

Türk Milliyetçiliği Söylem(ler)inin Spor Basınında Yeniden İnşası (1990-2002)

Özet:

Bu çalışma, 1990-2002 yılları arasında Türk milliyetçiliğine dair söylemlerin ve Türk milli kimliğinin yeniden üretiminde spor/futbol basınının rolünü ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, Türk milli takımının resmi maçları ve Galatasaray futbol takımının Avrupa kupalarındaki resmi karşılaşmaları belirli bir örneklem çerçevesinde her dönemin en yüksek tirajlı iki gazetesi ve 1990 sonrasında yayınlanmaya başlayan günlük iki spor gazetesi kapsamında ve eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi doğrultusunda irdelenmiştir. Bu karşılaşmaların Türkiye spor basınında nasıl temsil edildiği ve Türk milliyetçiliğine dair söylemlerin futbol karşılaşmalarına ilişkin haberler yoluyla veya içinde nasıl kurulduğu ortaya konulmuştur. Böylece, Türk milliyetçiliğinin yeniden inşasında futbol basınının kritik rolü ortaya çıkarılmıştır. Bu çalışmada, spor basınında hegemonize edilmeye çalışılan milli kimlik nosyonunun, Türk ulusunu çok-kültürlü ve eşit yurttaşlar topluluğu olarak tasavvur etmediği görülmüştür. Türkiye spor basınında tarihsel olarak yeniden üretilen Türk milliyetçiliğinin yurttaşların kolektif iradesi temelinde tarif edilen ve meşruiyetini bu iradeden alan sivil bir milliyetçilik ya da vatanseverlik söylemi olmadığı bu çalışmanın önemli sonuçlarındadır.

Anahtar sözcükler: spor basını, milliyetçilik, milli kimlik, Türk milliyetçiliği.

Emre Gökalp
Anadolu Üniversitesi
Edebiyat Fakültesi

Reconstruction of Turkish Nationalist Discourse(s) in the Sports Press (1990-2002)

Abstract:

This thesis aims to investigate the role of sports press in the reproduction of Turkish national identity and nationalist discourse(s). In this study, the press coverage of international football matches of Turkish national team and international matches of Galatasaray football club are investigated through a specific sampling in the mostly circulated two daily newspapers and two daily sports newspapers. In the study, the extent to which representation of international football matches of Turkish teams in Turkish sports press and articulation of news discourses into Turkish nationalist discourse(s) are examined. Thus, crucial role of the sports press in the reconstruction of Turkish nationalist discourse(s) is evaluated. The results of the analysis demonstrates that the notion of national identity which sports press tries to hegemonize, does not comprehend the citizenship of Turkish people as a multi-cultural community. One of the important results of this study is that Turkish nationalism is not presented as a discourse of patriotism and/or civil nationalism which derives its legitimization from citizens' collective will in the Turkish sports press.

Keywords: sports press, nationalism, national identity, Turkish nationalism.

Türk Milliyetçiliği Söylem(ler)inin Spor Basınında Yeniden İnşası (1990-2002)¹

1

Bu çalışma Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı'nda Ekim 2004'de kabul edilen doktora tezime dayanmaktadır. Bu vesileyle başta tez danışmanım Doç. Dr. Halil Nalçaoğlu'na ve bu konuda bir tez yazmaya beni teşvik eden Tanıl Bora'ya unutamayacağım tüm dostça yardım ve katkıları için; bu makalenin anonim hakemlerine de değerli yorum ve eleştirileri için çok teşekkür ederim. Bu çalışmanın bir bölümü 17-19 Haziran 2005 tarihlerinde Oxford Üniversitesi St. Antony's College'da düzenlenen "The Oxford Symposium on (Trans)Nationalism in Europe" konferansında sunulmuş ve <http://www.sant.ox.ac.uk/esc/ranses/gokalp.pdf> adresinde "working paper" olarak yayınlanmıştır. Çalışmanın sadece 2002 Dünya Kupası'na odaklanan bölümü ise 23-29 Temmuz 2006 tarihleri arasında Güney Afrika-Durban'da yapılan "XVI.

Milliyetçilik, Futbol ve Medya

Milli kimlik doğal, verili, sabit ve aynı zamanda öncesiz ve sonsuz bir "kendilik" değil, aksine sürekli yeniden üretilen oluşsal bir olgudur. Buna göre milliyetçilik de bir "temsil sistemi" ve toplumsal dünyayı anlamlandıran bir "söylem"dir (Calhoun, 1997; Billig, 1995). Milliyetçiliğin toplumsal yaşamın somut pratikleri içinde rutin olarak yeniden inşa edilen bir söylem olarak kavramsallaştırılması ve sorunsallaştırılması, Balibar'ın (1991) dikkat çektiği gibi, esas olarak bu yeniden üretim süreci üzerinde durulmasını kaçınılmaz kılar. Bu bağlamda ise milliyetçiliğin sürekli yeniden oluşumunda kültürel pratiklerin oynadığı rolün analiz edilmesi oldukça önemlidir. Çünkü güç/iktidar ilişkilerinin ve toplumsal/siyasal kimliklerin yeniden kuruluşunda kritik bir rol oynayan hegemonik pratiklerin önemli bir mücadele alanı popüler kültür alanıdır. Milliyetçiliğin yeniden üretiminde devlet merkezli kamusal pratikler kadar popüler kültür ve gündelik hayat da oldukça önemlidir. Diğer bir deyişle, Türk milliyetçiliğinin ve özgül bir kolektif kimlik türü olarak Türk milli kimliğinin sürekli yeniden inşasında popüler kültürel süreçlerin ve pratiklerin, özellikle de popüler spor kültürünün önemli bir rolü vardır. Popüler kültür oldukça geniş bir nüfusa ulaştığından da resmi milliyetçiliğin devlet merkezli klasik mekanizmalar dolayımıyla gerçekleşen yeniden üretiminden çok daha etkili olur (Özkırımlı, 2002: 710).² Bu nedenle, bu çalışmada milliyetçilik ve popüler kültür ilişkisine yoğunla-

şılacak ve dünyada ve Türkiye'de popüler kültürün en önemli pratiklerden biri olan futbol basınında yaygınlaşan milliyetçi söylem(ler)in nasıl yeniden inşa edildiği sorusuna odaklanılacaktır. Zira spor etkinliklerini çeşitli bağlamlarda anlamlandırma işlevini yerine getiren spor basını, farklı ötekilik biçimleriyle birlikte milli kimliğin yeniden üretilmesinde de önemli bir pay sahibidir. Spor sayfaları/gazeteleri milli(yetçi) kimliğin/bilincin çok çarpıcı bir şekilde yeniden üretildiği yerlerdir. Bu noktada, Türkiye'de spor basınına Türk milliyetçiliğini yeniden ürettiğini ifade etmek malumu ilan etmenin ötesinde bir anlam taşımayacaktır. Birçok örnekte olduğu gibi, Türkiye'de de spor basını milliyetçi söylem(ler)i yeniden üretmektedir. Peki ama nasıl bir milliyetçilik söylemi yeniden üretilmektedir? Yani, Türkiye'de spor basınında yeniden üretilen milliyetçilik ne tür bir milliyetçiliktir? Bu çalışmada cevap aranacak temel soru budur.

Milyonlarca seyircinin/taraftarın içinde yer aldığı popüler spor/futbol alanı milliyetçiliğin düzenli olarak yeniden üretildiği ve konsolide edildiği kültürel alanlar içerisinde özel bir yere sahiptir. Popüler spor/futbol kültürü, toplumsal, kültürel ve sınıfsal farklılaşma ve beraberindeki uzlaşmaz zıtlıklarla/çelişkilerle iç içe olan bir toplumsal yapıdan "hayali bir birliğin", yani milli kimliğin ve milliyetçiliğin yeniden üretilmesinde hayati bir katkıya sahiptir. Birçok ülkenin milli sporu olan ve milli kimliklerin evrensel bir göstereni olmayı başaran futbol ise milli(yetçi) "biz" ve "öteki(ler)" ayrımının yeniden üretilmesinde ve milliyetçiliğin yeniden

Dünya Sosyoloji Kongresi"nde sunulmuştur. Spor basınında Avrupa ile özdeşleşme ve Avrupa'nın ötekileştirilmesine odaklanan farklı bir biçimi ise Avrupa Sosyoloji Derneği (*European Sociological Association-ESA*) Medya ve İletişim Araştırmaları Ağı (*Mass Media and Communications Research Network*) ile Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin birlikte 3-5 Kasım 2006 tarihleri arasında Antalya'da düzenlediği konferansta sunulmuştur. Bu çalışmanın kısaltılmış bir biçimi de Türkçe olarak 19-23 Eylül 2006 tarihleri arasında Malatya İnönü Üniversitesi'nde gerçekleştirilen "5. Ulusal Sosyoloji Kongresi"nde sunulmuştur.

2

Özellikle, kriz dönemlerinde, uluslararası başarılarla ya da ulus-devletin kendini kutsadığı milli bayramlar gibi periyodik ritüellerde ortaya çıkan milli seferberlik durumu göz önüne alındığında popüler kültürel alanda yeniden üretilen

milliyetçiliğin önemli bir rezerv oluşturduğu açık olmakla birlikte, "resmi politikalar doğrultusunda bir toplumsal seferberlik yaratma maksadıyla öntü açılmayan, teşvik görmeyen milliyetçi kampanyaların popülarleşme imkanı (2000'li yıllar itibarıyla) daralmaktadır. Büyük-endüstriyel medyanın teşvik etmediği milliyetçi kampanyaların popülarleşme imkanının darlığı; da bununla ilintilidir" (Bora ve Can, 2004: 543).

3

Bilindiği gibi, milliyetçilik hiçbir zaman türdeş, yekpare bir olgu olmamıştır ve bu durum her özgül milliyetçilik için geçerlidir. Verili bir örnekte bile bütünlük oluşturan tek bir milliyetçilikten değil, aksine çeşitli milliyetçi söylemlerden söz edilmelidir. Bu çerçevede, Türkiye'deki milliyetçiliğin de çok boyutlu bir söylemsel oluşum olduğu ve Türk milliyetçiliğinin de yekpare bir görünüm arz etmediği açıktır. Bütün milliyetçiliklerde olduğu gibi, Türk milliyetçiliği de farklı, birbirleriyle çelişkili ve rekabet halinde olan ama birbirleriyle önemli düzeyde geçişlilik/paralellik arz eden milliyetçi söylemlerden oluşur.

inşasında ciddi bir rol oynar. Popüler futbol kültürü, "öteki(ler)" ile ayrımın altını çizerek ve milli aidiyeti yeniden sağlayarak, mevcut dahili farklılıkları ve eşitsizlikleri görünmez kılan ya da askıya alan ve böylelikle milli birliği ve bilinci güçlendiren önemli bir alandır. Futbolun milli(yetçi) hissiyatın ve hassasiyetin yaratılmasında ve pekiştirilmesinde oynadığı ideolojik rol özellikle uluslararası futbol karşılaşmalarında çok belirgindir. Uluslararası futbol karşılaşmaları ve bu maçların basındaki temsili farklı düzey ve dozajlarda milliyetçiliğin söylemsel yeniden üretiminde olağanüstü bir rol oynar (Rowe,1996: 203,223-224; Clark & Clark, 1983: 65; Duke ve Crolley, 1996; Giulianotti, 1999; Maguire vd., 1999a, 1999b; Rowe, 1999; Crolley and Hand 2002; Bishop and Jaworski, 2003).

Kısaca, spor/futbol ve milliyetçilik arasında önemli bir eklemleme ilişkisi olduğu açıktır. Bundan dolayı, futbolun, parçası olduğu spor gibi, bütün dünyada ulusal/milli kimlikleri şekillendiren ve bir arada tutan eğitim, medya gibi büyük toplumsal/kültürel alanlardan biri olduğu rahatlıkla belirtilebilir. Zaten futbolun on dokuzuncu yüzyılın sonlarında ve yirminci yüzyılın başlarındaki uluslararası yayılışının Avrupa'da ve Latin Amerika'da birçok ulusun kuruluşu ile aynı döneme denk gelmesi, futbol, modernite ve milli kimliğin birbirleriyle oldukça ilgili olduğunun göstergesidir (Giulianotti, 1999: 10-23, 36). Milli takım kurmak ve milli maç oynamak, hem milli bağımsızlığın dünyaca onaylanması, hem de gösterilecek başarılarla milli gururun okşanması bakımından çok önemlidir (Bora ve Erdoğan, 1993: 234). Milli takımlar ya da kulüp takımlarının özellikle uluslararası düzeydeki karşılaşmaları, "hayali cemaat" duygusunun yeniden üretiminde çok önemlidir. Uluslararası maçlarda, milli takımlar, milli bayrakla özdeş olan milli formalarla sarmalanmış şekilde ve maçtan önce çalınan milli marşla modern ulusu cisimleştirir.

Futbol kültürü, rakip takımı yücelterek rakibi aşağılayan marşlar, bayraklar ve pankartlar repertuarının zenginliği ile milliyetçiliği özellikle gündelik ve popüler düzeyde cisimleştiren ritüel ve sembol ihtiyacı için mükemmel bir zemindir. Ayrıca, maçtan

maça bir araya gelen anonim tribün kalabalığının duygudaşlığı ve ortak tezahüratı, milliyetçiliğin birbirini tanımayan insanlarda kendilerini bir cemaat içinde hissettirme gücünün önemli bir metaforik belirtisidir (Bora, 2001: 559). Futbol, özellikle, milli takımlar arası karşılaşmalarda, “hayali cemaat” nosyonunu mükemmel bir şekilde yansıtır; zira sahadaki 11 oyuncu ile milleti hayal etmek ve milli kimliği pekiştirmek çok daha kolaydır (Duke ve Crolley, 1996: 4). Hobsbawm’ın (1989: 43) vurguladığı gibi, “milyonlarca insanın oluşturduğu hayali topluluklar, on bir kişilik bir takımda daha gerçekmiş gibi gözükür.”

Futbol maçındaki “karşılaşma” durumu, özcü/milliyetçi “biz” ve “öteki(ler)” ayrımının en doğal ve masum görünümünü yansıtır. Böylelikle, milliyetçi ideolojilerin “tarihin motoru” olarak kurguladığı milletlerarası mücadelenin “mimetik” temsilini sağlar; bu mücadele de kesin -rakamla ifade edilebilir- ve görünür zafer temsilleri sunar (Bora, 2001: 559). Bu nedenle, sportif zaferler siyasi zaferlermişçesine yaşanır; yenilgiler ise hüsrandır (Colome, 1993:126). Futboldaki “milli zafer neredeyse bir askeri zaferden bile daha keskin, daha tartışmasız ve daha görünürdür. Bu nedenle milli heyecan için eşsiz bir vesiledir” (Erdoğan, 1993b: 23). Futbolcular sahada sadece futbol topunun ağırlığını değil, tüm bir ulusun geçmişini, bugünü ve geleceğini de taşımakla görevlidirler. Ulusal kimliğimizin bekası futbolcuların ayaklarının ucundadır (Mutlu, 1996: 369). Bu anlamda, milli futbol maçları ve kulüp takımlarının diğer Avrupa takımlarıyla oynadığı maçlardaki başarılar milli kimliğin/Türklüğün çoğunlukla özsel bir kudret ve üstünlük göstergesi olarak temsil edilmesine olanak tanır.

1980’ler sonrasında giderek ivme kazanan küreselleşme süreci ulus-devlet ve ulusal kimlik nosyonlarını bir ölçüde aşındırdığı gibi ulusal düzlemdeki futbol evreninde de etkisini göstermeye başlamıştır. Futboldaki işgücü pazarının 1995 yılında tam olarak serbestleşmesiyle, bilhassa Avrupa’daki birçok futbol takımının “küreselleşmesi” süreci neredeyse tamamlanmış; böylelikle her takımında en az 5-6 farklı ülkeden futbolcu yer almaya başlamıştır.

Futbolun giderek küreselleşmesi, bu alanda var olan yerel, bölgesel, ulusal ve küresel düzeyler arasındaki eski sınırları sorunlu hale getirmektedir. Futbolun kültürel anlamda artan karmaşıklığı ve melezliği söz konusu küreselleşmenin bir yansımasıdır. Küreselleşme ve milliyetçilik arasındaki diyalektik ilişki düşünüldüğünde, bu durumun önümüzdeki yıllarda futbol alanında farklı ve karmaşık yansımaları olacağını öngörmek mümkündür.

Milli takımların ve milli maçların futbolsever kitleler ve futbol medyası nezdindeki cazibesinde bir azalma olmamakla birlikte, 1980'ler sonrasında ulus-devletin çözümlene eğilimine girmesiyle milli takımların biraz da olsa "kutsallığını" yitirmeye ve dünyevileşmeye başladığı belirtilebilir. Farklı bir ifadeyle, milli takımların 1980'lerin başında çok kısa bir süre için bu şekilde cazibesini yitirdiği söylenebilir. Milli takımlar arası rekabet, milli bir rekabet olmakla birlikte kulüpler arası rekabetin atmosferine dahil olmasıyla "milletin kulüpleşmesi" süreci başlamıştır. Formaların stilize edilmesi ve marka teşhirinin ön plana çıkmasıyla bayraksız özelliklerinin biraz zayıfladığı öne sürülebilir. Ancak, milli takımın "dünyevileşmesi" kısmîdir. Zira milli maçlara atfedilen önemde herhangi bir azalma söz konusu değildir. Kaldı ki, özellikle Türkiye'de kulüp takımlarının Avrupa kupalarındaki maçları bile benzer bir milli seferberliğe vesile olmaktadır (Bora ve Erdoğan, 1993: 234-235). Bu nedenle, milli takımların cazibesini yitirmesinin kısa sürdüğü ve bir süre sonra küreselleşmeye ve beraberinde devletin girdiği zafiyete karşı gelişen milliyetçi tepkileri maddileştiren önemli bir araç olmaya başladığı belirtilebilir. İlerleyen bölümlerde görüleceği gibi, 1980'lerde Türk milliyetçiliği ile futbol arasındaki ilişki yumuşamamış, yeni bir rotaya girmiştir. Buradaki değişim özellikle 1990'larda görüldüğü gibi kulüp takımlarının milli kimliği temsil etmesinde gözlemlenmektedir. Futbol takımlarının ve oyuncularının (özellikle milli takımda yer alanların) ulusal semboller olarak algılanması yeni bir olgu değildir. Ancak 1980'lerde futbol yaygınlaşıp, başarı ve rekabet arzusu kimi ekonomik saiklere bağlı olarak geliştikçe, futbol oyuncuları ve takımları ile ulusal kimlik arasında kurulan bu sembolik ilişki hem yöneticiler hem de

halk nezdinde daha da kuvvetlenmiş (Yarar, 1999:53) ve 1990'lardan bu yana güçlenmiştir. Ancak 1990'ların sonundan itibaren milli takım olgusunun yeniden canlandığını söylemek mümkündür. Bu noktada piyasa ilişkilerine ve düzensizliğine boğulan özerkleşmiş futbolun ve futbol kulüplerinin başarısızlığının etkisi de önemlidir.⁴

Diğer taraftan, küreselleşmenin bariz yansımaları bir yana, spor/futbol alanındaki milliyetçiliğin uluslar içindeki bölünmeleri ya da tansiyonları tamamen ortadan kaldırmadığı da vakiydir. Farklı bir ifadeyle, milli birliğin ve beraberliğin spor/futbol aracılığıyla ideolojik kuruluşu her zaman başarı ile tamamlanmaz. Milliyetçiliğin futbol üzerinden yükselişi ulus içerisindeki tansiyonları ve bölünmeleri her zaman ortadan kaldırmaz. Egemen ideolojilerin ve söylemlerin spor alanı üzerinden yeniden üretimi karşı konulmaz ya da çelişkisiz değildir. Kimi zaman, yerel ve bölgesel aidiyetler spor alanında milli birliğin inşasına galebe çalabilir. Kaldı ki, futbol alanındaki milliyetçilik de kimi zaman belirli kimlikleri ulusal kimlik içine kabul ederken "diğerleri"ni kategorik olarak dışlamaktadır (Giulianotti, 1999: 32,66-68). Sonuç olarak, küreselleşme sürecinin doğrudan futbol alanında ve futbol alanındaki milliyetçilik üzerinde önemli etkileri olmaya başladığı ve olacağı çok açıktır. Küreselleşme sürecinin ulus-devlet ve ulusal kimliklerin ciddi bir erozyonuna yol açmasına rağmen, nasıl milli kimliklerin önemi ve milliyetçi söylemlerin hegemonik konumu devam ediyorsa; aynı şekilde, futbol ve milliyetçilik arasındaki kritik eklenmenin devam ederek önemini koruyacağı da açıktır.

1990-2002 yılları arasında Türkiye'de milliyetçi söylem(ler)in ve Türk milli kimliğinin yeniden üretiminde spor/futbol basının rolünü ortaya çıkartmayı amaçlayan bu çalışmada Türk milli takımının resmi maçları ve Galatasaray futbol takımının⁵ Avrupa kupalarındaki resmi karşılaşmaları belirli bir örneklem çerçevesinde her dönemin en yüksek tirajlı günlük iki gazete ve günlük iki spor gazetesi⁶ kapsamında ve eleştirel söylem çözümlemesi yöntemine dayanılarak irdelenmiştir.

4

1980'li yıllarda Türkiye'de yeni sağın hegemonyanın yükselişi ile futbolun yeniden örgütlenmesi arasındaki ilişkiye ilişkin önemli bir tartışma için bakınız Yarar, 1999; 2005.

5

Milliyetçiliğin yükseldiği bir konjonktürde pek çok uluslararası maçta başarı gösteren ve 2000 yılında UEFA Kupası'nı kazanan Galatasaray futbol takımı bu süreçte ulusal kimliği temsil eden bir göstergeye dönüştüğünden dolayı bu çalışma kapsamına dahil edilmiştir.

6

Eleştirel söylem çözümlemesi doğrultusunda bir çözümlemeye somut malzeme oluşturacak olan gazete metinleri çalışmanın varsayımlarının ve yönteminin doğası gereği "tesadüfi örneklem" tekniğiyle değil, özel dönemlere denk düşen basılı malzemenin amaçlı seçimi tekniğiyle gazete arşivi taraması yapılarak seçilmiştir. Bu tercihin gerekçesi ise şöyle açıklanabilir: Söylem kavramının temel dayanaklarından olan "olasılık koşulları" (*conditions of possibility*) bir söylem unsurunun oluşması için gerekli koşulların var olması gerektiğine işaret eder. Bu nedenle, hiçbir söylem unsuru tesadüfi olarak var olamaz, mutlaka bir var olma gerekçesi söz konusudur. Dolayısıyla, futbola dair söylemi milliyetçilik söylemi ile ilişkilendiren az sayıdaki

söylem unsuru, açıklayıcılık Fakımından sürekli ve çok sık tekrar edilen unsurlar kadar önemlidir. Diğer taraftan, Türkiye futbol tarihinde milli takımın ve Galatasaray futbol takımının galibiyetle ya da mağlubiyetle sonuçlanan ve tarihsel olarak dönüm noktası oluşturan çok önemli bazı karşılaşmaları bilinçli olarak araştırma kapsamına dahil edildiğinden, burada da amaçlı seçim tekniğine başvurulmuştur. A Milli Takımı'nın ve Galatasaray'ın karşılaşmalarının galibiyet, mağlubiyet ve beraberlik dengesi gözetilerek seçilmesi de böylelikle mümkün olmuştur.

7

Ayrıca, 1998 yılından itibaren yayınlanmakta olan *Star* gazetesi -diğer haberlerinde olduğu gibi spor/futbol haberlerinde de oldukça kaba / saldırgan bir haber söylemi oluşturması ve dönemsel olarak en çok satan üç gazeteden biri olması nedeniyle- ve 2002 yılında bir süre yayınlanan günlük spor gazetesi *Pas* da irdelenecek ampirik malzeme içinde yer almıştır.

| DÖNEM | A Milli Takım | | Galatasaray | | Toplam | |
|-----------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| | Toplam Resmi Karşılaşma | Seçilen Resmi Karşılaşma | Toplam Resmi Karşılaşma | Seçilen Resmi Karşılaşma | Toplam Resmi Karşılaşma | Seçilen Resmi Karşılaşma |
| 1990-1999 | 46 | 14 (% 30,4) | 62 | 20 (%32,2) | 108 | 34 (% 31,4) |
| 2000-2002 | 36 | 19 (% 52,7) | 40 | 24 (% 60) | 76 | 43 (% 56,5) |
| Toplam | 82 | 33 (% 40,2) | 102 | 44 (% 43,1) | 184 | 77 (%41,8) |

Tablo-1: A Milli Takımı'nın ve GS Futbol Takımı'nın Oynadığı Resmi Karşılaşmaların ve Örneklem Kapsamında İncelenen Karşılaşmaların Dağılımı

Türkiye'de milliyetçi söylem(ler)in ve Türk milli kimliğinin yeniden üretiminde futbol basınının rolünü ortaya çıkartmayı amaçlayan bu çalışmada, belirtilen dönem içerisinde oynanan futbol karşılaşmalarının gün ve bir gün sonrasına ait -söz konusu karşılaşmaya dair en fazla haber ve yorumların yer aldığı günler olması nedeniyle- birinci sayfaları ve spor sayfaları irdelenmiştir. Köşe yazıları, çok farklı bir teknik gerektirdiğinden sistematik olarak analiz kapsamında yer almamıştır. Tablo 1'de görüldüğü gibi, çalışmanın görgül/somut malzemesi olarak, örneklem kapsamında 1990-2002 yılları arasında gerçekleşen toplam 184 karşılaşmanın yaklaşık % 42'sini temsil eden 77 karşılaşmaya ilişkin olarak 4 gazetede ki haber başlıkları ve girişleri incelenmiştir. Bu karşılaşmaların Türkiye spor basınında nasıl temsil edildiği, başta Türk milliyetçiliği olmak üzere, egemen söylemlerin futbol karşılaşmalarına ilişkin haberlerde nasıl dizgelendiği ortaya konulmuştur. Böylece, Türk milliyetçiliğinin ve Türk milli kimliğinin yeniden inşasında oldukça popüler metinlerden birinin, yani futbol basınının "kritik" rolü ortaya çıkartılmıştır.

Analiz Yöntemi

Bu çalışmada, açıklama yerine anlama/yorumsama geleneğinin mümkün kıldığı yöntemsel araçlardan birisi olan söylem çözümlemesi yöntemi, özel olarak da Fowler (1991), Van Dijk (1993; 1998; 2000) Fairclough (1992; 1995) tarafından geliştirilen eleştirel

söylem çözümlemesi (ESÇ) yönteminden hareket edilmiştir. Sadece medya metinlerine odaklanan eleştirel söylem çözümlemelerinde bile ortak/standart bir modelin söz konusu olmadığı göz önüne alınırsa (Van Dijk, 2000: 2), bu çalışmanın amacı ve temel sorunu doğrultusunda bir çözümleme tekniği hedeflenmiştir. Zira ESÇ yapan araştırmacılar, ESÇ çerçevesindeki analitik araçlardan kendi araştırmaları kapsamındaki veriyi etkin olarak çözümlemelerini sağlayacak analitik araçları seçerek, her farklı araştırma için neredeyse özgün denilebilecek bir model oluşturmaktadır. Bu çalışmada da benzer bir yol izlenmiş ve araştırmanın verisini araştırmanın amacı doğrultusunda en etkin şekilde çözümleyecek çerçeve oluşturulmuştur.

Gazetelerdeki spor/futbol karşılaşmalarına dair metinler diğer haber metinlerinden hem şematik olarak hem de tematik olarak oldukça farklı bir yapıya sahiptir. Şematik olarak oldukça büyük puntolarla yer alan sürmanşetler, manşetler/başlıklar, yine büyük puntolarla yazılan alt başlıklar, patlangaçlar ve haber girişleri haber metninin niceliksel olarak büyük bölümünü oluştururken; içerik olarak da bütün metnin önemli bir bölümüne karşılık gelmektedir. Sadece başlık, üst ve/veya alt başlık, patlangaç ve haber girişlerinden/spotlardan oluşan haber metinleri oldukça yaygındır. Daha önemlisi ise, bu metinlerde cisimleşen egemen ideolojik/söylemsel yapılar esas olarak ve sıklıkla başlık, alt başlık ve haber girişlerinde bulunmaktadır. Bu durum, araştırmanın verisini oluşturan yaklaşık 300 gazete nüshasındaki tüm haber metinlerinin biçimsel düzeyde ve detaylı bir *semiyotik/linguistik* analizini içeren bir söylem çözümlemesinden çok spor basınının hem madde üretim koşullarının hem de haber metinlerinde cisimleşen hakim ideolojik/söylemsel stratejilerin çözümlemesini amaçlayan bir çözümleme modelinin oluşturulmasını zorunlu kılmıştır. Bu doğrultuda, spor/futbol karşılaşmalarını sadece yansıtma/aktarma iddiasıyla üretilen haber metinlerinin hem toplumsal süreçlerle nasıl eklemlendiğini hem de bu metinlerin Türk milli kimliğini ve Türk milliyetçiliğini nasıl doğallaştırarak yeniden ürettiğini ortaya koyabilecek bir çözümleme stratejisi oluşturulmuştur.

Bu çalışmada, genel olarak, Van Dijk'in modelindeki analitik ayırma benzer şekilde haber metnlerinin kimi makro ve mikro yapısal özellikleri çözümlenecektir. Haberlerin tematik yapısına ve bütünsel şemasına odaklanan makro yapı çözümlemesinde yaygın olarak haber metnlerinin özellikle nasıl bir tematik hiyerarşi içinde düzenlendiği ortaya konulur. Bu çalışmada özellikle manşetler, başlıklar, spotlar ile haber girişlerinde nasıl bir tematik sıralamanın var olduğu, hangi temaların/vurguların sürmanşet, manşet ya da başlık olarak metinsel yapı içinde öncelikli olarak ve ön planda yer aldığı, özellikle ideolojik anlamı barındıran söylemsel stratejilere odaklanılarak irdelenecektir.

Bununla birlikte, söz dizimsel, *leksikal*, retorik özelliklere ve bunlar arasındaki anlamsal (semantik) ilişkilere yoğunlaşarak haber metnlerinin mikro yapı çözümlemesi de haber metnlerinde yeniden üretilen egemen ideolojik/söylemsel yapıların çözümlemesinde önemlidir. Millet/ulus kategorisi, aşkın ve mutlak bir gönderge ya da nesnel bir kategori değil; aksine farklı siyasal/toplumsal söylemler tarafından çeşitli şekillerde anlamlandırılan bir gösterge olduğundan, yüksek tirajlı futbol basınındaki haber söyleminin milliyetçi söylemle nasıl dolaymlandığının çözümlenmesinde sözcük seçimlerinin ve söz dizimsel yapının analizi kritiktir. Başta başlıklar olmak üzere, tematik hiyerarşi içindeki sözcük tercihleri tarafsız değildir; aksine, önemli ideolojik anlamlara sahiptir. Metinlerin söz dizimsel yapısı içinde de, cümlelerin özne-yüklem ilişkisi, etken ya da edilgen olması gibi boyutları içeren geçişkenlik analizi egemen anlam(lar)ın metin içinde nasıl kurulduğunun ortaya çıkarılmasında önemlidir. Bu doğrultuda haber metnlerinin çözümlenmesinde geçişkenlik analizine de başvurulacaktır. Geçişkenlik analizi katılımcılar ve süreçler arasındaki nedensellik ile ilgilidir. Olayın, konunun içindeki katılımcıların süreçteki rolünün ortaya çıkartılmasını sağlar. Bu analizin amacı, sözdizimsel çeşitlemelerle tanımlanabilen olaylar ve eylemlerin aktörlerin içinde yer alışlarını ve sorumluluklarını göstermedeki (ya da gizlemedeki) işlevini açığa çıkarmaktır. Özellikle, etnik/azınlık gruplarının ya da muhalif hareketlerin gösterilerinde meydana gelen olaylar-

da, resmi otoritelerin ve esas olarak güvenlik güçlerinin sorumluluklarının edilgen cümle yapılarıyla verilmesi, güvenlik güçlerinin olaylardaki öneminin azaltılmasına yönelik benzer amaçlar için kullanılan önemli bir söylem stratejisidir. Aynı zamanda, özellikle azınlık kimliklerinin söylemsel olarak ötekileştirildiği, sapkınlık ve şiddet içeren olaylardaki rollerinin sorumlu ajanlar ve etken özneler olarak temsil edildiği metinlerin analizinde de oldukça kritiktir (Van Dijk, 2000: 14).

Başta sürmanşetler/manşetler ile spotlar/haber girişleri olmak üzere haber metinlerinin çözümlenmesinde odaklanılacak olan haber söyleminin temel karakteristikleri ya da söylem stratejileri ise genelleştirme (*generalization*), edilgenleştirme (*passivization*), adlaştırma (*nominalization*), aşırı leksikalizasyon (*over-lexicalization*), retorik ve aktarma biçimleri (*quotation patterns*) olacaktır (Teo, 2000).

Genelleştirme, bir grup insanın etkinliklerinin/eylemlerinin ya da özelliklerinin çok daha geniş bir nüfusa genellenmesidir. Küçük bir grup Göteborg taraftarının bir Galatasaraylı seyirciyi dövmesi hadisesinin haber metninin başlığında "Barbar İsveçliler" şeklinde kodlanması örneğinde olduğu gibi, belirli genelleştirici ifadelere başvurulmasının açık bir ideolojik işlevi söz konusudur. Küçük bir grup izleyicinin İsveçliler olarak genelleştirilmesi "bilşsel önyargı ya da stereotipleştirme açısından da semptomatiktir" (Van Dijk, 1991).

Edilgenleştirme ise aktif yapının edilgen yapıya dönüştürülmesidir. Yani, "a, b'yi öldürdü" yerine "a öldürüldü" cümlesinde olduğu gibi öznenin tamamen kaldırılması sonucu eylemin somut öznesinin/ajanının gizlenmesi durumuna işaret eder.

Adlaştırma ise fiilin isme dönüşmesi sonucu gerçekleşir. "Vi-yana Kuşatması" ya da "İki İngiliz'in Ölümüyle Sonuçlanan Kavg-a" örneklerinde olduğu gibi hem eylemin/olayın ajanı hem de eylemin fiil zamanı gizlenir. Farklı bir ifadeyle, edilgenleştirme ile benzer bir şekilde adlaştırma stratejisi olayın/sürecin etken faili-

nin gözükmesini engeller. Fowler (1991: 80), adlaştırmanın özellik-
le güç/iktidar ilişkilerinin gizlenmesine imkan veren, gizemleştirici
niteliğinin altını çizer.

Eş anlamlıymuşçasına aktarılan (*quasi-synonymous*) terimlerin
haber söylemi kumaşı içine dokunarak defalarca tekrarlanmasıyla
"aşırı-leksikalizasyon" gerçekleşir. Fowler tarafından "haber söy-
leminde ideolojiyi kodlamanın pragmatik bir stratejisi olarak" ni-
telendirilen bu strateji çoğunlukla mağdur/güçsüz konumdaki in-
sanların olumsuz olarak karakterizasyonunda kullanılır (aktaran
Teo, 2000: 20). Ayrıca, "öteki" kategorindekilerin olumsuz olarak
anlamlandırılmasında tercih edilen kelimelerin çok sık kullanımı
ya da "biz" kategorisinin olumlu temsilinde kullanılan kelime ter-
cihlerinin çokluğu da "aşırı-leksikalizasyon"a işaret eder.

Mikro yapının çözümlenmesinde gazetenin söz dizimsel ve *lek-
sikal* özellikleriyle birlikte haber metinlerinde var olan retorik özel-
likler de incelenecektir. Haber metnine gerçeklik halesi kazandır-
mada oldukça merkezi bir rol oynayan doğrudan ya da dolaylı aktar-
malar/alıntılar, görsel malzemeler gibi özellikler bu çerçevede
irdelenecektir. Haber metninin "gerçekliği" aktarma/yansıtma id-
diasını mümkün kılmada oldukça işlevsel olan "doğrudan ve/ve-
ya dolaylı aktarmalar"a yaygın olarak başvurulması medya pro-
fesyonellerinin çeşitli enformasyon kaynaklarına/akredite haber
kaynaklarına aşırı güveni sonucudur. Haber metinlerinde başlıklar
genellikle akredite haber kaynaklarının, yani birincil tanımlayıcıla-
rın sözlerinin aktarılmasıyla / alıntılanmasıyla oluşurken; spor /
futbol haberlerinde, özellikle de spor/futbol karşılaşmalarına dair
haberlerde bu durum çok sık değildir. Bu durum, spor basınında-
ki başlık ve üst başlık/alt başlıkların çok daha kritik olduğunun
önemli bir göstergesidir. Bu nedenle, spor gazetecilerinin
spor/futbol karşılaşmalarına dair birincil tanımlayıcı olarak işlev
gördükleri belirtilebilir. Olayın/maçın yegane anlamlandırıcı-
sı/tanımlayıcısı olmalarına rağmen başta başlıklar ve alt/üst baş-
lıklar olmak üzere haber metinlerinde sistematik olarak birinci ço-
ğul şahıs kullanmaları ise bu metinlerin eleştirel söylem çözümlen-

mesi için oldukça önemli bir analiz verisi olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan, çok sık olmasa da, spor haber metinlerinde birincil tanımlayıcıların durum tanımlarının aktarılması oldukça sorunludur ve bu "aktarma biçimlerinin" de çözümlenmesi gerekir. Ayrıca, Rowe'un (1996: 261) vurguladığı gibi, spor gazetelerinin haber dillerinin büyük ölçüde tekrardan ibaret olması da kendi dilsel sahiciliğinin ve inandırıcılığının yaratılmasında oldukça önemlidir.

Uluslararası Futbol Karşılaşmalarının Türkiye Spor Basınında Temsili ve Milliyetçilik Söylemi (1990-2002)

Neo-liberal politikaların ivme kazandığı, özel/ticari TV ve radyo yayıncılığının çoklaştığı 1990'lı yıllar, eş zamanlı olarak Türk milliyetçiliğinin topyekûn yükseldiği ve popülerleştiği, kısaca hegemonik bir boyut kazandığı yıllar olmuştur.

On binlerce insanın ölümüne neden olan Kürt meselesi⁸ ve PKK terörü ile birlikte, reel sosyalist rejimlerin yıkılması ve Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla Türk Cumhuriyetler'in bağımsızlıklarını elde etmesi sonrasındaki gelişmeler, Türk milliyetçiliğinin 1990'lı yıllar Türkiyesi'nin söylemsel evrenini belirlemede önemli olmuştur. Türk milliyetçiliğine tarihsel olarak içkin olan "milli beka sendromu"nu canlandırarak, içe dönük, dışlamacı ve şovenist boyutu güçlü, bir etnik milliyetçiliğin yeniden ivme kazanmasında şüphesiz en önemli rolü, giderek şiddetlenen Kürt meselesi oynamıştır ve bu dönemde Kürtler Türk milliyetçiliğinin "öteki"si olarak kurulmuştur. "Beka sendromu"nun ve "bölünme/parçalanma fobisi"nin siyasal alanda tahakküm kurmasına neden olacak şekilde ivme kazanan Kürt meselesi (beraberindeki dramatik şiddet/terör, Kuzey Irak'ta bir Kürt devleti oluşumun *de facto* olarak başlaması ve Türkiye'nin başta Kürt sorunundaki politikasına yönelik Avrupa platformlarında karşılaştığı baskı ve çifte standart), etnik milliyetçiliğin radikalleşmesine yol açmıştır. Bu süreç ile birlikte yeni-ırkçılığın, yabancı düşmanlığının ve ayrımcı

8

"Kürt meselesi"nin tarihsel seyrini tartışan bir dizi makele için, bakınız Yeğen, 2006.

9
Belge'ye (2001) göre, Türk ve Müslüman olmak, 1990'lı yıllarda sistemli bir şekilde yüceltilmiştir. "En Büyük Biz" ifadesi ve "En Büyük Türkiye" tezahüratı, böylesi bir "böbürlenme" ve "milliyetçi büyülenme" her zamankinden çok 1990'lı yılların egemen söylemi olmuştur.

10
Genel olarak 1990 ve 2000'li yıllardaki Türk milliyetçiliği ve bu dönemdeki "milli özgüvenin şişmesi, sönməsi ve yeniden-şişirilmesi" sürecine ilişkin kapsamlı bir tartışma için, bakınız Bora, 2003.

milliyetçiliğin Batı'da/Avrupa'da palazlanmasının yol açtığı karşı tepki, kolektif milli hafızadaki Batı-karşıtı otarşist eğilimleri güçlendirerek Batı-karşıtlığının kamuoyunda yaygınlaşmasına neden olmuştur (Bora, 1995; 2003).

Dolayısıyla, "En Büyük Türkiye"⁹ gibi sloganlarla cisimleşen kendini yüceltmeyi ve özgüveni taşıyan bir milliyetçilikle, var oluş sendromu ve bölünme fobisinin eşlik ettiği fanatik bir Türk milliyetçiliği 1990'lı yıllara damgasını vurmuştur. Tüm bu gelişmelerin en önemli sonucu olarak ise, 1990'lı yıllarda Türkiye'de milliyetçilik, çeşitli hegemonik pratiklerin kesişme noktasında konumlanmaya ve tıpkı demokrasi teriminde olduğu gibi her siyasi projenin ve kimliğin içine aldığı bir yüzer-gezer gösterene dönüşmeye başlamıştır.

"Çağ atlayan" Türkiye'nin bölgesel güç olduğu varsayılan Kafkasya, Ortadoğu ve Balkanlar'da 1990'ların ilk yarısında yaşanan gelişmelerin, Türkiye'nin "lider ülke" iddiasını neredeyse ortadan kaldırması; bugüne kadar süregelen 1994 ve 1999 iktisadi krizleri, 1999'daki Marmara Depremi gibi gelişmeler ise Türk milliyetçiliğinde öne çıkan "milliyetçi kendini yüceltme"nin ve "özgüvenin" kaybolmasına neden olmuştur.¹⁰ Ancak, bu durum son on yıldır Türk milliyetçiliğinde özgüvenin, kendini yüceltmenin/kutsamanın, biriciklik ve üstünlük iddialarının söz konusu olmadığı anlamına gelmemektedir. Aksine, bu genel kriz konjonktürü, başta popüler kültürel/sportif alandaki belirli başarılar vesilesiyle özgüven patlamalarını mümkün kılmış ve hatta buna önkoşul oluşturmuştur. Özellikle uluslararası spor ve kültür etkinliklerinde -Eurovizyon şarkı yarışmasında ya da Avrupa atletizm, futbol ve dünya futbol şampiyonasında- elde edilen "milli zaferler", sadece ülke ekonomisinin değil milli birliğin de krizde olduğu bir konjonktürde olağanüstü düzeyde bir özgüven rehabilitasyonuna imkan vermiştir. Galatasaray'ın ve Türkiye Milli Futbol Takımı'nın önemli uluslararası başarılar kazanması ve bu süreçteki karşılaşmaların spor basını tarafından milliyetçi seferberlik düzeyindeki temsili, kronikleşen kriz halinin (hegemonya krizi, devletin meşru-

iyeti krizi, ekonomik kriz) yol açtığı özgüven krizine hem panzehir olmuş hem de Türk kimliğinin, Türklüğün ve Türk milletinin kutsanmasına olanak veren bir Türk milliyetçiliği söylemini restore etmiştir (Bora, 2003). Rowe ve McKay'ın (1998:133) çok çarpıcı bir şekilde vurguladıkları üzere, politik ve ekonomik egemenlik zayıfladıkça, semiyotik olarak güçlü bir kültürel ulus yaratmaya daha çok ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda, küreselleşme olgusunu epistemik ve ontolojik yeni bir durum olarak gören ve ona normatif olumluluk atfederek bu bağlamda milliyetçiliği araçsallaştıran bir "hiperglobalizm" söylemine karşı "milli özü" korumaya çalışan, "milli kimliğe farklılık ve bireysel hak talepleri karşısında normatif öncüllük" vererek "organik toplum" vizyonunun pekiştirilmesine çalışan "devletçi-milliyetçi" söylemlerin 1990'lı yıllarda oldukça hegemonik olduğu belirtilebilir (Keyman, 2001).¹¹

Bu sürece zemin oluşturan ilk ve öncelikli rolü Galatasaray futbol takımının oynadığı açıktır. 1990-2002 arasında Avrupa kupalarında oynadığı 102 resmi karşılaşmanın, 45'ini (% 44) kazanan, 1992 yılında Avrupa Kupa Galipleri Kupası'nda çeyrek finale kadar yükselen ama daha önemlisi 17 Mayıs 2000 tarihinde UEFA Kupası'nı kazanan Galatasaray takımı milli gösteren haline gelmiştir. A Milli Futbol Takımı ise 1990-2002 arasında Dünya Kupası ve Avrupa Şampiyonası elemelerinde oynadığı 58 karşılaşmanın 25'ini (% 43) kazanmış; 2002 yılında da Dünya Futbol Şampiyonası'nda üçüncü olmuştur. Milli takımın ve Galatasaray'ın 1990'lardaki giderek artan başarısı şüphesiz Türkiye'de sporun/futbolun ticarileşmesi, profesyonelleşmesi ve spektaküler bir boyut kazanarak medyatikleşmesiyle eş zamanlı ve karşılıklı gerçekleşmiştir. Futbolun, stadyuma gelen taraftardan çok başta televizyon olmak üzere medyadan takip eden milyonlarca seyirciye/tüketiciye yönelik bir gösteri haline dönüşmesi sonucunda spor medyası, okuyucu/seyirci/müşteri/tiraj/izlenme oranı ve kâr maksimizasyonu için oldukça randımanlı/kârlı bir sektör haline gelmiştir. Bu doğrultuda iki spor/futbol gazetesi yayınlanmaya başlanmış, gazetelerdeki spor sayfaları da hem niceliksel olarak artmış hem de

11 Egemen özne olarak devlet ve kutsanmış devlet egemenliği kurgusu, devlete karşı görevlerle tanımlanan vatandaşlık anlayışı ve modern-organik toplum vizyonu ile bu söylem toplumsal taleplere ve muhalefete "biz ve onlar," "benlik ve ötekiler," "dostlar ve düşmanlar" gibi karşıtlıklarla yaklaşır. Demokratikleşme süreci üzerine birlik/beraberlik ve istikrar adına sınırlar çizmek ve her türlü toplumsal değişime karşı milliyetçi şüpheciligi körüklemektedir. Böylece, bu devletçi/milliyetçi söylem, bireysellik ve farklılık taleplerini eleştirel bir tarzda anlamak yerine onlara şüpheyle bakan ve her türlü muhalefeti tartışmadan düzen karşıtı olarak kodlayan bir düşünce tarzını kamusal söylemde egemen kılmaya çalışmaktadır (Keyman, 2001).

haber metinlerinin söyleminde yüksek tiraj ve optimum kar sağlayacak bir "dil" hedeflenmiştir. Spor basının uluslararası maçları anlamlandırmada kullana geldiği stratejiler, işte bu dönemde, yani Galatasaray ve milli takım açısından Türkiye futbol tarihinin en başarılı on yıllık dönemi olan 1992-2002 yılları arasındaki karşılaşmaların temsilinde radikal olarak palazlanmıştır. Söz konusu başarıların Cumhuriyet tarihinin en önemli kriz konjonktüründe elde edilmesi ve bu başarıların hamasi milliyetçi ve sansasyonel bir düzeyde temsilinin hem optimum ticari kâr hem de kriz atmosferini kamufle etmede içerdiği potansiyel, yaygın spor basını tarafından iyi görülmüş ve değerlendirilmiştir.

1990'li yıllarda oynanan uluslararası futbol karşılaşmalarına dair haber metinleri incelendiğinde sadece hacimsel bir artış değil, daha önemlisi, haber retorığının kontrolsüz bir şekilde radikalleştiği görülmektedir. Giderek artan punto boyutlarıyla sürmanşet, manşet ve spotlar olmak üzere haber metinlerinin sözdizimsel ve *leksikal* yapısında özellikle 1988 yılında gerçekleşen kopuş sonucu, 1990'lı-2000'li yıllar milliyetçi fanatizmin, çığ bir cinsiyetçiliğin, açık bir militarizmin, çok yoğun olarak şiddet/savaş metaforlarının ve kaba argo tabirlerin kullanımının doruğa ulaştığı ve spor basının söyleminde yapısallaştığı yıllar olmuştur. Bu dönemde, futbol karşılaşmalarını milliyetçi, cinsiyetçi, militarist bir göndergesel bağlama yerleştiren *leksikal* tercihlerin haber metinlerinin tematik hiyerarşisinin en üstünde, sürmanşet/manşet ve başlıklar düzeyinde merkezileştiği açıktır. Bu çalışmada, hem haber söyleminin farklı milliyetçi söylemlere nasıl eklemendiğini irdelemek hem de nasıl bir milliyetçi söyleminin yeniden inşa edildiğini teşhis etmek amacıyla, farklı alt kategoriler çerçevesinde bir çözümlemenin yerinde olacağı düşünülmüştür.

Özsel Bir Kudret ve Üstünlük Göstergesi Olarak "Türklüğün" Temsili

Bu dönemde, sadece kazanılan galibiyetlere ilişkin haber başlıklarında değil, aynı zamanda karşılaşma öncesine ilişkin metinlerin manşetlerinde de, "Türk olmayı", "Türklüğü" özsel bir kudret

ve üstünlük göstergesi olarak temsil eden *leksikal* ve sözdizimsel bir yapının hakim olduğu açıkça görülmektedir:

Türksün, bugün ezer geçersin (27 Ekim 1992, *Fotomaç*); *İşte Türkler* (22 Ekim 1993, *Sabah*); *Avrupa'da Türk şoku* (22 Ekim 1993, *Hürriyet*); *Türk'üz Yenilmeyiz* (9 Eylül 1994, *Fotomaç*); *Eleyeceksiniz çünkü Türksünüz* (22 Ağustos 1995, *Fotomaç*); *Türk'üz, güçlüyüz ve yeneceğiz* (10 Haziran 1996, *Fotomaç*); *Türkler Yenilmez... Şehitler ölmez* (6 Haziran 1999, *Star*); *Türk yüreği korkuttu* (22 Haziran 2000, *Fanatik*); *Türk kelimesi Milan için tam bir kabus oldu* (8 Mart 2001, *Hürriyet*); *Paris'te Türk riizgarı* (14 Mart 2001, *Sabah*); *Parola belli: Türk'üz, doğruyuz, başaracağız* (5 Eylül 2001, *Fanatik*); *Destanı Türkler Yazar* (19 Haziran 2002, *Fanatik*); *Türk Tsunamisi* (19 Haziran 2002, *Star*); *Kahraman Türkler...* (27 Haziran 2002, *Milliyet*); *Türkler süper* (27 Haziran 2002, *Sabah*)

Döneme ilişkin yukarıdaki manşet ve başlıklar, futbolcuların bizzat Türk olmalarının rakip takımı yenmek/ezmek için yeterli olduğu anlamını inşa etmektedir. Yani, Türklerin sadece Türk olma hallerinin onların başarısını garantileyen bir "öz" barındırdığını vurgulamaktadır. Bu sözcük tercihlerinin haber başlıkları düzeyinde öncelik kazanması, haber söyleminin etnisist/özcü bir Türk milliyetçiliğini yeniden üreten bir bağlama, oldukça iradi olarak ve en baştan yerleştirildiğini göstermektedir. Ayrıca, bütün milliyetçi söylemlere özgü bir durum söz konusudur. "Türk futbolcuları" ya da "Türk seyircileri" yerine "Türk(ler)" ifadesi, genelleştirilerek vurgulanmaktadır. Türklüğün sıfat olma halinden arındırılması da, etnisist/özcü bir milliyetçiliğe dair bir anlam evreninin spora/futbola dair söylem içinde oluşmasını pekiştirmektedir.

Spor basın söyleminde özellikle "Türk'ün gücü" ifadesinin "aşırı-leksikalizasyon"u dikkat çekmektedir. Dikkat edilmesi gereken diğer bir nokta ise, "Türk'ün gücü" nün gösterileceği tek adresin Avrupa ve dünya olmasıdır. Görüleceği gibi, Türk milliyetçiliğine tarihsel olarak içkin olan Batı'yla/Avrupa'yla özdeşleşme ve Batı'yı/Avrupa'yı ötekileştirme arasındaki gerilim bu klişeleşmiş ifadelerde de belirgindir. Diğer taraftan, Türk olmanın özcü bir şekilde, bir üstünlük ve güç göstergesi olarak doğrudan anlamlandırılmadığı anlarda da, Türk milli kimliğini etnisist bir bağlamda yeniden üreten bir söylemsel yapı olduğu açıktır.¹²

12

Haber metinlerinde başlık ve haber girişleri düzeyindeki milliyetçi patetizm, gazetelerdeki köşe yazıları tarafından da önemli ölçüde kabul görmekte ve desteklenmektedir. Sadece sembolik düzeyde bazı örnekler verilirse: *Viyana'da Türk Korkusu* (Hıncal Uluç, 7 Eylül 1988, *Sabah*); "Bu maçta Türk'ün büyüklüğünü ele kanıtlamak zorundayız." (Hıncal Uluç, 4 Kasım 1992, *Fotomaç*); *Bu Yeni Türklerde Fazla Oluyor*, (Ertuğrul Özkök 19 Mayıs 2000, *Hürriyet*); "Türk'e has, bizim insanımıza özgü, belki de dünyada eşi emsali olmayan birlik ve beraberliğin simgesi olan bu tarihi olayı, 65 milyona yaşatan kahraman futbolcularımıza selamlar" (Hulki İlgün, 20 Mayıs 2000, *Hürriyet*); "Türk'ün Gururu: Türk çocuğu, Türk insanı onuruyla oynanmasından hoşlanmaz. Millilerimiz 65 milyonun gururunu taşıyarak mücadele ettiler: Belçika Krallığına Türk'ün elini öptürdüler," (Levent Tüzemen, 20 Haziran 2000, *Fotomaç*); "Türk'ün gücü: ... Biz bu takımla uzak diyarlarda da Türk'ün gücünü tüm dünyaya kanıtlatırız," (Cemil Turan 15 Kasım 2000, *Taraftar Fotomaç*); "Türk futbolcusu kadar yetenekli dünyada az futbolcu var. Dünyanın en iyi futbolcuları ve hocasına sahibiz," (Sinan Engin, 19 Haziran 2002, *Sabah*); "Miyagi Stadi'na düşen Türk bombası Japonya'yı bir daha sarstı... Çünkü Türk'ün

önünde her zaman başarı vardır... Tarihi biz yazarız herkese okuturuz," (Abdullah Çevrim, 19 Haziran 2002, *Fotomaç*); Yükselen Türk: "Türk olduğumuz için yapamayız" karamsarlığının sonudur artık bu zafer. Umuyoruz, Türk insanının içindeki volkana ve uluslar arası rekabet gücüne inanç ve güveninin de miladı olacak," (Güngör Mengi, 23 Haziran 2002, *Sabah*); "Türk gibi başladık... Türk gibi savaştık, mücadele ettik... Ve Türk gibi bitirdik," (Atilla Gökçe, 23 Haziran 2002, *Milliyet*); "Türk'ün bayrağını ezberletip, milli marşını dinlettikleri için tüm futbolculara teknik ekibe ve yönetime bir kez daha teşekkürler," (İlker Yasin, 27 Haziran 2002, *Hürriyet*); "Portekiz, İtalya, İspanya devrildi, Türk çocukları dikildi. ... Becerisini, disiplinini, oyunun tamamına yayan Türk futbolcuları karşısında kimse durabilir mi?," (Oğuz Dizer, 30 Haziran 2002, *Hürriyet*).

Ne mutlu Türkiim diyene... (11 Ekim 1998, *Sabah*); *Türk'ün ayak sesleri* (17 Mayıs 2000, *Fanatik*); *Türk Karnavalı* (25 Haziran 2000, *Hürriyet*); *Amsterdam'a Türk Damgası* (25 Haziran 2000, *Fanatik*); *Göteborg'da Türk şöleni* (8 Ekim 2000, *Hürriyet*); *Türk Coşkusu* (14 Haziran 2002, *Hürriyet*); *Kaçın Türkler geliyor* (14 Haziran 2002, *Star*); *Zor Ama Türkler Zoru Sever* (19 Haziran 2002, *Sabah*); *Türk'e durmak yaraşmaz* (22/26 Haziran 2002, *Milliyet*); *Dünyada Türk bayramı* (23 Haziran 2002, *Hürriyet*); *Muhteşem Türkler* (30 Haziran 2002, *Hürriyet*); *Bu Türkler alkışlanırlar!* (27 Haziran 2002, *Star*); *Türkler ders verdi* (30 Haziran 2002, *Hürriyet*)

Sadece başlıklarda değil, alt başlık ve haber girişlerinde de, sıklıkla "Türk" teriminin tekil kullanımı dikkat çekicidir. Eleştirel söylem çözümlemesinde, haber söylemi içinde "var olan"lar (*presences*) kadar "olmayanlar"ın (*absences*) da aynı derecede önemli olduğu (Fairclough, 1995b: 58) anımsandığında, Türk sözcüğünün enflasyonist düzeyde varlığı ne tür *leksikal* tercihlerin "yokluğu" ile birlikte mümkün ve anlamlı olmaktadır sorusu önem kazanmaktadır. Bu döneme ilişkin haber söyleminde şu tip sözcük tercihlerinin neredeyse hiç kullanılmadığı ya da çok az kullanıldığı belirtilebilir: Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, Türk vatandaşları, vatandaşlarımız, Türkiye/Türk toplumu. Bu ifadelere haber söyleminde yer verilmemekte, nadiren "Türk insanı" ve sıklıkla "Türk milleti" terimlerinin kullanıldığı gözükmektedir. İşte bu durum, spor/futbol haber söyleminde yeniden üretilen milliyetçiliğin, yurttaşlık temeline dayanan sivil bir Türk(iye) milliyetçiliği/vatanseverliği olmadığını önemli bir göstergesidir. Farklı bir ifadeyle, haber metninin söylemsel yapısında özellikle seçilen sözcüklerle etnisist/özcü bir milliyetçilik söylemi pekiştirilirken, yurttaşlık esasına dayalı demokratik bir ulus odaklı vatanseverliğe göndermede bulunacak sözcüklerin bilhassa tercih edilmediği görülmektedir.

Spor gazetecilerinin "birincil tanımlayıcı"(lar) olarak spor/futbol karşılaşmalarının tek anlamlandırıcısı oldukları açık olmakla birlikte, çok sık olmasa da, spor haber metnlerinde akredite kaynakların durum tanımlarının aktarılması da oldukça so-

runludur ve bu “aktarma biçimleri”nde belirgin bir sentaktik müdahaleye/yönlendirmeye başvurulduğu belirtilmelidir:

Şimdi Türk olmak vardı (21 Haziran 2000, Sabah) Belçika gazetecisi hayranlığını TV’de bu sözlerle dile getirdi.

Türk olmak istedim. (Belçika televizyonunun yorumcusu, Ay, Yıldızlı ekibimizin zaferini işte böyle değerlendirdi) (21 Haziran 2000, Fanatik)

Türk yüreği korkuttu (22 Haziran 2000, Fanatik) Portekiz’in antrenörü millilerimiz için “Türkler yüreğiyle oynuyor, işimiz çok zor.” dedi.

Türk’üz Yenilmeyiz (9 Eylül 1994, Fotomaç) Macaristan 2 - 0 galipken devre arasında Milli Takımımızın soyunma odasında bu söz dinamit gibi patladı. 2 - 0’lık skordan sonra devre arasında soyunma odasına inen Fatih Terim’in “Türk’üz, yenilmeyiz.. Çıkm sahaya Türk’ün gücünü gösterin.. Avrupa’ya neler yapabileceğini gösterin” diye futbolcularını kamçıladığı öğrenildi..

Kaçın Türkler geliyor (14 Haziran 2002, Star) Avrupa basını, Brezilya’nın ardından ikinci tura çıkan Türkiye’yi göklere çıkardı

Türkler Yine Sahnede (14 Haziran 2002, Fanatik) Dünya basını Ay Yıldızlılara övgü yağdırdı.

Bu Türkleri kimse tutamaz. (19 Haziran 2002, Hürriyet) Maçı naklen yayımlayan birçok yabancı TV kanalı bize övgü yağdırdı.

Türkler çok kaliteli (23 Haziran 2002, Hürriyet) Senegal Milli Takımı’nın, Fransız teknik direktörü Bruno Metsu, “... Çok kaliteli bir Türk takımına karşı yitirdik. ...” dedi.

Yukarıdaki örneklerde açıkça görüldüğü gibi, gazeteciliğin en temel meslek ilkelerinden birine hiç uyulmayarak, aktarılan/alınılan ifadeler başlık düzeyine taşınırken turnak işareti kaldırılmaktadır. Bu tercih, söz konusu ifadenin söyleyene ait değil de, evrensel/uzlaşımsal bir görüş olduğu izlenimi kazandırmaktadır. Kaldı ki, ilk iki başlıkta aynı kaynağa ilişkin bir ifadenin iki farklı gazete tarafından farklı aktarımları dikkat çekerken; üçüncü örnekte “Türkler Yüreğiyle Oynuyor, İşimiz Zor” şeklindeki bir demeç, “Türk Yüreği Korkuttu” şeklinde sentaktik bir müdahale ile aktarılmıştır. Diğer örneklerde de, başlıktaki ifade ile ona temel

teşkil eden akredite kaynak açıklamaları arasında ciddi bir tutarsızlık söz konusudur. Kısaca, başlıkların birçoğunda aslında söylenmeyen ifadelere sanki söylenmiş gibi başlık düzeyinde yer verilmiştir. Bu durum sadece yukarıdaki örneklerle sınırlı değildir, aksine spor basınının temel karakteristiklerinden biri olarak oldukça yaygındır.

Toparlanırsa, spor basınının söyleminde, özsel bir güç ve üstünlük göstergesi olarak Türklük ve Türk kimliği sürekli vurgulanırken; Türk milli kimliğinin -tarihsel olarak olageldiği gibi- sürekli olarak Batı'ya/Avrupa'ya referansla yeniden kurulduğu açıktır. "Türk'ün gücünün"de gösterileceği zemin Avrupa'dır, "Türk rüzgarının" estiği, "Türklerin" korku saldığı yegane alan da Avrupa'dır, "Muhteşem Türkler," "Bu Türkler alkışlanır" ya da "Türkler çok kaliteli" şeklindeki övgüler de sadece Avrupa'dan/Batı'dan geldiğinde kayda değerdir, anlamlıdır ve milli gururu ihya edicidir.

Avrupa'yla Özdeşleşme ve Avrupa'yı Ötekileştirme

Milli maçlar ve başta Galatasaray olmak üzere kulüp takımlarının Avrupa kupalarında oynadığı maçların spor basınındaki temsili, Türk milli kimliğinin yeniden kuruluşundaki Avrupa/Batı imgesine dair paradoksu görmek için oldukça elverişli bir "metin" sunmaktadır. Türkiye modernleşmesinin ve cumhuriyet ideolojisinin başlı başına hedefi olan çağdaş uygarlık seviyesine erişme misyonu ile Türklüğün tarihsel/kültürel özgünlüğüne ilişkin inanç arasındaki gerilim ile var olan bu karmaşa spor basınında çok net bir şekilde mevcuttur. Çağdaşlığın, uygarlığın, modernliğin, refahın ve zenginliğin biricik adresi olan Batı'ya/Avrupa'ya yönelik özenme ile kültürel/siyasal bir öteki ve kimi vesilelerle "düşman" olarak nitelendirilen Batı'ya/Avrupa'ya yönelik düşmanlık arasında döngüselleşen Türk milliyetçiliğinin tarihsel paradoksu (Kadıoğlu, 1996), söylemsel alanda hakim olduğu gibi Avrupa takımlarıyla oynanan maçlar için kullanılan başlıklarda da benzersiz bir yapıda cisimleşir. 1990'lı yıllarda tribünlerin "Avrupa Avrupa Duy Sesimizi, İşte Bu Türklerin Ayak Sesleri" şeklindeki

değişmez sloganı, bu paradoksun vezir bir örneğidir. Kısaca, olumlu ya da olumsuz referanslarla, popüler futbola dair söylemin ve futbol basınının söyleminin tek kelimeyle Avrupa merkezli olduğu sabittir.¹³

Batı'ya kendini gösterme ve Batı tarafından tanınma kaygısı Türk milli kimliğinin olduğu gibi, Türkiye futbolunun ve futbol basınının da merkezi bir kaygısıdır. Kaldı ki, kimliklerin ve milli kimliklerin (yeniden) inşasında -özellikle "öteki" tarafından- tanınma ve/veya tanınmama oldukça belirleyicidir. Türk milli kimliğinin Batı/Avrupa imgesine yönelik var olagelen özenme ve çekişme karakteristiğinin bir yansıması olarak, "Avrupa'daki gibi" ya da "Avrupalı" oynamak ve böylece Avrupa takımlarını yenmek, popüler futbol ortamında ve basınında, en önemli başarı ölçütü olarak kabul edilmektedir. Böylelikle, özellikle kazanılan Avrupa maçları, bir taraftan tekil bir özne gibi Avrupa'ya seslenmeyi ve büyüklenmeyi, bir taraftan da "Avrupalı" olmayı ve bunun gurunu yaşamayı, kimi zamanda Avrupa'nın "en büyüğü" olarak kendini algılamayı mümkün kılmaktadır.

Haydi Cim Bom Avrupa'yu dize getir (25 Kasım 1992, *Sabah*); *Avrupa'nın kralı biziz* (29 Eylül 1994, *Hürriyet*); *Selam Dur Avrupa'lı Türkiye'miz Geliyor!* (8 Eylül 1994, *Fotomaç*); *Avrupalılara cevap* (4 Nisan 1997, *Sabah*); *Avrupa Duy Sesimizi* (11 Ekim 1998, *Hürriyet*) *Tüm Türkiye "Avrupa Avrupa Duy Sesimizi, İşte bu Türklerin ayak sesleri" diye haykırdı*; *Avrupalı Cim bom* (1 Ekim 1998, *Sabah*); *Heey! Avrupa.... Gördün mü?* (3 Mart 2000, *Star*); *Türkiye Tek Vücut, Avrupa'ya* (11 Haziran 2000, *Hürriyet*); *Avrupa Selam Durdu* (26 Ağustos 2000, *Taraftar Fotomaç*); *Avrupa Kralı Cim,Bom* (26 Ağustos 2000, *Star*); *Sevgilim Avrupa*, (15 Şubat 2001, *Sabah* [*Sevgililer günü*]); *Vur Vur İnlesin Tüm Avrupa Dinlesin* (20 Kasım 2001, *Star*); *Aslan Avrupa'yu Esir Aldı* (9 Mart 2001, *Fanatik*); *Avrupa Aslanları*. (Poster) (5 Aralık 2001, *Fotomaç*); *Avrupa'yu Sarsan Çılgın Türk* (31 Ekim 2001, *Fanatik*); *Avrupalı Yarım* (31 Ekim 2000, *Fotomaç*); *Vur Vur İnlesin Tüm Avrupa Dinlesin* (20 Kasım 2001, *Star*)

1990'lı yıllarda elde ettiği görece önemli galibiyetler/başarılarla Türk milli takımı yerine çoğu zaman ikame eden ve böylelikle milli takımdan daha milli bir "gösteren" haline gelen Galatas-

13

Kaldı ki, Türkiye Cumhuriyeti'nin Avrupa Birliği'ne kesin aday statüsünde olduğu bu dönemde, Türkiye'nin -hem milli takım olarak hem de kulüp takımları düzeyinde- yıllardır "Avrupalı" olduğu tek alan spor/futbol alanıdır. Bilindiği gibi, milli takım Avrupa Şampiyonası'nda eleme ve/veya grup maçları oynarken, Dünya Şampiyonası elemelerinde de Avrupa "torbası"ndan katılmaktadır. Aynı şekilde, kulüp takımları da Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası'nda ve/veya UEFA Kupası'nda oynamaktadır.

14

Millî motivasyon ile kulüp fanatizmi arasında örtük bir çelişki mevcut olduğundan, bu noktada "milliyetçi ajitasyon ve araçsallaştırmanın futbol ortamında" -hem Galatasaray özelinde hem de genel olarak- "mutlak ve rakipsiz bir manipülasyon etkeni olmadığını" belirtmek gerekir (Bora, 2001: 572). Bu çelişki daha çok, başta Galatasaray olmak üzere, kulüp takımlarının uluslararası maçlarının millî maç havasına sokulmasına karşı, rakip kulüplerin "fanatik" taraftarlarının tribünlerde açtıkları pankartlarda gözlemlenebilir. Özellikle Avrupa'da önemli başarılar elde etmesi sonucu "millî misyon"la donatılan ve bununla övünen Galatasaray, ezeli rakibi Fenerbahçe taraftarları tarafından böyle bir tepkiye maruz kalmıştır. Son beş yılda zaman zaman, İstanbul'un üç büyük kulübünün taraftarlarının, ezeli rakibinin oynayacağı Avrupa takımını destekleyen tezahüratlar yaptıkları ya da pankartlar açtıkları görülmüştür. Örneğin 26 Eylül 1999 tarihinde Fenerbahçeli taraftarlar tribüne Galatasaray'ın Şampiyonlar Ligi'nde maç yapacağı rakibi Chelsea'yi destekleyen pankart asmışlardır. 19 Ekim 2002 tarihindeki Galatasaray-Adanaspor 1. lig maçında ise Galatasaray tribünlerinde, birkaç gün sonra oynanacak olan Fenerbahçe-Panathinaikos maçına ilişkin olarak

ray futbol takımının¹⁴ spor basınındaki temsili, görüldüğü üzere, Türk millî kimliğinin Batı/Avrupa özdeşlik/karşıtlık ilişkisiyle (sürekli yeniden) kuruluşunda önemli bir rol oynamıştır. Avrupa'ya/Batı'ya öykünme ile birlikte Avrupa'yı/Batı'yı ötekileştirme arasındaki bu tansiyon, Türkiye'deki popüler milliyetçi söyleme içkin olduğu gibi, futbol basınının söylemine eklenerek yeniden üretilen milliyetçiliğin de karmaşık bir boyutuna işaret etmektedir.

"Avrupa'nın Krahı Biziz," "Avrupa'yı Esir Aldık" ifadeleriyle Türklerin/Türkiye'nin Avrupa'dan üstünlüğü inşa edilmekte; "Selam Dur Avrupalı Türkiye'miz Geliyor!", "Vur Vur İnlesin Tüm Avrupa Dinlesin", "Heey! AVRUPA.... Gördün mü?" gibi "böbürlenme"lerle hem Avrupa'ya sesini duyurma hem de onun tarafından tanınma arzusu dile getirilmektedir. Ayrıca, altı çizilmesi gereken önemli bir nokta da, yukarıdaki tematik farklılaşmanın genel olarak tarihsel/kronolojik bir seyir izlemediği, aksine "en büyük" olma iddiasının 1990'ların ikinci yarısında var olduğu gibi, UEFA şampiyonluğunun kazanılmasından sonra da tanınma/kabul görme çabasının süreklilik arz ettiği. Kaldı ki, burada irdelenen örnekler, spor basınındaki Batı'ya/Avrupa'ya dair temsillerin tümünü kapsamamaktadır. Aksine, özellikle 1990'lı yıllarda çok daha belirgin olduğu üzere, özellikle spor gazetelerinde birçok futbol karşılaşmasının, popüler ve/veya resmi milliyetçi söylemde çoğunlukla "Türkiye'yi/Türkleri dışlamaya çalışan", "PKK'ya destek olan", "Türkiye'yi AB'ye almayan" olarak kodlanan Avrupa'ya karşı bir nevi "misilleme" fırsatları olarak anlamlandırıldığı gözlemlenmiştir. Böylece, bu yıllarda oynanan karşılaşmalar çoğunlukla bir "Türkiye-Avrupa" "karşılaşması" ve Avrupa takımları da çoğunlukla "öteki" ve zaman zaman da bir "düşman" imgesi olarak temsil edilmiştir.

Bir "öteki" olarak rakip takımın/ülkenin ve Avrupa'nın spor basınında kuruluşunu tartışmaya geçmeden önce ise, bunun bir alt basamağında yer alan bir düzeye değinmek gerekir. İlk defa 1970'lerin ikinci yarısında beliren ve 1980'lerin ikinci yarısında yaygınlaşan küfür ve argo tabirlerin haber metinlerinde başlık ola-

rak kullanımı 1990'lı yıllarda ölçsüz bir şekilde yapılaşmıştır. Böylece, uluslararası karşılaşmalar spor basını tarafından, rakip takımı/ulusu/ülkeyi özellikle argo ifadeler kullanımıyla küçülen/aşağılayan, ötekileştiren ve Türk milli takımını ve Türklüğü "yücelten" bir sözdizimsel ve leksikal yapıda aktarılmaya başlanmıştır. Sembolik olarak birkaç örnek verilirse:

Belleyin analarını kapın cıkkaları (29 Eylül 1992, *Fotomaç*); *Biz bu Polonya'yı Türkiye'de oyarız* (24 Eylül 1992, *Fotomaç*); *G.Sarayımız Manchester'i oyup destan yazdı* (4 Kasım 1993, *Fotomaç*); *Bir baba hindi İngiliz'e bindi* (4 Kasım 1993, *Hürriyet*); *Sustur şu İngiliz'i* (28 Eylül 1994, *Hürriyet*); *Haydi Türkiye'm, parçala Hollanda'yı, göster gücünü* (2 Nisan 1997, *Sabah*); *Vikingleri öpün gelin* (7 Ekim 2000, *Star*); *Türkiye'm vursun, köpekler kudursun* (22 Haziran 2002, *Pas*)

Yukarıdaki örneklerde görüldüğü gibi, "oymak", "analarını bellemek", "takmak", "öpmek" gibi rakip takımı/ülkesini cinsel nesneleştirici küfürler ve diğer argo tabirler çoğunlukla spor/futbol gazetelerinde, özellikle de *Fotomaç* gazetesinde daha yaygın olarak gözlenmektedir. Ancak, bu çalışmanın örneklemini içindeki 1992-2002 arasındaki karşılaşmalarda sadece manşet, başlık ve haber girişlerinde yüzlerce kez yer verilen "devirmek" fiilinin, yöneticilerinin "ilkokul mezunu erkeği ortalama aldıklarını" söyledikleri (aktaran Bora, 2001: 565) spor gazeteleri kadar yüksek tirajlı gazetelerde de enflasyonist bir şekilde kullanıldığı belirtilmelidir.¹⁵ Galatasaray'ın karşılaşmalarında "Cimbom, Rapid Wien'i Devirdi" ya da "Galatasaray B. Dortmund'u Devirerek Çeyrek Finale Çıktı" örneklerinde olduğu gibi, sözdizimsel yapıda etken ajan konumunda Galatasaray ve edilgen konumda rakip takım konumlanırken, milli maçlarda "devirmek" fiilinin kullanılması metnin içinde oluşan anlamı epeyce farklılaştırmaktadır.

Dünya Kupa'sı grup elemelerinde San Marino'yu tarihi bir farkla devirdik (11 Kasım 1996, *Taraftar Fotomaç*); *Galler'i ezdik ama devirmedik*. (15 Aralık 1996, *Sabah*); *Helal Olsun Millilere... Ay yıldızlılar Hollanda'yı tek golle devirdi* (3 Nisan 1997, *Sabah*); *K. İrlanda'yı farklı skor ile deviren millilerimiz harika bir başlangıç yaptı* (6 Eylül 1998, *Hürriyet*); *Millilerimiz Almanya'yı devirmek için*

"Düşmanımın Düşmanı Dostumdur. Panathinaikos'a Başarılar" ve "Sizin Yüzünüzden Yunanlı da Olduk ya..." pankartları asılmışlardır (20 Ekim 2002, *Radikal*). "Sıkı/fanatik" taraftarlar arasında kulüp fanatizminin "milli motivasyona" zaman zaman galebe çaldığı açık olmakla birlikte, özellikle son örnek doğrultusunda, kulüp fanatizminin uluslararası maçlardaki "milli beraberlik" duygusunu bastırıldığı anlarda bile bunun yine milliyetçi bir vurguyla, hatta zenofobik bir milliyetçilik ekseninde gerçekleşiyor olması oldukça kritiktir.

15

"Devirmek," argoda, (erkek için) "birini altına alıp cinsel isteğine alet etmek" anlamına gelmektedir. (Aktunç, 2002: 89). Bu çalışmanın örneklemini içindeki veri dahilinde "devirmek" fiilinin ilk defa 2 Ekim 1975 yılında *Hürriyet* gazetesinde "Sarı-Kırmızılılar Rapid'i Gökmen ve Şevki'nin Gollerıyla Devirip 2. Tura Çıktılar" şeklinde kullanıldığı tespiti, argo kullanımının spor gazeteleriyle birlikte başlamadığını, aksine Türkiye'nin yüksek tirajlı gazetelerinin bu hususta öncülük ettiğini göstermesi açısından kayda değerdir. "O... çocukları" gibi bir küfürde ilk defa *Sabah* gazetesinde 19 Kasım 1988'de manşet olmuştur.

16

"Devirmek" fiilinin yan anlamı göz önüne alınırsa, burada doğrudan bir cinsel imada bulunulduğu ve "alt etmek"ten çok "altına almak" tabirinin daha uygun olacağı belirtilebilir.

17

Milliyetçi-popülist dilin temel motifi basit halk adamının yüceltilmesidir. Taşralı halkın basitliği, sadeliği, yalınlığı bozulmamış milli cevher olarak estetize edilirken halk ağzının, yerel şivelerin ve argonun kullanımı -aydın zümrenin yapmacıklığına ve halka yabancılaşmışlığına karşı- halkın (milli) otantisitesini temsil eder. Açıkça anti-entellektüalizme varan bir şekilde "küçük/basit adama salt kolektif milli/dini kimliğine indirgenmiş bir varlık alanı içinde değer veren bu söylemde, onun mağduriyet duygusunu bir hınc üretimi doğrultusunda kışkırtıcı fakat aynı zamanda estetize edici faşizan bir dil kullanılır. Bu dil, milli-popülisti kültürel ırkçılığa dönüştürür" (Bora ve Canefe, 2002: 652-654).

kararlı (10 Ekim 1998, *Taraftar Fotomaç*); *Üç kez dünya şampiyonu olan Almanları 47 yıl sonra bir kez daha devirdik* (11 Ekim 1998, *Hürriyet*); *Onurluyuz, gururluyuz... Ev sahibi Belçika'yı devirdik...* (20 Haziran 2000, *Hürriyet*)

Yukarıdaki sembolik düzeyde yer verilen örneklerde görüldüğü gibi, sadece "devirmek" fiili ile kurulan cümle yapılarında, etken özne olarak Türk Milli Takımı'nın rakip takımı değil, onun doğrudan ülkesini -Belçika'yı, Almanya'yı, Hollanda'yı- "devirmekte" olduğu anlamı ortaya çıkmaktadır. Dahası, "Belçika'yı Devirdik", "Almanları Devirdik" gibi kullanımlarda cümlenin öznesi olan "milli takım"ın cümle yapısından çıkartılması ve birinci çoğul şahıs zamiri kullanılmasıyla, aktif özne konumuna bütün Türkler ya da Türkiye gelecek şekilde genelleme yapılması sağlanmıştır. Böylece, milli takımın bir başka milli takımı sadece bir futbol maçında yenmesi, Türklerin/Türkiye'nin bir ulusu/ülkeyi yalnızca yenmesi olarak değil; aynı zamanda o ulusu/ülkeyi küçültücü/aşağılayacağı bir şekilde "alt ettiği"¹⁶ anlamını hakim kılacak biçimini de temsil etmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, küfür ve argo çeşitliliği spor gazetelerinde daha yaygın olmakla birlikte, "zengin" bir görünüm sergilemeyen yüksek tirajlı gazetelerin de, cinsel nesneleştirici argo tabirler ve çeşitli küfürler kullanarak, rakip takımı/ulusunu/ülkesini aşağılayarak/küçülterek ötekileştiren, böylelikle milli kimliği yücelten bir haber söylemine sahip oldukları belirtilmelidir. Bora ve Canefe'nin (2002: 659) de vurguladığı gibi, faşizan ve/veya milliyetçi popülist dilin en yaygın karakteristiği, halk dilinin ve onu temsilen argonun ağırlıklı bir şekilde kullanılmasıdır.¹⁷ Bir doğruluk/mertlik göstergesi olarak "erkeççe" konuşulur olması, görüldüğü gibi, spor basınında hissedilir düzeyde söz konusudur. Diğer taraftan, toplumsal cinsiyete dair eşitsiz iktidar ilişkilerinin milliyetçiliğin tali değil, tersine kurucu ögesi olduğu ve milliyetçiliğin maskülinist bir alan olduğu anımsanırsa, spor basının söyleminde erkeklik ve milliyetçilik söylemlerinin birbirine çok iyi eklemlendiği vurgulanabilir. Rakip takımı/milleti özellikle

cinsel nesneleştirici ve ötekileştirici yoğun argo söz dağarcığının spor basınında söyleminde merkezi bir görünüm sergiliyor olması, spor/basin söyleminin faşizan/milliyetçi popülist bir söylemle örtüşerek bu söylemi yeniden ürettiğinin de göstergesidir.

Nasıl ulus anlatısı kadın bedeni üzerinden kuruluyorsa¹⁸ (Najmabadi, 1997: 118), spor basınında da, "öteki" ulusun takımı da büyük ölçüde kadın bedeni olarak, yani dişileştirilerek kurulmaktadır. Bundan dolayı, rakip takımın sahada yenilmiş olması ile esas zafer kazanılmamaktadır. Nihai zafer ve onun imgelemsel tatmini, tıpkı kadınların namusunun kirletilmesinde olduğu gibi, rakip takımın ve ülkesinin/ulusunun namusunun "sembolik" düzeyde lekelenmesi ile gerçekleştirecektir. İşte, spor basınında, galibiyetlerin "devirmek", "oymak", "dütlemek", "takmak" ve "yık-mak" gibi fiil tercihleriyle temsil edilmesi, rakip takımın ve vatanının namusunun sembolik olarak lekelenmesini sağlamaktadır. Farklı bir ifadeyle, dişileştirilen rakip takım ve ülkesi üzerinde fiilî olarak gerçekleşmeyecek bir isteğin imgelemsel doyumunu mümkün kılmaktadır. Kaldı ki, böylelikle, milli kimliğin maskülen, güçlü ve "erkek" olarak pekiştirilmesi mümkün olmaktadır. Bu bağlamda, spor basınında rakip takımı aynı zamanda bir tahrik veya doyum nesnesi olarak kurduğu ve bu doğrultuda "pornografik" olduğu da ifade edilebilir. Rakip takımı ve hakemleri ötekileştirirken kullandığı argo sözcüklerin niteliği çerçevesinde, spor basını "iğrenç, tiksindirici, açık saçık ve edep dışı" anlamında "müstehcen bir dili" olduğu da tartışmalıdır.¹⁹

1950'lerin ortalarından itibaren kaybedilen uluslararası maçlarda genellikle mağlubiyetin önemli bir faili olarak spor basınında temsil edilmeye ve "öteki" olarak kodlanmaya başlayan hakem(ler), 1980'lerin sonundan itibaren, birçok yenilginin esas sorumlusu olarak ve bu nedenle her türlü hakaretin/aşağılamanın mubah olduğu figürler olarak nitelendirilmiştir. Dahası, kimi haber metinlerinde de neredeyse "Türk'e/Türkiye'ye düşman dünya"nın cisimleştirildiği bir düşman figürü olarak temsil edilmeye başlanmıştır.

18

Ulus anlatısı kadın bedeni üzerinden kurulu ve kadın ulusun tahayyül edilmesinde bir gösterge olarak işlev görür. Milliyetçi söylem, çoğunlukla, vatanın bir kadın bedeni olarak temsil edilmesini, erkek kardeşlerden kurulu bir ulusta, erkeklerin birliğine dayanan bir ulus kimliği inşa etmek üzere kullanılmıştır. Ulusal cemaatin, bir erkek kardeşler birliği olarak inşa edilmesi, milliyetçilik ruhunun yaratılmasında erkek bağlarının merkeziliğine işaret etmektedir. Ulus, kadınların ve erkeklerin "doğal" rollerini oynadıkları, başında erkek bir reis bulunan bir ailedir. Kadınlar, ulusun anneleri -ailenin ve ulusun namusunun temsilcileri olarak-merkezi sembolik bir yer işgal ederler. Kadın; ulusun, benliğinin ve evin duygu yüklü gösterenidir ve namusu lekesiz olmalıdır. Bundan dolayı, milliyetçilikler kadınların cinselliğine ve cinsel davranışlarına özel bir önem verirler (Najmabadi, 1997: 77, 118, 149).

19

Gazetelerin daha geniş bir okur kitlesine ulaşmaya başladığı dönemde birçok gazetecinin halkın üslubunu ve popüler deyişleri öğrenmek zorunda kaldığını hatırlatan Williams'ın (Heath, 1986:28) şu sözleri bu bağlamda oldukça önemlidir. "Sonuç olarak, yeniden ürettikleri hayatlarla hiçbir şeyi paylaşmayan profesyoneller, bu

hayatların olağanüstü dilsel bir suretini üretmeyi öğrendiler... Burada ironik olan, çoğu zaman profesyonellerin halktan daha çok halk gibi konuşuyor olması. Hatta burada çift yönlü bir süreç de işliyor; popüler bir sunucunun kullandığı iyi tutan kimi deyimler, gündelik dile geçiveriyor. Bu yüzden temsil edilen bu olduğunu sanmak gibi bir yanlış yapmamalıyız."

'İlme' hakem (3 Ekim 1988, Sabah); Alman hakem Türk düşmanı (26 Kasım 1992, Fotomaç); şerefsiz bir hakeme rağmen Göteborg'u 2-1 yendik (1 Ekim 1992, Fotomaç); Romen hakemin kalleşliğine uğradık... (15 Aralık 1994, Fotomaç); şerefsiz hakem! (15 Aralık 1994, Fotomaç); Monaco'yu da... Hakemi de... (13 Eylül 2000, Hürriyet)

Marcus psikopatmış (24 Eylül 1992, Sabah) Maçı idare eden Alman hakemi sanki Türk düşmanıydı. Her hareketi Galatasaray aleyhineydi.

O... ocuğu hakem millilerimizi yaktı (24 Eylül 1992, Fotomaç) Karşımızda Polonyalıdan daha Polonyalı bir nonoş hakem vardı!.. Her pozisyonda Polonyalılar lehine düdük çalıyordu Alman nonoş..., üstüne stlik bir de penaltımızı yedi Allahsız! Oyunumuzu yavaşlatan bu kelek Alman.... galibiyetimizi bile engelledi... Kısacası dn biz Polonya'ya değil "O... ocuğu hakeme" yenildik!..

irkin İşko (12 Haziran 2000, Hürriyet) İtalya'ya, Hakem Dallas'ın uydurma penaltısıyla yenildik.

şerefsizler! (14 Haziran 2000, Taraftar Fotomaç) A Milli Takım Teknik Direktri Mustafa Denizli, "...verilen penaltı ortada.. Bize yapılan tezgah İngiltere'ye de yapılacak. Bu şerefsizliktir" dedi.

Hakemlere dair yukarıdaki başlıklar, spor basınında hakemin oldukça "maist" bir söylem içinde ağır kfrlr ve argo tabirlerin özel olarak tercih edilmesiyle tekileştirildiğini göstermektedir. Bu dönem içinde köşe yazılarında da hakemlere ilişkin "maymun", "aşağılık", "şerefsiz", "nonoş", "yumuşak", "terörist" ve "i...ne" gibi terimler sıklıkla kullanılmıştır. Hem rakip takımın ve ulusunun hem de hakemin "teki" olarak inşa edildiği haber metinlerinin eril/cinsiyetçi bir söylemle eklenerek kurulduğu açıktır. Hegemonik erkeklik kültürü ile hegemonik milliyetçilik kültürünün çok iyi örtüştüğü popüler spor/futbol kültüründe olduğu gibi, futbol basının söyleminde de heteroseksizm ve homofobi net bir şekilde belirgindir ve hakemlerin erkeklik gücünden yoksun "eşcinsel"(ler) olarak temsili yaygındır. Bu ötekileştirici temsil, homofobik bir bağlamda gerçekleştirildiğinden, hakemlerin sadece "eşcinsel" olarak kodlanması ile yetinilmemekte, aynı zamanda "i...ne", "nonoş" gibi pejoratif terimlerle aşağlanması sağlanmaktadır.

Ancak, yukarıda ifade edildiği gibi, 1990'lar ve 2000'ler spor basınında, Türk milli kimliğinin yüceltilmesi/kutsanması sürecinde rakip takım/ulus/ülke sadece pejoratif bir bağlamda ötekileştirilmemekte, kimi dönemlerde de, militarist bir söylem dolayımıyla "düşman" imgesi olarak inşa edilmektedir.

1990'lı yıllar, bölünme sendromunun ve "Sevr fobisinin" Türk milliyetçiliğinde yeniden ivme kazandığı yıllar olduğu kadar Batı'nın/Avrupa'nın "Türkiye aleyhine olan tertiplerin" arkasındaki sorumlu özne olarak milliyetçi söylemde ötekileştirildiği yıllar da olmuştur. "İç ve dış düşmanların, Türkiye'yi bölüp parçalamak istedikleri"ne dair algının olağanüstü düzeyde yaygınlaştığı bu dönemde, yukarıda belirtildiği gibi, pek çok futbol karşılaşması, spor basınında, Avrupa'ya karşı "intikam alma" vesileleri olarak kabul ve takdim edilmiştir. Böylelikle, Türk spor basınında, Avrupa ülkelerinin milli takımları ve kulüp takımlarıyla oynanan karşılaşmalar, yoğun şekilde şiddete/savaşa dair metaforların kullanılmasıyla, sadece rakip takım değil bizatihi ülkesi ve bazen genellenerek "Avrupa" bir düşman imgesi olarak kurulmuştur.

Yırtın şu Avrupa'yı çocuklar (26 Ekim 1988, Sabah); Avrupa Bombalanacak (16 Eylül 1992, Fotomaç); İşte Cim,Bom intikam vakti geldi çattı, göster şunlara günlerini (29 Eylül 1992, Fotomaç); Rakip tanıdık birisi, şimdi intikam almanın tam sırası (2 Mart 2000, Star); İntikam sambası (23 Haziran 2002, Star)

Bu ekip "İntikam Taburu"dur! (13 Aralık 1994, Fotomaç) Böyle diyor A Milli Takımı yeniden diriltten teknik direktör Fatih Terim. Türk futbolcusununun, Avrupalıdan üstün olduğunu ifade eden Terim, "İsviçre imha edilecek. İngiltere 96 için bunu başarmak zorundayız" diye görüş belirtti.

Spor/futbol basınında, futbol maçlarına ilişkin metinlerin spor dışı, bilhassa şiddet ve militarizme dair sözcükler eşliğinde eril bir noktadan kurulması şüphesiz sadece Türkiye spor basınına özgü değildir; aksine diğer ülke örneklerinde de çok yaygındır. Ancak, oldukça "maçist" ve şovenist bir söylem ekseninde çatışma/savaşa dair metaforların 1990'lar Türkiye'sindeki enflasyonist kullanımı, oynanan karşılaşmanın kendisine ve niteliğine ilişkin

değerlendirmeleri neredeyse talileştirecek kadar kritik bir düzeye ulaşmıştır. Öyle ki, futbol basınının bu durumu Türkiye'de futbol ortamındaki holiganizmden daha ciddi bir fanatizm ve şiddet etkeni olarak değerlendirilmektedir (aktaran Bora, 2001:566). Kaldı ki, Dunning'in (1994: 60) vurgulamış olduğu gibi, futbol karşılaşmalarına ilişkin haberleri sansasyonel bir şekilde ve askeri bir retorik ekseninde vermeleriyle, önemli bir toplumsal sorun olarak futbol holiganizminin inşasında kritik bir katkı sağladığı da açıktır.

Milliyetçilik, militarizm ve erkeklik arasındaki yakın ilişki popüler futbol kültürünün ve spor basınının analizinde oldukça önemlidir. Futbol karşılaşmalarına dair temsillerde milliyetçilik, cinsiyetçilik ve militarizmin çok iyi eklemelendiği açıkça görülmektedir. Aşağıdaki çeşitli örneklerle görüleceği gibi, bu çalışmada, futbol basınındaki başlıklarda, milliyetçi/şovenist bir bağlamda olmak üzere çatışma, savaş, şiddet, cinsel şiddet içeren şu fiillerin/sözcüklerin yoğun bir şekilde kullanıldığı tespit edilmiştir: "devirme", "oyma", "gömme", "vurma", "yıkma", "yakma", "ezme", "parçalama", "savaşma", "yerle bir etme", "fethetme", "istila etme", "gebertme", "imha etme", "bombalama", "fethetme", "şişleme" ve "kurban etme".

Bu bir milli savaştır! (29 Eylül 1992, *Fotomaç*); *Savaşa hazırlar* (9 Aralık 1992, *Fotomaç*); *Hayda gazanız mübarek ola* (23 Eylül 1992, *Sabah*); *Ali Sami Yen'de dev bir düello* (29 Eylül 1994, *Sabah*); *Yenene kadar savaş* (2 Nisan 1997, *Hürriyet*); *Korkusuz cengaverler* (19 Haziran 2000, *Fotomaç*); *2. Kore Destanı* (14 Haziran 2002, *Pas*); *Kuşatma* (10 Kasım 2001, *Fanatik*); *...Harekat saati: 21.30. Sahaya çıkacak futbolcularımız, "90 dakika boyunca savaşın" emrini aldı. Pusuya yattık* (5 Ekim 2000, *Star*); *Kanat harekatı* (5 Ekim 2000, *Star*); *Savaşçı ruhumuz var* (22 Mart 2001, *Fanatik*)

Görüldüğü gibi, 1992-2002 diliminde, spor/futbol basını uluslararası futbol karşılaşmalarını "savaş", milli futbolcuları da "savaşçı" ya da "asker" olarak kodlamaktadır. Bu dönemde futbol karşılaşmalarının bir savaş olarak anlamlandırılması, beraberinde savaşa/askerliğe dair metaforların ve görsel malzemenin haber söylemi içinde yoğun olarak kullanılmasını getirmiştir.

Cim,Bom'da imha planları hazırlandı (24 Kasım 1992, Fotomaç); Terim'in Arsenal'i imha planı hazır (7 Mayıs 2000); Aslan'ın iltihal gecesi (26 Eylül 2001, Fanatik); Lejyoner imzası (15 Kasım 2001, Fotomaç); Bombaları arka arkaya rampaya yerleştirdiler (31 Eylül 1992, Fotomaç); Milliler bombaladı (21 Haziran 2000, Hürriyet); Lucescu bombaladı (24 Ağustos 2000, Fotomaç)

Görüldüğü gibi, oyun taktikleri "imha planı" olarak adlandırılırken, Avrupa takımlarında oynayan Türk futbolcular "lejyoner" olarak anılmaktadır. "Savaşçı" olarak temsil edilen futbolculardan forvet oyuncularını ise "bombacılar" olarak ayrıca kodlanırken; "gol atmak" eylemi artık "bombalamak" fiili ile karşılanmakta, sert şutlarla gerçekleşen goller ise "füze" olarak isimlendirilmektedir. Diğer taraftan, teknik direktörlerin önemli ve ağır eleştiriler içeren açıklamaları da "bombaladı" şeklinde duyurulmaktadır. Yoğun savaş efektlerinin hakim olduğu haber metnindeki militarist söylemin, köşe yazarları tarafından da yeniden üretildiği belirtilmelidir. "Savaş", "savaşçı", "asker", "komutan", "lejyoner", "imha", "bomba", "bombalama", "füze", "harekat" gibi orduya/askerliğe dair terimler, birer metafor olarak köşe yazılarında da çok sık olarak kullanılmaktadır. Retorik perspektifte, ikna sürecinin en etkili manipülasyon aracı olan metaforların haber metninin manşeti/başlığı düzeyinde çok yoğun olarak kullanılması, ama metnin tematik hiyerarşisinin en üstünde özellikle savaşa/çatışmalara dair metaforların olağanüstü düzeyde tercih ediliyor olması son dönem spor/basın söyleminin en önemli karakteristiklerinden biridir. Böylelikle, spor basınının söyleminde, toplumsal cinsiyete dayalı eşitsiz iktidar ilişkileri dolayısıyla Türk milli kimliğinin militarizasyonu gerçekleştirilmektedir. "Savaş", "savaşçı", "erkeklik", "güç", "kan", "kahraman", "zafer" gibi imgelerinin "aşırı-leksikalizasyonu"yla, maskülen ve güçlü bir Türk milleti kurgusu sürekli pekiştirilirken, bu imgeleri daha da güçlendirmek için, ulusun sürekli tehdit altında olduğu fikri de bugünden yarına var edilmektedir.

Türkiye spor basınında "savaş"a dair kullanılan metaforlar içerisinde bir grubun özel bir yeri olduğu ve sistematik olarak kul-

lanıldığı dikkat çekmektedir. “Fetih” ve “fethetme” sözcükleri başta olmak üzere “kuşatma”, “istila” ve “işgal” sözcüklerinin “aşırı-leksikalizasyonu”nun 1990’lar sonrası spor basının söylemsel yapısına içkin olduğu ifade edilebilir. Diğer taraftan, köşe yazarları da yazılarında yine başta “Avrupa fatihimiz Cim Bom” klişesi olmak üzere, “fethetme”, “kuşatma”, “işgal” gibi kelimelere çok sık olarak yer vermektedir.

Aşağıda görüldüğü gibi, birkaç istisnai kullanım dışında, bu *leksikal tercihlerin* sürekli (Avusturya’nın başkenti) Viyana’ya ilişkin olduğu sabittir. Farklı bir ifadeyle, spor/futbol gazetelerinin söyleminde “fethedilen”, “kuşatılan”, “istila edilen”, “esir alınan” ve “düşen” tek yer Viyana’dır.

Viyana Destanı (12 Ağustos 1999, *Star*); *Galatasaray’ımızın “Viyana kuşatması” fetih ile sonuçlandı* (12 Ağustos 1999, *Star*); *Aslanım golünü at, Viyana’yı kuşat* (11 Ağustos 1999, *Fanatik*); *Viyana’yı bu kez fethettik* (11 Kasım 2001, *Sabah*); *Viyana Kuşatması* (11 Kasım 2001, *Hürriyet*); *20 bin Türk maçıydı ; Viyana artık bizim* (11 Kasım 2001, *Fotomaç*); *Viyana’da Türk istilası* (11 Kasım 2001, *Sabah*); *Viyana’yı esir aldık!* (11 Kasım 2001, *Fanatik*); *Türk şehri Viyana: Viyana’yı adeta bir Türk kenti haline getiren yirmi bin Türk* (11 Kasım 2001, *Fanatik*); *Viyana düştü Atam rahat uyu* (11 Kasım 2001, *Star*)

Galatasaray futbol takımının ve milli takımın onlarca farklı Avrupa şehrinde onlarca farklı ülke takımına karşı önemli galibiyetler/zaferler kazanmış olmasına rağmen Türkiye’deki spor/futbol basınının sadece Avusturya milli takımı ve ülkenin diğer futbol takımları ile oynanan futbol karşılaşmalarını bu şekilde bağlamsallaştırması oldukça kritiktir. Spor basınında sürekli “fethedilen” yer neden Viyana’dır?

Bilindiği gibi, Osmanlı İmparatorluğu döneminde 1529’da ve 1683’de olmak üzere iki kez Viyana kuşatılmış olmasına rağmen fethedilememiştir. Viyana, Osmanlı topraklarına katılmadığı gibi özellikle, 1683’teki Viyana kuşatması Avrupa tarihi açısından olduğu gibi Osmanlı İmparatorluğu için de bir dönüm noktası olmuştur. O tarihe kadar bu denli büyük bir yenilgiye uğramayan Os-

manlı Devleti kuşatmadan sonra gerilemeye başlayarak, Avrupa'daki topraklarının yarısından çoğunu kaybetmiş ve imparatorluk için çöküş dönemi başlamıştır. Dolayısıyla, "şanlı geçmiş" in bu yenilgi sonrasında ivme kazanarak zayıfladığı göz önüne alınırsa, Viyana'nın, özellikle Türkçü/ülcücü versiyonu olmak üzere Türk milliyetçiliğinin kolektif hafızasında travmatik bir iz bırakan önemli bir tarihsel gösteren olduğu belirtilebilir.²⁰ Spor basınında Viyana'nın sistematik olarak fethedilmesinin 1999 yılında başlaması, bu yılın aynı zamanda radikal Türk milliyetçisi *Milliyetçi Hareket Partisi*'nin koalisyon ortağı olarak iktidara geldiği yıl olması da manidardır. Bu bağlamda irdelendiğinde, spor basınında sürekli ve sembolik olarak "Viyana'nın fethedilmesi" anlarının, spor/futbol basının söyleminin doğrudan Türkçü milliyetçilik söylemiyle eklemlendiği "düğüm noktaları"ndan birini oluşturduğu belirtilebilir. Farklı bir ifadeyle, Türkiye spor basını, Türkçü milliyetçiliğin "Viyana önüne kadar gelmiş şanlı bir ecdadın torunları olarak Türk milleti" nosyonunu pekiştirerek, bu milliyetçiliği yaygın/popüler milliyetçi söylemle eklemlenmektedir. Böylelikle, Galatasaray'ın ya da milli takımın Avusturya takımlarına karşı aldığı galibiyetler ile hem -en azından 1683'e kadar olan- "kahramanlıklarla ve zaferle dolu şanlı tarihin" yad ve ihya edilmesi hem de geçmişte başarısız olan "Viyana'nın fethi"nin metaforik düzeyde günümüzde gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır. Böylece, etno-tarihin antikliğine dair milliyetçi hissiyat güçlendirilirken; Türk milli kimliğinin geçmişi rehabilite edilerek pekiştirilmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'deki spor/futbol basının bu bağlamda sadece "Viyana takıntısı" ile karakterize olmadığı, aksine "kapsama alanı" çok daha geniş bir irredentist fantezinin genel olarak yaşandığı belirtilmelidir.

İşgale Gidiyoruz (17 Kasım 1992, *Sabah*); 82. İl Kopenhag! (18 Mayıs 2000, *Fanatik*); *Arnhem şehri Türk taraftarların işgaline uğradı.* (12 Haziran 2000, *Hürriyet*); *Arnhem'i kuşattık* (12 Haziran 2000, *Star*); *Seul'u de fethettik* (14 Haziran 2002, *Fotomaç*)

Türkler istila etti (3 Mart 2000, *Sabah*) *Dortmund'a akın eden 30 bin Türk, Wesfallen stadının tribünlerini doldurdu.*

20

Orta öğretim tarih kitaplarında "Türk tarihi şanlı ve büyüktür" başlığı altında "375 yılında başlayan Kavimler Göçü ile 1683 arasındaki II. Viyana kuşatması arasındaki süreye, tarih bilginleri 'Türk çağı' adını verirler" (aktaran Copeaux, 1998: 107) şeklinde tespitlerin yer aldığı, ülcücü milliyetçi internet sitelerinde "Ülcücü hareketin çıkış noktası zevk ve sefa değil, büyük Türk Milleti'nin Viyana bozgunundan beri üzerine musallat olan makus talihinin hüznüdür" gibi yorumlara rastlanıyor olması bu argümanı güçlendirmektedir.

Kopenhag'ı Fethettik (18 Mayıs 2000, Hürriyet) Sokaklar Ay, Yıldızlı bayraklarla doldu, Kopenhag adeta yeni bir Türk şehri oldu.

Türk istilası (10 Ağustos 2000, Sabah) Hardturm Stadı'nın tribünlerinde 10 bin Türk vardı. Belçika, Avusturya ve Almanya'dan akın eden binlerce gurbetçi Zürih'i adete işgal etti

Anneciğim Türkler Geliyor (2 Mart 2000, Sabah) Almanların adete kabusu haline gelen Türk seyirciler, Hertha,GS ve Almanya -Türkiye maçlarında üstünlük sağlamışlardı. Bugün de 55 bin kişilik statta asgari 30 bin Türk bekleniyor.

Osaka'yı fethettik (23 Haziran 2002, Hürriyet) Türk taraftarlar Osaka kentine adeta akın etti.

Görüldüğü üzere, sadece rakip takımların kendi sahasında yenilmeleri o şehrin/ülkenin "bizim" tarafından "fethedilmesi" olarak temsil edilmemektedir. Aynı zamanda, deplasmandaki o maç izlemeye gelen Türkiyeli seyircilerin çok olması durumu da, spor basını tarafından o kentin "Türkler" tarafından "istila", "işgal" ve "feth" edildiği şeklinde ve haber başlıkları düzeyinde anlamlandırılmaktadır. Avrupa'nın farklı bölgelerinden maça gelen, büyük bir çoğunluğu sadece ikame ettiği Avrupa ülkesinin vatan-daşı olan ya da bir bölümü aynı zamanda TC vatandaşlığına da sahip olarak çifte vatandaş olan gurbetçi seyircilerin sistematik olarak "Türkler" olarak adlandırılıyor olması öncelikli olarak kayda değerdir. Türk milli kimliğini, Türklüğü vatandaşlık bağı ya da bir üst kimlik olarak benimsemekten ziyade soy ve kökene göre tarif eden bu yöndeki değişmez ve ısrarcı tavır, Türkiye spor basının özellikle 1990 sonrasında her düzeyde ve konjonktürde etnisist/özcü bir Türk milliyetçiliğini yeniden ürettiğini fazlasıyla garantilemektedir.

Diğer taraftan, doğrudan *irredentist*/fanatik bir milliyetçiliğe dair bu niyetlerin/ifadelerin, Galatasaray'ın UEFA Kupası'nı kazanarak Türkiye futbol tarihinin en büyük başarısını elde etmesinin sonrasında kullanılıyor olması dikkat çekicidir. Büyük bir başarı sonrasındaki "doğunluk" halinin futbol haber metinlerinde oluşmadığı, aksine haber söyleminde militarist ve neredeyse pan-Tür-

kist bir milliyetçiliği konsolide ediyor olduğu açıktır. Farklı bir ifadeyle, genel olarak etnisist ve şoven bir Türk milliyetçiliğini düzenli ve sürekli olarak yeniden kuran Türkiye spor basını bu tarz sığ ve dar bakışlı (*parochial*) bir milliyetçilik söylemini, özellikle 2000'li yıllarda aynı zamanda pan-Türkist ve *irredentist* bir Türk milliyetçiliğiyle, yani genel olarak radikal milliyetçilikle eklemlenmektedir.²¹ Bu ilişki, 1990'lı yılların başında ya da ortasında gözlemleniyor olsaydı çok şaşırtıcı olmayabilirdi. Zira, devletin en üst düzeyinde "Adriyatik'ten Çin Seddi'ne kadar" bir Türk Dünyası fikrinin hakim olduğu ve yeni bir pan-Türkizmin ana akım Türk milliyetçiliğinde popülerleştiği bu dönemde spor basının söyleminin pan-Türkist bir milliyetçilik söylemine eklenmemesi daha anlaşılır olabilirdi. Gelgelelim, yeni-emperyal projelerin ve pan-Türkist vizyonun büyük ölçüde hayal kırıklığı ile sonuçlandığı ve ana akım/resmi Türk milliyetçiliğinde artık önemli bir damar oluştur(a)madığı hesaba katılırsa, 2000'li yıllarda gözlemlenen bu "sportif pan-Türkizm" tasavvuru egemen/popüler söylemlerin basit yankıları değildir. Aksine, bu çalışmanın temel tezi olduğu üzere, Türk spor basını, kronikleşen kriz halleriyle birlikte var olan milli özgüven ve/veya milli kimlik krizini askıya alarak yatıştıran koyu ve hararetle bir milliyetçilik söyleminin çeşitli vesilelerde farklı düzeylerde yeniden oluşturulduğu ve popülerleştirildiği bir söyleme sahip olduğunu göstermektedir.

Diğer taraftan, militarizasyon'un, militarist düşünme biçiminin, şiddete dayalı imge, düşünce ve tahayyül şekillerinin topluma nüfuz etmesi; yani, "savaş", "çarşıma", "kan", "şehitlik", "zafer", "düşman", "hain" ve "kahraman" nosyonlarının gündelik hayatın bir parçası haline gelmesi olduğu anımsandığında, Türkiye'deki spor/futbol basınının 1990 sonrasında militarizmin sıradanlaşmasında ve süreklileşmesinde çok önemli bir payı olduğu belirtilebilir. Bu noktada, 1990'lı yıllarda PKK ile mücadelede dramatik düzeyde gerçekleşen asker ölümleriyle paralel olarak, kahramanlık ve şehitlik motiflerinin de spor basın söyleminde hissedilir düzeyde belirginleştiği vurgulanmalıdır.

21

Föz konusu pan-Türkist, *irredentist* vizyona iştirak eden "Ulusalçı sol" örnekler için bakınız Aydın, 1998.

Kahraman Galatasaray (3 Aralık 1998, Sabah) 65 milyon adına Aslanlar gibi mücadele ettiler. İtalyan Juve önünde şehit analarını üzmediler

Analar dua etti (4 Aralık 1998, Hürriyet) Şehit anaları maç için futbolculara dua etti

Türkler Yenilmez... Şehitler ölmez (6 Haziran 1999, Star)

Rahat uyu Mehmetim (7 Haziran 1999, Hürriyet) Finlandiya'daki milli maçta attığı iki muhteşem golü Mehmetçiklere, gazilere ve şehit analarına hediye eden Hakan Şükür'e, şehit anaları Atatürk Havalimanında bayrak hediye ederek teşekkür etti.

Rahat uyu Mehmedim. Onlar Hakkari'de, Mardin'de, Şırnak'da, Yüksekova'da, Şemdinli'de ve daha nice yerlerde şehit düştüler. Onlar bu vatan için canlarını verdiler. Ve 11 aslan hainlere rağmen Finliler'i yenip, şehitlerimizin ruhlarını luzura kavuşturdular.." İntikamınızı aldık" dediler (7 Haziran 1999, Star)

Gölüm Türk Askerlerine Armağandır (Hagi) (13 Ağustos 1999, Star)

Şehitler için yen aslanım (25 Ağustos 1999, Star) Cim,Bom, hem depremde hayatını kaybeden şehitlerimiz hem de yaşanan üzüntülerini hafifletmek için bugün Rapid Wien karşısına yalnızca galibiyet için çıkacak.

Asker-millet anlayışı ile militarizmin Türk milli kimliğinin önemli bir parçası olarak spor basının söyleminde yeniden üretiminde, sadece doğrudan askerliğe/savaşa dair metaforlar değil; çatışmalara/şiddete dair metaforların aşırı kullanımı da önemli rol oynamaktadır. Türkiye spor basınının fanatik bir milliyetçilik söylemiyle birlikte şiddet olgusunu da doğallaştıran bir söyleme sahip olduğu barizdir. Karşı takımın sadece yenilmesi istenen/gereken bir rakip değil, dahası "öldürülme"si gereken bir "düşman" olduğu anlamını haber söylemine yerleştiren bu tip leksikal tercihler de oldukça çeşitlidir. Bir anlamda nekrofil bir görünüm arz eden 1990 sonrası Türk spor basınında, "komaya sokmak", "ipini çekmek", "ölümüne oynamak", "kafa koparmak", "boğazlamak", "boğmak", "şişlemek" ve "yakmak" gibi yine doğrudan öldürme eylemine karşılık gelen çeşitli fiillerin de manşetlerde kullanılması, şiddet kültürünün normalleşmesini, doğallaşmasını ve sıradanlaşmasını sağlamaktadır.

Çak Roma'ya sok komaya (9 Aralık 1992, *Fotomaç*); *Çek İngiliz'in ipini* (18 Kasım 1992, *Hürriyet*); *Göze Göz, Dışe Dış, Kana Kan!* (27 Kasım 1992, *Fotomaç*); *Ölümüne oynadık* (13 Ekim 1994, *Hürriyet*); *Kafalarını kopardık* (19 Ekim 1994, *Hürriyet*); *Cim-Bom boğazladı* (17 Mart 2000, *Taraftar Fotomaç*); *Cim-Bom, İngilizleri ilk dakikadan itibaren boğacak* (6 Nisan 2000, *Star*); *Leeds'i boğacağız* (6 Nisan 2000, *Fanatik*)

Bu bağlamda kayda değer bir diğer nokta da özellikle 2000'li yıllarda kurban bayramına denk gelen uluslararası futbol karşılaşmaların günün anlam ve önemine uygun bir fantezi uzamında anlamlandırılmış olmalarıdır. Aşağıda görüldüğü gibi, kurban bayramında oynanan maçlarda rakip takım "kesilecek kurban" olarak temsil edilir.

Yeni Kurban Mallorca (10 Mart 2000, *Fotomaç*); *Bugün bayram Mallorca kurban* (16 Mart 2000, *Fanatik*); *Dortmund, Milan, Bologna'dan sonra son kurban İspanyol Mallorca* (17 Mart 2000, *Sabah*); *Yeni Kurban Leeds* (25 Mart 2000, *Sabah*); *Kurban Milan* (7 Mart 2001, *Sabah*); *Türkiye Kurban Bayramını İngiliz'i keserek karşıladı* (27 Şubat 2002, *Star*); *Kurban Arıyoruz* (14 Haziran 2002, *Sabah*)

Şiddeti, eğlencelik bir seyir nesnesi olarak kullanan/pazarlayan yaygın medyada olduğu gibi, spor/futbol basını da futbol karşılaşmalarını grotesk bir milliyetçilik, militarizm ve şiddet söylemi içinde sarmallayarak anlamlandırmaktadır. Bu bağlamda, spor gazetelerinin ortalama haber metinlerinde savaş/çatışma/şiddete dair terminolojinin hakim olması, bu *leksikal* tercihlerin düzenli ve sürekli olarak tekrar ediyor olması spor basının retoriğinde ve kendi dilsel sahiciliğinin yaratılmasında oldukça önemlidir. Böylelikle, Türkiye spor basınında "sıradan" karşılaşmalarda bile rakip takımı ve onun ulusunu/ülkesini steteotipik temsiller dolayımıyla "öteki" ve hatta "düşman" olarak anlamlandıran bir söylemsel yapının var olduğu ve sistematik olarak yeniden üretildiği belirtilebilir. Bireylerin, toplumsal dünyayı anlamlandırma sürecinde "kör noktalar" oluşturarak oldukça belirleyici bir referans çerçevesi sunan cinsiyetçi ve etnosentrik stereotiplerin popüler spor basın söyleminde pekiştirilerek yeniden üretildiği açıktır.

22
Basın Konseyi tarafından
düzenlenen "Basın Ahlak
İlkeleri" (Özgen, 1998:
240-241).

Bu çalışma kapsamında irdelenen Türkiye'nin yüksek tirajlı gazeteleri ve spor/futbol gazetelerinin hepsinin künyesinde "..... gazetesi, basın meslek ilkelerine uymaya söz vermiştir" taahhüdü yer almaktadır. 16 maddelik söz konusu basın ahlak ilkelerinin 1. maddesi "yayınlarda hiç kimse; 'ırkı', 'cinsiyeti', sosyal düzeni ve dini inançları nedeniyle 'kınanamaz', 'aşağılanamaz'; 4. maddesi "Kişileri' ve kuruluşları, 'eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan' ve ya iftira niteliği taşıyan 'ifadelere yer verilmez" ve 13. madde ise "Şiddet ve zorbalığı özendirici yayın yapmaktan kaçınılır" ilkelerini düzenlemektedir.²² Bu çalışmada, özellikle 1980'lerin sonundan itibaren Türkiye spor basınında özellikle bu üç ilkenin sürekli ve sistematik olarak çiğnendiği açıkça görülmektedir. Farklı bir ifadeyle, spor basını olarak incelenen yüksek tirajlı gazetelerin ve iki spor gazetesinin istisnasız hepsinin "şiddet ve zorbalığı özendirici", "ırk ve cinsiyet nedeniyle insanları aşağılayıcı" ve "eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşürücü ve aşağılayıcı" yayın yaparak uymaya söz verdikleri meslek ilkelerini hiçe saydıkları sabittir. Kaldı ki, genel olarak haber medyasında da yaşama geçirilemese de medya profesyonelleri tarafından, en azından dile getirilen ve savunulan nesnellik, tarafsızlık ve dengelilik gibi uzlaşım gazetesilik normlarının spor basınında çoğunlukla telaffuz bile edilmediği de bu noktada hatırlanmalıdır. Spor gazetecilerinin bir yerel ya da milli takımın fanatik bir taraftarı, hatta takımın bir nevi amigosu gibi yazmaları sorun olarak addedilmemektedir.

Zenofobi, Radikal Milliyetçilik ve Sıradan Faşizm

1990 sonrası spor/futbol basınında, kimi gerilimlerin/olayların meydana geldiği futbol karşılaşmalarına ilişkin haber söyleminde doğrudan zenofobiyle eklemlenen fanatik/saldırgan bir milliyetçilik söyleminin egemen olduğu tahmin edilebilir. Bu çerçevede, yakın dönemdeki bazı karşılaşmaların Türkiye spor basınındaki temsilinin irdelenmesi faydalı olacaktır. Son yıllarda gerçekleşen "olaylı" maçlardan iki tanesi olan, Galatasaray-Leeds United ve Paris Saint Germain (Paris SG)-Galatasaray karşılaşmalarına dair haber metinleri bu bağlamda çözümlenecektir.

Bir olaylı futbol karşılaşmasından çok, karşılaşma öncesinde önemli bir olayın, yani cinayetin yaşandığı Galatasaray-Leeds United karşılaşmasını incelemeye başlamadan, kısaca hatırlatılırsa; bu örnek olay, karşılaşma için Türkiye'ye gelen Leeds taraftarlarından Kevin Speight ve Christopher John Loftus'un, Taksim'de bir grup Galatasaraylı taraftar tarafından karşılaşma öncesinde öldürülmesiyle ilgilidir. Bu cinayete ilişkin olarak spor basınındaki manşetler/başlıklar ve haber girişleri aşağıdadır.

İngilizler Türklere sataştı: 1 ölü, 15 yaralı. (7 Nisan 2000, Star) Taksim'de Tatsız Olay. Beyoğlu'ndaki bir barda içip sarhoş olan 100 kişilik bir Leeds'li taraftar grubu, daha sonra Taksim'e çıkarak geleceğe geçene sataşınca ortaya çok ağır bir fatura çıktı.

Holiganların faili Demir yakalandı (7 Nisan 2000, Fotomaç) Taksim Meydanı'nda meydana gelen olaylarda hayatını kaybeden üç holiganın katili Ali Demir dün yakalandı. Ali Demir suçunu kabul etti.

İşte bizi Utandıran adam (7 Nisan 2000, Hürriyet) Taksim'deki arbedede İngiliz holiganlardan ikisini bıçaklayarak öldüren Ali Demir ve Özkan Balcı yakalandı.

İşte olayların perde arkası Pimi onlar çekti

1. Caddede yürüyenlere ve yoldan geçen araçlara saldırıp laf attılar
2. Taksim'de dolaşan bayanlara elle ve sözle sarkıntılık yapıp taciz ettiler.

3. Bir dükkanın vitrininde asılı olan Türk bayrağını zorla indirmek istediler. Futbol kamuoyunu üzüntüye boğan ve iki İngiliz taraftarın ölümü ile sonuçlanan Taksim'deki olayları holiganların başlattığı belirlendi. Beyoğlu'ndaki barlarda içki içerek etraflarındakilere sarkıntılık yapan holiganlardan yaklaşık yüz kişilik grubun, Taksim Meydanı'na çıktığı ve burada rezalet çıkardığı belirtildi.

Bu Pisliği Temizleyin (7 Nisan 2000, Sabah) Cani ruhlu futbol magandaları, Türkiye'yi dünyaya rezil etti. Galatasaray'ın zaferine gölge düştü, imajımız lekelendi. Galibiyetin tadını kaçırdılar

İngilizler bunu hep yapıyor!.. (7 Nisan 2000, Taraftar Fotomaç) İngiliz holiganlar son 25 yılda 23 büyük olaya karışırken, bu süreç içinde 125 taraftar da hayatını kaybetti. Adalılar, yaptıkları olaylarla spora gölge düşürdü.

Yukarıdaki haber metinleri, katılımcılar ve süreçler arasındaki nedensellik ilişkisini, yani olayın içindeki aktörlerin süreçteki rolünün ortaya çıkartılmasını, geçişkenlik analizine tabii tuttuğumuzda, öncelikle, iki Britanyalı taraftarın öldürülmesinin haberlerde edilgen cümle yapısıyla verildiği gözlenmektedir. Farklı bir ifadeyle, Leeds taraftarlarının öldürülmesi eyleminden sorumlu olan Türk taraftarların "etken ajan" konumları haberlerin sözdizimsel yapısı içinde gizlenmektedir. Açıkça "edilgenleştirme" stratejisinin uygulandığı bu haber metinlerinde sürekli aktif yapının edilgen yapıya dönüştürüldüğü görülmektedir. Olayın/cinayetin sorumlu öznesi tamamen cümle yapısı dışında tutularak eylemin somut ajanı perdelenmektedir. Benzer bir biçimde, "adlaştırma"ya başvuru olarak, olayın/haberin esas fiili isme dönüştürülmektedir. "İki İngiliz'in Ölümüyle Sonuçlanan Kavgada" ifadesinde olduğu gibi hem olayın ajanı hem de eylemin fiil zamanı kamufle edilmektedir.

Kaldı ki, iki Leeds taraftarının Türkiye'de bir grup Galatasaray taraftarı tarafından öldürülmesi eyleminde sorumlu özne konumunun inkarına yönelik semantik çabalar sadece edilgen cümle yapılarının oluşturulmuş olması ve adlaştırma ile sınırlı değildir. "İngilizler Türklere Sataştı:1 Ölü, 15 Yaralı", "Pimi Onlar Çekti", "İngilizler Bunu Hep Yapıyor" ifadelerinde olduğu gibi, olayın aktif failinin bizatihi kendileri oldukları, yani öldürülmüş olmalarının yegane sorumlusunun yine kendileri olduğu şeklinde bir anlam inşa edilmeye çalışılmıştır. Başka bir deyişle, İngilizler, "Türklere sataştığı", "hep olaylara karıştıkları" ve bu seferde "pimi çeken" onlar olduğu için öldürülmüştür! Köşe yazarları tarafından da "şiddetle" desteklenen bu durum tanımı ile iki Leeds taraftarı Türkleri tahrik etmek suretiyle kendilerini öldürtmek ile suçlanarak olayın sorumlusu ilan edilmiştir. Spor basını, açıkça bu olayı/cinayeti önemsemeyen, normalleştiren, hoş gören ve dahası örtbas etmeye çabalayan bir haber söylemi geliştirmiştir.

Two Size! (7 Nisan 2000, Star) Holiganların sokakta da, sahada da ağzını burnunu kırdık... Biz Türklere, Avrupalı rakiplerimizi çiçeklerle karşılar, alkışlarla uğurlarız. Ama sizi suratınıza tükürerek

gönderiyoruz Leeds'li holiganlara Taksimde kafasına vura vura vuran toprağını öptürdüler.

Leeds United'li Taraftarlar Türk Hamamında Kan Banyosu Yaptı! (7 Nisan 2000, Star)

Star gazetesinin aynı güne ait yukarıdaki başlıkları ise, ayrıntılı bir çözümleme gerektirmeksizin, bu hadisenin faşist ve ırkçı bir bağlamda temsil edilebilmesine ilişkin vahim bir örnek sunmaktadır.

Zaferimizi Gölgelediler (8 Nisan 2000, Hürriyet) İngiliz basını, Galatasaray'ın başarısından çok olayları manşete çıkardı.

Tabloid Kafalılar (9 Nisan 2000, Hürriyet) Sorumsuz İngiliz tabloid gazeteleri, iki holiganın ölümünü kan davasına dönüştürdü. Türk işyerlerine saldırılar başladı.

Gözleri Döndü (8 Nisan 2000, Sabah) Rövanş kan davasına dönüştü: Leeds Stadi'na "Türkler'e ölüm" pankartları asıldı, Türkler'in işyerleri saldırıya uğradı. İngilizler, İstanbul'daki olayı tam bir kan davasına dönüştürdü. İngiliz basınının kışkırtıcı yayınlarının da etkisiyle, İngiltere'de yaşayan Türkler ve Türkiye hedef durumuna getirildi.

Haçlı ruhu hortladı (8 Nisan 2000, Fanatik) Cim Bom'un zaferini hazmedemeyen çirkef İngilizler ülkeniz için karalama kampanyası başlattı. Biz bu filmi izlemiştik. Yine aynı senaryo, yine düşmanlar iş başında. Türkiye'yi ve Galatasaray'ımızı çekemeyenler, kirli dolaplar çevirmeye başladılar. Zaferimizi sindiremeyen İngilizler, Cim Bom'a şapka çıkaracaklarına çirkin yüzlerini gösteriyorlar.

Ca - Ni - Ler (8 Nisan 2000, Taraftar Fotomaç) Leeds United maçı öncesinde yaşanan talihsiz olayları bahane eden Hollandalı, Alman ve Danimarkalı holiganlar İngilizlerle birleşiyor.

Haçlı zihniyeti yüzyıllar geçtikten sonra yeniden hortluyor... Leeds United maçı öncesinde yaşanan talihsiz olayları bahane eden Hollandalı holiganlar, Haziran ayındaki Avrupa Futbol Şampiyonası finalleri sırasında, Türk seyircilere saldırmak için, İngiliz holiganlarla, internet aracılığıyla işbirliği çağrısında bulundular.

Olayın sonrasında başta İngiltere olmak üzere bazı ülkelerdeki holigan gruplarının Türkiye'ye yönelik "rövanşist" beyanları ve eylemleri, Türkiye spor basınının önemli düzeyde hasıraltı ettiği

bu olaya dair gündemi tamamen değiştirmesine ve karşı saldırıya geçmesini mümkün kılmıştır. Kaldı ki, son dönem spor basınının somut bir neden/zemin olmaksızın da nasıl bir söylemsel stratejiye sahip olduğu göz önüne alınırsa burada "holiganlar"ın bu hadisenin "milli bir seferberlik"e dönüştürülerek geri püskürtülmesi sürecinde bulunmaz bir fırsat sundukları belirtilebilir.

Görüldüğü gibi, popüler spor basınında, olay bir anda "haçı zihniyeti"ne tahvil edilerek, ivedilikle ötekilik formlarının seri üretimine başvurulmuş, böylelikle de "mağdur Türk milleti" nosyonunun vurgulanması sağlanmıştır. Bir grup holiganın giriştiği tertipler, spor basınının, bütün İngilizleri tek kelimeyle "yine iş başında" olan "düşmanlar" olarak anlamlandırılmasını sağlamaktadır. Yukarıdaki metinlerde, bir grup fanatik gruptan kalkılarak, tüm İngilizler, "Cimbom'un zaferini hazmedemeyen/sindiremeyenler", "çirkefler", "ülkemiz için karalama kampanyası başlatanlar", "düşmanlar", "Türkiye'yi ve Galatasaray'ımızı çekemeyenler", "kirli dolaplar çevirenler", "çirkin yüzlerini gösterenler" ve "haçı ruhuna sahip olanlar" olarak temsil edilmektedir. Aşırı-milliyetçiliğin en tipik özelliği/önkabalü bir grup insana dair eylemi bütün bir ulus için tektipleştirmesi/genelleştirmesi, diğer ülke örneklerinde olduğu gibi, Türkiye (spor) basınının da herhangi bir dönem fark etmeksizin sürekli sadık kaldığı bir ön kabuldür. Böylelikle, etnik/milli kimliklerin sabit ve muhtemel tek kimlik öznesi olarak sürekli temsili sağlanırken; Türk milli kimliği ve milliyetçiliği de, sürekli mevcut olan ve hepsi "bize" düşman olan kategorilerin/ulusların monoblok bir biçimde (sürekli) söylemsel inşasıyla etnosentrik ve özcü bir bağlamda bugünden yarına var edilmektedir.

Türkiye spor basınının aynı temsil stratejisine her daim başvurduğu aşağıda daha ayrıntılı olarak irdelenecek olan başka bir "olaylı" maça ilişkin haber metinlerinden de anlaşılmaktadır. Olayın aslına/içeriğine ilişkin olarak spor basınındaki hakim iddianın doğru olduğu kabul edilse -ki edilmemesi için yeterli olan tarihsel/yapısal nedenler bir tarafa, aşağıdaki haberlerde "maçtan önce başlayan olaylar", "kışkırtılan/çileden çıkartılan Türk seyirciler"

ve doğrudan “Türk seyircilerle Ermeni asıllı Fransızlar arasında kavga çıktı” şeklindeki ifadeler kavganın karşılıklı çıktığını fazlasıyla göstermektedir- dahi, Paris SG-Galatasaray karşılaşmasında bir grup Fransız seyircinin önce saldırmasıyla Türkiyeli seyirciler arasında patlak veren “kavga”ya ilişkin gazete başlıkları ve haber girişleri şu şekildedir:

Çirkin Fransız (14 Mart 2001, Sabah) PSG,GS maçında Fransız seyirciler Türk taraftarlara saldırdı. Sözde Ermeni soykırımı tasarısı nedeniyle gerginleşen Türk,Fransız ilişkileri, Paris SG,GS maçında tribünlere yansdı. Maçtan önce başlayan olaylar, devre arasında Fransızların Türklere saldırmasıyla tırmandı, Türk seyirciler canlarını zor kurtardı.

Soykırım provası! (14 Mart 2001, Sabah) Fransız polisi uyudu, Türk taraftarlar canını zor kurtardı. Maçtan önceki gerginlik, devre arasında saldırıya dönüştü. Devre arasında ortam iyice elektriklendi. Tribünde açılan Ermeni bayrağı Türkleri çileden çıkardı. Tribünlerden sopalar, taşlar ve şişeler yağmaya başladı...Ortalık bir anda savaş alanına döndü.

Utandı Paris (14 Mart 2001, Hürriyet) PSG-GS maçında çirkin olay Fransız taraftarlar, tribünlerde Ermeni bayrağı sallayıp kışkırttıkları Türk seyircileri linç etmeye kalktı.

Utandımlar (14 Mart 2001, Hürriyet) Ermeni asıllı Fransızlar, Türkleri tahrik edince kıyametler koptu. Maçın 55. dakikası oynanırken, tribünde Ermenistan bayrağı açılmasına tepki gösteren Türk seyircilerle Ermeni asıllı Fransızlar arasında kavga çıktı.

İnsanlığa Fransızlar (14 Mart 2001, Fotomaç) Hiçbir iddiaları kalmayan Fransızlar Türk taraftarları dövüp, sahaya attı. Güvenlik güçleri olaylara seyirci kalırken, karşılaşma yaklaşık 28 dakika durdu.

Paris'te Futbol Terörü (14 Mart 2001, Fotomaç) Fransız polisi çanak tuttu. Fransızlar gerçek yüzünü tüm dünyaya gösterdi.

Paris'te Son Rezalet (14 Mart 2001, Fanatik) Paris'in göbeğine Ermeni Anıtı dikerek insanlık dersi vereceğini düşünen Fransızlar, gurbetçilerimize barbarca saldırdı. Polis onları seyretti, 25 dakika ara verilen oyunun sonunda PSG 2 - 0 galip geldi.

Böyle barbarlık olmaz (14 Mart 2001, Fanatik) .. Sözde Ermeni tasarısına destek çıkan, Paris'in göbeğine Ermeni Anıtı dikip insanlık

*dersi vereceğini zanneden Fransızlar, Parc des Princes Stadı'na iç-
lerindeki barbarlığı kusmak için gelmişti.*

*Fransız Değil Arsız... (14 Mart 2001, Fanatik) Sözde insanlık der-
si veren, insanlıktan mahrum Fransızlar... Dün, tribünlerde onlar-
ca yurttaşımızı dövüyorlar, copladılar, ortalığı kan gölüne çevirdiler.*

*Tribünler kan gölü Tek kelimeyle zavallılar... Ermenilere kol kanat
gerip sözde insanlık dersi vermeye çalışan, ancak insanlıktan mah-
rum Fransızlar... Önce Paris'e gelen 5 bin dolayındaki gurbetçileri-
mizi stadın uzağında bir köşeye sıkıştırdı, adeta hayvan muamelesi
yaptı. Ardından da saldırgan bir grup PSG taraftarının yaptıklarına
göz yumdu. Bundan cesaret alan Fransızlar maç oynanırken de
stadı kan gölüne çevirdi.*

*Fransızlar Üç Maymun (15 Mart 2001, Hürriyet) İrkçi Fransızlar,
G.Saray maçında bir avuç Türk'ü öldüresiye dövdü, ama Fransız
medyası, Paris'in göbeğindeki bu vahşeti görmezden geldi.*

Hürriyet gazetesinin "Türk Seyircilerle Ermeni Asıllı Fransız-
lar Arasında Kavga Çıktı" şeklinde tanımladığı hadisenin öncelik-
le birçok gazete tarafından "Fransızların Türklere saldırması" ola-
rak kodlandığı belirtilmelidir. Yukarıda da belirtildiği gibi, kavga-
nın karşılıklı atışma/sürtüşme ile çıktığına dair bir dizi ifade söz
konusu olmasına rağmen belirli metinlerde -ve yine- genellenerek
"Fransızlar, Türklere saldırdı" şeklinde bir ifadenin kullanılması
açıkça kastidir. Dahası, başlıkların sözdizimsel ve *leksikal* yapısı, et-
nosentrik, zenofobik ve aşırı-milliyetçi bir bağlamda Fransızlar-
ı/Fransa ulusunu ötekileştirmek için iradî olarak oluşturulduğu-
nu göstermektedir. Hakim iddia kabul edildiğinde bile, yine bir
grup Paris SG seyircisinin, Galatasaray taraftarına saldırmasına
mukabil çıkan çatışma, Türkiye spor basını tarafından bütün bir
Fransız ulusunun aşağılanması/ötekileştirilmesi ve tabii ki "düş-
man" figürü olarak resmedilmesine yeterli bir bahane oluşturmuş-
tur. Büyük çoğunluğu birinci sayfada olmak üzere, manşetler dü-
zeyinde "Fransız seyirciler", "Türkleri tahrik ettiği", "Türklere sal-
dırdığı", "Türk seyircileri linç etmeye kalktığı" için bütün Fransız
halkı/nüfusu "utanmazlar", "insanlığa yabancı olanlar", "gurbet-
çilerimize barbarca saldıranlar", "barbarlar", "insanlıktan mah-

rum olanlar", "arsızlar", "zavallılar" ve son olarak "ırkçılar" olarak temsil edilmektedir. Ek olarak, metonimi yoluyla "Utan Paris" şeklinde Fransız halkı, "dolaysız bir hitap"la paylanmaktadır. Ayrıca belirtmeye gerek olmaksızın, haber metinlerinde egemen olan bu etnosentrik ve bazen ırkçılığa açılan aşırı-milliyetçi söylemin dozajı olabildiğince arttırılarak köşe yazarları tarafından da güçlendirilmiştir. Köşe yazarları tarafından da tüm Fransızlar "kuş beyinli", "gerzek", "çirkin", "küstah", "aşâğılık", "hain", "vampir ruhlu", "kan emici", "rezil", "barbar", "yumuşak" ve "haçlı" gibi sıfatlarla ve insanın tüylerini ürperten bir ırkçı bağlamda kodlanmaktadır.²³ Türk spor basınının, bu dönemde Fransız hükümeti tarafından kabul edilmesi gündemde olan "soykırım tasarısı"na ve Paris'te açılan "Ermeni Soykırımı Anıtı'na" karşı doğrudan bir "misilleme" olarak bu karşılaşmadaki olayları manipüle ederek anlamlandırdığı açıktır. İrdelenen tüm başlıklar ve haber metinlerinin yapısı bir tarafa, *Sabah* gazetesinin bu hadiseyi "Türlklere yönelik" bir "soykırım provası" olarak nitelendirmesi bu tespit için fazlasıyla yeterlidir. Burada, spor basınının, özellikle kronik iktisadi kriz atmosferinde yoksullaşan "yoksun" halk kesimlerinin kör öfkelerine ve nefret hislerine tıpkı faşizmin "kitlelere" seslenirken kullandığı tipik "dil"le hitap ettiğinin ve milli özgüven/ kimlik krizini rehabilite etme sürecinde kimi durumlarda "milli histeri patlamaları"nda öncü bir rol oynadığının vurgulanması gerekir. Bu yapısıyla, Türkiye'de spor basını, sıradan milliyetçiliği kat be kat aşarak, örgütsel/doktriner bir yapıda olmaksızın faşizmin tipik tezahürlerinin kendiliğinden dışavurumu anlamında "sıradan faşizm"ın belirdiği bir alan olarak görülebilir.

"En Büyük Türkiye, Başka Büyük Yok"

Yukarıda, uzun uzadıya, Türkiye spor basınının bilhassa 1990 sonrasında oynanan uluslararası futbol karşılaşmalarını genellikle patetik, sıklıkla grotesk, zenofobik ve şovenist bir söylem içinde olmak üzere, devamlı ve sistematik olarak nasıl aşırı-milliyetçi bir göndergesel bağlama yerleştirdiği çözümlenmeye çalışıldı. Bu süreçte, spor basınının, karşı takımı ve memleketini/halkını nasıl

23

"...Kuş beyinli, menfaatçi, gerzek Fransızlar sanki olay çıksın da, biz Türkleri yine suçlu duruma düşürüp haklılığımızı bütün dünyaya onaylatırız der gibilerdi." Gökmen Özdenak, (14 Mart 2001, *Sabah*); "Çirkin Fransız: Her maçta bölücü terör örgütü PKK'nın eylemlerine göz yuman ve destek veren Fransızların çirkin yüzü dün yine ortaya çıktı," Levent Tüzemen, (14 Mart 2001, *Sabah*); "Fransız Küstahlığı: Fransızlar yine yaptılar yapacaklarını... İddialarının olmadığı maçta kuduran seyirciler Türk taraftarlara saldırdı. Rezaletin bir başka boyutu da küstah Fransız polisinin olaylara müdahale etmeyip, azınlıktaki Türklerin dayak yemesine göz yummasıydı. Leeds teki maç taraftarsız oynatan UEFA bakalım, bu aşâğılık Fransızlara ne yapacak?," Temel Özalak, (14 Mart 2001, *Fanatik*); "... Ya Fransızlar? Onların vaziyeti nedir? Futbolun son dönemdeki başarıları! Şampiyonları Tarih boyunca vazgeçemedikleri soykırım, sömürgecilik ve hainliklerinden vazgeçmemiş, sözde zarafetlerinin ardındaki vampir ruhlarını örneklemişlerdir. Kan emicilerin, Ermeni ve PKK destekçilerinin gerçek yüzleri örneklenmiş, "Oğuz Dizer, (14 Mart 2001, *Fanatik*); "Lanet olsun! :acımasız kapitülasyonlardan beri ulusumuzun önüne her dönem çıkmış Fransa. Ermeni yasasına alkış tutanlar. Ve o ülkenin

takımı Galatasaray önünde. Hem de çaresiz. Elenmeye yüz tutmuş. ... asil önemlisi rezil Fransızların vatandaşlarımızı yaptıkları. Barbarlar tüm pisliklerini kusarken, hakem daha fazla bu pisliğe dayanamadı ve oyuna ara verdi. ... Benden bu maç için son söz. Lanet olsun sizin gibi seyirciye, lanet olsun tüm Türk düşmanlarına," Yalçın Dümer, (14 Mart 2001, *Fanatik*); "Utanmaz adamlar: Zaten, bu Fransızların cinslerinin ne olduğu son Paris Belediye Başkanlığı seçimlerinde açıkça ortaya çıkmıştı. Son Paris Belediye Başkanı büyük bir farkla eşcinsel bir politikacının seçimlerden zaferle çıkmasıyla sonuçlandı. Anlayacağınız, Fransızların ne kadar yumuşak olduğu daha maç başlamadan önce bizzat kendileri tarafından tüm dünyaya duyurulmuştu. ... Fransa gibi kendisini medeni zanneden bir milletin, ülkesine misafir gelmiş insanlara karşı takındığı tavır dün akşam bir kez daha Avrupa'nın çirkin yüzünü gözler önüne serdi" Turan Yücel, (14 Mart 2001, *Fotomaç*); "...Bütün sorumluluğun ve emniyet tertibatının ev sahibi takıma ait olduğu bu gibi maçlarda bu tip bir olaydan sonra UEFA herhalde çok sert bir şekilde PSG'nin kulağını çekecektir. Aynı olaylar Türkiye'de olsa bizi idam bile edebilecek olan Haçlıların alacağı komik kararı hep beraber göreceğiz," Bülent Tulun, (14 Mart 2001, *Fotomaç*).

ötekileştirdiği ve kimi zaman da bir düşman imgesi olarak nasıl inşa ettiğine geniş yer verilmesi, spor basınında eş zamanlı olarak var olan önemli bir boyutun göz ardı edildiği anlamına gelmemelidir. Türk milli kimliğinin Batı/Avrupa imgesi ile özdeşlik/karşıtlık ilişkisiyle yeniden kuruluşunda önemli bir rol oynayan uluslararası karşılaşmalara dair spor basınının temsil stratejileri, Galatasaray'ın ve ardından milli takımın tarihi zaferleriyle birlikte milli kimliği farklı bir şekilde yücelten, milli gururu ihya eden bir formu da standart haline getirmiştir: Kısaca, spor basınında özellikle 2000'li yıllarda "dünya bizi konuşuyor", "dünya bizi alkışlıyor" mübalâğası bir klişe mertebesinde revaç görmüştür.

Büyüledik (4 Nisan 1997, *Taraftar Fotomaç*); *Ayakta alkışlandılar* (12 Ağustos 1999, *Fanatik*); *Avrupa Alkışlıyor* (8 Mart 2000, *Hürriyet*); *Galatasaray Avrupa'nın Zirvesinde* (21 Nisan 2000, *Hürriyet*); *Uzatın Alınuzı, Avrupa Öpecek* (18 Mayıs 2000, *Fotomaç*); *Dünya Cim bom'u Konuşuyor* (19 Mayıs 2000, *Hürriyet*); *Tüm Avrupa Ayaktaydı* (20 Haziran 2000, *Taraftar Fotomaç*)

Çağdaş, batılı, evrensel kültürün yegane göstereninin tüketim kültürü olduğunu vazeden yeni/liberal milliyetçilik söylemine göre "Türk" markalarının, seyrek de olsa, dünyadaki ünlü markalar arasına girmesi ve çoğunlukla dünya markalarının Türkiye'de yaygınlaşması "milli" bir gurur olarak sunulmaktadır. Piyasa ekonomisi, *marketing* ve reklamcılık terminolojisiyle büyük ölçüde çakışan liberal milliyetçilik söyleminde "Türk markaları" olarak sadece beyaz eşya ya da konfeksiyon markalarının "dünya markası" olmasına işaret edilmemekte, aynı zamanda "pop-star" Tarkan'ın ya da İstanbul kentinin "dünya markası" yapılması çabalarına da işaret edilmektedir. 2000'li yıllarda ise Galatasaray futbol takımı ve arkasından milli takım aşağıdaki örneklerde görüldüğü üzere "büyük bir marka" olarak spor basınında temsil edilmiştir. Bu düzlemde ve dönemde spor basını önemli ölçüde yeni/liberal milliyetçilikle örtüşmektedir. "Galatasaray Büyük Marka. Cem Boyner, Galatasaray için, 'O artık büyük bir marka. Bugün Galatasaray gibi bir marka yaratmak çok zor' dedi." (19 Mayıs 2000, *Hürriyet*); "Bir Dünya Markası: Galatasaray, Arsenal'i Devirerek; 'Bir Dünya

Markası' Olduğunu Kanıtladı." (Haldun Dormaç, 19 Mayıs 2000, *Fotomaç*) "...Sarı Kırmızılılar Bir Avrupa Markası Olduklarını Atlantik Kıyısından Haykırdılar." (Gökmen Özdemir); "Asrın Reklamını Yaptı. GS, UEFA Kupası'nı kazanırken, Türkiye'nin 4.6 milyar dolarlık (yaklaşık 2.5 katrilyon lira) reklamını da parasız yaptı. Dünyanın 185 ülkesinden 500 milyar kişi GS'ı canlı yayında izledi. 46 Yıllık Tanıtıma Bedel: Cimbomu 185 ülkenin seyretmesinin reklam değeri 4.6 milyar dolar" (18 Mayıs 2000, *Hürriyet*).

Galatasaray'dan sonra, "Made in Turkey Seferberliği. Dünya-da Ay Yıldızlı Ürünler Kapışılacak" (25 Haziran 2002, *Hürriyet*) ve "O Bir Dünya Markası" (9 Haziran 2002, *Fanatik*) gibi manşetlerde "dünya markası" olarak temsil edilen milli futbol takımının dünya üçüncüsü olma başarısı da "Türkiye"ye ve "Türklerle" tahvil edilecek yoğun bir "milliyetçi hiperbolizm" sergilenmiştir.

Türkiye Manşetlerde (21 Haziran 2000, *Fotomaç*) A Milli takımımızın Belçika'yı eleyip çeyrek finale yükselmesi dünya medyasında geniş yer buldu.

Türkiye Tutulmaz (22 Haziran 2000, *Fotomaç*) A Milli takımımızın Avrupa şampiyonasında çeyrek finale yükselmesi; yalnızca Avrupa'da değil, bütün dünyada geniş yer bulurken "Artık bu Türkler tutulmaz" yorumlarına neden oldu.

Dünya ayakta alkışlıyor (9 Mart 2001, *Fanatik*); *Bekle Dünya Geiyoruz* (11 Kasım 2001, *Hürriyet*); *Yenildik ama Dünya bizi alkışladı* (4 Haziran 2002, *Fanatik*); *Dünya Sizinle Gurur Duyuyor* (14 Haziran 2002, *Sabah*); *Dünyayı Salladık* (14 Haziran 2002, *Pas*); *Dünyada yıldız, gönüllerde ay* (19 Haziran 2002, *Milliyet*); *Yine Dünyayı Ayağa Kaldırdık!* (19 Haziran 2002, *Pas*); *Dünya Bizi Alkışlıyor* (19 Haziran 2002, *Sabah*); *Sana Dünya Yetmez* (19 Haziran 2002, *Fotomaç*); *Dünyanın 8. Harikası* (19 Haziran 2002, *Fanatik*); *19 Haziran 2002, Pas*); *Ayağa kalk Avrupa Türkiye'mi selamla* (23 Haziran 2002, *Pas*); *Dünyanın 4. Harikası* (23 Haziran 2002, *Sabah*); *Dünya Sizinle Gurur Duyuyor* (14 Haziran 2002, *Sabah*); *Dünya Bizi Alkışlıyor* (19 Haziran 2002, *Sabah*); *Dünyanın 4. Harikası* (23 Haziran 2002, *Sabah*); *Dünya alkışladı* (23 Haziran 2002, *Milliyet*); *Dünyayı hayran bıraktınız* (27 Haziran 2002, *Hürriyet*); *Dünya seni selamlayacak* (29 Haziran 2002, *Hürriyet*); *Dünya parmak ıstırdı* (30 Haziran 2002, *Sabah Pazar*); *Dünya böylesini görmedi* (30 Haziran 2002, *Hürriyet*); *Dünyayı salla-*

24

Bora'nır. (2000:25) da belirttiği gibi, faşizm, "küçük adam"ın kör öfkesini okşamaya, onun içinde bulunduğu sıkıntının müsebbibi olarak şeytani bir düşman imgesine yönelmeye çalışır. "Küçük adam"ı, içinde bulunduğu küçük ve dar varoluştan kurtarmayan, aksine onu küçültülmüşlüğü ve ezilmişliği içinde yüceltmeye, kendini önemli hissettirmeye dönük bir çabadır bu. İşte, düşman figürü "küçük adam"ın sıradan ama saf ve temizliğiyle yüceltilmesine vesile olan irki/milli kimliğinin karşısında inşa edilir.

25

"Sıradan faşizm" kavramının etraflı bir tartışması için bakınız Bora, 2000.

dımız (3 Temmuz 2002, *Hürriyet*); *Dünya şapka çıkardı* (27 Haziran 2002, *Fanatik*)

Tekrar vurgulanırsa, bu temsil stratejisinin düzcizgisel/kronolojik bir seyrin son dönemine karşılık geldiği ve 2000-2002 döneminde artık spor basınının haber söyleminin “yumuşadığı” anlamına gelmemektedir. Aksine, eşzamanlı ve iç içe geçen bir söylemsel yapıda kazanılan Avrupa maçları, bir taraftan tekil bir özne gibi Avrupa'yı bir “düşman” figürü olarak temsil etmeyi, bir taraftan “Avrupalı” olmayı ve bunun gururunu yaşamayı, bir taraftan da Avrupa'nın “en büyüğü” olarak kendini algılamayı mümkün kılmıştır. 2002 Dünya Kupası'yla birlikte ise dünyaya “damga vurma” motifi haber söyleminin kritik vurgularından biri haline gelirken, en azından futbol alanının da elde edilen dünya çapındaki başarı, spor basını tarafından -bu çalışmada kavramsallaştırılan- bir “milliyetçi hiperbolizm” ile “En Büyük Türkiye” sloganını haber söylemine yerleştirmiştir.

En büyük Türkiye! (15 Kasım 2001, *Sabah*); *En Büyük Türkiye* (14 Haziran 2002, *Hürriyet*); *En Büyük Türkiye Başka Büyük Yok* (19 Haziran 2002, *Star*); *En büyük Türkiye başka büyük yok... Ne mutlu Türküm diyene...* (23 Haziran 2002, *Hürriyet*); *Artık biz değil, Avrupalılar korkuyor* (15 Kasım 2001, *Taraftar Fotomaç*); *Yer beyaz, gök kırmızı, en büyük Türkiye* (6 Eylül 1998, *Taraftar Fotomaç*); *Çin'de Türkiye Sesleri* (21 Haziran 2000, *Fotomaç*); *65 milyon haykırıyor: “En Büyük Türkiye Başka Büyük Yok* (14 Haziran 2002, *Star*); *En Büyük Türkiye Başka Büyük Yok* (19 Haziran 2002, *Star*); *En büyük Türkiye* (23 Haziran 2002, *Hürriyet*)

UEFA Kupası'nın kazanılması sonrasında ise, Avrupa'nın artık bizden korktuğu hissiyatı ile birlikte milli kimliği ve gururu okşayıcı “Avrupa'yı titrettik” bilgisi haber söylemine nakşedilmiştir.

Avrupalı Tir Tir (25 Mart 2000, *Fotomaç*); *Aslan Avrupa'yı yine titretti* (7 Nisan 2000, *Fanatik*); *Arsenal Korkuyor* (22 Nisan 2000, *Hürriyet*); *Galatasaray, Roma'yı titretti, yediği iki gole boyun eğdi* (10 Aralık 1992, *Fotomaç*); *FB ve GS, .. Avrupa'yı bir kez daha titretmeye hazırlanıyor* (4 Kasım 1992, *Fotomaç*); *Real'i titrettik* (19 Nisan 2001, *Fotomaç*); *Şimdi Yandın Avrupa* (25 Ağustos 2000, *Fotomaç*); *Kura çekimi bugün; Avrupa Şaşırdı!* (26 Ekim 2000, *Fotomaç*); *Nereden çıktı bu Türkler?* (10 Mart 2001, *Sabah*); *Av-*

rupa bizi çekemiyor. "Nereden çıktı bu Türkler" diyorlar; Avrupa; Lucescu ve Aslanları'nın önünde diz çöktü (27 Eylül 2001, Fanatik); Artık biz değil, Avrupalılar korkuyor (15 Kasım 2001, Taraftar Fotomaç)

Daha önce de belirtildiği üzere, milli takım ile özdeş hale gelen Galatasaray futbol takımının ve milli takımın uluslararası maçlarının spor basınındaki temsili Türk milli kimliğine içkin olan "Batı'ya/Avrupa'ya" kendini ispat etme ve Batı/Avrupa tarafından tanınma kaygısıyla birlikte var olan ona özenme ve onu "düşman" görme arasındaki bu gerilim, futbol basının söyleminde merkezi bir boyutu oluşturmaktadır. Bu tarihsel gerilimin en açık bir şekilde kendini gösterdiği Türkiye popüler futbol basını üzerine buraya kadar yapılan tartışma, bu gerilimin çoğu zaman oldukça şizofrenik bir yapıda olduğunu göstermektedir.

Spor Basınında Milli İkonların Temsili ve "Bayrak Seferberliği"

Özellikle 1994 yılı sonrasında resmi milliyetçiliğin söz kalıplarının/ingelerinin ve milli devlet simgelerinin yayılımı dramatik olarak arttı. Türk bayrağının kamusal kullanımı olağanüstü düzeyde teşvik edildi, otomobil plakalarından evlerin balkonlarına kadar gündelik yaşamda yaygın olarak teşhir edilir oldu. İstiklal Marşı'nı söyleme vesileleri arttı(rıldı), özellikle her futbol karşılaşması öncesinde İstiklal Marşı'nın söylenmesi "olmazsa olmaz" haline geldi.²⁶ Türkiye haritası bir "logo" olarak daha sık gösterime girdi. Ay yıldız kolye ve rozetler oldukça yaygın birer "taki" haline geldi. Logolaşan Atatürk portresinin kamusal yaşamda görünürlüğü arttı, milli bayramlarda ve diğer özel günlerde Türk bayrağı ile birlikte TV kanallarında ekranın üst köşelerine yerleştirildi.²⁷

En önemli milli(yetçi) ikonlardan/göstergelerden biri olan Türk(iye) bayrağına 1990'lar sonrası gazetelerinin spor sayfalarında ve spor/futbol gazetelerinde hem bizatihi fon olarak hem de milliyetçi retoriği güçlendirmede sürekli göndermede bulundurma için sıklıkla yer verilmiştir. Öncelikle, Türk bayraklarının yer

26
İstiklal Marşı'nı söyleme vesilelerinin oldukça arttı(rıldı) bu dönemde her futbol karşılaşması öncesinde İstiklal marşının söylenmesi geleneği 'icat edildi'. İlk defa 1992 yılında bir futbol karşılaşmasında söylenmesinin ardından o güne dek sadece milli maçlarda söylenegelen milli marş, o günden bu yana tüm branşlardaki spor karşılaşmalarında (sadece 1. Lig maçlarında değil, 3. Lig karşılaşmalarında bile) söylenmektedir. Spor basınında İstiklal Marşı'na ve sözlerine, yine bu dönemde, yoğun olarak atıfta bulunduğu gözlenmektedir. Başlık düzeyinde birkaç örnek verilirse: Korkma, sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak [Türk Bayrağı üzerine yazılı] (16 Eylül 1992, Fotomaç); Kükremiş sel gibiyiz, Bendimizi çığner aşarız (26 Haziran 2002, Milliyet); Vallahi sönmez bu şafaklarda yüzen al sancak, Bu kupa benim milletimin... Milletimindir ancak. (23 Haziran 2002, Pas); Ay-Yıldız çoştı bir kere. Artık enginlere sığmayız. Dünya Kupası'nda final istiyoruz, Brezilya bize zincir vuracakmış, şaşarız. Türk ulusu korkma, batmayacak bu güneş Japonya'da (26 Haziran 2002, Milliyet).

27
Özellikle Cumhuriyetin 75. Yılı kutlamalarıyla birlikte, "logolaştırılmış" Türk bayrağı, Türkiye haritası ve Atatürk ikonlarına siyasal anlamda "ulusal" olmayan her alanda (limon paketlerinden kuru temizleme faturalarına) sıklıkla rastlanması, bunların ait oldukları

milliyetçi muhayyilenin sonucu olmaktan çok köklü bir çağdaş dönüşümün aracı olduğu belirtilebilir. Bu dönüşüm Cumhuriyet tarihi içinde yazılı temsilden görsel yani ağır basan temsile geçişle karakterize olan "temsil rejimindeki" dönüşümdür. Yeni temsil rejimi yazıyı ve yazılı açıklamaları marjinalize etmiş ve 75. yıl logosunda olduğu gibi, yazıyı da bir anlamda resimleştirmiştir. Bu göstergebilimsel dönüşümün toplumsal arka planında ise öncesinde yüce olan vatan ve ulus gibi nosyonların tam da bu niteliklerini (bir düzeyde) yitirme yolunda olmalarıyla açıklanabilecek bir niceliksel çoklaşma olduğu belirtilebilir (Nalçaoğlu, 2001, 2002). Siyasi ve ekonomik krizlerin kronikleştiği 1990'lı yıllarda, "bu ülke için seve seve" sloganı ile ülke çapında gerçekleştirilen kampanya bu bağlamda iyi bir örnek oluşturmaktadır. "Vatan sana canım feda" sloganının sahip olduğu gönüllü şahadet yüklü anlam, sanayi ve ticaret odaları tarafından başlatılan bu kampanyada, gönüllü olarak alışveriş yapmaya yüklenmiştir. Vatan için yapılabilecek / yapılması gereken feda retoriğindeki bu önemli anlamsal farklılaşmanın basit bir milliyetçi mobilizasyon olmaktan çok vatanın ağırlıklı olarak ekonomik rasyonalite ile anlamlandırılan bir varlık haline geldiği işaret ettiği belirtilebilir (Nalçaoğlu, 2002: 304-305). Bu noktada, vatanseverlik ile sinizmin eklenmesi rahatlıkla gözlemlenebilir.

aldığı fotoğraf karelerine mutlaka yer verilmesinin dönemin spor basınının bir "habitus"u haline geldiği barizdir. Bunun dışında, sürmanşet ve/veya manşetin Türkiye bayrağı fonu üzerinde yazılması da bu dönemde yoğun olarak görülmektedir. Ayrıca, başlıklar düzeyinde Türk bayrağının biricikliği ve kutsallığını vurgulayan, Türk bayrağı güzellemesi yapan ifadeler de haber metinlerinde kritik bir retorik unsur olarak epeyce kullanılmıştır.

Haydi çocuklar! Ay yıldızlı bayrak için vurun gelin [Türk bayrağı resmi içinde] (7 Eylül 1994, Sabah); Şanlı bayrağımızla Leeds'e uçtular (21 Nisan 2000, Sabah); Bu Vatan, Bu Bayrak, Bu Bayram Sizindir (19 Mayıs 2000, Hürriyet); Türk Bayrağı Avrupa'nın zirvesinde (26 Ağustos 2000, Star)

O ne muhteşem bayraktı öyle: Dünyanın en güzel bayrağı, al kırmızı renklerin üzerindeki ay ve hilaliyle ülkemizin bayrağıdır. İşte bu muhteşem bayrak, Bursa'da bir başka güzeldi. Maç sonrası yeşil zemini kaplayan bayrak herkesi coşturdu (4 Nisan 1997, Tarafstar Fotomaç)

Amsterdam'a gelen binlerce vatandaşımız..[tarafından] tribünlerde açılan dev Türk bayrağı göğsümüzü kabartırken, alınan sonuç üzüntü yarattı (25 Haziran 2000, Fanatik)

Gazete sayfalarında Türk bayrağını yücelten/kutsayan ifadelere, Türk bayraklarının yer aldığı görsel malzemelere ya da doğrudan Türk bayrağının yarım ya da tam sayfa fon olarak kullanılmasından çok daha önemli bir nokta ise, özellikle 2000'li yıllarda, gazetelerin okuyucularına Türk bayrağı promosyonları düzenlemeleri ve/veya "herkesi her yere" bayrak asmaya çağıran kampanyaları resmi mercilerle koordinasyon halinde örgütlemeleridir.²⁸ (Resmi) Türk milliyetçiliğinin söz kalıplarının ve İstiklal Marşı, Atatürk mitosu,²⁹ bayrak, ay-yıldız gibi ikonların yayılımının dramatik olarak arttığı 1990'ların ikinci yarısında, Türk bayrağının kamusal görünürlüğü/kullanımı anormal bir düzeyde teşvik edilmiştir. Popüler futbol uzamında, ilk olarak Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) ve Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) tarafından organize edilen, önemli milli maçlarda seyircilere ücretsiz bayrak dağıtılması uygulamasının daha da yaygınlaştırarak ülke genelinde "bayrak kampanyası" haline dönüştürmesinde en

önemli rolü ise Türkiye'deki spor gazetelerinin ve yüksek tirajlı gazetelerin oynadığı açıktır.³⁰

Yarın herkese Türk Bayrağı ve Milli takım posterini (13 Aralık 1994, Fotomaç)

Bayrak Asalım (14 Haziran 2002, Hürriyet) Milli takımımızın bu zaferini her yere bayrak asarak kutlayalım.

Coşkuya ortak olun (14 Haziran 2002, Milliyet) Başlattığımız kampanyayı tüm yurda yayalım. Bayrak As. Kırmızı-Beyaz Giyin

Herkese bayrak. Sabah 50x75 ebadında hakiki bayrak kumaşından Türk Bayrağı veriyor. Bugün Sabahla 5 milyon lira (26 Haziran 2002, Sabah)

Okuyucuları/ taraftarları/yurttaşları, Galatasaray'ın ve sonrasında milli takımın başarısını her yere bayrak asarak "kutlamaya" seferber eden gazeteler, aynı zamanda, gazete binalarına "dev" Türk bayrakları asarak "bayrak kampanyasına" bilfiil öncülük etmişlerdir.³¹

Sonuç

Bu çalışmada Türkiye spor/futbol basınının uluslararası futbol karşılaşmalarını, özellikle 1980'lerin sonundan 2000 yılına kadar, rakip takımı/milletini/ülkesini yoğun şiddet ve savaş metaforlarıyla oldukça grotesk bir tarzda ötekileştiren aşırı-milliyetçi bir bağlamda anlamlandırdığı tespit edilmiştir. Spor basınında hegemonize edilmeye çalışılan milli kimlik nosyonunun ve Türk milliyetçiliği söyleminin, Türk milletini/ulusunu özerk bir yurttaşlar topluluğu olarak tasavvur etmekten oldukça uzak olduğu açıktır. Haber metinlerinin söyleminde yeniden kurulan ve konsolide edilen Türk milleti/ulusu, politik iradesiyle kendini var eden ve yönlendiren bir demokratik ve çoğulcu bir yurttaşlar cemaati olarak değil; tam tersine aşkın ve kendinden menkul bir varlık olarak seri-üretilmektedir. Spor basını, Türklüğü ve Türk milletini bu aşkın haliyle meşruiyet kaynağı ve değerli olarak temsil ederken, sürekli olarak ve çoğunlukla düşmanlaştırılan ötekilik formalarının seri-üretimiyle milli kimliği güçlü ve kudret sahibi

28

Özellikle, kriz dönemlerinde, uluslararası başarılarla ya da ulus-devletin kendini kutsadığı milli bayramlar gibi periyodik ritüellerde ortaya çıkan milli seferberlik durumu göz önüne alındığında popüler kültürel alanda yeniden üretilen milliyetçiliğin önemli bir rezerv oluşturduğu açık olmakla birlikte, "resmi politikalar doğrultusunda bir toplumsal seferberlik yaratma maksadıyla önu açılmayan, teşvik görmeyen milliyetçi kampanyaların popülerleşme imkanı (2000'li yıllar itibarıyla) daralmaktadır... Büyük-endüstriyel medyanın teşvik etmediği milliyetçi kampanyaların popülerleşme imkanının darlığı da bununla ilintilidir" (Bora ve Can, 2004: 543).

29

Atatürk'ün ölüm yıldönümü olan 10 Kasım tarihine ya da milli bayramlara denk gelen uluslararası futbol karşılaşmalarında karşılaşmanın Atatürk imgesi üzerinden temsil edilmesi ve kazanılan maçların ya futbolcular ya da spor basını tarafından Atatürk'e armağan edilmesi özellikle 1990 sonrası dönemde gözlenmektedir. Bu özel günlerin haricinde ise Atatürk mitosunun spor basınında hakim olmadığı, sadece Galatasaray'ın UEFA Kupası'nı kazanması ve milli takımın Dünya Kupası'nda üçüncü olması vesilesiyle manşetlerde yer aldığı

görülmektedir. Bunun dışında "Atatürk'ün çocukları/gençleri" ifadesi zaman zaman sadece haber metinlerinde kullanılmaktadır. "Yeneceğiz Atam" (10 Kasım 1996, *Taraftar Fotomaç*); "Atamız İçin Kazanın" (10 Kasım 1996, *Sabah*); "İşte Atam Gençliğin" (19 Mayıs 2000, *Hürriyet*); "Atam izindeyiz" (10 Kasım 2001, *Fanatik*); "Senin İçin Atam" (11 Kasım 2001, *Fotomaç*); "Türkiye, Atanın ölüm yılı dönümünde sizden zafer bekliyor" (10 Kasım 2001, *Sabah*); "Bu Zafer Atamıza Armağan" (11 Kasım 2001, *Hürriyet*); "Atam, Kalk da Gör Evlatlarını" (14 Haziran 2002, *Pas*); "Yaşiyor, Cumhuriyeti emanet ettiği gençlerin zaferiyle sevinçten ağlıyor [Atatürk]" (19 Haziran 2002, *Pas*). *Star* gazetesinin "Viyana Düştü Atam Rahat Uyu : 1 - 0" (11 Kasım 2001, *Star*) manşeti ise spor basınındaki "Viyana takıntısı" sonucu gerçekleşen oksimoronik temsil tarzına vezir bir örnek teşkil etmektedir.

30

Haziran 2002'de Dünya Kupası döneminde önceleri "Tüm Türkiye Sahada. Tek Yürek, Tek Ses" ve "Milyonlarca Yüreğin sesi Dünyayı Ayağa Kaldırdı. Tür-Ki-Ye!" sloganlarıyla tüm gazetelerde büyük ebatlarda yayınlanan Efes Pilsen reklamının, milli takımın dünya üçüncüsü olmasının ardından, "Kahramanlar Geliyor! Bayrağımı Al, Taksim'e Gel!" çağrısıyla yayımlandığı da bu noktada hatırlanmalıdır.

olarak yeniden inşa etmektedir. Bazı konjonktürel durumlarda ise haber söylemine faşizmin "kitlelere" karşı kullandığı tipik dilin egemen olduğu açıktır. Özellikle bu dönemlerde, Türkiye'de spor basınının, yoksul ve eğitimsiz büyük halk kesimlerinin kör öfkelerini ve hınçlarını çağırın/besleyen söylemsel bir strateji izleyerek ve sıradan milliyetçiliği aşarak sıradan faşizmin bir mecrası olarak görülebilecek bir yapı sergilediği belirtilebilir.

Türkiye spor/futbol basını uluslararası futbol karşılaşmalarını, özellikle 1980'lerin sonundan itibaren, rakip takımı/milletini/ülkesini yoğun şiddet ve savaş metaforlarıyla oldukça grotesk -hem ürkütücü ve korkunç hem de gülünç- bir tarzda ötekileştiren aşırı-milliyetçi bir bağlamda anlamlandırmaktadır. Spor basınının söyleminde, Türk milleti/ulusu, demokratik ve çoğulcu bir şekilde politik iradesiyle kendini var eden ve yönlendiren eşit yurttaşlar cemaati olarak temsil edilmemektedir. Tam tersine, tarihsel olarak resmi milliyetçilikle de doğrudan örtüşen bir şekilde, spor basını, Türk etnisini milli "öz" olarak kabul eden, bu özcü haliyle milli kimliğe normatif öncüllük veren bir milliyetçilikle malûl olduğundan anti-demokratik ve organik bir toplum vizyonu söz konusudur. Türk milliyetçiliğinin tipik kalıplarını ve örüntülerini futbol karşılaşmalarına uyarlamada genel olarak oldukça başarılı olan spor basını, Türklüğü ve Türk milletini aşkın ve kendinden menkul bir varlık olarak eşsiz ve biricik olarak temsil ederken, çoğunlukla düşmanlaştırılan ötekilik formalarının seri-üretimle milli kimliği güçlü ve kudret sahibi olarak (yeniden) inşa etmektedir. Spor basınında hegemonize edilmeye çalışılan milli kimlik nosyonunun Türk milletini/ulusunu özerk bir yurttaşlar topluluğu olarak tasavvur etmediği açıktır. Kaldı ki, spor basınında baskın olarak yeniden üretilen Türk milliyetçiliğinin yurttaşların kolektif iradesi temelinde tarif edilen ve meşruiyetini bu iradede alan sivil bir milliyetçilik ya da vatanseverlik söylemi olmadığı da bu çalışmanın önemli sonuçlarındadır.

Cumhuriyet ideolojisinin ve Türkiye modernleşmesinin yegâne hedefi olan çağdaş uygarlık seviyesine yükselme misyonu ile Türklüğün tarihsel/kültürel özgünlüğüne ilişkin milliyetçi his-

siyat arasındaki gerilim spor basınında çok net bir şekilde görülmektedir. Çağdaşlığın, uygarlığın, modernliğin, refahın ve zenginliğin bir göstereni olarak Batı'ya/Avrupa'ya yönelik öykünme ile kültürel/siyasal bir "öteki" ve kimi vesilelerle 'düşman' olarak nitelendirilen Batı'ya/Avrupa'ya yönelik "düşmanlık" arasında salınan Türk milliyetçiliğinin tarihsel paradoksu, söylemsel alanda hakim olduğu gibi uluslararası maçlar için kullanılan başlıklarda da eşsiz bir yapıda cisimleşmektedir. Avrupa'ya/Batı'ya özenme ile birlikte Avrupa'yı/Batı'yı ötekileştirme arasındaki bu "gerilim," Türkiye'deki popüler milliyetçi söyleme için olduğu gibi, futbol basının söylemine eklenerek yeniden üretilen milliyetçiliğin de karmaşık bir boyutuna işaret etmektedir. Bu bağlamda, özellikle kazanılan "Avrupa maçları," bir taraftan tekil bir özne gibi Avrupa'ya karşı "böbürlenmeyi" ve/veya "Avrupalı" olmayı veya kimi zamanda Avrupa'nın "en büyüğü" olarak kendini algılamayı olanaklı kılmaktadır. Özellikle Galatasaray futbol takımının son on yıldaki başarılı performansı ve bu sürecin spor basınındaki temsili, Türk milli kimliğinin Batı/Avrupa ile hem özdeşleşme hem de ötekileştirme ilişkisiyle (sürekli yeniden) kuruluşunda önemli bir rol oynamıştır.

1990'lar Türkiye'sinde hegemonik bir söylemsel oluşum olarak Türk milliyetçiliğinin genel olarak bütün bir toplum-sal/kültürel alanda hakim söylem olmasının, popüler spor/futbol uzamında ve spor/futbol basınında da olağanüstü bir ağırlık kazanmasını basitçe belirlediği yönünde bir ilişki bu çalışmada oldukça sorunlu görülmüştür. Aksine, bu çalışmanın temel iddiası olarak, Türkiye'de, 1990'lı yıllarda, söylemsel alanda merkezi bir konum elde eden milliyetçiliğin spor basın söylemini etkilediği kadar, Galatasaray'ın UEFA Şampiyonluğu ve milli takımın Dünya Kupası'nda üçüncü olması gibi Avrupa ve dünya çapında "yeşil sahada" kazanılan zaferleri, spor basının -Türk milliyetçiliğinin neredeyse bütün vulger kalıplarını, en sert sloganlarını sürekli adapte ederek- milliyetçi bir bağlamda sistematik olarak temsil etmesi de milliyetçiliğin hegemonikleşmesinde etkili olmuştur. Bu süreçte, Türkiye'de spor basını, egemen olan milliyetçi söylemi

31

"Gazetinin yıldırım baskı sayfaları baskıya gönderilirken ben de idaredeki arkadaşlara şunu söylüyordum: "Dev Türk bayrağını binanın üstüne çekin..." (Ertuğrul Özkök, *Hürriyet*, 14 Haziran 2002); "Gazetem Sabah çoktan büyük bir Türk bayrağını sallandırmıştı camdan aşağı" (Hayrullah Mahmud, *Sabah*, 19 Haziran 2002). *Star* gazetesi ise, Türk bayrağının giysi vs olarak kullanılmasının yasaklayan Bayrak Kanunu ilişkin "Kaldırın şu yasağı" çağrısında bulunmuştur "Milli Takımın coşkusuna ortak olmak isteyen 65 milyon Türk, ayıldızlı tişörtlere büründü. Ancak Bayrak Kanunu'na göre bayrağı giysi olarak kullanmak yasak. Yani 65 milyon Türk, şu anda suç işliyor. Bu sevinci, coşkuyu çok görmeyin, bu yasağı, yasadan çıkarın" (27 Haziran 2002, *Star*). Gel gelelim, bayrak kanunu zaten keyfi olarak uygulanagelen bir kanun olduğundan, vakıa Türk bayrağı tişörtü giyen herhangi bir kimseye soruşturma vs açılmamıştır. Burada, popüler milliyetçiliğin resmi milliyetçiliğe galebe çaldığı belirtilebilir.

basitçe temsil eden bir haber söylemi oluşturmamış; aksine, bu çalışmanın esas tezi olduğu üzere, son on yıla içkin olan milli özgüven krizinin, bizatihi Türklüğü/Türk olmayı yücelterek, askıya alınmasını sağlayan bir milliyetçilik söyleminin önemli bir (yeniden) kurucusu ve yayıcısı olmuştur. Türkiye'de spor basını, farklı bir ifadeyle, hem hararetili ve muhteris bir Türk milliyetçiliğini hem de muhteris olduğu kadar oldukça hamasi ve de kifayetsiz bir Türk milliyetçiliğinin yeniden üretilmesinde ve popülerleşmesinde önemli bir rol oynamıştır.

Kaynakça

- Aktunç, Hulki (2002). *Büyük Argo Sözlüğü*. İstanbul: YKY.
- Aydın, Suavi (1998). *Kimlik Sorunu, Ulusallık ve Türk Kimliği*. Ankara: Öteki.
- Balibar, Etienne (1991). "Ulus Biçimi: Tarih ve İdeoloji." *İrk, Ulus, Sınıf, Belirsiz Kimlikler*. Etienne Balibar ve İmanuel Wallerstein (der.) içinde. Çev. Nazlı Ökten. İstanbul: Metis. 109-133.
- Billig, Michael (1995). *Banal Nationalism*. London: Sage
- Bishop, Hyvel ve Adam Jaworski (2003). "We beat 'em': Nationalism and the Hegemony of Homogeneity in the British Press Reportage of Germany versus England During Euro 2000." *Discourse & Society* 14(3): 243-271.
- Bora, Tanıl (1995). *Milliyetçiliğin Kara Baharı*. İstanbul: Birikim.
- Bora, Tanıl (2000). "Faşizmin Halleri." *Birikim* (133): 21-34.
- Bora, Tanıl (2001). "Türkiye'de Futbol ve Milliyetçilik." *Türkiye'de Sivil Toplum ve Milliyetçilik*. Stefinos Yarasimos vd. (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 559-581.
- Bora, Tanıl (2003). "Türk Milliyetçiliği ve Kriz: Bayraklar ve Rüzgarlar." *Birikim* (172): 46-62.
- Bora, Tanıl ve Necmi Erdoğan (1993). "Dur Tarih, Vur Türkiye. Türk Milletinin Milli Sporunu Olarak Futbol." *Futbol ve Kültürü*. Tanıl Bora ve Roman Horak (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 221-240.
- Bora, Tanıl ve Nergis Canefe (2002). "Türkiye'de Popülist Milliyetçilik." *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik* (Cilt: 4) Tanıl Bora (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 635-662.
- Bora, Tanıl & Kemal Can (2004). *Devlet ve Kuzgun*. İstanbul: İletişim.
- Belge, Murat (2001). "En Büyük Biz." *Radikal*, 30 Kasım 2001.
- Blain, Neil, vd. (1993). *Sport and National Identity in the European Media*. London: Leicester University Press.
- Calhoun, Craig (1997). *Nationalism*. Buckingham: Open University Press.
- Clark, Alan ve John Clarke (1985). "Ideology, Sport and the Media." *Sport, Culture and Ideology*. Jennifer Hargreaves (der.) içinde. Londra: Routledge. 62-87.

Colome, Gabriel (1993). "FC Barcelona ve Katalan Kimliği." *Futbol ve Kültürü*. Tanıl Bora ve Roman Horak (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 125-132.

Copeaux, Etienne (1998). *Türk Tarih Tezi'nden Türk İslam Sentezi'ne*. Çev., Ali Berktaç. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Crolley, Liz ve David Hand (2002). *Football, Europe and the Press*. London: Frank Cass.

Dunning, Eric (1994). "The Sociologist as Media Football: Reminiscences and Preliminary Reflections." *Social Scientists Meet the Media*. Alan Bryman (der.) içinde. Londra ve New York: Routledge. 51-64.

Duke, Vic ve Liz Crolley (1996). *Football, Nationality and the State*. London ve New York: Longman.

Erdoğan, Necmi (1993a). "Popüler Futbol Kültürü ve Milliyetçilik." *Birikim* (49): 26-33.

Erdoğan, Necmi (1993b). "Yaşasın Futbol! Galatasary'ın Avrupa'yı Fethi, Miili Katharsis ve Karnavaleks." *Birikim* (155): 21-24.

Fairclough, Norman (1992). *Discourse and Social Change*. London: Polity Press.

Fairclough, Norman (1995a). *Media Discourse*. London: Arnold.

Fairclough, Norman (1995b). *Critical Discourse Analysis*. Londra: Longman.

Fairclough, Norman ve Ruth Wodak (1997). "Critical Discourse Analysis." *Discourse Studies. A multidisciplinary introduction*. Vol. 2 Teun Van Dijk (der.) içinde. Londra: Sage. 258-284.

Fowler, Roger (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.

Giulianotti, Richard (1999). *Sociology of the Global Game*. London: Routledge.

Gökalp, Emre (2004). *Türkiye'de Spor Basını ve Milliyetçilik Söylemi*. Ankara: AÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Heath, Stephen ve Gillian Skirrow (1998). "Raymond Williams ile Söyleşi." *Eğlence İncelemeleri: Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar*. Tonia Modleski (der.) içinde. Çev., Nurdan Gürbilek. İstanbul: Metis. 23-39

Hobsbawm, Eric (1989). *1780'den Günümüze Milletler ve Milliyetçilik*. İstanbul: Ayrıntı.

Kadıoğlu, Ayşe (1996). "The Paradox of Turkish Nationalism and the Construction of Official Identity." *Middle Eastern Studies* (32)2: 177-194.

Keyman, Fuat (2001). "Globleleşme Söylemleri ve Türkiye." *Küreselleşme ve Ulus Devlet*. Meltem Koray (der.) içinde. İstanbul: YÜ Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları.

Kozanoğlu, Çan (1999). "Beyond Edirne: Football and the National Identity." *Football Cultures and Identities*. Gary Armstrong & Richard Giulianotti (der.) içinde. 117-126.

Maguire, Joseph vd. (1999a). "WELTKRIEG III? Media Coverage of England Versus Germany in Euro 96." *Journal of Sport & Social Issues* 23 (4): 439-54.

Maguire, Joseph vd. (1999b). "The War of the Words? Identity Politics in Anglo-German Press Coverage of Euro 96." *European Journal of Communication* 14 (1), 61-89.

Mutlu, Erol (1996). "Avrupayı Salladık, İngiltere'yi Sarsacağız: Futbol, Milliyetçilik ve Şiddet." *Cogito* (6-7): 367-77.

Nalçaoğlu, Halil (2001). "Ulus İnşasının İkonolojisi." *Göstergebilim Tartışmaları*. Esen Onat ve Sercan Özgenil-Yıldırım (der.) içinde. İstanbul: Multilingual. 334-346.

- Nalçaoğlu, Halil (2002). "Vatan: Toprakların Altı, Üstü, Ötesi." *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik*. Tanıl Bora (der.) içinde. Cilt: 4. İstanbul: İletişim. 293-308.
- Najmabadi, Afsaneh (1997). "Sevgili ve Ana Olarak Erotik Vatan: Sevmek, Sahiplenmek ve Korumak." *Vatan, Millet, Kadımlar*. Ayşe Gül Altınay (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 118-154.
- Özgen, Murat (1998). *Gazetecinin Etik Kimliği*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Özkırmırlı, Umut (2002). "Türkiye'de Gayriresmi ve Popüler Milliyetçilik," *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik*. Tanıl Bora (der.) içinde. Cilt: 4. İstanbul: İletişim. 706-717.
- Rowe, David (1996). *Popüler Kültürler. Rock ve Sporda Hız Politikası*. Çev. Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı.
- Rowe, David (1999). *Sport, Culture and the Media*. Maidenhead: Open University Press.
- Rowe, David vd. (1998). "Come Together: Sport, Nationalism and the Media Image." *MediaSport: Cultural Sensibilities and Sport in the Media Age*. L. Wenner. (der.) içinde. New York, Routledge. 119-133.
- Teo, Peter (2000). "Racism in the News: A Critical Discourse Analysis of News Reporting in the two Australian Newspapers." *Discourse & Society* 11 (1): 7-49.
- Van Dijk, Teun (1991). "The Interdisciplinary Study of News as Discourse." *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication*. Klaus Bruhn Jensen ve Nicholas W. Jankowski (der.) içinde. London: Routledge. 108-120.
- Van Dijk, Teun (1993). "Principles of Critical Discourse Analysis." *Discourse and Society* 4(2): 249-283.
- Van Dijk, Teun (1998). "Opinions and Ideologies in the Press." *Approaches to Media Discourse*. Allan Bell ve Peter Garrett (der.) içinde. Oxford: Blackwell. 21-63.
- Van Dijk, Teun (2000). "Critical Discourse Analysis." <http://www.hum.uva.nl:80/teun/cda.htm>
- Yarar, Betül (2005). "Hegemonic struggle, the state and popular culture: The case of football in Turkey." *European Journal of Cultural Studies* 8: 197-216.
- Yarar, Betül (1999). "Popüler Kültür ve Siyaset: Türkiye'de 1980'lerde Yeni Sağ ve Futbol." *Mürekkep* 13: 40-62.
- Yeğen, Mesut (2006) *Müstakbel Türk'ten Söзде Vatandaş*. Cumhuriyet ve Kürtler. İstanbul: İletişim.