını yaptıkları görülmektedir. Bu durumda başka milletlerden olan sporcularında Nazizm ideolojisini tanıdıkları ve Hitler'e destek olduğu mesajı verilmek istenmiştir. Bu bağlamda ise Hitlerin uluslararası arenalarda kendi ideolojisine destek bulduğu algısı yaratılmak istendiğini görülmektedir.



Şekil 4. Askerler (Gülada, 2019)

Olimpiyatlarda sporcuların geçtiği kortejden Alman askerlerinin geçtiği görülmektedir. Bu durumda Alman halkı gibi Alman ordusunun da Hitler'e bağlı olduğunu ve olası bir savaşa hazır oldukları algısı görülmektedir. Ayrıca bu yürüyüşle birlikte Alman ordusunun bir gövde gösterisi yaptığı yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 5. Siyahiler

Alan yazın incelendiğinde 1936 Olimpiyatları'nda yarışmacıların siyah ve beyaz ırk şeklinde sunulduğu görülmektedir. Nazizm düşüncesinde insanlar içerisinde ırk ayrımı yapılmaktaydı. Irklar aşağı ırk (Untermensch) ve üstün ırk (Herrenrasse) şeklinde sınıflara ayrılmaktaydı. Almanların yönetici olma özelliğine inanılmakta ve bu yüzden Almanlar üstün ırk olarak nitelendirilmekteydi ve siyahi kişiler üzerinde egemenlik kurabilecekleri düşünülmekteydi. Öte yandan 1936 Olimpiyat Oyunlarında Amerikalı siyahi atlet Jesse Owens büyük başarılar elde etmişti. Bu durum Nazizm ideolojisinde ki ırksal kuramların prestij kaybetmesinin bir göstergesi olmuştur (Kessler, 2011, s. 141). Bu bağlamla sporcuların yarışı adeta ırkların yarışı şeklinde gösterildiği yorumuna ulaşılmaktadır.

4.2. 1968 Mexico Olimpiyatları

19. Olimpiyat Yaz Spor Oyunları 12-27 Ekim 1968 tarihleri arasında Meksika'nın başkenti Mexico City'de gerçekleşti. Bu olimpiyatlar için Amerika'nın Detroit şehri, Fransa'nın Lyon kenti ve Arjantin'in başkenti Buenos Aires aday olmuştu. Olimpiyat tarihinde oyunlar ilk kez Latin Amerika'da İspanyolca konuşulan bir ülkede gerçekleştirildi. Olimpiyatlarda 18 spor branşında 172 karşılaşma yapıldı (Gürsoy, 2015).

Çoğunluğu Afrika'dan olan 40 ülke, Güney Afrika Cumhuriyeti'nin çıkarılmaması halinde olimpiyatı boykot edeceğini açıklamışlardı. Bunun üzerine Uluslararası Olimpiyat Komitesi Güney Afrika Cumhuriyeti'ni olimpiyat oyunlarından çıkardı (Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi, 2018). Alan yazın incelendiğinde bu ülkelerin Güney Afrika Cumhuriyeti yönetiminin beyazların elinde olmasından dolayı Güney Afrika Cumhuriyeti'nin oyunlardan çıkarılmasını istedikleri bilinmektedir. Bu olayında milliyetçi tutumla yapılan bir propaganda faaliyeti olduğunu söyleyebiliriz.

Bütün dünyanın dikkatle izlediği olimpiyat oyunları, ideolojik kitlelerinde kendi menfaatlerine yönelik eylemler düzenlemeleri için büyük bir fırsat olmuştur. Olimpiyatlardaki ideoloji odaklı olaylar ilk defa 1968 yılında yapılan Meksika Olimpiyatları'nda yaşanmıştır. Bir grup genç olimpiyatlar için ülkelerinin fazla para harcamasını protesto edip, bu paraların sosyal harcamalar için kullanılmasını talep etmişlerdir. Protesto sonucunda eylem yapan gençlere polis ateş açıp, 267 kişinin ölümüne sebep olmuştur (Kozanoğlu, 2006). Eylemi yapan gençler seslerini

duyurmanın haricinde harcanan paralar için dikkat çekici görsellerle protestolarını gerçekleştirmişlerdir (Hill, 1992).



Şekil 6. Plaza de Las Tres Culturas

Alan yazın incelendiğinde protesto ve boykotların olimpiyatlar sırasında da devam ettiği görülmektedir. Olimpiyatlarda 200 metre koşusunda Amerikalı iki siyahi atlet birinci ve ikinci olmuşlardı. Ödül töreninde kürsüye siyah eldivenleri ile çıkmışlar ve eldivenli ellerini kaldırıp Amerika'daki siyahi vatandaşlara yapılan ırkçı davranışları boykot edip tüm dünyaya duyurmaya çalışmışlardı (Arnold, 1983). Ayrıca oyunlarda Amerika vatandaşı olan sporcuların Amerika'yı ırkçılık ile suçlaması ilgi çekici bir olaydır (Karahan, 2015).



Şekil 7. Tommie Smith ve John Carlos'un protestoları

Tekin ve Taş (2020) çalışmasında Amerika Birleşik Devletleri'nde köleliğin 19. yüzyılın sonlarına doğru bittiği halde Afrikalı Amerikanların 20. yüzyılın ortalarına kadar türlü ayrımcılıklarla mücadele ettiğini, Amerika tarihinde eşitlik amacıyla ve zaferle neticelenen çok fazla girişimin olduğunu ancak yine de ırkçılık politikasının yok edilemediğini belirtmişlerdir. Bu bilgiden hareketle Smith ve Carlos'un Amerika'da ki siyahilerin haklarının müdafaası için ve onların ırkçılıkla olan mücadelelerine dikkat çekmek için sporu bir propaganda aracı olarak kullanıp bu durumu tüm dünyaya duyurmak istedikleri görülmektedir.

Alan yazında bu olaydan sonra Smith ve Carlos'un madalyalarının elinden alındığı ve olimpiyat köyünden kovulduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Ancak bu durum Olimpizm ruhuna ve felsefesine uymamaktadır. Mental ve fiziksel bir uyumun neticesinde ortaya çıkan bir yaşam formu şeklinde Olimpizm ruhunu görmek gerekmektedir. Olimpizm ruhsal ve bedensel güzelliğin birleşmesini temsil etmektedir. Olimpizm felsefesi bir ülkeye veya rastgele bir gruba ait değildir. Olimpizm tüm insanlığın birleşmesine katkıda bulunan ortak bir değerler bütünüdür. Olimpiyat oyunları cinsiyet, dini görüş, dil ve etnik ırk ayrımı gözetmeksizin tüm sporcuların bir arada olmasına vesile olan bir felsefi görüştür (Erdal, 2007).

4.3. Naim Süleymanoğlu

Bulgar tarihinde iktidar, farklı ideolojik gruplar arasında değişse de her iktidarın Türk düşmanlığı var olmuştur. 1934 ve 1944 yılları arasında Almanların desteğini alan faşist görüşündeki iktidar, yönettikleri süre boyunca Türklerin asimilasyonu için büyük çabalar harcamışlardır. Bulgar yönetimi bu hususta bilimsel çalışmalar yaptıklarını, Bulgar topraklarında yaşayan Türklerin aslında Türk olmadığını, 500 yıllık Osmanlı egemenliği boyunca cebren Müslümanlaştırılmış Bulgarlar olduğu fikrini öne sürmüşlerdir (Tahir, 2015, s. 579).

1944 yılında Sovyet ordusunun işgali üzerine komünistler iktidarı ele alınca bir süreliğine de olsa bu durum bahar havası yaratmıştır. Ancak kısa bir süre sonra yeniden Türklerin asimilasyonuna yönelik politikalar devreye girdi. Yaklaşık 50 yıl boyunca iktidarda kalan komünist rejim Türklerin kültürünü ve kimliğini değiştirebilmek amacıyla her metodu denemişlerdir. Ama tüm baskı ve uğraşlara rağmen istediklerini

gerçekleştiremeyen Bulgar Komünist Parti idarecileri toplama kamplarını kullanmaktan bile geri durmamıştır (Ulutaş ve Yavuz, 2020).

Daha sonraları hükümet bir taraftan art arda özgürlükleri duyururken bir taraftan da Ocak 1948’de Bulgar Komünist Partisi Merkez Komitesi, ülkede yaşayan Türklerin güvenilmeyecek bir unsur olduğuna ve bir kısmının Bulgaristan topraklarından çıkarılmasına karar vermiştir. Bir ay sonra ise Vatan Cephesi Milli Şurası’nın altında Azınlık Komisyonu oluşturulmuştur. Türklerin Bulgar topraklarından ihracına yönelik somut adımlar, 1949 yılından itibaren ilgili heyetlerin kararları doğrultusunda atılmaya başlanmıştır. 1950 ve 1951 yılları arasındaki göçler, bu kararların neticesinde yaşanmıştır (Валери, 1998, s. 103-110).

1956 yılında tek ve bütün Bulgar Halkı ifadesi ön plana çıkmıştır. Bu durumda Bulgar Komünist Partisi yeni azınlık politikasını iki ana unsura dayamaktadır. Bu unsurlardan birincisi Bulgaristan’ın çok milletli bir ülke olmadığı fikridir. Diğerisi ise bilhassa Türkleri hedefe almış ve Türklerin Bulgar ulusunun koparılamaz bir parçası olduğu tezinin kabul ettirilmesidir. Azınlık olgusu özellikle Todor Jivkov’un Cumhurbaşkanı olmasından sonra ortadan kaldırılmaya başlanmıştır (Валери, 1998, s. 125,133).

Burada amaç Türklerin Bulgar toplumuna katılımını gerçekleştirmektir. Fakat bu durumun yönetimi önem arz etmektedir. Çünkü Bulgar yöneticilerin amaçladıkları katılım, Türk vatandaşların dil ve din gibi ana kimlik değerlerini yok ederek asimilasyon ile bütünleştirmektir. 1957 ve 1960’lı dönemlerde uygulanan kararlar bu durumu açıkça gözler önüne sermektedir. Örneğin 1957 yılında Bulgar hükümeti din ile mücadelenin gelişimine yönelik kararlar almışlardır ve Bulgar Komünist Partisi’nin yerel teşkilatlarına ateizm propagandası yapmaları istenmiştir. Bir diğer örnekte ise, 1958 yılında gerçekleştirilen bir toplantı sonunda Türk milliyetçiliği fikrinin, Bulgarlar ile Türleri ayrıştıran en büyük tehdit olduğu fikri kabul edilmiştir. Bu saptama üzerine de Bulgar yöneticiler Türk milliyetçiliği ve Türk milliyetçiliğin ayrılmaz parçaları olan Türkçeyi, İslam’ı ve Türk kültürünü unutturmaya dair kararlar almışlardır (Валери, 1998, s. 128-129). Bulgaristan’daki bu olayların olduğu dönemlerde Naim Süleymanoğlu 23 Ocak 1967 tarihinde Kırcaali şehrinde dünyaya gelmiştir (“Naim Süleymanoğlu”, 2021).

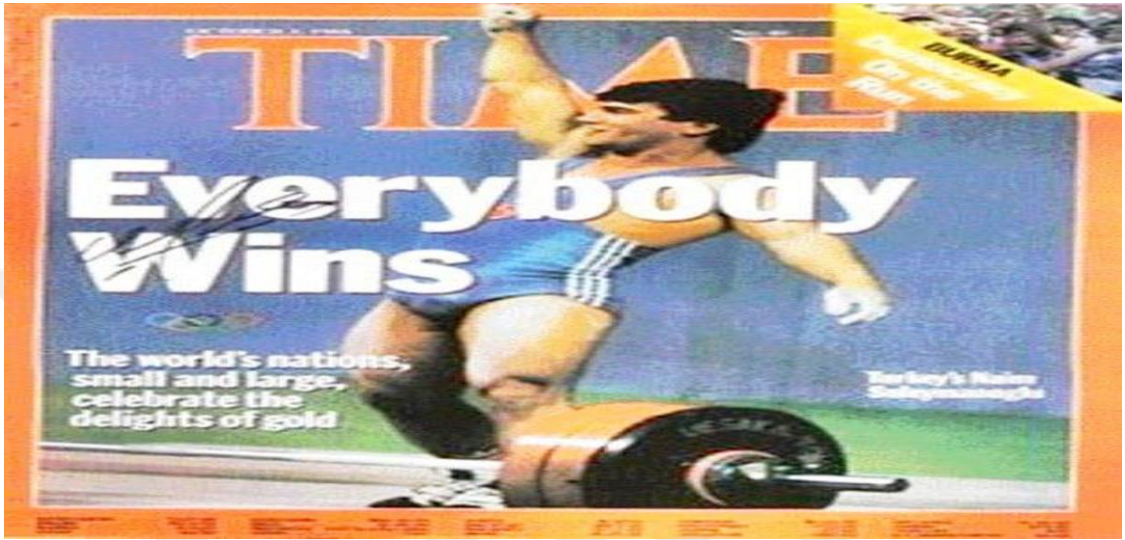
Naim Süleymanoğlu halter sporuna 1977 yılında, 9 yaşındayken başladı. 15 yaşına geldiğinde Brezilya’da yapılan Dünya Gençler Halter Şampiyonası’nda iki adet altın

madalya kazandı. 16 yaşında rekor kırarak yeniden şampiyon oldu. Bu sayede en genç dünya rekortmeni unvanını alarak adını halter tarihine yazdırdı. Naim Süleymanoğlu'nun kariyerinde 3 adet altın olimpiyat madalyası, 7 dünya şampiyonluğu ve 6 Avrupa şampiyonluğu bulunmaktadır. Kariyerinde tam tamına 46 kez dünya rekoru kırmıştır. 1984 yılında yapılan yarışmada silkme alanında kendi vücut ağırlığının 3 katını kaldıran ikinci halterci oldu. 1983 ve 1986 yılları arasında büyükler kategorisinde 50, gençler kategorisinde 13 adet olmak üzere toplam 63 rekor kırdı. Yine bu yıllarda Avrupa ve dünya şampiyonalarında 52, 56 ve 60 kilolarda şampiyonluklar elde etti. 1984, 1985 ve 1986 yıllarında dünyada yılın haltercisi ödülünü aldı. 1984 yılında Sovyetler ile birlikte Bulgaristan'ında boykotlara destek vermesi sebebiyle yapılacak olan Los Angeles Olimpiyatları'na katılamadı. Bu dönemde Bulgar yönetiminin “Soya Dönüş Operasyonu” kapsamında Türk adlarını yasaklaması sebebiyle adı “Naum Şalamanov” olarak değiştirildi. Naim Süleymanoğlu Bulgar hükümetinin bu baskılarından kurtulmak ve kendisi ile birlikte diğer Bulgar Türklerinin karşılaştığı sorunları anlatmak ve Türkiye adına yarışmalara katılmak amacıyla 1986 yılında Melbourne’de yapılan Dünya Halter Şampiyonası’nda Türkiye büyükelçiliğine sığınarak Türkiye’ye iltica etti. Türkiye’ye ilticasında dönemin başbakanı Turgut Özal bizzat devreye girdi (“Biyografi Naim Süleymanoğlu”, 2021).



Şekil 8. Naim Süleymanoğlu ve Turgut Özal

Cep herkülü lakaplı Naim Süleymanoğlu, 1996 yılına kadar hemen hemen katıldığı her yarışmada madalya almış ve dünya rekorlarının sahibi olmuştu. 1988 yılında yapılan Seul Olimpiyatları'nda göstermiş olduğu üstün başarıdan dolayı Time Dergisi'ne “Herkes kazanıyor” başlığı ile kapak olmuştu (“Time Dergisi”, 2014).



Şekil 9. Time Dergisi Naim Süleymanoğlu

Alan yazın incelendiğinde Naim Süleymanoğlu amacına ulaşmış ve artık tüm dünyada tanınmış bir sporcu olduğu bilinmektedir. Bunun üzerine Naim Süleymanoğlu birleşmiş milletlerde tüm dünyanın izleyeceği o tarihi konuşmayı yaptı:

Eviniz, işiniz, hatta sevdiklerinizi kaybedebilirsiniz ama bir insanın hayatında kaybedebileceği en son şey kimliğidir. Bulgaristan'da yaşayan iki milyon Türk'ün isimleri değiştirildi. İşkence, zulüm gördüler. Bizim tek isteğimiz, evrensel insan haklarından, her bir dünya vatandaşı gibi faydalanalım. Doğduğumuz topraklarda, sahip olduğumuz kimliğimizle özgürce yaşamaktır. Bulgaristan Komünist Partisi bunu sağlayamıyorsa, o yerlerde yaşayan halkımızın, Anavatan'a Türkiye topraklarına dönmesine izin versin. Ben Naim Süleymanoğlu, bugün ve bundan sonra kırdığım her rekorun ardından, kazandığım her madalyanın peşinden, özgürlük, özgürlük diye haykıracağım. Bunu sadece zulme uğramış Türk halkı için değil, insan hakları elinden alınmış her insan için... (“Naim Birleşmiş Milletler Konuşması”, 2021).



Şekil 10. Naim Süleymanoğlu'nun Birleşmiş Milletler konuşması

Bulgar Komünist Partisi lideri Todor Jivkov’a karşı Naim Süleymanoğlu’nun Birleşmiş Milletler’deki konuşmasından sonra baskılar arttı. Jivkov bir süre sonra bu baskılara dayanamayıp “‘Bulgaristan’ı öz vatanı görmeyen ve dış güçlerin etkisiyle devletine karşı koyan, partimize bağlı kalmayan ve kendisini Bulgar olarak görmeyen kişiler Bulgaristan’dan çıkabilir” beyanı ile kendi ifadeleri ile Büyük Gezi’yi başlattı. Daha sonra binlerce Bulgar Türkü Türkiye topraklarına iltica etti (Naim Birleşmiş Milletler Konuşması, 2021).

Naim Süleymanoğlu’nun bu konuşmasından yola çıkarak, Naim Süleymanoğlu hem kendi halkının yaşadıklarını hem de dünyada tüm zulüm ve baskı görmüş halkların yaşadıkları sıkıntıyı bütün dünyaya duyurmak için sporu bir propaganda aracı olarak kullandığını ve yaptığı propagandasında başarılı olduğu yorumuna ulaşılmaktadır. Ayrıca alan yazın araştırmalarından, Naim Süleymanoğlu’nun Türkiye’ye gelişi ülkede bahar havası yarattığı, Türk insanının milliyetçi duygularını arttırdığı ve spora yeni başlayanların rol model olarak gördüğü bilgisine ulaşılmaktadır.

4.4. Didier Drogba

Batı Afrika ülkesi Fildişi Sahili’nde efsane olan Drogba, 5 yaşında Fransa’ya gitmesine rağmen ünlü bir futbolcu olunca ülkesinin milli takımını seçti. Didier Drogba, ülkesinde etnik kökene dayalı iç savaş meydana gelirken sorumluluk alması gerektiğinin farkına vardı ve o dönemi, “Ülkemi terk ettiğimde her şey çok güzeldi. İnsanlar mutluydu. Ama geri geldiğimde her şey değişmişti. Kuzey ile Güney savaş halindeydi. İşte o zaman kendi kendime sorular sormaya başladım” ifadeleriyle anlattı. Fildişi Sahili o tarihte Sudan milli takımına karşı galip gelerek 2006 yılında Almanya’da düzenlenecek olan Dünya Kupası’na katılmaya hak kazandı. Filler lakaplı takımın kaptanı Drogba maç bitiminde hiç kimsenin cesaret edemediği bir adım attı. Soyunma odasında ülke televizyonları canlı yayındayken yanına takım arkadaşlarını toplayıp mikrofonu eline aldı ve:

Bayanlar baylar, Fildişi Sahili’nin kuzeyindekiler, güneyindekiler, merkezindekiler, batısındakiler... Biz bugün tüm Fildişi halkının bir arada var olabileceğini, tek bir amaç uğruna futbol oynayabileceğini gösterdik. Kutlamaların insanları birleştireceğini gösterdik. Size dizlerimizin üzerinde yalvarıyoruz. Affedin! Affedin! Affedin! Afrika’da bunca zenginliğe sahip bir ülke savaşa sürüklenmemeli. Lütfen silahlarınızı bırakın. Seçimlere gidin.

Bu açıklamayla mevcut durum dünya çapında duyulunca ülkesindeki iç savaşı bitirdi (Eren, 2015).



Şekil 11. Didier Drogba Boake stadı

Drogba kendi ülkesinde barış ortamını sağlamaya uğraşan, açlığa, yoksulluğa ve hastalıklara karşı savaşan, sosyal sorumluluk projeleri ile ülkesinde kahraman ilan edilmiş biridir. O, yaptığı bu hizmetlerden dolayı Fildişi'nde *Fildişi Sahili'nin Tanrısı* olarak nitelendiriliyor (Akşar, 2013).



Şekil 12. Yerel halkın Didier Drogba'ya olan sevgisi

4.5. Muhammed Ali

Cassius Marcellus Clay Jr. 17 Ocak 1947 yılında, kamusal bölgelerin ırkçı uygulamalar ile ayrılmış olduğu bir Amerikan güney şehri olan Louisville, Kentucky'de siyahi bir ailenin erkek çocuğu olarak doğdu. Her ne kadar siyahi de olsa ona beyazları çağrıştıran bir isim verildi. Babası, kiliselerde tabelacılık ve fresk boyama işleri yaparak ailesinin geçimini sağlıyordu. Annesi de bazen başka evlere

hizmetçiliğe giderek ailesinin geçimine katkı sağlıyordu. Thomas Hauser, o dönemlerde Louisville kendinde yaşayan siyahilerin ya da bir diğer ifade ile Afro-Amerikalıların toplum içinde ulaşmayı hayal edebilecekleri en yüksek seviyenin öğrencilerinin hepsinin siyahilerden oluştuğu bir okulda öğretmen olmak ya da rahiplik yapmak olduğunu belirtmiştir. Yine o dönemde *güçlü olan haklıdır* fikrinin yaygın olarak kabul gördüğü bir toplumda beyazların her zaman güçlü ve haklı olduklarını belirtmektedir (Hauser, 2016, s. 3).

Amerika'nın geçmişindeki kölelik ve kölelikle savaş çalışmaları çokça geniş ve araştırılmayı bekleyen bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Clay'in doğduğu tarihten yaklaşık yüz sene öncesi siyahiler, Hauser'in belirtmiş olduğu düşleri bile kuramamaktaydılar. Siyahiler bunlar ilgili çetin bir mücadele vermekteydiler (Güven, 2019).

Amerika tarihi konusunda uzman kişiler arasında sayılan Nevins & Commager (2005, s. 193-194), o dönemlerdeki köleliğe ilişkin koşulları şu şekilde tarif etmektedirler:

İç savaşın patlak vermesinden altı yıl önce keskin görüşlü New Yorklu gözlemci Frederick Law Olmsted, Mississippi eyaletinde birinci sınıf pamuk plantasyonlarından birini ziyaret etti ve orada büyük ve güzel bir konak, pamuk, tahıl ve başka ürünler ekilmiş 1.400 dönümlük arazi ve iki yüz domuz gördü. 135 köleden yaklaşık yarısı tarlada çalışıyordu, üçü sanatkârdı, dokuzu ise av ve ahır hizmetkârıydı. Pazarları ve bazen cumartesileri hariç her gün, şafaktan gün batıncaya kadar çalışıyorlardı. Yazın takım hâlinde çapada çalışanlar, bu şekilde on altı saat sürekli çalışırlar, ancak öğle zamanı dinlenmek için kısa bir ara verirdi. Yiyecek tayınları, haftada adam başına bir ölçek mısırla iki kilo kadar domuz etinden ibaretti ve köleler buna kendi yetiştirdikleri sebze, yumurta ve kümes hayvanlarını ilave ederlerdi. Tarladaki işçiler arasında bir zenci çavuş dolaşır, onları çalışmaya teşvik eder, kamçısını şaklatır ve bazen de kamçısını onların omuzlarına hafifçe dokundururdu. Nispeten iyi olan plantasyon örneklerinden biridir bu. Olmsted'de başka gözlemciler gibi köleliğin daha sert ve hayvani olduğu plantasyonlar gördü. Köleliği eleştirenler, fazla çalıştırma, zaman zaman kamçılama, satma suretiyle ailelerin merhametsizce parçalanması ve zencilere eğitim, öğretim ve ilerleme imkânı verilmemesi konularından dolayı köleliği suçluyorlardı (Nevins & Commager, 2005, s. 193-194).

Clay'in yaşadığı yıllarda kölelere sahip olan kişilerin kırbaçları, silahları, fiziksel linçleri ve ateşleri olmasa da küçümseme ve ayrımcılık bütün şiddetiyle devam etmekteydi. Genç Cassius, 1960 yılında yapılan Roma Yaz Olimpiyatları'nda şampiyon olmuş ve aldığı altın madalyayı gururla taşımaktaydı. Bingham ve Wallace'ın (2013, s. 1-2) ifadesiyle “madalya ile yedi, madalya ile uyudu, madalya ile banyo yaptı ve onu boynundan hiç çıkarmadı. Cassius, Roma'da bulunan olimpiyat köyünde altın madalyasını gururla göstererek *ben kralım* diyerek yürüyordu.” Hatta kendisi ile röportaj yapmak isteyen bir Sovyet muhabir ona Amerika namına mücadele

eden bir siyahinin bu hususta neler düşündüğünü sorduğunda, “Amerika Birleşik Devletleri bu dünyadaki en iyi ülkedir, hatta sizinkinden bile iyidir” cevabını vermişti. Daha sonra muhabir ırkçılık ve adaletsizlik konuları hakkında sorular sorduğunda “bazı sorunların var olduğunu fakat bu sorunlar için uğraş gösteren birtakım yetkin kişilerin bulunduğunu” söyleyerek soruyu geçiştirmiştir (Bingham & Wallace, 2013, s. 3-4).

Roma Olimpiyatları’nda altın madalya sahibi bir Amerikan yurttaşı olmasına rağmen Cassius, Louisville’de hayatın gerçeklerinin farkına vardı. Beyazlar dışında kimsenin giremediği bir restorana giden Clay, gururla taşıdığı madalyasını gösterdiği halde “bu restoranda zencilere hizmet yok!” hakaretini duydu. Restorandan kovulan Clay, hayatının bir parçası olan ama artık bir anlam ifade etmeyen madalyasını Ohio Nehri’ne fırlattı (Titeux, 2017).

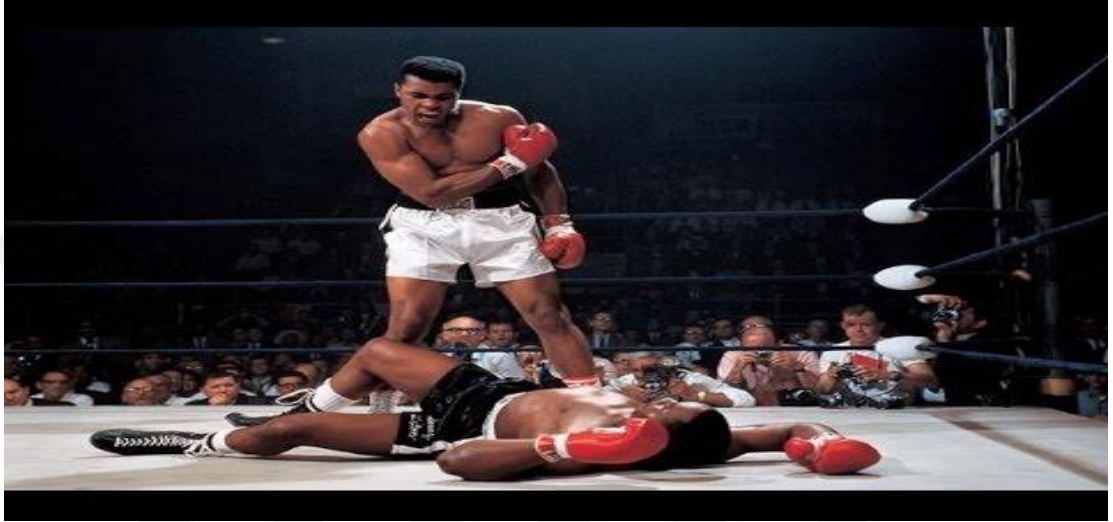
Frantz Fanon, Hristiyanlıktan bahsederken bilhassa sömürge yerlerindeki kiliselerin *beyaz adamın kilisesi* olduğundan söz eder. Sömürge yerlerindeki kiliseler beyaz adamın yani aslında yabancının kilisesidir. Fanon’a göre bu kilise sömürge halkını ya da siyahileri Tanrı yolundan ziyade, beyaz adamın yoluna, efendinin yoluna ve ezenin yoluna çağıran bir yapıdır (Fanon, 1994, s. 48).

Bu bağlamda Cassius Clay, Olimpiyat altın madalyasını genç yaşlarda kazandığında saygın bir Amerikan yurttaşı ve iyi bir Hristiyan olmaya gayret ediyordu ve hayallerinin ufku beyazlardan başka kimsenin giremediği bir restoranda siyahi bir olimpiyat şampiyonu olarak, madalyasının ayrıcalığı ile bir akşam yemeği yemekti. Louisville’deki efendilerine kendisini beğendirmeye çalışan ve efendilerinin gözünde değer kazanmaya uğraşan bir *ev kölesi* tavrına sahipti. Fakat bu basit hayalini bile gerçekleştirememiş olması Clay’in gözlerini açtı ve ufkunun sınırlarını aşmaya başladı (Güven, 2019).

25 Şubat 1964 gününe kadar siyahi Amerikalı Sonny Liston isimli boksör, yenilmez dünya ağır sıklet boks şampiyonu unvanını taşıyordu. Liston bu unvanı, 1962 tarihinde eski şampiyon Floyd Patterson’u iki kere birinci rauntta nakavt ile yenilgiye uğratarak aldı. 25 Şubat 1964 gecesini, 22 yaşında olan Cassius Clay yenilmez olan dünya şampiyonuna karşı zafer kazanıp kemeri Liston’un elinden aldı. Oysaki herkes, Clay’in yeneceğini düşünmüyordu. Bu zaferin ertesi gününde Clay’in yaptığı çarpıcı açıklama, Amerika ve dünya spor tarihindeki en önemli olaylardan biri olarak tarihe

geçti. Bir spor muhabiri Cassius Clay’e siyah Müslümanlara katılıp katılmadığına dair bir soru sordu. Clay’in muhabire verdiği cevap ise şu şekilde oldu:

Ben Allah’a ve barışa inanıyorum. Beyazların olduğu bir mahalleye taşınmak istemiyorum. Beyaz bir kadınla evlenmek istemiyorum. Ben artık nereye gitmem gerektiğini biliyorum, doğrunun ne olduğunu biliyorum ve sizin, benim olmamı istediğiniz kişi olmayacağımı biliyorum. Yapmak istediklerimi yapmak konusunda özgürüm (Mendiola, 2013, s. 59).



Şekil 13. Muhammed Ali ve Sonny Liston maçı

Bir gün sonra yaptığı basın toplantısında, kararını daha net bir şekilde açıkladı ve artık bir Hristiyan olmadığını açıkça belirtti. O artık Afro-Amerikalı bir Müslümandı:

Ben artık Hristiyan değilim. Zorunlu entegrasyona karşı savaş veren tüm o siyahi insanların infilak ettiklerini göre göre Hristiyan kalamam. Taşlarla kafaları ezilirken, etleri köpeklere çiğnetilirken, siyahi kiliseleri bombalanırken ve failleri bulunamazken Hristiyan kalamam. Ben ağır sıklet boks şampiyonuyum ama hâlâ girmemin yasak olduğu mahalleler var. Ben zorunlu entegrasyona inanmıyorum. Ben nereye ait olduğumu biliyorum. Kimsenin evine kendimi zorla aldırarak değilim. Kendi insanlarımı seviyorum. Onlar birbirlerinin haklarına tecavüz etmeden bir arada yaşayabiliyorlar. Bir adamı, sadece barış istediği için lanetleyemezsiniz. Eğer böyle yaparsanız, barışın kendisini lanetliyorsunuz demektir (Mendiola, 2013, s. 60).

Alan yazın incelediğinde, Liston’a karşı aldığı zafer sonrasında gelişen diğer bir önemli olay ise Cassius Clay ismini *Muhammed Ali* olarak değiştirmesidir. Muhammed Ali’nin ringlerde göstermiş olduğu olağanüstü başarılarından dolayı kameraların ve muhabirlerin ilgisi sürekli onun üstündeydi. Hauser’e (2016) göre Muhammed Ali, medya aracılığıyla üretilen ve yaratılan bir ikon değildir. Aksine Ali medyayı nasıl kullanacağını ve mesajlarını ne şekilde ulaştıracağını çok iyi biliyordu. Televizyonun insanların yaşamlarına henüz yeni girdiği dönemlerde, doğru zamanda

ve doğru yerde bulunan bir kişiydi. “Muhammed Ali, televizyonun ne olduğunu keşfettiğinde; *hani televizyon kanalları nerede, kameraları yaklaştırın ben hazırım* şeklinde ortalıklarda dolaşıyordu” (Hauser, 2016, s. 10).

Muhammed Ali, aynı zamanda siyahi Amerikalılar ile medya arasında bir köprü görevi görmektedir. Bu husus Ali’ye bir anlamda Afro-Amerikanların sözcüsü olma statüsüne de getirmektedir. Ali, bu açıdan kendi halkı için önemli bir şahsiyetti (McGregor, 2017).

Muhammed Ali, bir İslam Ümmeti üyesi olarak Vietnam Savaşı’nda yer almaya karşı çıktı. Ali askerliğe zihinsel olarak elverişli olduğuna yönelik yapılan testleri geçememiş olmasına rağmen, asker alım statüsü 1-A’ya yükseltilmiş olması Ali’ye askerliğe elverişli raporunun verilmesine neden oldu. Bu kararın üzerine Ali, medya karşısında bu savaşa destek vermeyeceğini ve karşı olduğunu, “ benim Vietkong ile hiçbir derdim yok, olamaz da” sözleriyle ifade etti (Ezra, 2009, s. 93).

Bununla birlikte Ali, Vietnamlılarla alakalı olarak, “Onlar hiçbir zaman bana zenci diye hitap etmediler.” diyerek bunun kendi savaşı olmadığını tekrar tekrar anlattı. Bu olay akabinde Amerika Birleşik Devletleri’nin kurumsal yapısı ve medya şampiyona karşı savaş açtı ve Ali’yi bir numaralı halk düşmanı olarak göstermeye çalıştı (Farred, 1995, s. 38). Savaşa katılmayı kabul etmemesinden sonra Ali’nin bütün şampiyonlukları elinden alındı ve müsabakalara katılmasına izin verilmedi. Muhammed Ali, Amerika’da yaşayan fakir kesimin, sırf zengin kesim böyle istiyor diye Vietnam’daki yoksul milleti öldürmeye neden mecbur bırakıldıklarını sorgular hale geldi ve bu durumu halkın anlayacağı şekilde anlattı. Oysaki Amerika yöneticileri, Muhammed Ali’yi askeri üniforma ile fotoğraflamanın Afrika, Asya ve Güney Amerika’da Vietnam Savaşı’nı meşrulaştırabilecek bir halkla ilişkiler faaliyeti olabileceğini hesap etmişlerdir (Hauser, 2016, s. 15).

Muhammed Ali Vietnam Savaşı’na karşı çıkması nedeniyle ringlerden uzak kaldı. Ali’nin ringlere en medyatik ve efsanevi dönüşü, 30 Ekim 1974 günü Zaire ülkesinin Kinhasa kentinde oldu. Muhammed Ali ile yeni şampiyon George Foreman karşılaşması yani ünlü Rumble in the Jungle müsabakası birçok yönden sembolik bir anlama sahiptir. Vietnam Savaşı’nın ve siyahilerin özgürleşme hareketinin kamuoyundaki etkisi sporu siyasetten kaçış alanı olmaktan çıkarmış ve tam olarak siyasetin merkezine yerleştirmişti. Medya, bu müsabakayı uluslararası alana ve

herkesin gözü önüne taşdı. İki siyahi Amerikalı boksörün karşılaşmasını, *isyanın ve anti-koloniyalizmin (Ali), Amerikan vatansever milliyetçiliği ve peyderpey gelişen ırksal gelişim (Foreman)* ile mücadelesi şekline büründürmüştü. Uydu yayıncılığı ile, karşılaşma Afrika ve Orta Doğu ülkeleri dahil olmak üzere 120 ülkede izlendi. Karşılaşmanın bir başka sembolik anlamı ise Ali'nin Hristiyanlığa ve ırkçı beyaz Amerika'ya, İslam'ın kutsal savaşını açmasıydı (Erenberg, 2012, s. 82).



Şekil 14. Muhammed Ali ve George Foreman maçı (rumble in the jungle)

Roma Olimpiyatları'nda Sovyet muhabire, Amerika'nın niteliklerini öven Soğuk Savaş Kahramanı Cassius Clay, kölelik adını ve dinini değiştiren Muhammed Ali'ye dönüştü. Hatta Ali, “ ben Amerikalı değilim, ben siyah bir adamım” demeye başladı. Hristiyan beyaz güç odakları aleni bir şekilde Müslüman bir dünya şampiyonunu istemiyordu (Harrison, 2001, s. 70). Fakat televizyon ekranlarından Ali'ye duyulan sempatiyi engellemek mümkün değildi. Bu durumun yanı sıra Ali'nin sportif başarıları neticesinde bir *spor ikonu* olması, onu etkin bir statüye getirmiş, liderlik görevi yüklemiş ve rol model haline getirmiştir. Bu şekilde ki spor ikonları *dönüştürücü liderler* olarak bilinmektedirler (Taylor, 2016, s. 17). Tüm bu bilgiler ışığında Muhammed Ali, Amerika'da yaşayan siyahi insanların sıkıntılarını, sorunlarını ve maruz kaldıklarını ırkçılığı anlatmak için sporu bir propaganda aracı olarak kullandığı ve milliyetçi bir görüş ile uluslararası medyalarda kendi ırkının haklarını aradığı yorumuna ulaşılmaktadır.

Ayrıca Muhammed Ali'nin Türkiye'ye gelmesi Türkiye adına önemli bir olaydır. Alan yazın incelendiğinde Muhammed Ali'nin 1 Ekim 1976'da İstanbul'a geldiği bilgisine

ulaşılmaktadır. Yine incelemelerden yola çıkarak Muhammed Ali’yi dönemin başbakan yardımcısı Necmettin Erbakan karşılamıştır ve Türk halkı Muhammed Ali’ye yoğun bir sevgi ve ilgi göstermiştir. Bu durum basında büyük yankı uyandırmıştır. Ali, Necmettin Erbakan’a sarılıp; *ilk kez beyaz liderler kucaklaştım* ifadelerini kullandığı bilgisi literatür araştırmalarından ulaşılmıştır. Bu bağlamda yine sporun bir propaganda aracı olarak kullanıldığı yorumuna ulaşılmaktadır.

4.6. Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nde Spor

Kurulduğu ilk zamanlardan başlayarak Sovyetler Birliği’nde siyaset ile spor iç içe olan iki nosyondur. Bir başka deyişle Sovyetlerde sporun geleceğini siyasi iktidarın alacağı kararlar şekillendirmektedir. Spor, siyasi iktidarın sosyo-politik gayelerine ulaşmak bir araç olmuştur. Bilhassa uluslararası mecralarda organize edilen spor karşılaşmaları büyük bir önem arz etmekteydi. Sovyetler Birliği, uluslararası spor organizasyonlarını sosyalist-devlet yapısının bir tezahürü şeklinde görmekteydi. Bu sebeple organizasyonlar şahsen devlet iktidarınca manevi ve maddi olarak büyük ölçüde desteklenmekteydi (Riordan, 1974, s. 323).

Uluslararası Kızıl Spor (Красный спортинтерн, КСИ) birimi, Sovyet Birliği’nde sporun uluslararası boyutta gelişimi amacıyla 23 Temmuz 1921 tarihinde kurulmuştu. Birim, Sovyet Rusya’da ki gençlerin orduya girmesinden önce beden eğitimiyle alakalı fiziksel gelişimlerine destek vererek hizmet etmişti. Uluslararası Kızıl Spor Organizasyonu, 1937 yılında kapatılmadan önce olimpiyat oyunlarında 3 yaz ve “Spartakiad” ismi verilen bir de kış oyunu düzenledi (Steinberg, 1978, s. 248).

Bilhassa İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra Sovyetler Birliği’nin uluslararası mecralardaki spor organizasyonlarındaki baskısı yoğunlaşmıştır. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra Amerika Birleşik Devletleri ile Sovyetler Birliği dünyanın iki süper gücü haline gelmiştir. Bu sebeple uluslararası spor organizasyonları, Sovyet ve Amerikan ekollerinin birbirleri ile mücadele alanı olmuştu (Kalinski, 2003, s. 445). Bir başka deyişle spor, iki farklı görüşün birbirine üstün gelmesinde önemli bir aracı rol oynamıştı (Riordan, 1993, s. 248). Olimpiyat oyunları, Sovyetlerin spordaki mücadelelerin en yoğun olarak yaşadığı yer olmuştu. Örneğin Sovyet iktidarı 1952 yılında Helsinki’de düzenlenen olimpiyatlarda Amerika Birleşik Devletleri’ne karşı

büyük bir mücadele vermiş ve olimpiyatların neticesinde birinciliği Amerika Birleşik Devletleri ile birlikte paylaşmıştı (Beck, 2005, s. 175-176).

Propaganda, Sovyetler Birliği'nde de hem ulusal hem de uluslararası alanlarda çeşitli konularda kamuoyu oluşturmak amacıyla etkin bir biçimde kullanılmıştı. Ülke içerisinde yürütülen spor organizasyonları bu konuların başında gelmekteydi. Spor faaliyetlerinin bu konuların başında gelmesinin ana sebebi Sovyetler hükümetinin sporu politik bir araç olarak kullanma düşüncesi idi (Howell, 1975, s. 137). Posterler, Sovyetler Birliği'nin propagandasında sporun kişilere benimsetilmesinde en etkin şekilde kullanılan kitle iletişim aracı olmuştur. Bilhassa Sovyetlerdeki sanatçılarca düzenlenen propaganda posterlerinde Sovyet halkının günün belli saatlerinde spor faaliyetlerinde bulunduklarının altı çizilmiş ve kitlelerin sporu Sovyet halkının olağan bir aktivitesi şeklinde değerlendirilmesi amaçlanmıştır (Rowley, 2006, s. 1320).

Gazi ve Çakı (2019) çalışmasında propaganda posterlerini göstergebilim kullanarak incelemişlerdir. Çalışmada poster konularını 10 kategori altında analiz edilmektedir. Bunlar; “Şampiyon, Gurur, Rekor, Güzellik, Kuvvet, Sağlık, Sabah Sporu, Zafer, Savaş, Güç” şeklindedir.



Şekil 15. Şampiyon konulu poster

Poster, Alexander Daineka tarafından 1933'de yapılmıştır (Vintag, 2021). Posterde çeşitli branşlarda spor yapan Sovyet gençlerin bulunduğu görülmektedir. Posterin sağ

alt tarafında “Şampiyon olamayabilirsin ama iyi bir fiziğe sahip olmalısın!” yazdığı görülmektedir. Burada Sovyetlerdeki gençlerin sporun her dalında başarılı olması gerektiğinin vurgulandığı görülmektedir. Bu poster propagandasında gençlerin spora teşvik edilmesinin amaçlandığı yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 16. Gurur konulu poster

Poster, Victor Koretsky tarafından 1935 tarihinde yapılmıştır (Vintag, 2021). Posterde farklı dallar ile uğraşan sovyet sporcuları bulunmaktadır. Posterin altında “Sovyet sporcular ülkemizin gururudur!” yazısı bulunmaktadır. Sporun gurur duyulacak bir eylem olduğu şeklinde sunulması Sovyetlerin spora önem verdiği yorumuna ulaşılmaktadır. Ayrıca yine spora teşvik edildiği yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 17. Rekor konulu poster

Poster, Victor Govorkov tarafından 1935 tarihinde yapılmıştır (Vintag, 2021). Poster incelendiğinde koşan sporcular olduğu görülmektedir. Posterin ortasında formasında kırmızı yıldız olan bir kadın sporcunun bitiş çizgisini geçtiği gösterilmektedir. Posterin altında “Her dünya rekorunu kırmalıyız!” yazısı bulunmaktadır. Sovyet sporcularının uluslararası organizasyonlarda başarılı olmasının teşvik edilmeye çalışıldığı yorumuna ulaşılmaktadır. Ayrıca Sovyet kadın atletin ilk sırada bulunması ve bitiş çizgisine gelmesi ile Sovyet sporcularının uluslararası spor organizasyonlarında aldıkları başarılarla dikkat çekilmek istendiği yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 18. Güzellik konulu poster

Poster, 1950’li yıllarda kullanılmıştır (Vintag, 2021). Posterde deniz kenarında koşan bir kadına yer verildiği görülmektedir. Posterde “Spor, sağlık ve güzelliiktir!” yazısı bulunmaktadır. Posterde Sovyetler Birliği'ndeki kadınların güzel ve sağlıklı olabilmeleri için spor yapmalarının teşvik edildiği ve kadınların sporla iç içe olmaları gerektiğini savundukları yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 19. Kuvvet konulu poster

Poster, Victor Koretsky tarafından 1951 tarihinde yapılmıştır (Vintag, 2021). Posterde bir Sovyet sporcusu ile bir çocuk görülmektedir. Sovyet sporcu kaslarını göstermekte, çocuk ise sporcunun kaslarına dokunmaktadır. Posterde “Benim gibi olmak ister misin? Spor yap!” yazısı görülmektedir. Propaganda posterinde Sovyetler Birliği’nde gençlerin başarılı sporcuları örnek alarak spora yönelmelerinin teşvik edilmeye çalışıldığı yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 20. Sağlık konulu poster

Poster, Nikolay Tereschenko tarafından 1952 tarihine yapılmıştır (Vintag, 2021). Posterde kaslarını göstermekte olan bir Sovyet genci görülmektedir. Sovyet gencinin arkasında ise Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nin Rusça kısaltmasını içeren СССР harfleri bulunmaktadır. Posterde “Spor sağlıktır, güçlü ve cesur yapar!” yazısı görülmektedir. Sovyet gençlerinin spor yapmalarının fiziksel olarak güçlü bir yapıya sahip olmalarına yol açacağı yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 21. Sabah sporu konulu poster

Poster, Nikolay Tereschenko tarafından 1952 tarihinde yapılmıştır (Vintag, 2021). Posterde bir Sovyet gencinin sabah sporu yaptığı görülmektedir. Posterin altında “Yoldaşlar, spor için hazırlanın!” yazısı bulunmaktadır. Sovyet milletin sabahları işlerine başlamadan önce spor yapmalarının telkin edildiği yorumuna ulaşılmaktadır. Posterde yer alan erkeğin sabah sporu yapması ile Sovyet halkının sabah sporunu normal bir davranış haline getirmesi amaçlandığı yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 22. Zafer sporu konulu poster

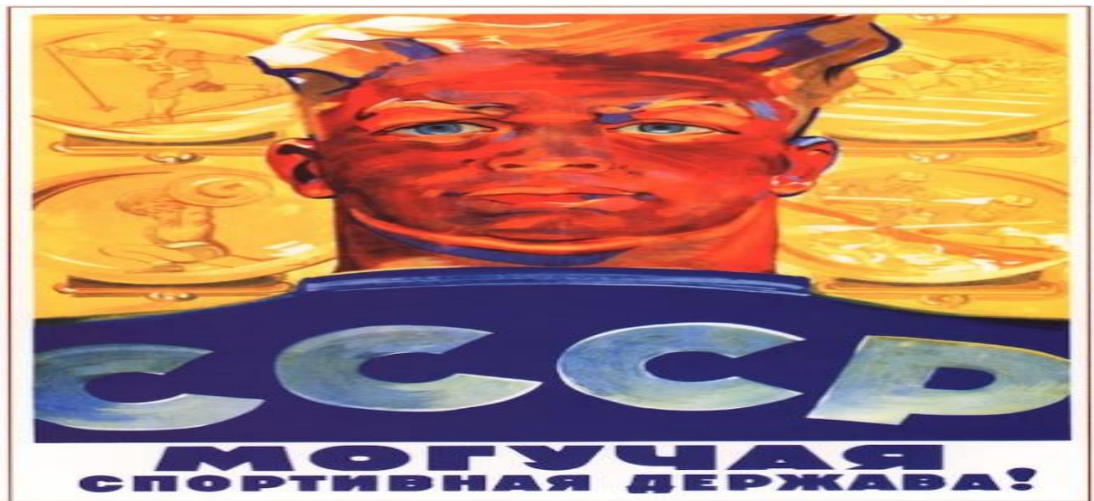
Sovyetler Birliği, Soğuk Savaş yıllarında Amerika Birleşik Devletleri’nin liderlik ettiği Batı Bloğu’na karşı finansal alanda büyük bir çekişme içine girmektedir. Aynı çekişme zamanla spor alanına da yansımaktaydı. Uluslararası organize edilen spor faaliyetlerinde Sovyet idaresince Sovyet sporcularının başarıları geniş ölçüde teşvik edilmiştir (Gazi ve Çakı, 2019).

Poster, Alexey Kokorekin tarafından 1955 yılında yapılmıştır (Vintag, 2021). Posterde bir Sovyet gencinin halter kaldırdığı görülmektedir. Sovyet gencinin Sovyetler Birliği dönemindeki sporcu üniformasını giydiği görülmektedir. Posterde “Spor, iş ve emekte yeni zaferlere doğru!” yazısı görülmektedir. Bu bilgiler ışığında Sovyetler Birliği’nin spor alanındaki başarıların ekonomik alanda elde edilen başarılar kadar önem arz ettiği yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 23. Savaş sporu konulu poster

Poster, Leonid Golovanov tarafından 1955 yılında yapılmıştır (Vintag, 2021). Posterde gülle atmakta olan bir Sovyet sporcunun olduğu görülmektedir. Posterin arka planında da sosyalist ülkelerin bayraklarının dalgalandığı resmedilmektedir. Posterin altında “Sporcular, sporda yeni başarılar için savaşın!” yazısı görülmektedir. Posterde sporun mücadele kavramı ile iç içe kullanıldığı görülmektedir. Özellikle posterde yer alan “savaşmak” kelimesi, sporcuları direkt olarak rakiplerine karşı mücadeleye çağırdığı yorumuna ulaşılabilir. Arka planında ise sosyalist ülkelerin bayraklarının yer aldığı görülmektedir. Buradan hareketle sosyalist sporcuların bir araya geldikleri ve spor hususunda uluslararası alanda rekabet ettikleri yorumuna ulaşılmaktadır.



Şekil 24. Güç sporu konulu poster

Poster, Boris Reshetnikov tarafından 1962 yılında yapılmıştır (Vintag, 2021). Posterin ortasında bir Sovyet sporcu görülmektedir. Sovyet sporcunun arkasında ise çeşitli spor dallarını gösteren madalyalar bulunmaktadır. Posterin altında “SSCB, etkili bir spor gücüdür!” yazısı bulunmaktadır. Posterde Sovyetler Birliği’nin spor alanında başarılı bir devlet olduğu algısının yaratılmaya çalışıldığı yorumuna ulaşılmaktadır. Ayrıca Kılavuz (2017), çalışmasında Sovyetler Birliği’nde ki milliyetçilik anlayışını incelemiş ve milliyetçilik anlayışının o dönemde Sovyetler Birliği’nde ki önemini belirtmiştir.

Günümüzdeki Rus milliyetçilik anlayışının ve Rus kimliğinin üzerinde Sovyet döneminin etkisi sürmektedir. Rus milliyetçilik anlayışının günümüzdeki çeşitli akımlarının kökeni Sovyet dönemine uzanmaktadır. Milliyetçi görüşe sahip Rusların çoğunluğu Sovyet dönemine duyulan nostaljik bir duyguya sahiptirler. Günümüzde Rusya Federasyonu’nda Sovyet dönemi parça parça ve seçici olarak rehabilite edilmektedir. Sovyetler Birliği döneminin ulusal marşı, Vladimir Putin iktidarında yeniden Rusya’nın ulusal marşı olarak kabul edilmiştir (Warren, 2000). Ayrıca Vladimir Putin Sovyetler Birliği’nin yıkılışını, yirminci asrın en büyük jeopolitik afeti şeklinde nitelendirmiştir (Putin, 2005). Tüm bu bilgiler ışığında Sovyetler Birliği’nde spor bir propaganda aracı olarak milliyetçi bir tutumla kullanılmış olup, propaganda araçları ile Sovyet halkına çeşitli mesajlar vererek sporun teşvik edilmeye çalışıldığı sonucuna ulaşılmaktadır.

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın sonuçlarına ve bu sonuçlar doğrultusunda önerilere yer verilmiştir.

5.1. Sonuç ve Tartışma

Araştırmada incelenen dokümanlar sonucunda spor kavramının tarihteki rolünün değiştiği gözlemlenmektedir. Sporun günümüzde farklı kavramlarla ilişkili olarak etki alanını oldukça genişlettiği ve sporun bir propaganda aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Propagandayı yapacak olan gruplar ya da kişiler bir şekilde kendi fikirlerini topluluklara aktarmak ve kabul ettirmek için geniş etki alanı olan spor kavramı üzerinden propagandalarını gerçekleştirmişlerdir.

Sporun geniş alanlara ulaşmasının bir örneği; Fédération Internationale de Football Association'un 2018 Dünya Kupası raporuna göre şampiyonayı 3,5 milyar kişinin üzerinde kişinin takip ettiğidir. Bu sayı o dönemin dünya nüfusunun yarısından fazladır. Bu bilgidен hareketle bu kadar kapsamlı spor organizasyonunda yapılacak propagandalar milyarlarca kişiye ulaşacaktır ve bu sebepten spor bir propaganda aracı haline gelmiştir.

Tarihteki iktidarlar, devletler, sporcular, rejimler sporu propaganda aracı olarak etkin bir biçimde kullanmışlardır. Sporun propaganda aracı olarak kullanılmasının nedeni, sporun daha fazla kitlelere ulaşma özelliğinden dolayı olduğu düşünülmektedir. Ayrıca yapılan propagandaların milliyetçi bir tutumla sergilenmesi sporun doğasında bulunan mücadeleci ruh ile yapılacak propagandanın yumuşatılması hedeflendiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Propagandacıların bazıları olimpiyat organizasyonları üzerinden kendi rejimlerinin propagandalarını yapmışlar, bazıları kendi halkının çekmiş olduğu sıkıntıları dünyaya duyurmak ve bir kamuoyu oluşturmak amacıyla sporu propaganda aracı olarak kullanmışlardır. Bazıları ise kendi ülkelerini uluslararası arenalarda göstermek ve

orada varlığını sürdürdüğünü belirtmek amacıyla sporu bir propaganda aracı olarak kullanmışlardır. Sporun propagandasında kullanılan milliyetçi tutum ile toplumun birlik ve beraberliğini sağlamayı hedeflemişlerdir. Spor üzerinden yapılan milliyetçi propagandalar sporun birleştirici gücü ile pekiştirilmiştir.

Günümüzde de spor üzerinden devletlerin, kişilerin, antrenörlerin, sporcuların propagandaları devam etmektedir. Devletler ya da bireyler aktarmak istedikleri konuları bir propaganda aracı olarak sporu kullanıp, topluluklarında milliyetçi hislerine dokunup büyük bir kamuoyu oluşturup propagandalarını yapmaktadırlar. Bu propagandalar kimi zaman açık kimi zamanda gizli mesajlar içeren algı operasyonları veya bilinçaltı mesajlar şeklinde sunulmaktadır.

5.2. Öneriler

- Bu konuda yapılacak ilerideki çalışmalarda veri tabanı genişletilebilir.
- İleride yapılacak olan çalışmalarda daha geniş yıl aralıklarında veri toplanabilir.
- Çalışmalarda spor kavramı daha farklı sosyolojik olgularla ilişkili olarak çalışılabilir.
- Daha sonraki çalışmalarda spor olgusu çeşitli ideolojiler ile ilişkili şekilde çalışılabilir.
- Bu alandaki yapılan çalışmalarda farklı nitel araştırma desenleri kullanılabilir.

KAYNAKLAR

- Açıkada, C. (2010). *Türkiye’de spor bilimlerinin gelişimi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Akarcalı, S. (2003). 2. *Dünya Savaşında iletişim ve propaganda*. Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Akşar, T. (2013). *Didier Droğba: bir futbolcudan daha ötesi*. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/didier-droğba-bir-futbolcudan-daha-otesi/15700> sayfasından erişilmiştir.
- Aktoprak, E. (2009). Dünyayı değiştirmek isteyenler ulusu nasıl tasvir ettiler. *Alternatif Politika Dergisi*, 1(1), 137-141.
- Alpaslan, K. (2021). *Antifaşist olimpiyatlar 85 yaşında* [Fotoğraf]. <https://www.gazeteduvar.com.tr/antifasist-olimpiyatlar-85-yasinda-haber-1529399> sayfasından erişilmiştir.
- Altuntaş, N. (2004). Yıldızı sönmeyen bir ideoloji: milliyetçilik. *Doğ u-Batı Dergisi*, 3(30), 173-190.
- Amerika Birleşik Devletleri Propaganda (2021). <http://psyborg.co.uk/usa.php> adresinden erişilmiştir.
- Amman, M. T. (2000). Spor sosyolojisi. Can İkizler (Ed.), *Sporda sosyal bilimler* (s. 85-150). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Anderson, B. (2007). *Hayali cemaatler, milliyetçiliğ in kökenleri ve yayılması* (İ. Savaşır, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Apuntador. (2020). 2 de octubre no se olvida! así se vivió el movimiento estudiantil. [Fotoğraf]. <https://apuntador.mx/2020/10/02/2-de-octubre-no-se-olvida-asi-se-vivio-el-movimiento-estudiantil-de-19681/> sayfasından erişilmiştir.
- Arnold, P. (1983). *The olympic games*. London: The Hamlyn Publishing Group.

- Atabek, N. (2003). Propaganda ve toplumsal kontrol. *Selçuk İletişim*, 2(4), 4-12.
- Avcı, Ö. (2018). Propaganda çeşitleri. M. Karaca & C. Çakı (Ed.), *İletişim ve propaganda* (s.75-114). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Avşar, S. (2003). Birinci Dünya Savaşında Rus propaganda faaliyetleri ve Osmanlı Devleti. *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, (14), 65-127.
- Aydın, M. A. (2019). *Sinemanın propaganda aracı olarak kullanılması: Bu bağlamda Türk sinemasında propaganda anlayışı ve göstergebilimsel çözümlemesi* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Aydın, Ş. (2019). *Çatışma dönemlerinde sosyal medyada görsel propaganda savaşı: Suriye rejiminin askeri propaganda faaliyetleri örneği* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Aziz, A. (2003). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Baltacı, A. (2017). Nitel veri analizinde Miles-Huberman modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-15.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Başaran, D. (2018). A review on “international nationalism” approach of Betül Karagöz Yerdelen. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 99-120.
- Beck, P. (2005). Britain and the cold war’s ‘cultural olympics’: responding to the political drive of soviet sport, 1945–58. *Contemporary British History*, 19(2), 169-185.
- Bektaş, A. (2002). *Siyasi propaganda, tarihsel evrimi ve demokratik toplumdaki uygulamaları*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bektaş, A. (2013). *Kamuoyu, iletişim ve demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

- Berkes, N. (1942). *Propaganda nedir*. Ankara: Recep Ulusoylu Basımevi.
- Biçer, T. (1994). *Spor yönetimi organizasyonu, ekonomik birim olarak spor işletmeleri ve uygulamadan örnek* (Doktora Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/sayfasından erişilmiştir>.
- Billig, M. (2002). *Banal milliyetçilik* (C. Şişkolar, Çev.). İstanbul: Gelenek Yayıncılık.
- Bingham, H. & Wallace, M. (2013). *Muhammad ali's greatest fight: cassius clay vs. the united states of america*. Lanham: M. Evans & Company
- Biyografi Naim Süleymanoğlu (2021). <https://www.ntv.com.tr/yasam/cep-herkulu-lakapli-naim-suleymanoglu-kimdir,w465eqWOjUOy2nZ4zk5naQ> adresinden erişilmiştir.
- Bora, T. (1995). *Milliyetçiliğin kara baharı*. İstanbul: Birikim Yayınları.
- Brown, J.A.C. (2012). *Beyin yıkama* (B. Tanç, Çev.). İstanbul: Boğaziçi Yayınları A.Ş.
- Bülbül, R. (1998). *Halkla ilişkiler*. Konya: Damla Ofset.
- Candan, N. (2010). *Liberalizm-milliyetçilik-spor*. 11. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi'nde sunulmuş bildiri, Antalya. http://www.sporbilim.com/dosyalar/SBK_oral_presentations.pdf#page=458 sayfasından erişilmiştir.
- Cantril, H. (1938). Propaganda analysis. *The English Journal*, 27(3).
- Carr, E. H. (1999). *Milliyetçilik ve sonrası* (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları
- Chappell, B. (2002). 6 race, ethnicity and sport. A. Laker (Eds.), *The sociology of sport and physical education* (Pp.92–110). London And New York: Falmer İs An İmprint Of The Taylar&Francis Group.
- Colin, F. J. (2009). *Military propaganda, theories of influence, and the marketing analogy*. Paper Presented To APSA Conference Panel, Toronto.

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1451531 sayfasından erişilmiştir.

Coşkun, İ. (1997). *Modern devletin doğuşu*. İstanbul: Der Yayınları.

Çaha, Ö. (1999). Spora yaslanarak bir nefes almak. *Düşünen Siyaset Dergisi*, 1(2), 115-125.

Çakı, C. (2018). Nazizm ideolojisi altında hitler gençliği: Nazi Almanya'sı propaganda afişleri üzerine inceleme. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 1(1), 9-21.

Çancı, H. (2006). Kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde milliyetçiliğin niteliksel sabitelerine genel bir bakış. *Review Of Social, Economic & Business Studies*, 9(10), 233-246.

Çankaya, E. (2008). *İktidar bu kapağın altındadır gösteri demokrasisinde siyasal reklamcılık*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

Çankaya, C. (2001). *Spor Tesisleri İşletmeciliği ve planlamacılık* [Ders Notları]. <https://www.uludag.edu.tr/> sayfasından erişilmiştir.

Çavuşoğlu, H. ve Pekaya, M. (2015). Siyasal propaganda araçlarının seçmen tercihiine etkisi: Zonguldak örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(3), 91-115.

Çemrek, M. ve Uluer, A. G. (2016). Kamu diplomasisinin bir yumuşak güç ögesi olarak ortaya çıkışı. B. Kılınç (Ed.), *Kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler* (s. 29-46). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Çetin, B. N. (2014). Propaganda olgusu ve propagandanın Amerikalaşması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 239-265.

Delwiche, A. (2009). *Of fraud and force fast woven: domestic propaganda during the first world war*. <https://www.firstworldwar.com/features/propaganda.htm#The> sayfasından erişilmiştir.

- Demetrovics, Z. & Kurimay, T. (2008). Exercise addiction: a literature review. *Psychiatria Hungarica: A Magyar Pszichiatriai Tarsasag tudomanyos folyoirata*, 23(2), 129-141.
- Demirkol, T. C. (2020). *Dünya savaşlarının etkisi ile propaganda faaliyetlerinin sistemli hale getirilme süreci ve bu süreçte propaganda uygulamaları: Nazi Almanyası örneği* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Dieckhoff, A. & Jaffrelot, C. (2010). *Milliyetçiliği yeniden düşünmek – kuramlar ve uygulamalar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Doğan, İ. (2015). Propaganda aracı olarak internet: Kayseri ili merkez seçmeni üzerine bir alan araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2).
- Domenach, J. M. (2003). *Politika ve propaganda*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Doob, L. W. (1968). Goebbels'in propaganda ilkeleri. (Ü. Oskay, Çev.). *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 23(3), 337-366.
- Ekici, K. M. ve Şahım, T. Z. (2013). *Reklamcılık ve propaganda*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Ellul, J. (1973). *Propaganda: the formations of men's attitudes*. New York: Vintage Books Advision Of Random House.
- Encyclopedia. (2021). *Nazi olimpiyatları, berlin 1936* [Fotoğraf]. <https://encyclopedia.usmmm.org/content/tr/article/nazi-olympics-berlin-1936-abridged-article> sayfasından erişilmiştir.
- Erdal, R. (2007). *Olimpiyat oyunları ve olimpiik sporlar*. İstanbul: Baskı Evi Matbaacılık.
- Erdemli, A. (1996). *İnsan, spor ve olimpizm spor felsefesi yazıları*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

- Eren, S. (2015). *Drogba ülkesindeki savaşı bitirdi, Eto da Boko Haram'a savaş açtı* [Fotoğraf]. <https://dunyaraporu.wordpress.com/2015/11/09/drogba-ulkesindeki-savasi-bitirdi-eto-da-boko-harama-savas-acti/> sayfasından erişilmiştir.
- Eren, S.(2015). *Drogba ülkesindeki savaşı bitirdi, Eto da Boko Haram'a savaş açtı*. <https://dunyaraporu.wordpress.com/2015/11/09/drogba-ulkesindeki-savasi-bitirdi-eto-da-boko-harama-savas-acti/> sayfasından erişilmiştir.
- Erenberg, L.A. (2012). Rumble in the jungle: Muhammed Ali vs. George Foreman in the age of global spectacle. *Journal Of Sport History*, 39(1), 81-97.
- Ergüç, V. (2013). *Türkiye'de muhafazakâr milliyetçilik: Erol Güngör örneği* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Erkış, İ. U. ve Summak, M. E. (2011). Propaganda ve dış politika. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(1-2), 269-292.
- Erten, R. (2006). Türk sporunun yapısal düzeni. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 10(1), 117-136.
- Espy, R. (1990). *The politics of the olympic games*. Los Angeles: University Of Califomia Press.
- Eyth, M. (2002). The cia and covert operations: to disclose or not to disclose – that is the question. *Brigham Young University Journal of Public Law*, 17(1), 45-72.
- Ezra, M. (2009). *Muhammad Ali: the making of an icon*. Philadelphia: Temple University Press
- F. Duman. (2004). Edmund Burke - muhafazakârlık, aydınlanma ve siyaset. *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, 1(1), 33-59.
- Fanon, F. (1994). *Yeryüzünün lanetlileri* (Ş. Süer, Çev.). İstanbul: Versus.
- Farred, G. (1995). What's my name? Muhammad Ali, postcolonial puglist. *Dispositio*, 20(47), 37-58.

- Fawcett, B. (2011). *Tarih boyunca yalan ve propaganda* (N. Önoğlu, Çev.). İstanbul: Hitkitap.
- Fişek, K. (1983). *Spor yönetimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Gazi, M. A. ve Çakı, G. (2019). Sovyetler Birliği'nde kitlelere sporun teşvik edilmesinde propaganda posterlerinin rolü. *TRT Akademi*, 4(8), 368-390.
- Geçikli, F. (1999). Geçmişten günümüze propaganda kavramı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (9), 265-267.
- Gellner, E. (1992). *Uluslar ve ulusçuluk* (B. E. Behar ve G. G. Özdoğan, Çev.). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Gellner, E. (2012). *Milliyetçiliğe bakış* (S. Coşar, S. Özertürk ve N. Soyarak, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Giddens, A. (2008). *Ulus devlet ve şiddet* (C. Aydın, Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Giddens, A. & Pierson, C. (2001). *Modernliği anlamlandırmak* (S. Uyurkulak ve M. Sağlam, Çev.). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Gökalp, E. (2007). Milliyetçilik: kuramsal bir değerlendirme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 279-298.
- Göksel, A. B. ve Yurdakul, N. B. (2013). *Temel halkla ilişkiler bilgileri*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook Of Qualitative Research*, 2(105), 163-194.
- Guttmann, A. (2006). The most controversial olympics. A. Tomlinson & C. Young (Eds.), *National identity and global sports events: culture, politics, and spectacle in the olympics and the football world cup* (pp. 65-82). Albany: State University of New York.

- Gülada, M. O. (2019). 1936 Berlin Olimpiyatları'nda spor yayıncılığının propaganda amaçlı kullanımı: olympia filmi üzerine inceleme. *TRT Akademi*, 4(8), 326-344.
- Gülada, M. O. (2019). 1936 Berlin Olimpiyatları'nda spor yayıncılığının propaganda amaçlı kullanımı: olympia filmi üzerine inceleme [Fotoğraf]. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/773233> sayfasından erişilmiştir.
- Güler, L. ve Demir, V. (1995). Spor ve medya ilişkisi ve Türkiye'de spor medyası. *Marmara İletişim Dergisi*, 9(9), 285-306.
- Gürsoy, C. (2015). 1968 Mexico Olimpiyatı. <https://celalgursoy.com/2015/09/01/1968-mexico-olimpiyatı/> sayfasından erişilmiştir.
- Güven, E. (2019). Vur Muhammed aşkına, vur Ali aşkına: siyaset ve spor ikonu olarak Muhammed Ali imgesi. *TRT Akademi*, 4(8), 286-307.
- Habermas, J. (2002). *Küreselleşme ve milli devletin akıbeti*. İstanbul: Bakış Yayınevi.
- Harrison, B. T. (2001). Muhammad Ali draft case and public debate on the Vietnam War. *Peace Research*, 33(2), 69-86.
- Hastie, P.A. & Hay, P. (2012). Qualitative approaches. K. Armour & D. Macdonald (Eds.), *Research methods in physical education and youth sport* (pp. 70-94). London: Routledge.
- Hauser, T. (2016). *En iyiye saygı: Muhammed Ali* (E. S. Mutlu, Çev.). Ankara: Akılçelen.
- Hayes, C. J. (1995). *Milliyetçilik: bir din* (M. Çiftkaya, Çev.). İstanbul: İz Yayınları.
- Hazar, A. (2007). *Spor ve turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Heywood, A. (2014). *Siyasi ideolojiler*. Ankara: Küre Yayınları.
- Hill, C. R. (1992). *Olympic politics*. New York: Martin's Press.

- History. (1974). *Muhammad Ali wins the rumble in the jungle*. [Fotoğraf]. <https://www.history.com/this-day-in-history/muhammad-ali-wins-the-rumble-in-the-jungle> sayfasından erişilmiştir.
- Hitler, A. (1972). *Kavgam*. İstanbul: Yağmur Yayınları.
- Hobsbawm, E. (1993). *1789'dan günümüze milletler ve milliyetçilik: mit, program, gerçeklik* (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Howell, R. (1975). The ussr: sport and politics intertwined. *Comparative Education*, 11(2), 137-145
- Hroch, M. (1985). *Social predictions of national revival in europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- İmamoğlu, A.F. (1992). İki binli yıllara doğru Türk sporu üzerine bazı gözlemler. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(1)
- İnceoğlu, M. (1985). *Güdüleme yöntemleri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları.
- Jowett, G.S. & O'donnel, V. (2012). *Propaganda and persuasion*. USA: Sage Publications
- Kalinski, M. I. (2003). State-sponsored research on creatine supplements and blood doping in elite Soviet sport. *Perspectives in Biology and Medicine*, 46(3), 445-451.
- Kaptan, A. (1995). *Sosyal bilimler araştırma ve istatistik teknikleri*. Ankara: Rehber Yayınevi
- Karaca, M. (2018). Waffen ss askere çağırma propagandası. *European Journal of Managerial Research*, 2(2), 100-118.
- Karahan, B. G. (2015). Modern olimpiyat oyunlarında siyaset ve boykotlar. *International Journal of Sport Exercise and Training Sciences*, 1(2), 114-119.

- Kasapoğlu, M. M. (2021). Bir sektör olarak sporun değerlendirilmesi: küresel perspektifte bir bakış. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(4), 849-867.
- Kass, D. A. (1976). The issue of racism at the 1936 Olympics. *Journal of Sport History*, 3(3), 223-235.
- Kessler, M. (2011). Only Nazi games? berlin 1936: the olympic games between sports and politics. *Socialism and Democracy*, 25(2), 125-143.
- Kılavuz, İ. T. (2017). Sovyetler Birliği'nde Rus milliyetçiliği ve Rus milli kimliğinin gelişimi. *Journal of Faculty of Political Science*, 26(2), 79-110.
- Koca, C. (2017). Spor bilimlerinde nitel araştırma yaklaşımı. *Spor Bilimleri Dergisi*, 28(1), 30-48.
- Kolay, A. (2017). 1920'li yıllarda Avrupa'da sinema ve tiyatrodaki ermeni propagandası. *Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 164-190.
- Koşan, A. ve Güneş, E. (2009). Gönüllülük ve Erzurum 2011 Üniversitelerarası Kış Oyunları. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 1-18.
- Kozanoğlu, H. (2006). *21. yüzyılın sosyalizmi için hem eşitlik hem özgürlük*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kumkale, T. T. (2006). *Beynimizi kimler ve nasıl yönetiyorlar*. İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Labin, S. (1976). *Komünist propaganda taktikleri*. Ankara: Altınok Matbaası.
- Large, D. C. (2012). The Nazi Olympics: Berlin 1936. *The palgrave handbook of olympic studies* (pp. 60-71). London: Palgrave Macmillan
- Lee, J. Y. (1990). *Sport nationalism in the modern olympic games*. Colorado: University Of Northern Colorado.

- Leifer, N. (1965). *Muhammad Ali vs Sonny Liston* [Fotoğraf]. <https://aboutphotography.blog/blog/2020/1/20/ali-vs-liston> sayfasından erişilmiştir.
- Llobera, J. R. (2007). *Modernliğin tanrısı: batı Avrupa'da milliyetçiliğin gelişimi* (E. Akman, Çev.). Ankara: Phoneix.
- Maccormick, N. (1999). *Questioning sovereignty: law, state and nation in the European commonwealth*. Oxford: Oxford University Press.
- Mackenzie, M. (2003). From athens to Berlin: the 1936 olympics and leni riefenstahl's olympia. *Critical Inquiry*, 29(2), 302-336.
- Mattelart, A. (1995). *Uluslararası reklamcılık* (I. Gürbüz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Maxwell, J. A. (2008). Designing a qualitative study. *The SAGE Handbook Of Applied Social Research Methods*, 2, 214-253.
- McGregor, A. (2017). *Muhammad Ali: ringmaster of the media*. <https://ussporthistory.com/2017/02/06/muhammad-ali-ringmaster-of-the-media/> sayfasından erişilmiştir.
- Mcpherson, B. D., Curtis, J. E. & Loy, J. W. (1989). *The social significance of sport: an introduction to the sociology of sport*. Champaign: Human Kinetics Publishers.
- Mendiola, L. (2013). *The sport of revolution: athletes, photography and power in 1960's American culture*. (Yüksek Lisans Tezi). California State University.
- Meyssan, T. (16 Mayıs 2016). "Modern Askeri Propaganda Yöntemleri". Erişim Tarihi: 13 Şubat 2018, <http://www.voltairenet.org/article191794.html>
- Mezkit, M. (2014). Türkiye'nin gelecek ufku: muhafazakâr değişim. *Yeni Fikir*, 5(1), 1-66.
- Miller, D. (1997). *On nationality*. Oxford: Oxford University Press.

Miller, D. (2000). *Citizenship and national identity*. Malden: Blackwell Publishers.

Murray, B. (1992). Berlin in 1936: old and new work on the Nazi Olympics. *The International Journal Of The History Of Sport*, 9(1), 29-49.

Naim Süleymanoğlu (2021).
https://tr.wikipedia.org/wiki/Naim_S%C3%BCleymano%C4%9Flu#cite_note-2 adresinden erişilmiştir.

Naim Süleymanoğlu Birleşmiş Milletler Konuşması (2021).
<https://www.star.com.tr/yasam/naim-suleymanoglu-bm-konusmasi-naim-suleymanoglu-birlesmis-milletler-konusmasi-haber-1564895/> adresinden erişilmiştir.

Nevins, A. & Commager, H. S. (2005). *ABD tarihi* (H. İnalcık, Çev.). Ankara: Doğu-Batı.

Newcourt-Nowodorski, S. (2006). *La propaganda negra en la segunda guerra mundial*, İspanya: EDAF.

Oishi, Y. (2008). A consideration of media-nationalism: a case study of Japan after the Second World War. *Keio Communication Review*, 30, 5-17.

Öğün, S. S. (2000). *Mukayeseli sosyal teori ve tarih bağlamında milliyetçilik*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Öngel, H. B. (2001). *Türk kültür tarihinde spor*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Özbay, C. (2014). *Dünyada ve Osmanlı'da basının tarihsel gelişimi*. İstanbul: Doğu Kitabevi.

Özçağlayan, M. ve Apak, D. (2017). Soğuk savaş yıllarında algı yönetimi, haber ve propaganda ilişkisi. *Marmara İletişim Dergisi*, (28), 107-130.

Özdağ, Ü. (2014). *Algı yönetimi*. Ankara: Kripto Kitaplar.

- Özkırımlı, U. (2008). *Milliyetçilik kuramları; eleştirel bir bakış*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Özsoy, O. (1998). *Geçmişten günümüze yöntem ve uygulamalarıyla propaganda ve kamuoyu oluşturma*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Parks, J. (2016). *The olympic games, the Soviet sports bureaucracy, and the cold war: red sport, red tape*. Amerika Birleşik Devletleri: Lexington Books.
- Pope, C., Ziebland, S. & Mays, N. (2006). Analysing qualitative data. *Qualitative Research in Health Care*, 63-81.
- Pratkanis, A. & Aronson, E. (2008). *Propaganda çağı iknanın gündelik kullanımı ve suistimali* (N. Haliloğlu, Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Punch, K.F. (2011). *Sosyal araştırmalara giriş: nicel ve nitel yaklaşımlar* (D. Bayrak, H.B. Arslan, Z. Akyüz Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Putin, V. (2005). *Annual address to the federal assembly of the russian federation*. <http://en.kremlin.ru/events/president/transcripts/page/290> sayfasından erişilmiştir.
- Riordan, J. (1974). Soviet sport and Soviet foreign policy. *Soviet Studies*, 26(3), 322-343.
- Riordan, J. (1993). Rewriting Soviet sports history. *Journal of Sport History*, 20(3), 247-258.
- Rowe, D. (1996). *Popüler kültürler rock ve sporda haz politikası* (M. Küçük, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rowley, A. (2006). Sport in the service of the state: images of physical culture and Soviet women, 1917–1941. *The International Journal of the History of Sport*, 23(8), 1314-1340.

- Sabbagh, D. (2018). Milliyetçilik ve çok kültürlülük. A. Dieckhoff & C. Jaffrelot (Haz.), *Milliyetçiliği yeniden düşünmek – kuramlar ve uygulamalar* (D. Çetinkasap, Çev.) içinde (s. 131-147). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sarıkoca, E. (2020). Spor ve sosyoloji bir yaklaşım denemesi. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 20(64), 261-270.
- Saygın, U. A. (2012). *Futbol ve milliyetçilik: Türk milli takımının katıldığı dünya kupalarının hürriyet gazetesi üzerinden çözümlenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.
- Selçuk, S. S. (2011). Milliyetçilik üzerine: bir literatür taraması. *Journal Of Yaşar University*, 6(23).
- Selçuk, S. S. (2012). Dünden bugüne milliyetçilik: küresel dünyada yükselen sesler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 117-135.
- Shultz, R. H. & Godson, R. (1984). *Dezenformatsia: active measures in Soviet strategy, pergamon- brassey's*. Amerika Birleşik Devletleri: University of Nebraska Press.
- Smith, A. D. (2001). Milliyetçilik ve tarihçiler. M. Armağan (Haz.), *Tartışılan sınırlar değişen milliyetçilik* (İ. Türkmen, Çev.) içinde (s. 31–63). İstanbul: Şehir Yayınları.
- Smith, A. D. (2002). *Küreselleşme çağında milliyetçilik*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Smith, A. D. (2010). *Milli kimlik* (B. S. Şener, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Smith, A. D. (2013). *Milliyetçilik* (Ü. H. Yolsal, Çev.). Ankara: Atıf Yayınları.
- Snyder, L. (1954). *The meaning of nationalism*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Spaaij, R. & Anderson, A. (2010). Psychosocial influences on children's identification with sports teams: a case study of australian rules football supporters. *Journal Of Sociology*, 46(3), 299-315.

- Sporx. (2020). *Haltere adını altın harflerle yazdıran isim Naim Süleymanoğlu* [Fotoğraf]. <https://www.sporx.com/haltere-adini-altin-harflerle-yazdiran-isim-naim-suleymanoglu-SXHBQ893605SXQ> sayfasından erişilmiştir.
- Star. (2021). *Naim Süleymanoğlu Birleşmiş Milletler konuşması* [Fotoğraf]. <https://www.star.com.tr/yasam/naim-suleymanoglu-bm-konusmasi-naim-suleymanoglu-birlesmis-milletler-konusmasi-haber-1564895/> sayfasından erişilmiştir.
- Steinberg, D. A. (1978). The workers' sport internationals 1920-28. *Journal of Contemporary History*, 13(2), 233-251.
- Stelter, R., Sparkes, A. & Hunger, I. (2003). Qualitative research in sport sciences: an introduction. forum qualitative sozialforschung/forum. *Qualitative Social Research*, 4(1), 2.
- Stone, D. (2012). *Policy paradox: the art of political decision making*. New York: W.W. Norton & Company.
- Şafak, E. (2006). *Barışçı savaş*. https://www.sabah.com.tr/yazarlar/safak/2006/06/09/barisci_savas sayfasından erişilmiştir.
- Şahin, M.Y., Yenel F. ve Çolakoğlu T. (2010). Spor ve milliyetçilik etkileşimi: ulusal kimlik oluşturmada sporun yeri ve önemi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1).
- Şahin, K. (2007). *Küreselleşme tartışmaları ışığında ulus devlet*. İstanbul: İlgi Yayınları.
- Şimşek, A. (2004). *Terör sorunu ve propaganda ile ilişkisi Hizbullah örnek olayı* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.

- Tahir, A. N. (2015). Bulgar komünist partisi ve Bulgaristan'daki Türklere yönelik asimilasyon politikası. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 578-587.
- Tal, D. & Gordon, A. (2016). Jacques ellul revisited: 55 years of propaganda study. *Society*, 53(2), 182-187.
- Talimciler, A. (2010). *Sporun sosyolojisi, sosyolojinin sporu*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Tamir, Y. (1993). *Liberal nationalism*. Princeton: Princeton University Press.
- Tanrıverdi, H. (2012). Spor ahlakı ve şiddet. *The Journal Of Academic Social Science Studies*, 5(8), 1072-1093.
- Tarhan, N. (2006). *Psikolojik savaş*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tattersall, A. (2009). *Alman gazeteci: Hitler, siyahi sporcunun elini sıktı* [Fotoğraf]. <http://www.radikal.com.tr/hayat/alman-gazeteci-hitler-siyahi-sporcunun-elini-sikti-949269/> sayfasından erişilmiştir.
- Taylor, M. C. (2016). *An examination of the life and times of Muhammad Ali: boxing, politics, cultural identity, and transformational leadership* (Doktora Tezi). <https://www.proquest.com/docview/1866987697?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true> adresinden erişilmiştir.
- Taylor, P. (2003). *Munitions of the mind: a history of propaganda*. New York: Manchester University Press.
- Tekin, S. ve Taş, A. (2020). George Floyd vakasının önyargı ve ayrımcılık açısından incelenmesi. *Onto Dergisi*, (19).
- Temuçin F. E. (2014). Milliyetçilik. T.F. Ertan (Ed.), *Türkiye Cumhuriyeti tarihi* (s. 239). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Tengilimoğlu, D. ve Öztürk, Y. (2004). *İşletmelerde halkla ilişkiler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Time dergisine kapak olmuş 10 Türk (2014). <https://onedio.com/haber/time-dergisine-kapak-olmus-10-turk-267301> adresinden erişilmiştir.

Time. (2021). *12 great olympic nicknames* [Resim]. <https://olympics.time.com/2012/07/25/12-great-olympic-nicknames/> sayfasından erişilmiştir.

Titeux, S. (2017). *Muhammed ali* (M. Obertelli, Çev.). İstanbul: Karakarga.

Turan, E. (2011). Milliyetçilik teorisinin gelişimi ve türk milliyetçiliği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (1), 135-149.

Tutar, H. (2004). İşyerinde psikolojik şiddet sarmalı: nedenleri ve sonuçları. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 85-108.

Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi (2018). *Mexico City 1968 Xix. Yaz Olimpiyat Oyunlari*. <https://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Olimpiyat-Oyunlari-Detay/16/1> sayfasından erişilmiştir.

Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi. (2018). *Mexico City 1968 Xix. Yaz Olimpiyat Oyunlari* [Fotoğraf]. <https://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Olimpiyat-Oyunlari-Detay/16/1> sayfasından erişilmiştir.

Türkmen, F. (1965). *Seçim kazanmanın püf noktaları*. İstanbul: Tan Gazetesi ve Matbaası.

Türköne, M. (2006). *Siyaset*. Ankara: Lotus Yayınevi.

Türköne, M. (2013). Ulus-devlet ve milliyetçilik. M. Türköne (Ed.), *Siyaset* (s.631-665). Ankara: Lotus Yayınevi.

Ulutaş, S. Ö. ve Yavuz, R. (2020). Bulgaristan'da komünist rejim sonrası Türklere yönelik propaganda ve algı çalışmalarına örnekler. *Selçuk İletişim*, 13(2), 920-941.

Üzümlü, M. A. (2019). Tanımların ötesinde milliyetçilik: kuramlar, tartışmalar, paradokslar. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (89), 325-334.

Vintag. (2021). *21 Soviet sport propaganda posters from the mid-20th century* [Resim]. <https://www.vintag.es/2018/10/soviet-propaganda-sport-posters.html> sayfasından erişilmiştir.

Warren, M. (2000). *Putin revives Soviet national anthem. the telegraph.* <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/russia/1377685/Putin-revives-Soviet-national-anthem.html> sayfasından erişilmiştir.

Welch, D. (2002). *The third reich: politics and propaganda*. London: Psychology Press

Wenn, S. R. (1991). A suitable policy of neutrality? fdr and the question of American participation in the 1936 Olympics. *The International Journal Of The History Of Sport*, 8(3), 319-335.

Winkler, H. A. (1978). *Nationalismus*. Königstein: Verlagsgruppe Athenäum, Hain, Scriptor, Hanstein

Yaman, Ö. M. (2007). *Bir iktidar aracı olarak propaganda* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.

Yetim, A. (2010). *Sosyoloji ve spor*. Ankara: Berikan Yayınevi.

Yücel, H. (2006). Milliyetçiliğin (sınırlı) dünyasından küreselleşmenin (sınır-sız) dünyasına kimlik arayışları/tartışmaları. *Kıbrıs Yazıları*, (2), 3-15.

Yücesoy, N. (2009). *Futbolun ekonomi politiği, 2008 Avrupa Futbol Şampiyonası* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.

Yüksel, O. (2011). *Uluslararası ilişkiler çerçevesinde psikolojik savaş, propaganda ve wikileaks* (Yüksek Lisans Tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sayfasından erişilmiştir.

Валери, С. (1998). *Турското население в България между полюсите на етническата политика*. Sofia: Gibi.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Burak GÖNENDİ

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi: Süleyman Demirel Üniversitesi Spor Bilimleri Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Beden Eğitimi ve Spor Öğretimi Programı

Bildiği Yabancı Diller: İngilizce

Bilimsel Faaliyetleri:

- Hakkari İlinde Yapılan Mergabütan Kayak Merkezinin Halkın Kayak Sporuna Yönelik Olumlu veya Olumsuz Etkileri (Uluslararası Makale)
- Analysing of the Relationship between Team Cohesion and Prosocial and Antisocial Behaviors of Athletes Taking Groundwork Training in Professional Football Teams (Web Of Science)
- Üniversiteler Arası 1.Lig Erkek Voleybol Oyuncularının Grup Sarginlığı ile Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Sözel Bildiri)
- Üniversiteler Arası Muaythai Müsabakalarında Gerçekleşen Sporcu Sakatlıkları (Sözel Bildiri)
- Üniversiteler Arası 1. Lig Erkek Hentbol Oyuncuların Müsabaka Öncesi Kaygı Durumlarının Fair Play Tutumlarına Etkisinin İncelenmesi (Sözel Bildiri)
- Türkiye Okul Sporları Yıldızlar Badminton Türkiye Birinciliği Sporcularının Beklenti ve Memnuniyet Düzeyleri

İş Deneyimi

Stajlar: Şehit Ahmet Hilmi Yiğit Mesleki Ve Teknik Anadolu Lisesi

Projeler : -

Çalıştığı Kurumlar: Özel Bil Koleji, Süleyman Demirel Üniversitesi

Tarih: 11.02.2022