

**T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**DİJİTAL MEDYADA FANATİZM:
FUTBOLA İLİŞKİN SOSYAL AĞLARDA NEFRET SÖYLEMİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Merve APSAR

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Özlem DANACI YÜCE

AĞUSTOS 2014

**T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**DİJİTAL MEDYADA FANATİZM:
FUTBOLA İLİŞKİN SOSYAL AĞLARDA NEFRET SÖYLEMİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Merve APSAR

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Özlem DANACI YÜCE

AĞUSTOS 2014

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanması sırasındaki desteği, katkıları ve sonsuz sabrından dolayı kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Özlem Danacı Yüce'ye,

Mutlu olduğum bir işte çalışmamı ve kendimi geliştirmemi sağladıkları için Dijital Artı'ya,

Çalışmalarım sırasında, bilgilerini ve desteklerini esirgemeyen Barbaros Büyükakkan'a ve Deniz Değerli'ye,

Her daim varlıklarıyla bana güç veren aileme, arkadaşlarıma ve hayatımın bütün sürecinde özverisi ve sabrıyla yanımda olan sevgili eşim Emrah Güzelkokar'a sonsuz teşekkürü borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	vi
ŞEKİL LİSTESİ	vii
TABLO LİSTESİ	viii
RESUME	ix
ABSTRACT	xii
ÖZET	xvii
GİRİŞ	1
I BÖLÜM: NEFRET SÖYLEMİ, FANATİZM VE DİJİTAL MEDYA	7
1. Nefret Söylemi	7
1.1. Nefret Söylemi Kavramı	7
1.2. Nefret Söylemi Çeşitleri	9
1.3. Nefret Söyleminin Hukuki Boyutu	10
1.4. İfade Özgürlüğü ve Nefret Suçları	13
1.5. Türkiye’de Nefret Söylemi ve Futbol Kültürü	18

2.	Fanatizm	20
2.1.	Fan ve Fanatizm Kavramları	20
2.2.	Taraftarlık Kültürü	22
2.3.	Medyada (Öteki) Fanatizm Konumlandırması	27
3.	Futbol ve Medya İlişkisi	30
3.1.	Futbolun Endüstrileşmesi	31
3.1.1.	Medyanın Etkileri	34
3.2.	Geleneksel Medya	37
3.2.1.	Türkiye’de Futbol ve Medya	37
3.2.2.	Geleneksel Medyada Nefret Söylemi Örnekleri	43
3.3.	Dijital Medya	51
3.3.1.	Dijital Medyanın Özellikleri	51
3.3.2.	Sosyal Paylaşım Ağları Olarak Facebook ve Twitter	55
3.3.3.	Dijital Medyada Nefret Söylemi Örnekleri	59

II BÖLÜM: FUTBOLA İLİŞKİN SOSYAL AĞLARDA NEFRET SÖYLEMİ ...63

1.	Futbola İlişkin Sosyal Ağlarda Nefret Söylemi Analizi	63
1.1.	Medya Kuruluşlarına Ait Sosyal Ağlar: Resmi (Official) Facebook ve Twitter Hesapları	63
1.2.	“Dört Büyükler” Futbol Kulüplerine Ait Sosyal Ağlar: Resmi (Official) Facebook ve Twitter Hesapları	66
1.3.	Takımların Taraftar Grupları (Fanları) Tarafından Oluşturulan Sosyal Ağlardan Örnekler: “Futbol Fanatikleri”	70
1.4.	“Futbol Fanatiği ” Sosyal Ağlarda Nefret Söylemi	81
1.4.1.	Taraftar Gruplarının Facebook Çözümlemesi	82
1.4.2.	Taraftar Gruplarının Twitter Çözümlemesi	121

2.	Genel Değerlendirme	151
2.1.	Medyalararası Etkileşim	151
2.2.	Nefret Söylemi İle Mücadele Yolları	156
2.2.1	Tribün Dergi Forum ve Sosyal Ağlar Örneği	156
2.2.2.	Futbolcuların Nefret Söylemine Karşı Durması: Didier Drogba Örneği	159
2.2.3.	Hukuki Açıdan Alınabilecek Önlemler	161
2.2.4.	Dijital Medya Okuryazarlığının Geliştirilmesi	162
SONUÇ		165
KAYNAKÇA		175
ÖZGEÇMİŞ		182

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AİHM	: Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi
ARPANET	: İleri Araştırma Projeleri Ajansı
ASY	: Ali Sami Yen
BJK	: Beşiktaş Jimnastik Kulübü
ECRI	: Irkçılık ve Hoşgörüsüzlükle Mücadele Avrupa Komisyonu
FB	: Fenerbahçe Spor Kulübü
GS	: Galatasaray Spor Kulübü
RTÜK	: Radyo Televizyon Üst Kurulu
RT	: Twitter Retweet
DM	: Özel Mesaj
FF	: Twitter Friday Follow
TDK	: Türk Dil Kurumu
TFF	: Türkiye Futbol Federasyonu
TS	: Trabzonspor Kulübü
TT	: Twitter En Çok Konuşulanlar Listesi
TT Arena	: Türk Telekom Arena
TTNet	: Türk Telekom İnternet
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 1.1 : Süper Lig 22. Hafta Karşılaşmaları	81
Şekil 1.2 : Süper Lig 24. Hafta Karşılaşmaları	81
Şekil 1.3 : Süper Lig 27. Hafta Karşılaşmaları	82
Şekil 1.4 : Süper Lig 28. Hafta Karşılaşmaları ve Puan Tablosu	82
Şekil 2.1 : Ultraslan Grubu Facebook Sayfası Screenshot	84
Şekil 2.2 : Ultraslan Grubu Facebook Sayfası Yorumları	95
Şekil 2.3 : Ultraslan Grubu Facebook Sayfası Yorumları	96
Şekil 2.4 : Ultraslan Grubu Facebook Sayfası Yorumları	97
Şekil 2.5 : 12 Numara Grubu Facebook Sayfası Screenshot	99
Şekil 2.6 : 12 Numara Grubu Facebook Sayfası Yorumları	105
Şekil 2.7 : Çarşı Grubu Facebook Sayfası Screenshot	107
Şekil 2.8 : Bordomavinet Grubu Facebook Sayfası Screenshot	113
Şekil 2.9 : Bordomavinet Grubu Facebook Sayfası Gönderisi	117
Şekil 2.10 : Bordomavinet Grubu Facebook Sayfası Yorumları	120
Şekil 2.11 : Ultraslan Grubu Twitter Sayfası Screenshot	122
Şekil 2.12 : Galatasaray - Fenerbahçe Maçı Öncesi Twitter Türkiye Gündemi	125
Şekil 2.13 : Galatasaray - Akhisar Maçı Sırasında Twitter Türkiye Gündemi	128
Şekil 2.14 : Galatasaray - Akhisar Maçı Sırasında Twitter Türkiye Gündemi	128
Şekil 2.15 : 12 Numara Grubu Twitter Sayfası Screenshot	130
Şekil 2.16 : Fenerbahçe - Elazığspor Maçı Sırası Twitter Türkiye Gündemi	133
Şekil 2.17 : Fenerbahçe-Trabzonspor Maçı Öncesi Twitter Türkiye Gündemi	134
Şekil 2.18 : Çarşı Grubu Twitter Sayfası Screenshot	137
Şekil 2.19 : BordoMaviNet Grubu Twitter Sayfası Screenshot	144
Şekil 2.20 : BordoMaviNet Twitter Profilinden Paylaşılan Görsel	146
Şekil 2.21 : BordoMaviNet Twitter Profilinden Paylaşılan Görsel	148
Şekil 2.22 : Beyaz Futbol Programı 22 Şubat 2014 Tarihli Yayını	155
Şekil 2.23 : Beyaz Futbol Programı 22 Şubat 2014 Tarihli Yayını	156
Şekil 2.24 : Beyaz Futbol Programı 8 Mart 2014 Tarihli Yayını	156
Şekil 3.1 : Tribün Dergi Resmi Twitter Profili	158
Şekil 3.2 : Tribün Dergi Resmi Facebook Sayfası	158
Şekil 3.3 : Didier Drogba Resmi Twitter Profili	162
Şekil 4.1 : Facebook Nefret Söylemi Bildirim Butonu	173
Şekil 4.2 : Twitter Bildirim Butonu	174

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1.1 Van Dijk Söylem Çözümlemesi Modeli	78
Tablo 1.2 Facebook ve Twitter Söylem Çözümlesi	79
Tablo 2.1 Ultraslan Taraftar Grubu Facebook Sayfası Künyesi	84
Tablo 2.2 Galatasaray - Beşiktaş Maçı Gönderileri	93
Tablo 2.3 Galatasaray - Akhisar Belediyespor Maçı Gönderisi	93
Tablo 2.4 Galatasaray - Konyaspor Maçı Gönderisi	93
Tablo 2.5 Galatasaray - Fenerbahçe Maçı Gönderisi	94
Tablo 2.6 12 Numara Taraftar Grubu Facebook Sayfası Künyesi	99
Tablo 2.7 Sanica Boru Elazığspor - Fenerbahçe Maçı Gönderisi	103
Tablo 2.8 Trabzonspor - Fenerbahçe Maçı Gönderisi	103
Tablo 2.9 Fenerbahçe - Bursaspor Maçı Gönderisi	103
Tablo 2.10 Galatasaray - Fenerbahçe Maçı Gönderisi	104
Tablo 2.11 Çarşı Taraftar Grubu Facebook Sayfası Künyesi	107
Tablo 2.12 Galatasaray - Beşiktaş Maçı Gönderisi	110
Tablo 2.13 Beşiktaş - Eskişehir Maçı Gönderisi	111
Tablo 2.14 Kardemir Karabükspor - Beşiktaş Maçı Gönderisi	111
Tablo 2.15 Kayserispor - Beşiktaş Maçı Gönderisi	111
Tablo 2.16 Bordomavinet Taraftar Grubu Facebook Sayfası Künyesi	113
Tablo 2.17 Trabzonspor - Kayseri Maçı Gönderisi	118
Tablo 2.18 Trabzonspor - Fenerbahçe Maçı Gönderisi	118
Tablo 2.19 Trabzonspor - Sanica Boru Elazığspor Maçı Gönderisi	119
Tablo 2.20 Trabzonspor - Gençlerbirliği Maçı Gönderisi	119
Tablo 2.21 Ultraslan Taraftar Grubu Twitter Sayfası Künyesi	122
Tablo 2.22 Galatasaray - Beşiktaş Maçı Gönderisi	126
Tablo 2.23 Galatasaray - Akhisar Maçı Gönderisi	126
Tablo 2.24 Galatasaray - Torku Konyaspor Maçı Gönderisi	126
Tablo 2.25 Galatasaray - Fenerbahçe Maçı Gönderisi	126
Tablo 2.26 12 Numara Taraftar Grubu Twitter Sayfası Künyesi	130
Tablo 2.27 Fenerbahçe - Elazığspor Maçı Gönderisi	135
Tablo 2.28 Fenerbahçe - Trabzonspor Maçı Gönderisi	135
Tablo 2.29 Fenerbahçe - Bursaspor Maçı Gönderisi	135
Tablo 2.30 Fenerbahçe - Galatasaray Maçı Gönderisi	135
Tablo 2.31 Çarşı Taraftar Grubu Twitter Sayfası Künyesi	138
Tablo 2.32 Beşiktaş - Galatasaray Maçı Gönderisi	140
Tablo 2.33 Beşiktaş - Eskişehirspor Maçı Gönderisi	140
Tablo 2.34 Beşiktaş - Kardemir Karabükspor Maçı Gönderisi	140
Tablo 2.35 Beşiktaş - Kayserispor Maçı Gönderisi	140
Tablo 2.36 BordoMaviNet Taraftar Grubu Twitter Sayfası Künyesi	144
Tablo 2.37 Trabzonspor - Kayserispor Maçı Gönderisi	149
Tablo 2.38 Trabzonspor - Fenerbahçe Maçı Gönderileri	149
Tablo 2.39 Trabzonspor - Sanica Boru Elazığspor Maçı Gönderisi	149
Tablo 2.40 Trabzonspor - Sanica Boru Elazığspor Maçı Gönderisi	149

RESUME

Dans cette mémoire de fin d'études, le discours de haine mis en circulation par les groupes et les utilisateurs individuels sur les réseaux Facebook et Twitter faisant partie des plateformes médiatiques numériques et censé avoir de l'impact indirect sur les crimes de haine intrasites et extrasites à la fois est étudié.

Le discours de haine, dans sa définition la plus générale, est défini comme les types d'expression résultant des intolérances, diffusant, défendant, incitant ou bien justifiant la haine. Autrement dit, c'est en quelque sorte la manifestation de l'intolérance. Cette manifestation comprend également les préjugés et les idées préconçues portant en eux de l'excès. Aussi, le discours de haine empêche-t-il l'évaluation équitable et égale des autres points de vue en nuisant à la tolérance et au respect mutuel.

En raison du fait qu'ils ont des caractéristiques comme l'interactivité, les hypermédias et la propagation rapide de par leur nature, les moyens de médias numériques permettent aux utilisateurs de créer des contenus et de les distribuer d'une manière rapide. Ces réseaux facilitent notamment la circulation des textes négatifs, discriminatifs, sexistes, exclusionnistes contenant le discours de haine. En outre ils accélèrent sa communication aux individus en créant de l'interaction intermédiaire. De ce fait, il est important d'étudier les exemples censés jouer un rôle important et avoir de l'impact sur la production du discours de haine.

Cette mémoire de fin d'études vise à éclairer le discours de haine mis en circulation par l'intermédiaire des contenus créés par les utilisateurs sur les médias numériques et à quelles catégories ces discours appartiennent. Dans le cadre de cet objectif, les groupes de supporters des quatre grands clubs de football en Turquie, à savoir Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş et Trabzonspor ont été étudiés sur les réseaux Facebook et Twitter faisant partie des plateformes médiatiques numériques. Les pratiques de discours de haine créés par l'intermédiaire des textes produits et mis en circulation par ces groupes et ces individus ont été examinées. Dans ce contexte, l'analyse a été abordée, de manière bilatérale, dans la perspective du contenu des nouvelles et du contenu des commentaires.

L'étude préparée à partir de ce point-là est constituée de cinq parties. Dans la première partie de l'étude, les concepts de discours de haine et de crime de haine ainsi que les rapports de ces concepts avec les lois et la liberté d'expression ont été abordés.

Le sentiment de haine révèle le discours de haine lorsqu'il est mis en circulation par les pratiques de discours prenant pour cible, marginalisant, humiliant certains groupes de la société et comprenant des préjugés. Le discours de haine se manifestant avec le sentiment de haine est sommairement le fait de vouloir du mal à

un certain segment ou bien un groupe d'individus ou bien le fait de les ignorer par la manifestation de l'intolérance et du fanatisme. Une des conséquences les plus importantes du discours de haine est le fait qu'elle puisse servir de base à la violence et au crime de haine dans ce contexte. Selon la décision du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe prise en 1997, le discours de haine comprend la totalité des types d'expression diffusant, défendant, encourageant ou bien justifiant les types de haine fondés sur la haine raciste, la xénophobie, l'antisémitisme, le nationalisme agressif ou l'intolérance. En plus, la Cour Européenne des Droits de l'Homme n'évalue pas la catégorie de discours de haine dans le cadre de la liberté d'expression.

Dans la partie suivante de l'étude, le concept de fanatisme, la culture de soutien et le positionnement du fanatisme dans les médias ont été abordés.

De nos jours, le football est une des branches sportives auxquelles il est montré le plus d'intérêt dans le monde entier. De ce fait, il est devenu un jeu industriel suivi par les grandes masses. Regardé comme une branche sportive, on voit que l'amitié et la paix sont à la base du football. Par contre, de temps en temps il devient un moyen amenant à la diffusion du discours de haine au moyen des médias. Les expressions contenant les discours de haine entrent en circulation au moyen des programmes de football émis à la télévision, les organes de presse appartenant aux établissements médiatiques, les commentaires des joueurs de football ainsi que les contenus partagés et les commentaires écrits sur les médias numériques. En plus, ces expressions sont diffusées et souvent reproduites. Les individus se transforment en des individus détestant les joueurs adversaires, les supporters adversaires et les arbitres en quittant le statut de supporters et d'admirateurs de l'équipe qu'ils supportent. Au stade suivant, ils deviennent des fanatiques créant et diffusant les textes contenant les discours de haine allant au fanatisme. Par ailleurs, quand on regarde en Turquie les nouvelles parues sur le média de football, on constate qu'un langage militaire est employé notamment dans les titres des nouvelles et que les nouvelles sont positionnées en passant par le nationalisme.

Dans la troisième partie de l'étude, la relation entre le football et le média a été abordée à la fois du point de vue du média traditionnel et du point de vue du média numérique. Dans cette partie, le langage informatif de la presse sportive traditionnelle, les acteurs des nouvelles en Turquie ont été abordés et les caractéristiques du média numérique ont été détaillées. En outre, les études déjà effectuées concernant le discours de haine dans le média sportif ont été examinées dans cette partie. Dans ce cadre, des exemples de discours de haine tirés à la fois du média traditionnel et du média numérique ont été présentés.

Tout comme les moyens de communication de masse comme la télévision, les journaux, les moyens de média numérique basés sur l'Internet jouent également un rôle important dans la constitution de la haine raciale, religieuse, nationale et ethnique et la diffusion du discours de haine. Les fondations de l'Internet ont été jetées en 1969 en vue de soutenir les projets de recherche militaire. Actuellement l'Internet est devenu un réseau atteignant 2.9 milliards d'utilisateurs dans le monde

entier. L'Internet est devenu un domaine où les utilisateurs ordinaires peuvent créer des contenus et mettre en circulation ces contenus avec le développement de plusieurs plateformes médiatiques numériques. De ce fait, le média numérique, à la différence du média traditionnel, permet aux individus et aux groupes de créer leur propres contenus et dans un sens leurs propres médias. Et quand on regarde dans la perspective du discours de haine, le média numérique conduit les utilisateurs à créer et diffuser des discours de haine avec ses caractéristiques telles que l'interactivité et la diffusion rapide. La marginalisation entre les différents groupes et individus de la société augmente au moyen de ces discours créés. Et cela peut amener à la répression de la liberté d'expression des groupes représentés comme minoritaires. En plus, les individus peuvent exprimer leurs opinions discriminatives et haineuses qu'ils ne peuvent pas exprimer dans la vie quotidienne plus aisément, de manière anonyme sur les réseaux numériques. On peut citer comme exemple de ces réseaux sociaux permettant l'entrée en circulation de ces contenus, Facebook qui est un réseau de partage social et Twitter qui est un microblog.

Dans la partie suivante de l'étude, après avoir jeté un coup d'oeil aux exemples de profils sociaux des établissements médiatiques et aux réseaux sociaux des quatre grands clubs de football, on a passé aux groupes de supporters constituant la partie essentielle de la recherche et la méthode de recherche a été présentée. Dans cette partie les exemples de discours de haine ont été mis en évidence, l'analyse du discours de ces groupes ayant été effectuée sur Facebook et Twitter. Il a été jeté un coup d'oeil à certains exemples de profils officiels Facebook et Twitter des établissements médiatiques et aux profils officiels Facebook et Twitter des quatre grands clubs de football afin d'obtenir des données de comparaison. En tant qu'hypothèse de la recherche, la reproduction délibérée ou non du discours de haine par les utilisateurs et les groupes sur les plateformes Facebook et Twitter et son entrée en circulation ont été abordées. A partir de cette hypothèse, on a visé à rendre visible les discours de haine mis en circulation au moyen du média numérique et créer de la sensibilisation dans l'ensemble de la recherche.

Dans le cadre théorique de l'étude, la méthode critique d'analyse du discours développée par Van Dijk a été utilisée. Dans ce contexte, les noms des groupes des quatre grands clubs de football les plus connus qui sont présents sur les réseaux Facebook et Twitter, leurs photographies de profil et de couverture et les phrases par lesquelles ils s'expriment ont été abordés comme un texte. Le tableau d'analyse développé par Van Dijk a été établi de manière convenable aux réseaux Facebook et Twitter. Les contenus partagés par les groupes de supporters et les commentaires écrits par les autres individus, c'est-à-dire les utilisateurs des réseaux sociaux ont été abordés en tant que deux catégories séparées. Les catégories de microanalyse et de macroanalyse ont été utilisées dans l'étude conformément à l'analyse critique. A travers cette catégorisation, la représentation des contenus figurant sur Facebook et Twitter a été abordée dans la partie de macroanalyse. Et les catégories de discours de haine entrées en circulation sur les plateformes Facebook et Twitter, les groupes pris pour cible, les phrases et les images ont été traités dans la partie de microanalyse. Pendant l'analyse de ces catégories, les captures d'écran des contenus remarquables

écrits par les groupes et contenant des discours de haine ont été faites à la fois sur Facebook et Twitter et ajoutées à l'étude.

Dans l'étude on s'est servi de la technique d'observation sans participation. Les profils de groupe contenant ou bien produisant des discours de haine sur les réseaux Facebook et Twitter ont été analysés. L'univers de l'étude consiste en des réseaux sociaux de partage et des microblogs. Et l'échantillon consiste en le réseau social de partage appelé Facebook et le réseau de microblogging appelé Twitter.

Et dans la dernière partie de l'étude, l'interaction intermédiatique a été traitée et diverses propositions que l'on peut utiliser pour lutter contre le discours de haine ont été présentées.

Dans le monde télévisuel, les émissions de télévision produites pour le football ne sont pas uniquement limitées à l'émission des matchs. Outre l'émission de match en direct, des programmes d'analyse de football où il est fait des commentaires et des évaluations concernant les résultats des matchs, la formation de jeu, les décisions des arbitres ou des directeurs techniques sont également diffusés. De nos jours, les supporters ont la possibilité de faire des commentaires par l'intermédiaire des programmes de télévision et même des profils et des comptes créés par les footballeurs avec l'émergence des canaux numériques tels que Facebook et Twitter. Il est vu que ces commentaires font souvent l'objet des programmes de football émis sur le média traditionnel. Autrement dit, le média numérique crée une situation d'interaction intermédiatique en transformant le média traditionnel.

Et dans le cadre de la lutte contre le discours de haine, l'exemple de forum du magazine Tribün et celui de Didier Drogba, en tant qu'exemple de footballeur positif, ont été analysés. On a consacré une place assez importante à la littérature des médias numériques et on a essayé d'offrir diverses propositions.

La conclusion tirée à la fin de l'étude est que le média numérique conduit à la création des expressions contenant le discours de haine nationaliste agressif, discriminatif et sexiste comme c'est le cas du média sportif traditionnel et à leur diffusion par l'intermédiaire de l'interaction intermédiatique. En outre, il a été constaté que les textes de discours de haine au contenu politique destinés aux groupes de supporters adversaires sont souvent utilisés.

Mots Clés: Sport, Football, Fanatisme, Facebook, Twitter, Groupes de Supporters, Média Numérique, Discours de Haine.

ABSTRACT

In this thesis study, hate speech, which are released in circulation by groups or individual users on digital media platforms Facebook and Twitter networks and supposed to be effect indoor and outdoor hate crimes, is researched.

In most general definition, hate speech is expression ways which arises from intolerance, spreads, defends, incites or legitimate hate. In other words, it is manifestation of intolerance. This manifestation involves extreme prejudgements and preconceptions. For this reason, hate speech blocks evaluation of other perspectives by harming tolerance and mutual respect.

By their nature of structure, digital media tools enables user's creating content and spreading it fast because they have functions like interactivity, hipermedia and rapid deployment. These networks makes circulation of texts which are negative, segregationist, sexist, exclusionist and involves hate speech, easier. Moreover, by creating interaction between medias, they accelerate reaching to individuals. Therefore, research of examples which are supposed to have effect and take an important role on hate speech production is important.

Purpose of this thesis is to reveal the categories of these hate speeches which are circulated by contents created by users in digital media. Within this purpose, in Facebook and Twitter networks, fans of four big football teams in Turkey; Galatasaday, Fenerbahçe, Beşiktaş and Trabzonspor are taken under research. Hate speech examples produced by these groups and individuals are examined. In this context analysis made biliteral, evaluating content of news and comments.

At this point, this study consists of five sections. In first section, hate speech and hate crime notions and these notions' relations with regulations and freedom of expression are mentioned.

Hatred reveals hate speech with speech pratics which are circulated by speech that is targeting society's specific groups, marginalising, humiliating and including prejudgments. Shortly hate speech which reveals with hatred is manifestation of intolerance and wishing harm on a group or ignoring them. One of the most important results of hate speech is that it can provide basis to violence, and therefore hate crime. According to the judgement which is accepted by Committee of Ministers of The Council of Europe in 1997, hate speech is involving kinds of hatred expressions which are spreading, inciting, defending and lagimating kind of expressions based on racist hatred, foreigner hostility, anti-semitism, aggressive nationalism and intolerance. In addition to that, European Court of Human Rights doesn't evaluate hate speech category in concept of freedom of expression.

In the following section of the study; fanaticism, culture of partiality and positioning of fanaticism in media.

At the present time, football is one of most popular sports branch. Because of this it became an industrial game which is followed by big number of people. When considered as a sports branch, in basis of football there is friendship and peace. However by act of media, sometimes it becomes a medium to spread hatred speech. With football programs which are broadcasted on TV, media organs which belong to big media establishments, comments of football players and shared contents and written comments on social media expressions involving hatred speech is being released in circulation. In addition to that, these expressions are spread and produced again and again. In online and offline environments individuals become people who are hating rival team's players, fans and referees instead of being just a fan. In a further stage, they become fanatics who create text contents involving hate speeches. On the other hand, when news of Turkey's football media are examined, especially in headlines, it is seen that a military language is used and news are positioned on nationalism.

In third section of the study, football and media relation is examined on aspects of conventional and digital media. In this section, language of conventional sports media in Turkey and news actors are mentioned and properties of digital media are evaluated in detail. In addition to that, in this section previous studies made on hate speech in sports media. In this context hate speech examples are provided from conventional and digital media.

Beside conventional mass media like television and newspaper, digital media based on internet also has an important role in creation of racial, religious, national and ethnic hatred and spreading hate speech. Foundation of internet is laid in 1969 for supporting military research projects. At the present time became a network which has 2.9 billion users in the world. With development of many digital media platforms, internet became an area in which ordinary users can create content and circulate them. Because of this, unlike conventional media, digital media allows individuals and groups generate their own content and in a way their own media. In the context of hate speech; digital media helps users' creating and spreading hate speech with its properties like interactivity, rapid deployment. With these speeches, marginalisation between different groups and individuals in society increases. This situation may cause repression of minorities' freedom of expression. In addition, people can express their thoughts which they can't talk in their daily life, involving segregationism and hate concept anonymously easier on digital networks. We can show examples for these networks which enable these contents being circulated; Facebook which is social sharing network and Twitter which is a microblog.

In next section of the study; after examining examples from media companies' social media profiles and social media networks of four big football teams, the subject is switched to fan groups which is forming main part of the research and method of research is provided. In this part, by making discursive analysis of these

groups on Facebook and Twitter, their hate speech examples are revealed. For getting comparison data, some examples from media companies' official Facebook and Twitter profiles are provided and official profiles of four big football teams are examined. As hypothesis of the research, hate speech's conscious or unconscious reproduction and circulation by groups and users in Facebook and Twitter platforms is evaluated. On this hypothesis, in the whole of research, making hate speeches circulated by digital media visible and creating awareness are the purposes.

In study's hypothetical context critical discourse analysis method, which is developed by Van Dijk, is used. In this context, name of the most known groups of four biggest football teams' their profile and cover pictures, and the sentences they express themselves on Facebook and Twitter networks are taken in consideration as a text. Analysis table which is developed by Van Dijk is rearranged in most suitable way for Facebook and Twitter networks. Contents shared by fans and comments that are made by other users which are social network users are taken as two separate categories. In the research, micro analysis and macro analysis categories which are appropriate for critical analysis are used. On this categorisation, representation of contents on Facebook and Twitter platforms are evaluated in macro analysis section. Hate speech (which are circulated on Facebook and Twitter) categories, targeted groups, sentences and visuals are evaluated in micro analysis. When research is made on these categories, screenshots of remarkable contents which are involving hate speech and written by groups on Facebook and Twitter are added to the study.

In this study, unattended observation technique is used. Group profiles which have and produce hate speech on Facebook and Twitter networks are examined. Universe of the study consists of social sharing networks and microblogs. And the sample is consisting of sharing network named Facebook and microblog named Twitter.

In the last section of study, there are interaction between different medias and some suggestions for struggling against hate speech.

In television world, programs which are produced for football are not limited only with match broadcasting. Beside live match, programs in which match scores, formation, referee or decisions of coach are commented and evaluated are broadcasted. At the present time, with digital medias like Facebook and Twitter, fans, television programs and also football players make comments by their profiles and accounts. These comments are oftenly are becoming subject of the programs which are broadcasted on conventional media. In other words, digital media transforms conventional media and creates interaction between medias.

In context of struggling against hate speech, Tribün magazine forum and as a positive football player example, Didier Drogba is examined. A wide section is taken for digital media literacy which is one of the most important method of struggle, and some suggestions are provided.

Indications which are gained at the end of this study are; as in conventional sports media, digital media invites creation of expressions which have aggressive, nationalist, racist and sexist hate speeches and spreads with interaction between medias. Moreover, it is seen that oftenly political hate speech texts are used against rival teams' fans.

Key Words: Sport, Football, Fanaticism, Facebook, Twitter, Fan Groups, Digital Media, Hate Speech.

ÖZET

Bu tez çalışmasında, dijital medya platformlarından Facebook ve Twitter ağları üzerindeki gruplar ve bireysel kullanıcılar tarafından dolaşıma sokulan ve hem saha içindeki hem de saha dışındaki nefret suçlarına dolaylı yoldan etkisi olduğu düşünülen nefret söylemi incelenmektedir.

Nefret söylemi en genel tanımıyla; hoşgörüsüzlüklerden kaynaklanan, nefreti yayan, savunan, teşvik eden veya haklı çıkaran ifade şekilleri olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle, tahammülsüzlüğün bir nevi dışavurumudur. Bu dışavurum, içinde aşırılık taşıyan önyargıları ve peşin hükümleri de barındırır. Bu sebeple, nefret söylemi hoşgörü ve karşılıklı saygıyı zedeleyerek diğer bakış açılarının adil ve eşit bir şekilde değerlendirilmesini engeller.

Dijital medya araçları yapıları gereği, etkileşimsellik, hipermedya ve hızlı yayılım gibi özelliklere sahip olmaları nedeniyle kullanıcıların içerik üretmelerine ve üretilen bu içeriklerin hızlı bir şekilde yayılmasına olanak sağlamaktadır. Bu ağlar, özellikle, nefret söylemi içeren olumsuz, ayrımcı, cinsiyetçi ve dışlayıcı metinlerin dolaşımını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, medyalararası etkileşim yaratarak bireylere ulaşmasını da hızlandırmaktadır. Bu sebeple, nefret söylemi üretiminde etkisi olduğu ve önemli bir rol oynadığı düşünülen örneklerin incelenmesi önem taşımaktadır.

Bu tezin amacı; dijital medyada, kullanıcılar tarafından üretilen içerikler aracılığıyla dolaşıma giren nefret söylemi ve bu söylemlerin hangi kategorilere dahil olduğunu ortaya çıkarmaktır. Bu amaç kapsamında, dijital medya platformlarından Facebook ve Twitter ağlarında, Türkiye'deki dört büyük futbol kulübü Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor taraftar grupları incelemeye alınmıştır. Bu gruplar ve bireyler tarafından üretilen ve dolaşıma sokulan metinler aracılığıyla üretilen nefret söylemi pratikleri incelenmiştir. Bu bağlamda analiz, iki yönlü olarak, haberlerin içeriği ve yorumların içeriği açısından ele alınmıştır.

Bu noktadan hareketle hazırlanan çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde; nefret söylemi ve nefret suçu kavramları ve bu kavramların yasalar ve ifade özgürlüğü ile ilişkileri konularına değinilmiştir.

Nefret duygusu, toplumun belirli gruplarını hedef gösteren, ötekileştiren, aşağılayan ve önyargılar içeren söylem pratikleriyle dolaşıma girdiğini nefret söylemini ortaya çıkarır. Nefret duygusuyla ortaya çıkan nefret söylemi kısaca, tahammülsüzlük ve hoşgörüsüzlüğün dışavurularak, belirli bir kesimin veya grubun kötülüğünün istenmesi veya yok sayılmasıdır. Nefret söyleminin en önemli sonuçlarından biri ise şiddete ve bu bağlamda nefret suçuna temel oluşturabilmesidir. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 1997 yılında kabul ettiği karara göre nefret söylemi; ırkçı nefret, yabancı düşmanlığı, antisemitizm, saldırgan milliyetçilik ve hoşgörüsüzlüğe dayanan nefret biçimlerini yayan, savunan, teşvik eden veya haklı gösteren ifade biçimlerinin tamamını kapsamaktadır. Ek olarak,

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi de nefret söylemi kategorisini ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirmemektedir.

Çalışmanın sonraki bölümünde; fanatizm kavramı, taraftarlık kültürü ve medyada fanatizmin konumlandırılması ele alınmıştır.

Günümüzde futbol, tüm dünyada en fazla ilgi gören spor dallarından biridir. Bu nedenle, geniş kitleler tarafından takip edilen endüstriyel bir oyun haline gelmiştir. Bir spor dalı olarak bakıldığında, futbolun temelinde dostluk ve barış yatmaktadır. Ancak, medya aracılığıyla zaman zaman nefret söyleminin yayılmasına yol açan bir araç haline dönüşmektedir. Televizyonda yayınlanan futbol programları, medya kuruluşlarına ait basın yayın organları, futbolcuların yorumları ve dijital medyada paylaşılan içerikler ve yazılan yorumlar aracılığıyla nefret söylemi içeren ifadeler dolaşıma girmektedir. Ek olarak, bu ifadeler yayılmakta ve sık sık yeniden üretilmektedir. Bireyler, çevrim içi ve çevrim dışı ortamlarda, tuttıkları takımın fanı ve taraftarı olma konumundan çıkarak rakip oyuncular, rakip taraftarlar ve hakemlerden nefret eden bireyler haline gelmektedir. Daha ileri aşamada ise, fanatizm oranına varan nefret söylemi içerikli metinleri üreten ve yayan fanatikler haline gelmektedirler. Diğer yünden, Türkiye’de, futbol medyası haberlerine bakıldığında, özellikle haber başlıklarında askeri bir dilin kullanıldığı ve haberlerin milliyetçilik üzerinden konumlandırıldığı görülmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise; futbol ve medya ilişkisi hem geleneksel medya açısından hem de dijital medya açısından irdelenmiştir. Bu bölümde, Türkiye’de geleneksel spor basınının haber dili, haber aktörlerine değinilmiş ve dijital medyanın özellikleri ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Ek olarak bu bölümde, spor medyasında nefret söylemi konusunda daha önce yapılan çalışmalar incelenmiştir. Bu kapsamda, hem geleneksel medyadan hem de dijital medyadan nefret söylemi örnekleri sunulmuştur.

Televizyon ve gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının yanı sıra internet temelli dijital medyaya ait araçlar da ırksal, dinsel, ulusal ve etnik nefretin oluşmasında ve nefret söyleminin yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. İnternetin temelleri 1969 yılında askeri araştırma projelerini desteklemek amacıyla atılmıştır. Günümüzde ise internet, dünya genelinde 2.9 milyar kullanıcıya ulaşan bir ağ haline gelmiştir. Bir çok dijital medya platformlarının da gelişmesiyle, internet sıradan kullanıcıların içerik üretebilecekleri ve bu içerikleri dolaşıma sokabilecekleri bir alan haline gelmiştir. Bu nedenle, geleneksel medyadan farklı olarak dijital medya bireylerin ve grupların kendi içeriklerini ve bir yönüyle kendi medyalarını üretmelerine izin vermektedir. Nefret söylemi açısından bakıldığında ise, dijital medya, etkileşimsellik, hızlı yayılım gibi özellikleriyle kullanıcıların nefret söylemi üretmesine ve yaymasına yol açmaktadır. Üretilen bu söylemler aracılığıyla, toplumdaki farklı gruplar ve bireyler arasındaki ötekileştirme artmaktadır. Bu durum ise, azınlık olarak temsil edilen grupların ifade özgürlüklerinin baskılanmasına yol açabilmektedir. Ek olarak, sosyal ağlarda, kişiler günlük hayatlarında dile getiremedikleri ayrımcı ve nefret içerikli düşüncelerini anonim olarak daha kolay bir

şekilde dile getirebilmektedir. Bu içeriklerin dolaşıma girmesine olanak sağlayan ağlara örnek olarak, bir toplumsal paylaşım ağı olan Facebook ve bir mikroblog olan Twitter verilebilir.

Çalışmanın sonraki bölümünde; medya kuruluşlarına ait sosyal ağlardan örneklerle ve dört büyük futbol kulübüne ait sosyal ağlara göz gezdirildikten sonra, araştırmanın asıl kısmını oluşturan taraftar gruplarına geçiş yapılmış ve araştırma yöntemi sunulmuştur. Bu kısımda, grupların Facebook ve Twitter’da söylemsel çözümlemesi yapılarak nefret söylemi örnekleri ortaya konulmuştur. Karşılaştırma verisi sunması amacıyla medya kuruluşlarına ait resmi Facebook ve Twitter profillerinden bazı örneklerle ve dört büyük futbol kulübüne ait resmi Facebook ve Twitter profillerine göz gezdirilmiştir. Araştırmanın varsayımı olarak, nefret söyleminin, Facebook ve Twitter platformlarında gruplar ve kullanıcılar tarafından bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde yeniden üretilerek dolaşıma girmesi ele alınmıştır. Bu varsayımdan hareketle, araştırmanın bütününde dijital medya aracılığıyla dolaşıma giren nefret söylemlerini görünür kılmak ve farkındalık yaratmak amaçlanmıştır.

Çalışmanın kuramsal çerçevesinde, Van Dijk tarafından geliştirilen eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda, Facebook ve Twitter ağları üzerinde var olan dört büyük taraftar kulübünün en çok bilinen gruplarının isimleri, kullandıkları profil ve kapak fotoğrafları ve kendilerini ifade ettikleri cümleleri bir metin olarak ele alınmıştır. Van Dijk tarafından geliştirilen analiz tablosu Facebook ve Twitter ağlarına uygun olacak şekilde düzenlenmiştir. Taraftar grupları tarafından paylaşılan içerikler ve bu içeriklere diğer bireyler yani sosyal ağ kullanıcıları tarafından yazılan yorumlar iki ayrı kategori olarak ele alınmıştır. İncelemede, eleştirel çözümlemeye uygun olarak mikro analiz ve makro analiz kategorileri kullanılmıştır. Bu kategorilendirme üzerinden; Facebook ve Twitter’da yer alan içeriklerin temsili makro analiz bölümünde ele alınmıştır. Facebook ve Twitter platformlarında dolaşıma giren nefret söylemleri kategorileri, hedef alınan gruplar, cümleler ve görseller ise mikro analiz bölümünde ele alınmıştır. Bu kategoriler üzerinde inceleme yapılırken, hem Facebook’tan hem de Twitter’dan gruplar tarafından yazılan ve nefret söylemi içeren dikkat çekici içeriklerin ekran görüntüleri (screenshot) alınarak çalışmaya eklenmiştir.

Çalışmada, katılımsız gözlem tekniği kullanılmıştır. Facebook ve Twitter ağlarında nefret söylemi içeren veya üreten grup profilleri incelenmiştir. Çalışmanın evreni, toplumsal paylaşım ağları ve mikrobloglardan oluşmaktadır. Örneklem ise Facebook adlı toplumsal paylaşım ağı ile Twitter adlı mikroblog ağından oluşmaktadır.

Çalışmanın en son bölümünde ise, medyalararası etkileşime yer verilmiş ve nefret söylemiyle mücadele için kullanılabilecek çeşitli öneriler sunulmuştur.

Televizyon dünyasında, futbol için üretilen televizyon programları yalnızca maç yayınıyla sınırlı kalmamaktadır. Canlı maç yayını dışında, maç sonuçları, oyun

dizilişı, hakem ya da teknik direktör kararları ile ilgili yorum ve değerlendirmelerin yapıldığı futbol analiz programları da yayınlanmaktadır. Günümüzde, Facebook ve Twitter gibi dijital mecralarla birlikte taraftarların, televizyon programlarının ve hatta futbolcuların oluşturdukları profil ve hesaplar aracılığıyla yorum yapma durumu ortaya çıkmıştır. Bu yorumların geleneksel medyada yayınlanan futbol programlarına sık sık konu olduğu görölmektedir. Diğer bir deyişle, dijital medya geleneksel medyayı dönüştürerek medyalarası etkileşim durumu yaratmaktadır.

Nefret söylemi ile mücadele kapsamında ise Tribün dergi forumu örneği ve olumlu bir futbolcu örneği olarak Didier Drogba incelenmiştir. Ayrıca, nefret söylemini ve söylemin suça dönüşmesini önlemek için hukuksal açıdan gerçekleştirilmesi mümkün olabilecek önlemler incelenmiştir. Mücadelenin en önemli yöntemlerinden biri olan dijital medya okuryazarlığına ise oldukça geniş bir yer ayrılmış ve çeşitli öneriler sunulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın sonunda elde edilen bulgular ise, dijital medyanın geleneksel spor medyasında olduğu gibi saldırgan milliyetçi, ayrımcı ve cinsiyetçi nefret söylemi içeren ifadelerin oluşturulmasına ve medyalararası etkileşim aracılığıyla yayılmasına yol açtığıdır. Ayrıca, sıklıkla karşı taraftar grubuna yönelik siyasi içerikli nefret söylemi metinlerinin kullanıldığı görölmüştür.

Anahtar kelimeler: Spor, Futbol, Fanatizm, Facebook, Twitter, Taraftar Grupları, Dijital Medya, Nefret Söylemi.

GİRİŞ

Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre nefret kavramı kelime olarak “Bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu” anlamını taşımaktadır.¹ Söylem kelimesi ise dilin kullanım alanıyla ilgilidir. Güz'e göre söylem, kişilerin içinde anlam ürettikleri veya anlam oluşturdıkları toplumsal ve tarihsel biçimde kurgulanan terimler, önermeler ve inançlar tarafından dizgeleştirilen yapıdır.² Bu bağlamda, nefret duygusunun, toplumun belirli gruplarını hedef göstererek ötekileştiren, aşağılayan ve önyargılar içeren söylem pratikleriyle dolaşıma girmesiyle nefret söylemini ortaya çıkardığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda, nefret söylemi tahammülsüzlük ve hoşgörüsüzlüğün dışavurumuyla belirli bir kesimin veya grubun kötülüğünün istenmesi ve yok sayılmasıdır. İnecoğlu ve Sözeri'ye göre; yok sayılan bu grubun üyeleri pasifleştirilerek “toplumda size yer yok” mesajı verilmektedir.³ Nefret söyleminin en önemli unsurlarından birisi de şiddete ve bu bağlamda nefret suçuna temel oluşturabilmesidir. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 1997 yılında kabul ettiği tavsiye kararına göre nefret söylemi; ırkçı nefret, yabancı düşmanlığı, antisemitizm, saldırgan milliyetçilik ve hoşgörüsüzlüğe dayanan nefret biçimlerini yayan, savunan, teşvik eden veya haklı gösteren ifade biçimlerinin tümünü içermektedir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM)'nin de nefret söylemi kategorisini ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirmedeği görülmektedir.

Günümüzde futbol, tüm dünyada en fazla ilgi gören spor dalı olarak geniş kitleler tarafından takip edilen endüstriyel bir oyun haline gelmiştir. Bir spor dalı olarak futbol, temelinde dostluk ve barış olmasına rağmen, medya aracılığıyla zaman zaman nefret söyleminin yayılmasına yol açan bir araç haline dönüşmektedir. Televizyonda yayınlanan futbol programları, medya kuruluşlarının basılı yayın organları, futbolcuların açıklamaları ve dijital medyada paylaşılan içerikler ve

¹http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5382beca42c4b5.43832560 / Erişim Tarihi: 5 Mayıs 2014.

²Nükhet Güz, Rengin Küçükdoğan, Nilüfer Sarı, Bülent Küçükdoğan, Işıl Zeybek, **Etkili İletişim Terimleri**, İstanbul: İnkılap Yayınları, 2002, s.348.

³Yasemin İnecoğlu ve Ceren Sözeri, *Nefret Suçlarında Medyanın Sorumluluğu: "Ya sev ya terk et ya da..."*, **Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları**, Derleyen: Yasemin İnecoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012, s.24.

yazılan yorumlarla nefret söylemi içeren ifadeler dolaşıma girmekte, yayılmakta ve yeniden üretilmektedir. Bireyler, çevrim içi ve çevrim dışı ortamlarda, tuttukları takımın fanı ve taraftarı olma konumundan rakip oyuncular, taraftar ve hakemlerden nefret eden ve fanatizm oranına varan nefret söylemi içerikli metinleri üreten ve yayan fanatik bireyler haline gelmektedirler.

Özsoy ve Yıldız'a göre; Türkiye'de, futbol medyası haberlerinde, özellikle haber başlıklarında askeri bir dilin kullanıldığı ve bu dil aracılığıyla şoven bir anlayışın desteklendiği görülmektedir.⁴ Türkiye'de, geleneksel spor medyasında nefret içerikli söylemlere en çok 2000 yılındaki Galatasaray ile İngiliz futbol takımı United Leeds arasında oynanan maç öncesinde rastlanmıştır. Karşılaşma öncesi İstanbul'da saha dışında çıkan olaylarda iki Leeds taraftarı öldürülmüş ve spor medyasında "Two Size" başlıkları atılmış ve "Holiganların sokakta da sahada da ağzını burnunu kırdık" gibi metinlerden oluşan nefret söylemi içerikli haberler yapılmıştır. Derbi sonrasında, 5 - 13 Mayıs 2012 tarihlerinde 13 farklı kanalda yayınlanan spor programı ve ana haber bültenleri üzerine yapılan analiz araştırmasına göre, içerisinde taraftarı olumsuz yönlendiren ve nefret söylemleri içeren yayınların yapıldığı saptanmış ve en çok "Kan, heyecan, korku, savaş, patlamak, gerginlik, provokasyon, hayat duracak, düşman, kan davası, yürek dayanmaz, kızılsmak, daha kötü olacak, daha iyi olmayacak, üzülecek, şiddet" kelimelerine ve ifadelerine rastlanmıştır.⁵

Televizyon ve gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının yanı sıra internet temelli dijital medyaya ait araçlar da ırksal, dinsel, ulusal ve etnik nefretin körüklenmesinde ve nefret söyleminin yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. İnternetin temelleri 1969 yılında ABD Savunma Bakanlığı tarafından bazı bilgisayar birimlerini ve askeri araştırma projelerini desteklemek amacıyla ARPANET adlı ağın kurulması ile atılmıştır. Günümüzde ise internet, dünya genelinde 2.9 milyar kullanıcıya ulaşan bir ağ haline gelmiştir. Bir çok dijital medya platformlarının da gelişmesiyle birlikte, dijital medya ve sosyal ağlar, sıradan kullanıcılar tarafından içerik üretebilecekleri ve dolaşıma sokabilecekleri bir alan oluşturmuştur. Bu

⁴Selami Özsoy ve Kadir Yıldız, *Türkiye'deki Spor Basınında Nefret Söylemi*, **International Journal Social Science Research**, Year: 2, Issue: 2, 2013, p.46-60.

⁵A.g.e., s.51.

bağlamda, geleneksel medyaya alternatif olarak dijital medya bireylerin ve grupların kendi medyalarını üretmelerine izin vermektedir. Ancak diğer yönden bakıldığında, dijital medya, kullanıcıların nefret söylemi üretmesine ve etkileşimsellik, hızlı yayılım gibi özellikleriyle nefret söyleminin yayılmasına da yol açmaktadır. Bu bağlamda, dijital medya platformlarında dolaşıma sokulan ve önemli bir sorun oluşturduğu belirlenen nefret söylemiyle, toplumdaki farklı gruplar arasındaki iletişimi geliştirmek yerine gruplar ve bireyler arasındaki ötekileştirmeyi artırmakta ve azınlık olarak temsil edilen grupların ifade özgürlüklerinin baskılanmasına ve nefret söylemine zemin oluşturulmasına yol açmaktadır.

Dijital medya, kişilerin internet dışı hayatlarında dile getiremedikleri ayrımcı önyargı ve düşünceler içeren nefret söylemlerini internette daha kolay bir şekilde dile getirmelerine olanak sağlamaktadır. Çünkü, bireyler sosyal ağlarda günlük yaşantılarından daha anonimdir ve kimliklerini gizlemeleri mümkündür. Kullanıcılar tarafından sosyal ağlardaki mecralar aracılığıyla üretilen içerikler, hızlı bir şekilde dolaşıma girerek bir çok kişiye ulaşmaktadır. Bu içeriklerin dolaşıma girmesine olanak sağlayan sosyal ağlara örnek olarak Facebook gibi toplumsal paylaşım ağları ve Twitter gibi mikrobloglar verilebilir. Bu iki ağ, hem üretimin dolaşıma girmesi için hem de diğer kullanıcılar tarafından üretilen içeriğe ulaşmak için bireyler tarafından en sık kullanılan dijital medya araçlarındandır. TTNet tarafından, 2013 yılı Şubat ayında yapılan internet kullanımları araştırmasında; Türkiye'de Facebook kullanıcı sayısının 32 milyonu geçtiği, Google+ kullanıcı sayısının 1 milyon, Twitter kullanıcı sayısının 6 milyon ve LinkedIn kullanıcı sayısının 1 milyon civarında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. TÜİK “*Hanehalkı İnternet Kullanımları*” 2013 yılı araştırmalarına göre ise; internet erişimine sahip bireylerin yüzde 73.2’si interneti sosyal gruplara katılmak amacıyla kullanmaktadır. Bu oran, kentte yüzde 72.1 iken, kırdada yüzde 78.3’tür. Ek olarak, araştırma sonucuna göre bir önceki yıla göre interneti haber okuma amacıyla kullananların sayısının yüzde 72.5’tan yüzde 75.6’ya yükseldiği saptanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Türkiye’nin dijital medya mecralarının kullanımı bakımından dünyada en üst sıralarda yer aldığı saptanmıştır.⁶

Bu tezin amacı, dijital medyaya ait araçlarda kullanıcılar tarafından üretilen içerikler aracılığıyla dolaşıma giren nefret söylemi ve bu söylemlerin hangi

⁶<https://www.alternatifbilisim.org/w/images/Turkiyede-internetin-durumu-2013.pdf> / Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2014

kategorilere dahil olduğunu ortaya çıkarmaktır. Bu amaç kapsamında, nefret söylemi üretimine ortam hazırlayan “rekabeti” kapsayan spor, ve özellikle de futbol konusu çerçevesinde dijital medya platformlarından Facebook ve Twitter ağları incelenmiştir. Türkiye’deki dört büyük futbol kulübü Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor’un taraftar grupları ve bireyler tarafından üretilen ve dolaşıma sokulan metinler bağlamında üretilen nefret söylemi pratikleri incelenmiştir. Bu bağlamda, analiz iki yönlü olarak taraftar grupları tarafından paylaşılan haberlerin içeriği ve kullanıcıların bu paylaşımlara yazdığı yorumların içeriği açısından ele alınmıştır. Tez çalışmasının sonunda ise, oluşturulan stratejilerle ırkçılık, homofobi, yabancı düşmanlığı, aşırı milliyetçilik gibi ayrımcı nefret söylemi ile mücadele konusunda katkıda bulunulması amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında, dijital medyanın hipermedya, hızlı yayılım, kolay paylaşım, etkileşimsellik ve globallik gibi özellikleri de irdelenerek Facebook ve Twitter ağlarında üretilen nefret söylemine etkileriyle birlikte incelenmiştir.

Araştırma örneklemine geçilmeden önce, karşılaştırma verisi sunması amacıyla medya kuruluşlarına ait resmi Facebook ve Twitter profillerinden örneklere ve dört büyük futbol kulübüne ait resmi Facebook ve Twitter profillerine de göz gezdirilmiştir.

Araştırmanın temeli olarak, nefret söyleminin, Facebook ve Twitter platformlarında gruplar ve kullanıcılar tarafından bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde yeniden üretilerek dolaşıma sokulduğu varsayımı alınmıştır. Bu bağlamda araştırmanın amacı, bu sosyal ağlar aracılığıyla dolaşıma giren nefret söylemlerini görünür kılarak futbol etrafındaki nefret söylemine farkındalık kazandırmak olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın kuramsal çerçevesinde, Van Dijk tarafından haber üretiminde kullanılan söylemler için geliştirilen eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Yöntem bağlamında araştırmada, Facebook ve Twitter ağları üzerinde var olan dört büyük taraftar kulübünün “futbol fanatığı” gruplarının isimleri, kullandıkları profil fotoğrafları ve kapak fotoğrafları ve kendilerini ifade ettikleri hakkında açıklamaları bir metin olarak ele alınmıştır. Araştırmada, Van Dijk tarafından geliştirilen analiz tablosu Facebook ve Twitter ağlarına uygun olacak

şekilde yeniden düzenlenerek eşlenmiştir. Bu bağlamda, gruplar tarafından paylaşılan içerikler ve bu içeriklere diğer bireyler yani sosyal ağ kullanıcıları tarafından yazılan yorumlar iki ayrı kategori olarak ele alınarak incelenmiştir. İncelemede, eleştirel söylem çözümlemesine uygun olarak mikro analiz ve makro analiz kategorileri ele alınmıştır. Bu kategorilendirme üzerinden; Facebook ve Twitter’da yer alan içeriklerin, bu platformların arayüzlerindeki temsili makro analiz bölümünde ele alınırken, Facebook ve Twitter platformlarında dolaşıma giren nefret söylemlerinin kategorileri, hedef alınan gruplar ve konumlandırmaları ve metinlerde kullanılan cümleler ile görsellerin birbirleriyle uyumları ise mikro analiz bölümünde ele alınmıştır. Bu kategoriler üzerinde inceleme yapılırken, hem Facebook’tan hem de Twitter’dan gruplar tarafından paylaşılan ve kullanıcılar tarafından yazılan, nefret söylemi ürettiği tespit edilen dikkat çekici içeriklerin ekran görüntüleri (screenshot) alınarak çalışmaya eklenmiştir.

Bu kapsamlar doğrultusunda, tezin birinci bölümünde söylem ve nefret söylemi kavramı, nefret söylemi çeşitleri, ulusal ve uluslararası alanda hukuki boyutu ve ifade özgürlüğü ile ilişkisi detaylı olarak açıklanmaktadır. Aynı bölümde, fanatizm kavramı, taraftarlık kültürü ve medyada “taraftar olma” durumunun konumlandırılması aktarılmaktadır. Ayrıca, futbolun endüstriyel dönüşümü ve geleneksel medyada temsili irdelenmekte, dijital medyanın özellikleri ile birlikte nefret söyleminin ortaya çıkışı ve dijital ve geleneksel spor medyasında nefret söylemi örnekleri aktarılmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise, çeşitli medya kuruluşları tarafından oluşturulan resmi Facebook ve Twitter ağlarından örneklerle ve dört büyük futbol kulübüne ait resmi Facebook ve Twitter profillerine göz gezdirilmektedir. Daha sonra, futbol fanatığı taraftar grupları tarafından oluşturulan gruplardan en bilinen ve etkileşimi en yüksek olanların seçimi açıklanmakta, araştırma yöntemi olan söylemsel çözümlemenin çalışmaya uygulanma şekli aktarılmakta ve bu taraftar gruplarının Facebook ve Twitter’daki çözümlemeleri yapılmaktadır. Genel Değerlendirme kısmında ise, medyalarası etkileşim durumu aracılığıyla geleneksel medya ve dijital medyanın ve Facebook ve Twitter platformlarında ortaya konulan nefret söylemiyle mücadele etmek için geliştirilebilecek öneriler sunulmaktadır.

Araştırma kapsamında yapılan incelemeler, 2013 – 2014 Türkiye Süper Lig İkinci Dönemi’nde oynanan dört büyük futbol kulübünün diğer takımlara karşı gerçekleştirdikleri müsabakalarından ve derbi adı verilen büyük karşılaşma tarihlerinden oluşmaktadır.

Dijital medya platformlarında ileti akışı hızlı, sürekli ve devamlıdır. Bu çerçevede araştırma sınırlılıkları, Twitter’da ilk 24 saat içinde yazılan gönderiler ve Facebook’ta 48 saat içinde yazılan gönderilerden oluşmaktadır.

Çalışmada, katılımsız gözlem tekniği kullanılarak, Facebook ve Twitter mecralarında nefret söylemi içeren ve/veya üreten grup profilleri yukarıdaki analiz yöntemine uygun olarak incelenmiştir. Çalışmanın evreni, toplumsal paylaşım ağları ve mikrobloglardan oluşmakta iken çalışmanın örneklemi ise Facebook adlı toplumsal paylaşım ağı ile Twitter adlı mikroblog ağından oluşmaktadır.

1. Nefret Söylemi

Nefret söylemi, ayrımcı, cinsiyetçi, ötekileştiren ve dışlayan bir söylemle “biz” ve “öteki” konumlandırması yapmaktadır. Nefret söylemi kavramının temelinde hoşgörüsüzlük ve önyargılar yattığı için, “kendinden” farklı olana tahammülsüzlüğü de içinde barındırmaktadır. Diğer yandan, toplumda farklı düşüncelerin temsil edilmesine de ket vurmaktadır. Ek olarak, bu olumsuzlukların yayılmasını teşvik eden ve meşrulaşmasına yol açan nefret söylemi, nefret suçuna da zemin hazırlayan etkenlerden biri haline dönüşebilmektedir.

1.1. Nefret Söylemi Kavramı

Kavram olarak nefret, herkesin bildiği üzere olumsuzluk bildiren bir duygudur çünkü içinde, kişiler ve/veya gruplar arasındaki iyi geçinmeyi bozma, psikolojik, sembolik veya fiziki şiddete yol açma gibi olumsuz ve potansiyel durumlar barındırır. Söylem kavramı ise, içinde hem düşünce ve görüşleri etkileme gücünü barındırır hem de ikna edici bir güç barındırır. Bu bağlamda, bu iki kavram birleştiğinde yani temelinde nefret yatan bir söylem ortaya çıktığında, kişiler ve/veya gruplar diğer birey ya da gruplara karşı olumsuz duygular aracılığıyla manipüle edilebilir. Bu durum da istenmeyen sonuçlara yol açabilir.

Nefret söyleminin evrensel olarak kabul görmüş olan tek bir tanımı yoktur. Ülkeler, nefret söylemi kavramına girebilecek ve birbirine çok benzeyen ifadeleri yasaklamıştır. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesinin 1997 yılında yayınladığı Tavsiye Kararı’na göre nefret söylemi: *“İrkçi nefret, yabancı düşmanlığı, anti-semitizm ve hoşgörüsüzlüğe dayalı diğer nefret biçimlerini yayan, teşvik eden ya da haklı gösteren her türlü ifade biçimidir. Hoşgörüsüzlüğe dayalı nefret saldırgan milliyetçilik, etnik merkezîyetçilik, ayrımcılık ve azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenlilere karşı düşmanlık yoluyla ifade edilen hoşgörüsüzlüğü içermektedir.”*⁷

⁷http://www.aciktoplumvakfi.org.tr/pdf/avrupa_konseyi_standartlari_05052014.pdf / Erişim Tarihi: 20 Kasım 2013

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi ise nefret söylemini geniş anlamıyla; dini hoşgörüsüzlük de dahil olmak üzere tüm hoşgörüsüzlüklerden kaynaklanan, nefreti yayan, savunan, teşvike sevk eden veya haklı çıkaran ifade şekilleri olarak tanımlamaktadır. Tarlach McGonagle’a ait olan bir başka tanımda ise nefret söylemi şöyle ifade edilmektedir: “*Nefret söylemi geniş bir spektruma yayılan olumsuz bir söylemdir. Bu söylem esnektir, çünkü nefretten yola çıkarak nefreti teşvik etmeye varabilen, suistimale, aşağılamaya, hakarete, yermeye dayanan kelimeler ve sıfatlardan oluşan, öte yandan da aşırı önyargılardan ve peşin hükümlerden bağımsız olmayan bir söylemdir.*”⁸ Bu bağlamda baktığımızda; nefret söyleminin örtülü ya da açık, dolaylı ya da direk ve bir otoritenin desteğini alarak ya da otoriteden destek almadan ortaya çıkabildiğini söyleyebiliriz. Nefret söyleminin aktarımında yazılı ve görsel basın, internet, şarkı, fıkra, anıt gibi araçlar kullanılabilir.

Çınar’a göre, nefret söylemi elinde gücü barındıranın yani hegemonik olanın kendi iktidarını korumak için kullandığı yöntemlerden biridir. Daha açık bir ifadeyle belirtmek gerekirse; iktidarlar kendilerini tanımlamak ve/veya ifade etmek için kendi söylemlerini üretirler ve kendilerini tanımlamak için bu söylem aracılığıyla kendileri gibi olmayanları vurgularlar yani ötekileştirirler. Ayrımcılığın ve nefret söyleminin temelinde de bu vurgu vardır.⁹

Nefret söyleminin bir çok çeşitli yönü vardır. Bunlardan biri olan politik boyutunu Boyle şu şekilde ifade eder: “*demokratik mücadele ile mağlup edilen tüm gerici fikir ve teorileri yeniden canlandırma amacı güden, dolayısıyla demokratik mücadelenin kazanımlarını yıkmayı amaçlayan bir söylemdir.*” Bu bağlamda, nefret söyleminin geriye götürücü, yozlaştırıcı ve var olan demokratik düzeni yıkıcı bir yönü olduğunu ifade edebiliriz.¹⁰

Nefret söyleminin yukarıdaki tanımlarından çıkarabileceğimiz ortak görüş ise; nefret söyleminin, kısaca tahammülsüzlüğün bir nevi dışavurumu olduğudur. Bu

⁸http://www.nefretsoylemi.org/nefret_soylemi_nedir.asp / Erişim Tarihi: 21 Kasım 2013.

⁹<http://bianet.org/biamag/diger/152902-nefret-soyleminin-buyuk-faili-devlet> / Erişim Tarihi: 23 Kasım 2013.

¹⁰Kevin Boyle, *Hate Speech – The United States Versus the Rest of the World?*, **Maine Law Review**, vol. 53, 2001, p.493.

dışavurum, içinde aşırılık taşıyan önyargıları ve peşin hükümleri barındırır. Bu sebeple, nefret söylemi hoşgörü ve karşılıklı saygıyı zedeleyerek çeşitli bakış açılarının adil ve eşit bir şekilde değerlendirilmesini engeller.

1.2. Nefret Söylemi Çeşitleri (Kategoriksel)

Nefret söyleminin temelinde önyargılar, ırkçılık, yabancı korkusu veya düşmanlığı, taraf tutma, ayrımcılık, cinsiyetçilik, homofobi gibi nedenler yatmaktadır. Kültürel kimlikler ve grup özelliklerigibi unsurlar nefret söyleminin kullanılmasını etkiler; yükselen milliyetçilik ve farklı olana tahammülsüzlük gibi koşullarda, nefret dili kullanımı yükselir ve etkisini de arttırır. Bu bağlamda, nefret söylemi çeşitli şekillerde temellenebilir.

- Etnik ve ırk bağları temelinde,
- Cinsiyet ve genetik özellikler temelinde,
- Ulusal özellikler, köken, din ve inançlar temelinde,
- Eğitim, kanaatler, siyasi eğilimler, kişisel veya toplumsal statü temelinde,
- Engellilik, yaş ve cinsel yönelim temelinde,
- Aile ve mülkiyet temelinde gözlemlenebilir. ¹¹

Hrant Dink Vakfı tarafından ortaya konulan Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Dil Raporu ise nefret söyleminifarklı kategorilerde ele almaktadır. ¹²

1) Abartma - Yükleme - Çarpıtma: Bir kişi veya tek bir olaydan yola çıkarak tüm topluluğa yönelik olumsuz genellemeler çıkarma ve abartarak konuyu çarpıtma şeklinde oluşturulan söylemler. Örneğin, Yahudi lobisi.

2) Küfür - Hakaret - Aşağılama: Bir topluluğayönelik olarak doğrudan küfür, hakaret ve/veya aşağılama içeren söylemler. Örneğin, köpek ya da kanıbozuk gibi cümleleri içeren söylemleri bu gruba dahil etmek mümkündür.

¹¹Sosyal Değişim Derneği, Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 yıl, 10 Örnek Raporu, İstanbul, 1.Baskı, 2010, s.24-60.

¹²<http://www.hrantdink.org/?Detail=937> / Erişim Tarihi: 12 Aralık 2013.

3) Düşmanlık - Savaş Söylemi: Bir topluluğa yönelik düşmanca veya savaşı çağrıştıran söylemler. Örnek olarak, gavur zulmü verilebilir.

4) Doğal Kimlik Ögesini Nefret Ya Da Aşağılama Unsuru Olarak Kullanma -

Simgeleştirme: Yine bir topluluğa ait olan, kendilerinin yönetiminde olmayan yani doğal bir kimlik ögesinin aşağılama şekli olarak kullanılması ve/veya simge haline getirilmesiyle oluşan söylem. Örnek olarak, senin annen Ermeni zaten, afedersiniz Alevi söylemleri verilebilir.

Nefret söyleminin kategorileştirilene ayrıştırılması, hem ortaya çıkarılması hem de görünür kılınabilmesi ve kamuoyunun dikkatini çekerek farkındalık yaratmak açısından oldukça önemlidir ve bu konuda yapılan çalışmalarda ve medya izleme raporlarında da yol gösterici olmaktadır. Diğer yandan kategoriler birbirine oldukça yakındır ve bazı söylemler bir kaç kategoriye birden dahil olabilmektedir.

1.3. Nefret Söyleminin Hukuki Boyutu

Nefret söylemi genel olarak içerisinde bir aşırılık barındırır. Çünkü, daha önceki başlıktaki tanımlarda da ifade edildiği üzere, aşırılık taşıyan önyargılar ve peşin hükümlerden oluşur. Robert Post nefret söylemini “aşırılık” bağlamında ele alır. Post’a göre, tahammülsüzlük veya memnuniyetsizlik duygusu tüm insanlarda vardır ve bu duygular bireylerin doğuştan getirdikleri doğal duygulardır.¹³ Bu bağlamda, bu duygulara yasal düzenlemeler müdahale edemez ve hatta etmemelidir. Bu tahammülsüzlük ve memnuniyetsizlik ancak ve ancak başkalarının özgürlük ve haklarının gasp edilmesine, var olan barış ortamının zarar görmesine ve/veya yaralanmasına yol açması durumunda yasal müdahale söz konusu olabilir. Daha açık bir ifadeyle, Post’un tanımına göre, insanların sahip olduğu tüm bu doğal duygular aşırıya kaçarak olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına neden oluyorsa o zaman yasal düzenlemeler ve kanunlarla bu duruma müdahale edilebilir.

Daha evrensel ve hukuksal bir boyut için Avrupa Birliği normlarına bakacak olursak; Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin, Post’un da kendi tanımında ifade

¹³Robert Post, **Hate Speech, Extreme Speech and Democracy** (ed. Ivan Hare, James Weinstein), New York: Oxford University Press, 2009, s.125.

ettiği gibi, aşırılıkları önlemek için demokratik değerleri öne alan ve önemseyen bir çerçeve sunmak amacıyla olduğu görülmektedir. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM), aşırıya kaçan, yani saldırgan olan ve sözleşmeye uymayan ‘ırkçılık, yabancı düşmanlığı, antisemitizm, saldırgan derecede milliyetçilik ve azınlıklar ile göçmenlere uygulanan ayrımcılık’ gibi ifade biçimlerini bu çerçeve içine almış ve dahil etmiştir. Bu dahiliyeti göz önüne alırken de aynı zamanda diğer taraftan, hukuksal boyutta, bu ifade biçimlerinde aşırılığa kaçan önemli bir kışkırtma ile toplumdaki bireylerin görüşlerini ifade etme, rahatsız etme veya diğer bireyleri kızdırma hakları arasında bir denge kurma ve bu ifade biçimleri ile haklar arasında bir ayrıma varma konusuna dikkat etmektedir. Nefret söyleminin evrensel düzeyde kabul gören bir ifadesi ve tanımı olmadığı için, AİHM kararları, ifade özgürlüğü (Sözleşmenin 10. Maddesi kapsamında) ile nefret söyleminin birbirinden ayrılmasını sağlayan bazı belirli parametreler belirlemiştir. Bu bağlamda, AİHM, sözleşmesinde yer alan iki madde ile nefret söylemini koruma dışında tutar: ¹⁴

- (a) söz konusu ifadelerin nefret söylemine varması ve sözleşmenin temeldeğerlerini inkar etmesi durumunda 17. Maddeyi (Hakları kötüye kullanma yasağı) uygulamak suretiyle ya da;
- (b) 10. maddenin 2. fıkrası ve 11. maddede öngörülen kısıtlamaları uygulamak suretiyle (söz konusu ifadelerin nefret söylemi olduğu halde sözleşmenin temel değerlerini yok etme kapasitesine sahip olmadığı durumlarda bu yaklaşım benimsenmiştir).

AİHM’in Irksal Nefret Söylemi ile ilgili iki davadaki kararını örnek vermek açıklayıcı olacaktır: ¹⁵

A) Aksu - Türkiye davası (no. 4149/04 ve 41029/04) - Tarih: 15.03.2012

Roman kökenli bir vatandaş olan Aksu, devlet destekli üç yayının (Romanlar hakkında yazılmış olan bir kitap ve iki sözlük için), Roman karşıtı duyguları yansıtan çeşitli yorum ve ifadeler içerdiği ile ilgili ifadede bulunmuştur. Avrupa İnsan Hakları

¹⁴Monica Macovei, **İfade Özgürlüğü, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 10. Maddesi’nin Uygulanmasına İlişkin Kılavuz**, İnsan Hakları El Kitapları, Anayasa Yayınları, No:2, 2001, s.8.

¹⁵<http://www.inhak.adalet.gov.tr/tematik/dusunceler/nefret.pdf> / Erişim Tarihi: 29 Aralık 2013.

Sözleşmesi 14.madde kapsamında “Ayrımcılığın Yasaklanması” düzenlenmektedir. AİHM, 14.madde kapsamındaki ayrımcılığın, herhangi bir nesnel ya da makul dayanak olmaksızın birbirleriyle alakalı olarak benzer durumlarda bulunan insanların farklı muamelelere tabi tutulması olarak anlaşılması gerektiğini yinelemiştir. Bununla birlikte, Aksu söz konusu yayınların ayrımcı bir niyet ya da etkisi olduğunu kanıtlayan bir dava oluşturamamıştır. Dolayısıyla bu dava, farklı muameleyle ilgili olmadığı için AİHM, davayı sadece 8.Madde bağlamında incelemeye karar vermiştir. Bu bağlamda vardığı karar ise; “8.Maddenin (özel ve aile hayatına saygı hakkı) ihlali söz konusu değildir” olmuştur. AİHM, söz konusu kitap ve sözlüklerde Romanlara hakaret edilmediğine karar vermiştir. Özellikle Türk yetkililerin Aksu'nun Roman topluluğunun bir üyesi olarak özel hayatına saygı hakkını korumak amacıyla 8. Maddeden kaynaklanan yükümlülüklerini yerine getirmek için gerekli her türlü önlemi aldığını tespit etmiştir. Ek olarak AİHM, Çingene sözcüğünün “küçümseyici” ve “aşağılayıcı” bir anlamla kullanıldığına karar vermiştir.

B)Féret - Belçika davası (no. 15615/07) - Tarih: 16.07.2009

Daniel Féret adlı kişi, Belçikalı bir siyasi partinin (National Front – Ulusal Cephe) başkanı ve aynı zamanda da milletvekilidir. Feret tarafından seçim kampanyası döneminde, “Belçika'nın İslamlaştırılmasına karşı çıkın”, “Düzmece entegrasyon politikasına son verin” ve “Avrupalı olmayan iş arayanları evlerine gönderin” gibi sloganlar içeren bir çok broşür dağıtılmıştır. Bu sebeple, Féret ırk ayrımcılığına kışkırttığı için mahkum olmuştur. Feret, topluluk hizmetiyle cezalandırılmış aynı zamanda da 10 yıl süresince milletvekilliğinden mahrum edilmiştir. AİHM’e başvuran Feret, bu durumun ifade özgürlüğü hakkının ihlali olduğunu ifade etmiştir. AİHM’in kararı ise; Feret’in ifadelerinin açık ve net bir şekilde ve özellikle toplumun daha az bilgili kişileri arasında yabancı olanlara karşı güvensizlik ve nefret uyandırma potansiyeline sahip olduğu yönünde olmuştur. AİHM’in kararına göre; bu ifadelerin seçim ortamında dile getirilmiş olması da Feret’in mesajlarını daha etkili kılmış ve hatta net bir şekilde ırksal nefret ve tahrike kadar da varmıştır. Feret’in mahkumiyeti, düzenin sağlanması ve ifade edilen göçmen topluluğuna ait kişilerin haklarının korunması sebebiyle gerekçelendirilmiştir. Sonuç olarak, AİHM 10. Maddenin yani ifade özgürlüğünün ihlal edilmediği hükmüne varmıştır.¹⁶

¹⁶http://www.echr.coe.int/Documents/FS_Hate_speech_TUR.pdf/ Erişim Tarihi: 7 Ocak 2014

1.4. İfade Özgürlüğü ve Nefret Suçları

Nefret söylemi ile nefret suçları kavramlarını daha ayrıntılı olarak açıklayarak şu şekilde ayırabiliriz: Nefret söylemi, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tanımına göre, yabancı düşmanlığı, ırkçı nefret, anti-semitizm ve hoşgörüsüzlük temelli nefret biçimlerini yayan, teşvik eden, savunan ya da haklı gösteren her tür ifade biçimi anlamına gelmektedir. Nefret suçu kavramı ise suçun, nefret içeren bir saikle işlenmesidir. Nefret suçları ve nefret söylemini formülleştirerek de sunabiliriz:

Suç + Önyargı / Nefret = Nefret Suçu

Önyargı / Nefret + Söylem / İfade = Nefret Söylemi (Suç olarak düzenlenmiş olabilir de olmayabilir de.)

Nefret söylemi sıklıkla nefret suçlarının önünü açmakta ve teşvik etmektedir. Oran’a göre, nefret söylemi, nefret suçunun meydana gelmesinin ve işlenmesinin ön koşuludur.¹⁷ Bu bağlamda, tanımsal olarak bakıldığında nefret söylemi doğrudan suç değildir. Bununla birlikte nefret söylemini direk olarak suç olarak düzenleyen ülkeler de vardır. Bu da içerik olarak bazı ifadelerin nefret söylemi şeklinde değerlendirmesiyle mümkündür. Örneğin; Türk Ceza Kanunu’nun 216.maddesi “*halkı kin ve düşmanlığa tahrik suçu*” nu içerir.¹⁸ Bu içeriği nefret suçuna örnek olarak verebiliriz. Yani bu maddeye göre, nefret içerikli açıklamalar ve/veya söylemler bazı şartlar dahilinde suç olarak nitelenmektedir. Bazı ülkelerde ise, ifade özgürlüğünü koruma dahilinde nefret söylemi içeren açıklamalar suç olarak değerlendirilmemektedir. Örnek vermek gerekirse, Amerika’da nefret söylemine mesafeli yaklaşılmaktadır. Bu bağlamda, bir kişi ırkçı görüşleri savunsa bile ifade özgürlüğü korumasından faydalanması mümkün olmaktadır. Çünkü Amerika’da ifade özgürlüğünün korunmasına ağırlık verilir.¹⁹ Bu bağlamda, nefret söyleminin olduğu durumlarda açık bir tehlike ortaya çıkarıp çıkarmadığına bakılır. Ölçüt

¹⁷Baskın Oran, *Maksimum Rezillik: Nefret Suçu ve Nefret Suçunun Önkoşulu: Nefret Söylemi, Nefret Söylemi ve Nefret Suçları*, Derleyen: Yasemin İnceoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012, s.44

¹⁸<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5237.html> / Erişim Tarihi: 14 Ocak 2014.

¹⁹http://nefretsoylemi.org/rapor/nefretsoylemi_min.pdf / Erişim Tarihi: 14 Ocak 2014.

budur, yani nefret söylemi oluşturan bir ifade sadece açık bir tehlike doğduğu durumda ifade özgürlüğü kapsamında ve korumasından çıkartılır.

Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı / Bildirgesi ise ifade özgürlüğünü (11.Madde ile ifade edilmekte) korurken bir yandan da ayrımcılığa maruz kalmama hakkını (21.Maddeye göre) Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ile paralel şekilde kabul etmektedir. Ayrımcılıkla mücadele ve buna bağlı olarak da ırkçılık ve yabancı düşmanlığı ile mücadele stratejisi Avrupa Birliği'nin temel çalışmalarından biridir. Bu bağlamda hem bildirgede hem de sözleşmede özellikle bu iki alanla mücadele edilmektedir. Bu bağlamda, oluşturulan maddelere üye devletler tarafından uyulması ve bu maddelere sebep oluşturan söylemlerin de suç olarak görülmesi gerektiği vurgusu yapılmaktadır. Bu maddelere bakacak olursak;²⁰

- (a) Irkçı veya yabancı düşmanı amaçlar doğrultusunda, ilgili kişi veya gruplara büyük zarar verilmesine neden olabilecek şekilde, şiddetin veya nefretin veya herhangi bir başka ırkçı veya yabancı düşmanı davranışın alenen kışkırtılması;
- (b) Kişilerin veya grupların ırkçı veya yabancı düşmanı amaçlar doğrultusunda alenen aşağılanması veya tehdit edilmesi;
- (c) Uluslararası Ceza Mahkemesi Kuruluş Tüzüğü'nün 6, 7 ve 8'inci maddelerinde tanımlanan şekliyle soykırım suçlarının, insanlığa karşı işlenen suçların ve savaş suçlarının ırkçı veya yabancı düşmanı amaçlar doğrultusunda alenen hoş görülmesi;
- (d) 8 Nisan 1945 tarihli Londra Anlaşması'nın ekinde yer alan Uluslararası Askeri Mahkeme Tüzüğü'nün 6'ncı maddesinde tanımlanan suçların kamu huzurunu bozması muhtemel bir şekilde alenen inkâr edilmesi veya önemsizleştirilmesi;
- (e) Irkçı ve yabancı düşmanı ifadeler taşıyan broşür, resim veya başka türlü materyalin alenen yayınlanması veya dağıtılması;

²⁰http://www.ihop.org.tr/dosya/coe/nefret_soylemi.pdf/ Erişim Tarihi: 14 Ocak 2014

- (f) Irkçı veya yabancı düşmanı grupların ceza gerektiren faaliyetlerine katkı sağlama niyetiyle bu tür örgütlerin yönetilmesi, desteklenmesi veya bu tür grupların faaliyetlerine katılması.

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Avrupa Birliği Temel Haklar Bildirgesi'nin yanısıra kısa adı ECRI olan Irkçılık ve Hoşgörüsüzlükle Mücadele Avrupa Komisyonu da kurulmuştur. Karan'ın tanımına göre; bu komisyon, 1993 yılında *“Avrupa Konseyi'ne üye devletlerin katılımıyla Viyana'da gerçekleşen Birinci Hükümet ve Devlet Başkanları Zirvesi'nde ırkçılık, yabancı düşmanlığı, Yahudi düşmanlığı ve hoşgörüsüzlükle (ırk, ten rengi, dil, din, uyrukluk ya da etnik köken temelindeki ayrımcılıklar da dâhil olmak üzere) mücadele etmek amacıyla kurulmuştur.”*²¹

Diğer yandan, Nefret Suçları ve Nefret Söylemi kavramlarının Türk iç hukukunda henüz ayrıntılı olarak düzenlenmemiş ve ifade edilmemiş oldukları görülmektedir. Bu bağlamda, uluslararası alanda insan haklarını korumakla mükellef olan denetim mekanizmaları tarafından, Türkiye'nin de diğer bazı ülkeler gibi eleştiriye tabi tutulduğundan bahsedebiliriz. Örneğin; denetim mekanizmalarından olan Irkçılığı ve Hoşgörüsüzlüğe Karşı Avrupa Komisyonu (ECRI) bugüne kadar Türkiye'yi dört kez ziyaret etmiş ve yayınladığı raporlarda nefret söylemi ve suçları ile ilgili çok sayıda eleştiri hazırlamıştır. ECRI'nin Türkiye için yayınladığı 1999, 2001 ve 2005 tarihli raporlarında özellikle Yahudi, Rum ve Ermeni azınlıklara yönelik düşmanlık içerikli düşünce açıklamaları, bu açıklamaların özellikle politikacıların nefret içerikli bir dizi ifadelerinden oluşması, halkı kin ve düşmanlığa tahrik edilmesini bir suç haline getirmiş olan eski Türk Ceza Kanunu'nun 312 nolu maddesinin dezavantajlı grupları korumak yerine aksine onları cezalandırmak için kullanılmaları konularında eleştiriler yapılmıştır. Bir diğer uluslararası denetim mekanizması olarak Irk Ayrımcılığının Ortadan Kaldırılması Komitesi'nden bahsedebiliriz. Bu komite tarafından, 2009 yılında Türkiye için bir değerlendirme yapılmış ve ECRI tarafından belirtilen eleştiriler burada da yer almıştır. Bu bağlamda, bu mekanizmalar tarafından yapılan eleştiriler sonucunda Türk Ceza Kanunu'nda nefret suçları ve nefret söylemi ile ilgili maddelerde çalışmalar ve düzenlemeler

²¹http://nefretsoylemi.org/rapor/nefretsoylemi_min.pdf, a.g.e.

yapılmıştır. Örneğin, TCK'nın 216.maddesinde yer alan “halkı kin ve düşmanlığa tahrik suçu” ile ilgili çok sayıda (özellikle Avrupa Birliği uyum süreci çerçevesinde) düzenlemeler yapılmıştır. Maddeye göre; halkın sosyal sınıf, din, mezhep, ırk ya da bölge açısından farklı özelliklere sahip olan bir kısmını, diğer bir kısım aleyhine kin ve düşmanlığa direk olarak kamu güvenliği açısından açık bir tehlike oluşturacak şekilde tahrik etmek, halkın bir kısmını, sosyal sınıf, din, mezhep, cinsiyet, ırk ya da bölge farklılığına dayanarak alenen aşağılamak ve halkın bir kesiminin benimsediği dini değerleri kamu barışını bozmaya elverişli olacak şekilde alenen aşağılamak ayrı ayrı suçlar olarak düzenlenmektedir. 216.madde geçmişte ifade özgürlüğü önünde büyük bir engel olarak değerlendirilmiş ve bu nedenle de eleştiri almıştır. Bu bağlamda, “açık ve mevcut tehlike” kavramına ölçüt getirilmesi ve “kamu güvenliği” teriminin eklenmesi ile ifade özgürlüğünün önünde bir engel yaratmaması için Avrupa Birliği kapsamında anayasal düzenlemeler yapıldı. Bu düzenleme ve eklemeler, ifade özgürlüğü açısından olumlu bir düzenleme anlamına gelirken diğer yandan nefret söylemi ve nefret suçunun cezalandırılmasının önünde engel oluşturmuştur. Özellikle “kamu güvenliği açısından mevcut tehlikenin tespiti” değerlendirilmesi zor olan bir ifadedir. Bu bağlamda, bu düzenlemenin kanunlarda doğru bir şekilde uygulanması konusunda da sıkıntılar yaşanmaktadır.

Türk Ceza Kanunu'nda 216.madde gibi yeniden düzenlemeye tabi tutulan diğer bir madde ise 301.maddedir. Bu maddede, “*Türk milletini, Türkiye Cumhuriyeti Devleti’ni, Türkiye Büyük Millet Meclisi’ni, Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti’ni, devletin yargı organlarını, devletin askerî veya emniyet teşkilatını alenen aşağılamak*” suçu yer almaktadır.²² Düzenlemeden önceki ifadede “Türk milleti” yerine “Türklük” ifadesi kullanılmaktaydı. Bu nedenle sadece Türk etnik kimliğine göre yorumlanıyordu. 2007 yılında yapılan düzenleme ile 301.madde, Anayasa’nın 66.maddesiyle uyumlu hale getirilmeye çalışıldı. Ancak yine de bu maddenin yeni halinin de, Türk etnik kökenli vatandaşların dışındaki kişilerde yani diğer etnik kökene ait olan kişilere yönelik aşağılama suçunu kapsayacak şekilde uygulanmasında sorunlar yaşanmaktadır.

Türkiye hakkında verilen bu raporların ortak özelliklerinden biri de radyo ve televizyon yayınlarını da kapsamalarıdır. Bu bağlamda, özellikle nefret söylemi

²²<http://tbbyayinlari.barobirlik.org.tr/TBBBooks/tck301.pdf> / Erişim Tarihi: 20 Ocak 2014

konusunda gündeme gelen diğer bir alan ise medyadır. Günümüzde giderek daha fazla yaygınlaşan televizyon, radyo ve özellikle internet yayıncılığı alanlarında nefret söylemi içeren ifadeler sıklıkla kullanılabilmektedir. Radyo ve televizyonu kapsayan yayıncılık alanlarında, yaptırım uygulama ve düzenleme yetkilerine sahip olan kurum ise Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)'dur. Bu bağlamda 3984 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun"un özellikle iki maddesi üzerinde durmak gerekmektedir. Bu maddeler 4. ve 33.maddedir. 4.madde radyo, televizyon ve veri yayınlarında uyulması gereken genel yayın ilkelerini kapsarken; 33.madde ise bu yayın ilkelerine uyulmadığı durumlarda uygulanabilecek yaptırımları kapsamaktadır. Bu maddelerde, nefret söylemi ve nefret suçu açısından olumlu olarak görülebilecek bazı yasaklar da yer almaktadır. Örneğin, kanunun 4. maddesinde uyulması gereken kurallar olarak *"toplumu şiddete, teröre, etnik ayrımcılığa sevk eden veya halkı sınıf, ırk, dil, din, mezhep ve bölge farkı gözeterek kin ve düşmanlığa tahrik eden veya toplumda nefret duyguları oluşturan yayınlara imkân verilmemesi, insanların dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri nedenlerle hiçbir şekilde kınanmaması ve aşağılanmaması, kadınlara, güçsüzlere, özürlülere ve çocuklara karşı şiddetin ve ayrımcılığın teşvik edilmemesi, yayınların şiddet kullanımını özendirici veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmaması"* yer almaktadır.²³ Ancak, yasal olarak düzenlemesi düzgün olmasına rağmen nefret söylemiyle ilgili bu fıkraların uygulamaya geçmesinde yine sorunlar olduğunu söylemek mümkündür. 2010 yılının Ocak ayında RTÜK tarafından yayınlanan istatistiksel verilere göre bu düzenlemeler kapsamında gerçekleşen ihlaller ve uygulanan cezai yaptırımlar sırasıyla şu şekildedir:²⁴

- Reklam ihlalleri
- Çocukların ve gençlerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyecek türden programları onların seyredebileceği zaman ve saatlerde yayınlamaya ilişkin ihlaller
- Kişilerin manevi şahsiyetlerine eleştiri sınırları ötesinde saldırıda bulunulan yayınlara ilgili ihlaller
- İnsan onuruna ve temel insan haklarına aykırı yayınlara ilgili ihlaller

²³http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=8e56c98d-e0fd-4c25-a9c4-1c615a431b71 / Erişim Tarihi: 22 Ocak 2014

²⁴<http://bianet.org/bianet/medya/116071-rtuk-ilk-ceyrekten-cok-gizli-reklama-ceza-verdi> / Erişim Tarihi: 22 Ocak 2014

- Bilgi iletişim telefonları yoluyla yapılan yarışmalar, çekiliş, lotarya ve anketlerden kaynaklanan ihlaller
- Şiddet kullanımını özendiren yayınlardan kaynaklanan ihlaller

Bu listeye baktığımızda, nefret söylemi ile ilgili olarak değerlendirilebilecek en önemli yaptırımın şiddete özendirme ile ilgili olan başlık olduğunu söyleyebiliriz.

İnternet yayıncılığı hakkında ise, yasal olarak 2007 yılında yürürlüğe girmiş olan 5651 sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun” öne çıkmaktadır. Bu kanunun 8.maddesine göre; “*İnternet ortamında yapılan ve içeriği intihara yönlendirme, çocukların cinsel istismarı, uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma, sağlık için tehlikeli madde temini, müstehcenlik, fuhuş, kumar oynanması için yer ve imkân sağlama ve 5816 sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanun’da yer alan suçları oluşturduğu hususunda yeterli şüphe sebebi bulunan yayınlarla ilgili olarak erişimin engellenmesine kararı verilmektedir*”. Ancak daha önce görülmüş olan davalara bakıldığında, Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı tarafından farklı suçlarla ilgili birçok siteye erişimin engellenmesi kararı verilirken, verilen bu kararların arasında nefret söylemi içeren sitelerin yer almadığını belirtebiliriz.²⁵

1.5. Türkiye’de Nefret Söylemi ve Futbol Kültürü

Nefret söylemi, genel tanımlamayla Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi’nin 1997 tarihli tavsiye kararında belirttiği üzere, kaynağı hoşgörüsüzlük olan, kendi gibi olmayanı ötekileştirmeye ve/veya yalnızlaştırmaya yönelik olan, önyargılar ile beslenen nefreti yayan, savunan, teşvik eden veya haklı çıkaran ifade biçimidir. Bu bağlamda, nefret söylemi kategorisel olarak, cinsel kimliklere, engellilere, yabancılara ve/veya göçmenlere, kadınlara, değişik inançlara ve/veya mezheplere ve çeşitli hastalıklara yönelik olabileceği gibi aynı zamanda spor ve siyaset alanına da yönelik de olabilir. Bu tip söylemler aynı zamanda hem ırkçılık hem de şiddet içeren ifadeleri de içinde barındırabilir.

²⁵Özden Cankaya ve Melike B. Yamaner, **Kitle İletişim Özgürlüğü**, 2. Baskı, İstanbul: Beta Basım A.Ş., 2012, s.352.

Talimciler'e göre; "*Futbol, diğer spor dallarıyla kıyaslandığında hem daha yaygın hem daha simgesel bir toplumsal ifade kanalı açarak gelişebildiği için toplumsal yaşama yansıması daha fazla olmuştur.*"²⁶ Bu yansımanın sonucu olarak futbol popülerlik kazanmıştır ve bunun en önemli kaynağı da bizim bu oyuna verdiğimiz anlamdır. Bu bağlamda, futbola yeniden baktığımızda, bu oyun üzerinden bir gerçeklik kurgusunun oluşturulmaya çalışıldığını görmek mümkündür. Bu kurgu oluşturulurken de mevcut olan düzenin ve iktidar sisteminin korunması konusu karşımıza çıkmaktadır. Bu çıkış, spor özelinde futbol, toplumsal yaşamın içine dahil olarak kültürün üretilip dolaşıma sokulmasında etkili olarak olmaktadır. Bu bağlamda da, futbol egemen ideolojilerin üretilmesinde, iktidar ilişkilerinin yeniden üretilmesinde ve toplumsal rızanın sağlanmasında kullanılan bir simgeler sisteminden meydana gelmekte ve meşrulaştırıcı ideoloji görevi görmektedir. Mevcut olan iktidar kendini meşrulaştıracak bir bilgi sistemine ihtiyaç duyar ve üretir. Futbol kültürü bu bağlamda kullanılabilen bir araçtır. Futbol, popüler kültürün en önemli alanlarından birisidir ve kendi söylemini yaratmaktadır. Yarattığı bu söylem daha çok, toplumsal alan içerisinde "biz" ve "onlar" olmak üzere iki ayrım alanı yaratmakta ve özellikle uluslararası karşılaşmalarda milliyetçi kavramları öne çıkartan bir anlayış yaratmakta ve bunu pekiştirmektedir. Futbolu topluma ulaştıran iletişim araçlarının kullandığı dil ve söylem, içerisinde milliyetçi öğeler, stereotipler, toplumsal birlik sembolleri barındırmaktadır. Clarke'e göre, bu medya araçları bir yandan olayları yorumlayarak aktarırlarken diğer yandan da ideolojik değerleri güçlendirirler. Bu bağlamda, toplumdaki kişileri, gerçekliğin yeniden kurgulanmış haliyle karşılaştırır.²⁷ Hem Türkiye'de hem dünyada futbol kültürüne bağlı nefret söylemi, iletişim araçlarının aracılığıyla geniş kitlelere yayılır.

Türkiye'de futbol kültürünü incelediğimizde özellikle askeri diğer bir deyişle militarize bir dilin kullanıldığı görülmektedir. Bu dil kullanımı, seçilen haber başlıklarında, kullanılan fotoğraflarda ve haber metinlerinde kendini göstermektedir. Bu bağlamda, Türkiye'de futbol kültürünün iletişim yani medya araçlarıyla özellikle

²⁶Ahmet Talimciler, **Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi**, 2. Baskı, İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2003, s.13.

²⁷Alan Clarke and John Clarke, *Highlights and Action Replays: Ideology, Sport and Media*, Der.: Jennifer Hargreaves, **Sport, Culture and Ideology**, London: Routledge, 1995, p.62-87.

milliyetçi ve militarist bir dil ve söylem kullandığını (Örneğin; futbol takımını bir orduya benzetmek, istenilen bir sonuç alındığında bu sonuçtan hedefi vurma şeklinde bahsetmek, bir maçın sonunda alınan galibiyeti şehitlere ithafetmek gibi) ve bu söylemin özellikle görsellerle ve fotoğraflarla sık sık desteklendiğini söyleyebiliriz. İnceoğlu'na göre Türkiye futbol kültüründe nefret söylemi ve / veya nefret suçları şu şekilde yer almaktadır; *“Türkiye’de özellikle “Futbol Medyası”nda, “Spor Medyası” diye bir şey yok, yüzde doksan beş futbola yer ayrıldığı için ve ciddi anlamda ırkçılığı, milliyetçiliği, şovenizmi, çoğu zaman cinsellikle beraber, katkı payı da sağlayarak, hep, “Türk’ün Türk’ten başka dostu yoktur” şiarından hareketle, “göster şu Avrupalı’ya Türk’ün kim olduğunu” gibi, “hindi hindi dediniz, nasıl yedirdik size” gibi hep böyle bir kendini ispat, göster anlaşılar.”*²⁸

2. Fanatizm

Bir futbol takımına, müzisyene, oyuncuya ve/veya futbolcuya duyulan hayranlık düzeyini ifade eden fanatizm, temelinde fan ve hayran olma ve sempati ve sevgi durumunu barındırmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, fanatizm, aslında temelinde hayranlık ve sevgi düzeyini ifade etmektedir ve olumlu bir ifade biçimidir. Tehlikeye varan boyutu ise saldırganlık ve şiddet de içeren holiganizmdir.

2.1. Fan ve Fanatizm Kavramları

Fan İngilizce kökenli bir kelime olup tutku derecesinde seven kişi anlamına gelmektedir. Fan kelimesinden türemiş olan fanatizm veya fanatizm kavramını ise, bir kurum, marka veya topluma mal olmuş birey veya bireyler üzerinde yoğunlaşan sevgi veya sempati durumu olarak tanımlamak mümkündür. TDK ise fanatizm kavramını, *“bağnazlık”* olarak tanımlamaktadır.²⁹ Fan kelimesinin daha ileri seviyesi olan fanatik kişiyi ise, fanatizm duygusunu aşırı yaşayan birey olarak açıklamak mümkündür. Türkiye’de bu kavram daha çok spor, siyaset ve sanat alanında gözlemlenmektedir. Bu alanlarda, çok eskiden kurulan fan forumları vardır ve dijital

²⁸İnceoğlu ve Sözeri, a.g.e.

²⁹http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.53859631742fc7.2.1133121 / Erişim Tarihi: 26 Ocak 2014

medyada fanların ve/veya taraftarların bu kadar organize olabilmelerinin temelinde de bu forumlar yatmaktadır. Çünkü Facebook, Twitter gibi dijital mecralardan çok daha önce var olan fan / hayran forumları yoluyla, kişiler hayranı oldukları sanatçı, futbolcu, siyasetçi, futbol takımı gibi kişi, kurum veya kuruluşlar etrafında bir araya gelmiştir.

Tanım olarak, fan kulüp ya da hayran kulübü; bir sanatçının, kişinin ya da bir fikrin hayranları tarafından kurulan ve ona adanan kulüptür. Bu kulüplerin kısa adı ise forumdur. Hayranlar tarafından yürütülen bu forumlarda genellikle hayranı olunan varlık veya kişi ile ilgili tartışmalar, destek çalışmaları, haberler, fotoğraflar ve diğer bilgiler bulunur. Bu forumlar hayran olunan kişi veya kurumların web sitesine eklenmekte ve web sitesi adresi üzerinden erişilmektedir. Örneğin, bir müzisyen olan Emre Aydın'ın 2005 yılında kurulmuş olan resmi yani diğer bilinen adıyla "official" forumunda o yıldan günümüze 208 bini aşan tekil kullanıcısı olmuş, bu kullanıcılar daha sonra sanatçının facebook sayfasına da katılmış ve eskiden forumda birbirlerine bağlı olan aynı bağlı kitle Facebook üzerinden fan olma durumuna devam etmiştir.³⁰ Aynı şekilde futbol takımlarının, isimleri toplumun büyük kesimi tarafından bilinen ve tanınan fan grupları da, örneğin ultraslan.com, Antu.com, 12numara.org, bordomavi.net taraftar grupları gibi, bu şekilde forum tabanlı başlayıp daha sonra da Facebook ve Twitter mecralarında birbirine bağlı kalmıştır. Temelde bakılacak olursa; aslında fan olma durumu hayran olma durumudur, temelinde zararsızdır ve dijital mecralar üzerinden hayran olunan kişi veya kurumlara mümkün olduğu kadar yakın olma ve birlikte sevme durumunun dışıdır.

Fanatiklik duygusunun tehlike boyutunda, saldırganlığa dönüşen durumuna ise holiganizm denmektedir. İkisi arasında bir ayrıma gidecek olursak, taraftar olma durumu bir sevgi eylemi iken holiganizm aşırı fanatizm durumunun ortaya çıkardığı saldırganlık boyutudur, bu sebeple tehlikelidir. Bir futbol takımının fanları çoğunlukla birbirlerinden farklıdır bu yüzden takım farklı farklı desteklenir. Ancak hepsinin tek bir ortak amacı vardır, karşılaşmanın sonucunda kazanan taraf olmak. Örneğin, maç yerine bir kaç saat öncesinden gitmek, hava soğuk olmasına rağmen

³⁰ www.forum.emreaydin.org / Erişim Tarihi: 10 Şubat 2014

maça gitmek, maç süresince ayakta durmak, kalabalığın içinde kalmak. Takım maçı kazandığında ise çekilen tüm bu eziyetler unutulur. Fanatizm ise taraftarlığın bir üst boyutudur. Galeano'ya göre, fanatik bireyler, kendilerini takımlarına karşı çok daha büyük bir güçle bağlı hissederler ve bu bağlılık senin için ölürüm ve/veya öldürürüm aşamasına kadar ulaşabilmektedir.³¹

Uluğ'a göre, asıl tehlikeli olan holiganizmdir. Holiganizm taraftarlığın en ileri boyutudur. Ancak bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de taraftar, fanatizm ve holigan kavramları birbirine karışmıştır. Uluğ bu kavramları şöyle açıklar; “*Sabahın beşinde maça gidip yağmurda sıırıslıklam olanlar taraftar ya da fanatiktir. Koltukları kırıp sahaya atanlar ise holigan. Bunu iyi değerlendirmek gerekmektedir*”.³² Bu bağlamda, taraftar ve fanatik kavramlarını bir bütün olarak da ele almak mümkündür. Çünkü taraftarların çoğu takımına hayranlık beslemektedir ve fanatiktir.

2.2. Taraftarlık Kültürü

Futbol, günümüz kitle insanını peşinden en çok koşturan spor dalı haline gelmiştir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi de, maç süresi boyunca bireylere yepyeni bir kimlik kazandırabilme gücüne sahip olan tek yapı olmasıdır. Bu bağlamda, geçmişten günümüze, spor kulüplerinin ve futbol oyuncularının kazandığı paralar, futbol kulüpleri tarafından yapılan şikeler gibi konularla futbol daha büyük ve karmaşık bir yapı haline gelmiştir. Diğer yandan ise eskiden beri var olan bir yapı olarak taraftarlar her zaman olmuştur. Kozanoğlu'na göre, taraftarlığı tanımlamak ve anlatmak oldukça zordur. Bunu şöyle dile getirmektedir; “*Hakkari'nin dağındaki adam nasıl Fenerli olur, Galatasaray yenildiğinde beş yaşındaki çocuk niçin gözyaşlarını tutamaz, ne biçim bir Beşiktaş sevgisidir ki taraftarın biri Dünya Kupası'nda tribune Karakartallar pankartı asar ya da cebindeki son parayla Tokatspor'un maçına gidilir*”.³³

³¹Eduardo Galeano, **Gölgede ve Güneşte Futbol**, (Çev: E. Önalp ve M. Kutlu), İstanbul: Can Yayınları, 2006, s.23.

³²Ayhan Dever, *Futbol Taraftarlarının Yeni Mabedi: Disneystat'ların Doğuşu*, **Yalova Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı: 5 Ekim 2012 - Mart 2013, s.93-106.

³³Can Kozanoğlu, **Türkiye'de Futbol 'Bu Maçı Alıcaz'**, İstanbul: Kıyı Yayınları, 1990, s.79-80.

Taraftar, iki takımdan birini destekleyen bireylere verilen addır. Kelime itibariyle, tuttuğu kulüplerin faaliyetlerine destek olan, kulübün hizmetlerini belirli bir ücret karşılığında alan ve kulübün asıl kitlesini oluşturan topluluk olarak tanımlanabilir. Taraftar kelimesi daha çok futbol takımlarının sempatanlarına bu isim olarak verilmekte, siyasette ise partizan anlamında da kullanılmaktadır.³⁴ Taraftarlık ise kelime olarak, bir şeye taraf olma yani bir takıma karşı diğerlerinden daha fazla eğilim göstererek destekleme ve/veya o takımın sergilediği davranışlara sempati duyarak taraf olma anlamlarına gelmektedir.³⁵ TDK'ya göre taraftar kelimesi anlam olarak, “*sporunun veya sporcuların temsil ettikleri renklere, kulübe veya bayrağa bağlı kimsedir*”.³⁶ Örneğin, taraftarlar takımlarını desteklemek için taraftarı oldukları takımın renginde forma giyerek o takımı desteklediklerini gösterirler. Bu bağlamda, taraftar sosyolojik açıdan bakıldığında, belli bir kültüre ait bireylerin bir araya gelerek oluşturduğu ve birbirlerine samimi olan ilişkilerle bağlı bir topluluk yığındır.

Ortak bir “taraftarlık” kültürüne sahip olan taraftar, takımının maçlarını seyrederken kendini hiçbir zaman yalnız hissetmez çünkü kendi “cemaati” ile yani kendi tuttuğu takımı tutan diğer bireylerle iç içedir. Bu yüzden, taraftarlıkta yalnızlık yoktur tersine birarada olma durumu vardır. Birarada olma durumunda ise ortak bir amaç için hareket etmek ve ortak bir mutluluğa erişmek düşüncesi hakimdir. İnsanların takım tutma ve taraftar olma nedenleri çok çeşitlidir. Örneğin, bir kalabalığa ve ortak bir amaca sahip olmanın mutluluğu için, kendi şehrinin takımı olduğu için, takımını sevdiği için, aile üyeleri o takımı tuttuğundan birey kendini onlarla özdeşleştirdiği için gibi bir çok neden vardır. Bu örnekler çoğaltılabilir niteliktedir ve günümüzde futbolun ve taraftar platformlarının değişip dönüşmesiyle birlikte değişik boyutlara da ulaşmaktadır. Taraftar tuttuğu takımla aynı zamanda alt

³⁴ Ali Aycan, Ercan Polat ve Yılmaz Uçan, *Takım Özdeşleşme Düzeyi İle Profesyonel Futbol Müsabakalarına Seyirci Olarak Katılım Kararını Etkileyen Değişkenler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, **Spormetre**, Ankara Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 2009, VII (4), s.169-174.

³⁵ Sabri Özbaydar, **İnsan Davranışlarının Sınırları ve Spor Psikolojisi**, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1983, s.125.

³⁶ http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5304c9af11ab60.71304592 / Erişim Tarihi: 28 Ocak 2014

bir kimliğe de sahip olmaktadır. Bu da taraftarlığın en önemli nedenlerinden ve örneklerinden birisidir.

Taraftarlar takım tutarken yalnız olmadığı, parçalardan oluşan bir bütün olarak bir arada olma duygusu yaşadığı için “biz” yani takımına aidiyet duygusu oluşmaktadır. Bu bağlamda, bireye göre ait olduğu takım yani “biz” kazanır ve diğer takımlar yani “ötekiler” ise kaybetmeye mahkumdur. Acet, spor taraftarı olma konusuna psikolojik ve sosyolojik olarak şöyle yaklaşır; “*Her toplumda bireylerin bazı gereksinimleri vardır. Bireyler ise bunları dürtü ve güdülerini ile davranışlara dönüştürerek doyuma ulaşırlar. Taraftarlar sıklıkla kendi özel yaşmalarındaki beklenti ve umutlarını takım veya kulübün başarılarıyla doyurmaktadırlar*”.³⁷ Yani birey toplumsal hayatında başaramadığı şeyleri tuttuğu takımın milyonlarca kişilik parçasından biri olarak, onun başarılarıyla ikame etmekte ve mutlu olmaktadır. Sosyolojik açıdan bakılacak olursa, bu bireyler toplumun farklı kademelerinde yaşamaktadırlar bu bağlamda da aralarında tabakalaşma farklılıkları vardır. Bu tabakalaşmaya en temel olarak örnek olarak gelir durumunu verebiliriz. Futbol ise bu farklılığı gidermekte, bireyleri tek bir amaç için tek bir çatı altında toplamaktadır. Fişek, Sporun Anatomisi kitabında tabakalaşma olgusunu ve üç büyük takımın taraftar profilini diğer bir yönüyle şu şekilde açıklamaktadır: “*Halka göre Galatasaray aristokrasiyi, Fenerbahçe burjuvaziyi, Beşiktaş ise işçiyi simgelemektedir. Bu simgeleme ise toplum genelindeki sınıfsal bölünmeleri yansıtmaktadır*”.³⁸

Taraftarların takım tutmalarının bir diğer nedeni de “bölgecilik” durumudur. Bu bağlamda, birey doğduğu veya büyüdüğü yerin takımını tutmakta ve bu nedenle bir yandan memleketine ihanet etmeme hissini yaşarken diğer yandan da milliyetçilik duygusunun gelişmesine ve pekişmesine destek sağlamaktadır. Çoğu kişi de hem doğup büyüdüğü yörenin takımını hem de üç büyüklerden birini tutmaktadır. Örneğin, yöresel olarak Kocaelispor’u tutarken ulusal olarak Galatasaray’ı tutmak gibi. Bu durum özellikle yıllardır şampiyon olan bu yüzden de üç büyükler olarak anılan Galatasaray, Fenerbahçe ve Beşiktaş takımlarıyla ilgilidir. Bu bağlamda, bireyler başarılı bir takımın taraftarı olmak istemeleri nedeniyle “üç büyükler”in

³⁷Mehmet Acet, **Sporda Saldırganlık ve Şiddet**, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları, 2006, s.31.

³⁸Kurthan Fişek, **Sporun Anatomisi**, İstanbul: YGS Yayınları, 2003, s.27.

tarafı olmaya yönelmekte ve bu durumda da bu takımların taraftar sayısı sürekli artmaktadır. Aynı zamanda hayranı olduğu bir futbolcu o takımda olduğu için takım tutan taraftarlar da mevcuttur. Bu durum özellikle futbolcu iyiye ve herkes tarafından sevilen bir karakterse daha çok görülmektedir. Bu sebeple, birey kendisini yıldız bir oyuncu ile eşleştirmekte ve oyuncunun transfer olduğu takım hangisiyse onu tutmaktadır. Örneğin, Didier Drogba gerek karakter olarak gerek futbol oynadığı olarak evrensel ve herkesin sevdiği bir futbolcudur. Fildişi takımından Galatasaray'a transferi sürecinde oldukça konuşulan ve hakkında çok haber yapılan bir yıldız olmuştur. Bu bağlamda, Galatasaray'da oynadığı için Galatasaray'ı tutan taraftarlar vardır.

Kozanoğlu'na göre üç genel taraftar şekli diğer adıyla grubu mevcuttur. Bu grupları şöyle betimlemektedir: *“Bazıları ‘hasta’ taraftardır, diline vurmuştur, o da hayatta bir defa maça gitmiştir ama konu futboldan açıldığında aslan kesilir, takımına hiçbir şekilde toz kondurmaz, tartışma ve iddaya girer. Bazıları ‘dengeli’dir, öylesine taraftardır, bu grubun diğer şekli de yine dengelidir sıkıca taraftardır, takımına ve futbola sıkı sıkı sarılır. Bazıları ise hafiften dengesizdir; alaturka hooligan kimliğiyle taraftar çeşidini aşar adeta başka bir boyutun insan çeşidini temsil eder. Bazıları da sıkı, sınıksız bir taraftardır. Hooliganlarla karıştırmayanlar için sevimli, hoş ve eğlendirici bir tiptir. Tribünlerin adeta rengi ve futbol muhabbetlerinin baş çeşnidir. Taraftarların fotoğrafı çekilecekse en önde o durmalıdır çünkü o futbola da takımına gerçekten çok şey verir hatta kimi zaman her şeyini verir.”*³⁹

Taraftar kavramı, daha önce de belirttiğimiz üzere, beraberinde birlikte davranmayı yani kolektiviteleri getirir. Bu kolektivite sadece maçı seyretmek için maç günleri aynı stadta yer almayı kapsamaz aynı zamanda taraftarlık, bu ilişki ağları içinde olmayı da kapsamaktadır. Birey diğer taraftarlarla kamusal alan oluşturarak bu ilişki ağı içerisinde ortak bir dil ve ortak tutum alma durumu geliştirmektedir. İlişki ağlarının oluşmasını sağlayan şey futbol kulübüne olan aidiyet hissidir, ancak bu ağın içinde sadece takım tutmayı aşan başka bir ortak kültür de oluşmaktadır. Bu nedenle de artık sadece düzenli futbol takipçisi olmak taraftar olmak için yeterli

³⁹Kozanoğlu, a.g.e.

olmamakta ve içerisinde dayanışmanın, hüznün, mutluluğun birlikte yaşandığı sosyallik ortamı ve sahada olanlar dışında da kollektif bir hafıza oluşturulması taraftarlığın en önemli koşullarından biridir.

Taraftar kimliğinin ortaya çıkışındaki en önemli kısımlardan birisi de kulüp takipçilerinin, belli bir zamanda kulübün kimliğinin yanına, kendilerini ekleyerek ortaya koydukları grup isimlerini almalarıdır. Bu durumu esasında örgütlülüğün bir nevi bildirimi olarak görmek mümkündür. Örnek vermek gerekirse, İngiltere’de holigan grupları, İtalya’da ultras grubu, Latin Amerika’da barras bravas adındaki taraftar gruplarının kimliklerinin net olarak oluşumu farklı tarihlere denk gelmektedir. Örneğin, yaygın olarak tanınan ve ilk kurumsallaşmış taraftar gruplarından olan Fossa De Leoni taraftar grubu, İtalya’da Milan tribünlerinde oluşmuş olan 1960’ların sonunda oluşmuş ve ortaya çıkmıştır. Türkiye’den örnek verecek olursak, Beşiktaş’ın “Çarşı” ve Ankaragücü’nün “Güçlüler” isimli taraftar grupları 1980’lerin başlarında ortaya çıkmıştır ve bu örgütlenme bir diğer anlamıyla taraftar grubu olarak kimliklenme sürecinin Türkiye’deki en önemli parçalarıdır. Günümüzde baktığımızda ise, bütün alt liglerde yer alan kulüpleri de kapsayacak şekilde neredeyse tüm futbol kulüplerinin destekleyici taraftar gruplarının olduğunu görmekteyiz. Türkiye’de bu taraftar gruplarının oluşumları özellikle 1990’larda artmış, 2000’li yıllardan itibaren ise bu grupların kurumsallaşması süreci hızlanmış ve bu bağlamda etki alanları artmıştır. Bu süreçten itibaren ise grup adları ve sembolleri, taraftarların nezdinde futbol kulüplerinin adının bile önüne geçebilmiş, kulüplerden daha çok bilinir hale gelmiştir.⁴⁰

Taraftarlık olgusunun diğer yönlerinden bahsedecek olursak, takımı başarılı olduğunda yanında olan, kendisini de başarılı gören, takımını öven ve adeta tutkuyla bağlı olan taraftarların bir çoğu takımı başarısız olduğunda aynı şekilde davranmamaktadır. Yenilgi döneminde bireyler vetaraftarlar değişmiş bir yapıya bürünmektedir. Yenilgi sonrası taraftar davranışları, sporculara, hakemlere ve kulüp yönetimine saldırı ve küfürler, protestolar olarak karşımıza Türkiye’nin her yerinde çıkmaktadır. Çünkü, taraftar gruplarında oluşturulan ve taraftarlarda kolektif hareket etmeyi zorunlu hissetme ve kolektif harekete yönelme davranışı vardır. Kimi

⁴⁰Berkay Aydın, Duygu Hatipoğlu ve Çağdaş Ceyhan, *Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı 26, Kış-Bahar 2008, s.289-316.

tarafarlar üzerine yapılan çalışmalarda, grup kimliğinin dayandığı farklı noktalar olduğuna ve bu tarafar gruplarının seyircilik konumundan çok farklı gündemleri olduğuna dikkat çekilmektedir.⁴¹ Bu gündemler genellikle oynanan futbol ve sahadaki süreçlerle ilgili olmamaktadır. Örneğin, tarafarın saha dışında var olan ilişkileri, anıları ve kavgaları futbolculardan ya da teknik direktörün takımı sahaya çıkarma şeklinden, takımın dizilişinden çok daha öncelikli, birincil ve önemli konumdadır. Bu ifadedeki konum tanımı, sahada oynanan futboldan daha farklı bir gündemi ifade etmektedir. Bu durum tarafar gruplarının ve tarafar olarak tanımlanmanın en ayırıcı özelliklerinden birini içermektedir. Hatta bazı tarafar gruplarının, stadyumda ma sırasındaki tezahüratları takımlarına yönelik ve destekleyici olmak yerine tarafarın baskın bir şekilde kendi dünyasına ait söylemleri içerebilmektedir. Örneğin, futbol takımınaya da futbolculara yönelik teşvik edici, umutlandırıcı ve cesaretlendirici ifadeler yerine, stadyumlarda tarafar grubunun kendisini ne çıkardığı ifadelerle sıklıkla karşılaşılmakta hatta bir çok stadyumda bu durum tarafar tezahratlarının da ana eksenini oluşturabilmektedir.⁴²

2.3. Medyada (teki) Fanatizm Konumlandırması

Futbol, özünde bir spor dalı olarak diğer spor dallarına oranla herkese daha fazla açık ve herkesin oynayabileceği bir spor dalıdır. Örneğin, basketbolcu olabilmek için boyunuzun uzun olması gibi fiziksel ihtiyaç ve zorunluluklar, voleybol oynarken belli file yüksekliliği, oyuncuların birbirine temas etmemesi gibi zorunluluklar varken futbol gerek kuralları gerekse oyuncu özellikleri bakımından daha zgr bir daldır. Aynı zamanda, bu da futbolu daha geniş kitleler tarafından sevilen ve takip edilen bir alan haline getirmektedir. Örneğin, herkesin tuttuğu bir basketbol ya da voleybol takımı yokken çoğu kişinin tuttuğu bir futbol takımı vardır. Toker'e göre, futbol, gelişmişlik düzeylerine veya rejimlerine bağlı olmaksızın dünyadaki tüm ülkelerin ve bireylerin ilgisini çeken bir spor dalıdır, bu bağlamda daha eşitlikçidir. Bu açıdan bakıldığında, futbolun ayrımcılık yönleri, temelinde

⁴¹A.g.e., s.302.

⁴²Duygu Hatipoğlu ve Berkay Aydın, **Bastır Ankaragücü: Kent, Kimlik, Endüstriyel Futbol ve Tarafarlık**, Ankara: Epos Yayınları, 2007,s.39.

oyunun kendisiyle veya doğasıyla değil medya araçlarıyla sunumuna bağlı ve bununla ilişkilidir.⁴³

Kitle iletişim araçları, bireylerin kitle ile kurması gereken zihinsel bağı yapılandırılmış bir gerçeklik sistemi içinde sağlamaktadırlar. Bu bağlamda, kişiler medyanın yönlendirmelerinden de etkilenmektedirler. Medya, araçları ve kullandığı dil ve söylemle, bireyleri futbol özelinde ise taraftarları, ortak bir duyuya yönlendiren ve bu nedenle de bireylerin zihinsel anlam haritalarının oluşmasını sağlayayan, toplumdaki iktidarların rıza üretim üretim araçlarındandır. Oskay’a göre: *“iletişim gündelik yaşamımızda bize nesneleri, insanları tanımlar, işbölümü içinde değişik toplumsal roller yüklenmiş insanlara bu rolleri yerine getirirken, bu rol dağılımından oluşan toplumun o tarih dönemindeki hayat tarzını öğretir, olumlattır, yeniden-üretimi için gereken değerlendirme biçimlerini aşılır. Toplumsal sistemin sürmesini, kendini yeniden üretmesini sağlar.”*⁴⁴ Daha ayrıntılı bir şekilde ifade etmek gerekirse, medya haber verirken sadece toplumsal olayları kamuoyuna yansıtılmakta aynı zamanda güç ve iktidar ilişkilerinin dolaşıma girmesini sağlamakta ve yeniden üretim yapmaktadır. Medya araçlarının gücü buradan gelmektedir. Bu açıdan bakıldığında, medyanın, yayınlanan haberler aracılığıyla bireylere ilettiği her haberde gerçek kadar gerçek dışı unsurların da olduğu ve medya araçlarıyla yapılandırılan gerçeklik sonucu bu haberlerin oluştuğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda, medyanın etkisi ile dolaşıma giren bu dil ve söylem, geniş kitleleri haberdar ederek bu haberleri yaşantısına aktarmasına neden olmaktadır. Örneğin, medyanın şiddet olaylarını görmek istemediğimiz olaylar olarak yansıtması, diğer ülkelerle yapılan maçlarda yayınladığı ön yargı içeren haberler, medya araçlarıyla dolaşıma giren kolektif imgeler ve özellikle milletler arası maçlarda oluşturulan birlik duygusu gibi ritüeller futbolun toplumsal ve kültürel bir alan olduğunu göstermektedir. Futbolun günümüzde, kitlesel bir eğlence biçimine dönüşmüş olması ise futbol medyası aracılığıyla taraftarların kolektif bir kimlik edinmesine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda, taraftarlar üzerinde bir millete ait olma hissi yaratılmaktadır.

⁴³Halil Halit Toker, **Futbol, Spor ve Oyun**, İstanbul: Kaynak Yayıncılık, 2007, s.23.

⁴⁴Ünsal Oskay, **İletişimin ABC’si**, İstanbul: Simavi Yayınları, 1992, s.8.

Futbol, günümüzde popüler kültürün en önemli parçalarından biri haline gelmiş ve bu bağlamda kendi dilini yaratmıştır. Talimciler'e göre, futbol hakkındaki zihinsel anlam haritalarımızın yaratılmasında, televizyonlardaki futbol programları ile gazetelerdeki futbol haberleri sayfaları ve sadece futbol haberlerinden oluşan gazeteler belirleyici bir rol oynamaktadır.⁴⁵ Bu yayın mecralarına baktığımızda, yapılan yayınlarla taraftarlar ve futbol kulüpleri ve takımlar ile ilgili, zihinlerimizde var olan şemaların gelişmesinde ve/veya yeni şemaların meydana gelmesinde rol oynadıklarını görmekteyiz. Bu bağlamda, medya, gerek sözlü ve yazılı araçlarıyla yaptığı açıklamalarla gerekse futbol programları yoluyla futbol üzerinden yapılan yorumlarla, bu şemaları insanların zihinlerinde yeniden konumlandırıp kurgularken, "bizim takım" ve "rakip takım" imgeleri altında ikili karşıtlıklardan oluşan bir dil kullanır. Bu karşıtlığı oluştururken, farklılıkları belirginleştirerek gerilimin ve heyecanın artmasını sağlarlar. Özellikle üç büyüklerin maçlarının olduğu günlerde ve hatta öncesinde de yapılan yayınlarda kullanılan abartılı dille futbolu bir oyun olmaktan çıkartarak fanatizmin yükselmesini teşvik etmektedirler. Bu teşvik ile, şiddet, milliyetçilik, etnisite ya da cinsiyetçilik içeren söylemlerle ideolojinin yeniden üretilmesine neden olurlar. Bu bağlamda, sporla ilgili değerler de bireylere taşınmaktadır. Bu taşınmayı sağlayan şey ise taraftarların futbola atfettiği anlam ve sosyal konumlandırmadır. Futbol sadece spor değil aynı zamanda toplumsal yaşamı da içine alan bir alan olduğundan, yaratılan kültür ve toplumdaki kültürel değerlerin de bir parçası haline gelmektedir. Bu nedenle, futbolu aktarma görevi gören medya sadece bu sporu değil aynı zamanda futbolla ilgili kültürü ve kültürel değerleri de aktarır. Bir yandan da medya, erkek egemen ideolojinin yaşamasını sağlamaktadır. Çünkü, futbol özellikle erkekler tarafından kendilerine ait bir alan olarak görülen ve kimlik edinilen bir alandır.

Futbol, medya araçları aracılığıyla kullandığı dil ve söylemle kendi tüketici kitlesini yani taraftarlarını yaratarak onlara iletişim içerisinde olabilecekleri bir topluluk şekli üretmektedir. Gönenç'e göre, kitle iletişim araçlarının futbolla ilgili yayınlara ağırlık vermesinin en önemli nedenlerinden biri ise futbolun çok fazla gelir getiren bir sektör olmasından kaynaklanmaktadır.⁴⁶ Günümüzde sporun ve özelinde

⁴⁵Talimciler, a.g.e.

⁴⁶Aslı Yapar Gönenç, *Futbol Fanatizmi ve Yazılı Basın*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi **Hakemli Dergisi**, Sayı: 24, ISSN: 1302-633X, 2006, s.25-34.

futbolun giderek artan profesyonelleşmesi, ticarileşerek eğlence endüstrisiyle kaynaşması futbolun önemli bir gösteri haline gelmesine yol açmaktadır. Karşılıklı olarak birbirini besleyen bu süreçte, futbolun artan önemi, diğer yandan medya ve reklam endüstrilerini de beslemektedir. Bu bağlamda, sadece Türkiye’de değil dünyada da futbol seyircileri ve taraftarlar reklam endüstrisi için de etkili bir hedef kitle konumuna gelmiş ve futbolun daha çok kitleselleşmesi sağlanmıştır.

Futbol medyası, milli kimliğin yeniden üretiminde adeta bir kuruluş görevi görmekte, sadece saha içinde olup biteni aktarıyormuş gibi görünerek aslında bu aktarımı ideolojik bir yapı içerisinde sunmaktadır. Örneğin, uluslararası derbilerde maçlar spor basınında ve televizyon programlarında “Türksün ezersin, Türkiye’nin gücünü gösterin” gibi aşırı milliyetçi, şövenist bir bağlamla aktarılmakta adeta bir savaş edasıyla ulusal birlik ve beraberliğin ön plana çıkartıldığı, bir ölüm kalım meselesi olarak sunulmaktadır. Yaratılan biz olgusu ve vurgusuyla, bu anlatım daha da güçlendirilmektedir. Bu bağlamda, uluslararası derbilerden önce İstiklal marşımızın çalınması ve Türk bayrağının uzun bir süre gösterilmesi örnek olarak verilebilir. Medya, kitle iletişim araçlarıyla aktardığı bu derbilerde kullandığı rekabetçilik, kahramanlık, takım ruhu gibi metaforlar yardımıyla bu değerleri topluma sürekli olarak sunmakta ve aşılarmaktadır. Ek olarak, bu değerleri sürekli olarak sunduğu için onların doğalmış gibi algılanmasını da neden olarak iktidar ilişkilerinin ve tahakkümün kurulmasını sağlamaktadır.

Futbol, aynı zamanda şiddetin meşrulaştırıldığı bir alan olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, futbolda başarının önemli şey olduğu benimsetilmekte ve özellikle milliyetçilik ve cinsiyetçilik çerçevesinde sunulan şiddet normalleştirilerek meşruiyet kazandırılmaktadır.

3. Futbol ve Medya İlişkisi

Türkiye’de spor medyasını incelediğimizde, gerek görsel gerek yazılı medyada, spor sayfalarının ve kanallarının neredeyse tamamının futbol haberlerine ayrıldığını görmekteyiz. Bu durum, futbolun günümüzde sadece Türkiye’de değil dünyada da en fazla izleyici kitlesine sahip spor branşı olmasından kaynaklanmaktadır. Geleneksel medyada yer alan futbol haberlerinde, kurgulanan rakip takım imgesi üzerinden

gerilimi artırmak için karşıtlıklar konumlandırılmaktadır. Medya, bu dili kullanırken bizim takım kurgulaması da yapmakta, bazen nefret söylemine varabilecek oranda ayrımcı dil veya düşmanlık duyguları içeren manşetler veya haber başlıkları kullanabilmektedir. Medya, farklılıkları sıradanlaştırma, yayma ve normalleştirme gücüne sahiptir. Ayrıca, günümüzde dijital medya ile birlikte haber medyası internet üzerinden de kendine yer bulmaktadır. Dijital medyanın hızlı erişim, kullanıcı türevli içerik üretme ve/veya etkileşimsellik gibi özellikleri aracılığıyla haber metinleri bireylere hızlı bir şekilde ulaşmakta ve bu durum nefret söylemi içeren metinlerin kullanıcı etkileşimi yaratmasına ve daha kolay yayılmasına neden olabilmektedir.

3.1. Futbolun Endüstrileşmesi

Sporun günümüzde, kitlesel bir eğlence, sosyalleşme ve tüketim nesnesi haline gelmesinin nedenleri arasında, spor dalları etrafında yaşanan izleyicilik diğer bir deyişle taraftarlık gelişmeleri ve bir bağlamda da boş zamana ait düzenlemelerin modernite süreciyle birliktedönüşümü yer almaktadır. Futbol özelinde baktığımızda ise bu durum daha net bir şekilde görülmektedir. Futbol, günümüzde en çok izleyici kitlesi bulunan, en fazla ilgi duyulan ve kitlelerin en büyük eğlencelerinden olan sporların en başında gelmektedir. Bu durumun nedenleri arasında, futbolun seyir zevki yüksek bir spor alanı olmasından kaynaklanmaktadır.

Ayakla oynanılan top oyunlarının geçmişine baktığımızda, ilk olarak milattan önce 3000'li yıllarda Asya Hun Devleti'ne ulaştığını görmekteyiz. Daha sonra, Hunların oynadığı bu oyunu, Çinlilerin de görerek daha da geliştirdiği ve Cuju adlı oyunu çıkardıkları bilinmektedir. Bu bağlamda, ilk futbol oyunu, Asya'da Hunlar ve Çinliler tarafından ortaya çıkarılmıştır.⁴⁷ Ayrıca, Antik Yunan'da da futbol benzeri, ayak ve topla oynanan oyunlardan bahsedildiği görülmektedir. Örneğin, ünlü Yunan şairi Homeros M.Ö.8.yy.'da yayınladığı ünlü eseri Odisea'nın içinde top oyunlarından bahsetmektedir. Ayrıca, Türk boylarına baktığımızda, Kaşgarlı Mahmut'a ait, 1074 yılında yazılmış olan Divan-ı Lûgat-it Türk adlı eserde XI. yüzyıl Türk coğrafyasına ait oyun, spor ve eğlence hayatı üzerine oldukça fazla sayıda bilgiler yer almaktadır. Eserde, top oyunları ile ilgili olarak Tepük, Çögen,

⁴⁷Erol Evcin, *Atatürk'ün Spora ve Sporculara Bakışı*, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih - Coğrafya Fakültesi Tarih Bölümü Tarih Araştırmaları Dergisi, Vol.: 33 Issue: 55, s.303-378.

Top yuvarlaşmak gibi kavramlar ve oyun adlarından bahsedilmektedir.⁴⁸

Avrupa tarihine baktığımızda ise, 14.yüzyılda futbolun İngiltere’de ortaya çıktığını görmekteyiz.⁴⁹ Bu dönemde, folk football (halk futbolu) olarak anılmakta ve tek kuralı topu karşı takımın alanına ulaştırmaktır. Bu kural dışında, mekan, zaman, cezalar, hamleler gibi kurallar henüz ortaya çıkmamıştır ve seyirci veya oyuncu ayrımı da henüz yer almamaktadır. Kısaca ifade etmek gerekirse, futbol, ortaçağ İngiltere’sinde bir nevi karnavalı andıran ve hareketliliği sınırlı bir boş zaman eğlencesi olarak toplumda yer almaktaydı. Bu bağlamda, Avrupa tarihine baktığımızda Fransızlar ve İtalyanların da futbolu ilk defa kendi ülkelerinde ortaya çıktığını ve buradan diğer ülkelere yayıldığını iddia ettiklerini de görmekteyiz. Bu durum biraz da futbolun Orta Asya’dan başlayan tarihi boyunca, hemen hemen bütün medeniyetlere yayılmasından ve benzer şekilde oynandığından kaynaklanmaktadır.

Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği (FIFA)’ne baktığımızda ise, futbolun İngiltere’deki tarihinin neredeyse 8.yüzyıla dayandığı ve bu bağlamda futbolun temellerinin İngiltere’de atıldığı ifadelerini görmekteyiz.⁵⁰ 17.yüzyıla gelindiğinde ise, İngiltere’de futbolun çok sevildiği, kralların halkı ve soyluları futbol oynamaya teşvik ettikleri görülmektedir.⁵¹ 17.yüzyıldan itibaren yaşanan ekonomik ve kültürel dönüşümler boş zaman ve çalışma arasındaki dengeyi köklü bir şekilde değiştirdiği için bu durum futbola da yansımıştır. Bu bağlamda, Protestan çalışma ahlakı, endüstriyel üretime geçiş, özel mülkiyetin yaygınlaşması ve kapitalist çalışma mantığının çıkışı boş zamanı ve eğlence aktivitelerini dönüştürmüştür. Ayrıca, ilk olarak “halk futbolu” olarak ortaya çıkan futbolu da dönüştürdüğü görülmektedir. 19. yüzyılın ortalarında İngiltere’de, modernite ile birlikte ortaya çıkan bir kurum olarak okul, halk futbolunu kurallar dahilinde düzenlemiş, medenileştirerek modern futbol haline getirmiştir. Bu okullar arasında oynanan oyunlarla futbolun kuralları oluşturulmuş ve yine aynı dönemde İngiliz Futbol Federasyonu’nun temelleri

⁴⁸Ibrahim Yıldırım, *Tepük Futbol mudur?: XI. Yüzyıl Türk Spor Faaliyetlerinden “Tepük” Oyununun Mahiyeti Üzerine Bir Araştırma*, **Beden Eğitimi Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt:2, Sayı:1, 1997, s.54-62.

⁴⁹Gökhan Gökulu, *Futbol Haberlerinin Sunumunda Şiddet, Fanatizm ve Milliyetçilik*, **Toplum ve Demokrasi Dergisi**, Cilt:2, Sayı:3, Mayıs-Ağustos, 2008, s.147-164.

⁵⁰<http://www.fifa.com/classicfootball/history/> / Erişim Tarihi: 30 Ocak 2014

⁵¹http://perweb.firat.edu.tr/personel/yayinlar/fua_9/9_31782.pdf / Erişim Tarihi: 30 Ocak 2014

atılmıştır. Bu yüzyıldan sonra, futbolun büyük bir hızla dünyaya yayıldığı görülmektedir. Bu yayılım ile birlikte, futbolun icra edilen bir spor ve eğlence olma halinden uzaklaşarak seyirlik bir araç haline dönüştüğü görülmektedir. Bunun sonucunda da, futbol, kuralları ve aktörleriyle kurumsal bir yapıya dönüşmüş ve modernite öncesindeki döneme kıyasla çok daha az boş vakte sahip olan alt ve orta sınıfların, boş zamanlarını harcadıkları ve/veya doldurdıkları etkinliklerin başında yer alan “seyirlik sporlar (spectator sports)” haline gelmiştir.

Guttmann, 1870’li yıllara gelindiğinde İngiltere’deki futbol maçlarının ortalama 20.000 kişi önünde oynandığını belirtmektedir.⁵² Futbolun ücrete tabii olan bir kurum haline gelmesi ise, maç girişinde ilk defa ücret alınmasıyla 1874 yılında İngiltere’nin ilk profesyonel futbol kulüplerinden biri olan Aston Villa tarafından başlatılmıştır, böylece futbol kurusallaşmış, bürokratikleşmiş ve rasyonelleşmiş bir modern futbola dönüşmesinin temelleri atılmıştır⁵³. Stemmler, oyunu seyretmek için girişte ödenen “küçük ücretler” hakkında şöyle demektedir: *“1870’li yıllardan sonra maç biletlerinin satılmaya başlaması eskiden hayal bile edilemeyecek bir yenilikti. Kupa maçlarında elde edilen gelirin büyük bir kısmı, federasyonun o sırada tamtakır olan kasasına akardı. Federasyonun kurulduğu 1863 yılında kasada yalnızca 5 sterlin vardı, bu rakam 1904 yılında 17.000 sterline çıkmıştır.”*⁵⁴

İstanbul’a baktığımızda ise, ilk resmi futbol kulübünün 1902 yılında Lafontaine ve Mr. Horace Armitage’in önderliğinde ve Kadıköy’deki İngiliz ve Rumlar tarafından kurulan Cadikeuy Football Club (Kadıköy Futbol Kulübü)’u görmekteyiz. Pala’nın bildirdiğine göre, ilk defa İstanbul’da, dört takım tarafından yine James Lafontaine’nin önderliğinde 1904 senesinde resmi olarak “İstanbul Futbol Ligi” kurulmuştur.⁵⁵ Bu lig maçlarının seyircilerinin ise daha çok İngilizler, Rumlar ve çok nadiren de Türk gençlerinden oluştuğunu görmekteyiz. Bunun nedeni, o dönemde futbolun Türk gençlerinin de ilgisini çekmesine rağmen yasaklamalar

⁵²Allen Guttmann, **Sports Spectators**, New York: Columbia University Press, 1986, p.36.

⁵³Altuğ Akın, *Çevrimiçi Spor Ortamlarında Nefret Söylemi, Yeni Medyada Nefret Söylemi*, Derleyen: Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, 2011, s.141-180.

⁵⁴Theo Stemmler, **Futbolun Kısa Tarihi**, Ankara: Dost Yayınları, 2000, s.100.

⁵⁵İskender Pala, *Orta Asya’dan Japon Adalarına*, **Karizma Dergisi**, Sayı:11, 2002, s.47-59.

yüzünden çekindikleri bir alan olduğunu görmekteyiz. Çakır'ın aktarımına göre, o dönemde, İstanbul'da futbolu İngilizlerden görüp merak duyan Deniz Subayı Fuat Hüsnü (Kayacan), Reşat (Danyal) ve Selim Sırrı (Tarcan) yabancılarla birlikte futbol oynamaya başlamışlardır. Bunun sonrasında ise, Fuat Hüsnü Kayacan ve Reşat Danyal büyük bir gizlilikle faaliyetlerini sürdürmüşler ve ilk Türk takımı “Black Stacking Kulübü”nü kurmuşlardır. Ancak bu çabalara rağmen, ilk futbol kulübü istibdat devrinde gelişmeden kapatılmıştır. 1905 yılında gelindiğinde, Galatasaray Sultanisi'nin öğrencilerinden biri olan Ali Sami (Yen), ilk resmi takım kurma girişimlerine başlamış, bunun sonucunda da Türkiye'de ilk futbol ligi 1903 senesinde Moda, Kadıköy, İmojen ve Elpis takımlarının katılımıyla bugünkü Fenerbahçe stadının bulunduğu Papazın Çayırı'nda oynanmıştır. Tamamen Türklerden oluşan ilk futbol takımı olarak Galatasaray 1905 yılında, Fenerbahçe 1907 yılında, Vefa 1908 yılında ve Beşiktaş Jimnastik Kulübü (1903 yılında kurulmuş fakat futbol branşının açılması sekiz yılı bulmuştur) 1911 yılında kurulmuşlardır.⁵⁶

Futbolun, modern ve rasyonel üretim ve tüketim mantığını ve edindiği bu özellikleriyle de moderniteye geçiş döneminin dinamiklerini yansıtmaya başladığını görmekteyiz. Futbolun ticarileşerek futbol kulüplerinin bir şirket halini alması, milyon dolarlık bir pazar ve ekonomi yaratılması ile futbolun tam anlamıyla halk sporundan çıkıp modern bir eğlence aracına dönüştüğünü söylemek mümkündür. Claussen'e göre, modern futbol burjuvazi tarafından yaratılan spor nosyonu ve boş zaman anlayışı üzerinden şekillenerek günümüzdeki haline gelmiş bulunmaktadır. Claussen, modern futbolun İngiliz burjuva toplumu gibi şekillenmediğini, modern futbolun zaten bizzat İngiliz burjuva toplumunun bir parçası olduğunu ifade etmektedir.⁵⁷

3.1.1. Medyanın Etkileri

Günümüzde, genel olarak tüm sportif faaliyetlerin sayılarının artması, çeşitlenmesi, televizyon ve yazılı basına ek olarak gelişen dijital teknolojilerin spor organizasyonlarının seyredilme, izlenme, okunma oranına etki etmesi ile birlikte spor

⁵⁶Hamza Çakır, *Türk Basınında İlk Spor Gazetesi “Futbol”*, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı: 26, Kış-Bahar 2008, s.169-196.

⁵⁷Gökulu, a.g.e., s.151.

endüstrisi de önemli boyutlara ulaşmıştır. Popüler kültür ürünü olarak spor ve özellikle futbol dalı, uluslararası alanda sermaye egemenliğine dayalı ticari bir faaliyet olarak görülmektedir.

Futbolun, günümüzde popüler kültürün bir ürünü olduğunu ve kitlelere sunulan bir eğlence aracı haline geldiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda, futbolu, ekonomik görevlerinin yanı sıra aynı zamanda, toplumdaki farklılıkları belirginleştirme, ötekileştirme ve düşmanlık veya ırkçılık gibi nefret söylemi ve nefret suçuna zemin oluşturan olumsuz duyguları yayma gibi ideolojik görevlere de sahip olan bir alan olarak tanımlayabiliriz. Bu tanım doğrultusunda, futbol alanının bu görevlerini yerine getirirken en büyük destekçilerinden birinin de medya olduğunu belirtiriz. Medya bu hedef kitleye yönelerek, bu kitlelerin beğeni ve zevkine yönelik içerikler hazırlamaktadır. Bu durum da, medya ile kitlelerin ortak yaşam alanına dayalı popüler kültürün iç içe geçmesini sağlamaktadır. Medya, yapmış olduğu yayınlarla kitlelerin ortak yönlerini ön plana çıkararak birbirlerine daha fazla yakınlaşmalarını sağlar, ancak diğer yönden bakacak olursak bireylerin tek tipleşmesine de neden olmaktadır. Bu bağlamda da, taraftarlık, takımına sahip çıkma, katkıda bulunma ve / veya takımını sevme gibi kriterlerin büyüklüğü tüketim üzerinden belirlenmektedir. Örneğin, dünyaca ünlü futbolcu Wesley Sneijder Galatasaray'a transfer olduğunda üzerinde Sneijder baskısı olan yeni formalar üretime çıkmış ve taraftarlar kulübe destek olmak için bu formaları satın almıştır. Başka bir örnek olarak, futbol kulüplerinin, taraftarlara telefon ederek kulübe destek olmak için kulüp dergisini satın almak isteyip istemediklerini sormalarını verebiliriz. Ek olarak, günümüzde futbol kulüpleri mağazacılık anlayışlarını ilerleterek açtıkları resmi kulüp mağazalarında forma dışında da lisanslı bir çok taraftar ürünü sunmaktadır. Bu ürünlere, futbol ile en alakasız örnek olarak Galatasaraylı tost makinası da dahildir. Ayrıca, futbol kulüpleri bu ürünlerin satışını, resmi web siteleri üzerinden üye kaydıyla da yapmaktadır.

Televizyondan önce gazete ve radyo gibi iletişim araçlarıyla göz önünde tutulan profesyonel futbol, televizyonla birlikte, stadyumdan ev, kafe, kahve gibi eğlence mekanlarına, günümüzde ise internet ile birlikte bilgisayar, tablet, mobil cihaz gibi araçların kullanılabildiği tüm mekanlara taşınmıştır. Kitle iletişim araçlarından televizyon, futbolun endüstrileşmesindeki en önemli araçlardan biridir.

Televizyon yayınları ile futbol maçlarının naklen yayınlanması ve günümüzdeki dijital olanaklar, futbol endüstrisinin en üst noktada kendisini yeniden üretmesine imkan sağlamaktadır.

Popüler kültür, kapitalizmle ilişkili bir kavram olduğundan kültürel ürünlerin metalaştırılarak ve pazarlanarak tüketilir hale getirilmesine yol açmaktadır. Serbest zaman sürecinde yapılan tüm etkinlikler ve ürünler insanı yeniden üretim sürecine katma görevi görmektedir. Adorno, gelişmiş kapitalizmde eğlencenin çalışmanın bir uzantısı olduğunu belirtmektedir.⁵⁸ Bu yapı içerisinde futbol incelendiğinde, özellikle 1970’li yıllardan sonra giderek daha da büyüyen dev bir endüstri haline geldiği görülmektedir. Bu bağlamda, futbol kulüpleri de maç yayın hakları, sponsorluk anlaşmaları, hisse senetleri yoluyla borsaya açılma veya futbolcu ve taraftar formalarına reklam alma yoluyla bu sistemin içinde yer almaktadır. Futbol, aynı zamanda, şirketlerin geniş kitlelere ulaşmak için reklam yaptığı bir yoldur. Futbol yayını ile hem futbol kulüpleri hem de şirketler büyük gelirler elde etmektedirler. Örneğin, maç yayın hakları futbol kulüplerinin en önemli gelir kaynaklarından birisidir. Türkiye’de Süper Lig yayın hakları 2010 yılından beridir Digiturk’e aittir. Bu hak dört sezonluktur ve 2014 sezon sonunda bitecektir. Digiturk 2010 yılında yayın hakkını açık arttırma yoluyla kazandığında ihale için oldukça yüksek bir bedel olarak 1 milyar 668 milyon 532 bin dolar ödemiştir.⁵⁹ Yayın hakkı satışı sadece Türkiye’de değil, dünya üzerindeki diğer tüm ülkelerde aynı astronomik rakamlar üzerinden satın alınmaktadır. Bunun en büyük nedenlerinden biri, futbolun sahip olduğu kitlesel güçten dolayı, futbol müsabakalarını yayınlama hakkını elinde bulunduran televizyon kanalının da kitlelerin gözünde ideolojik olarak etkin olabilme gücüne sahip olma çabasıdır. Diğer bir nedeniye, futbolun günümüzde hem taraftarlar hem de kulüpler açısından kazandığı evrensel karakter yapısında olmasıdır. Boniface’e göre futbol; küreselleşmenin en son evresidir ve otoritesi eksiksiz ve sağlam olan futbol imparatorluğu tartışmasız en evrensel imparatorluktur.⁶⁰ Örneğin, Real Madrid, Barcelona, Bayern Münih, Manhester United gibi büyük futbol kulüplerinin dünyanın her yerinden seveni ve taraftar kitlesi bulunmaktadır. Aynı

⁵⁸Theodor W. Adorno, *Selected Essays On Mass Culture, The Culture Industry*, Edited: J.M. Bernstein, New York: Routledge Classics, 2005, s.25.

⁵⁹<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/13473866.asp> / Erişim Tarihi: 31 Ocak 2014

⁶⁰Pascal Boniface, *Futbol ve Küreselleşme*, Çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul: NTV Yayınları, 2007, s.114.

şekilde bu kulüplerin, pek çok farklı ülkeden futbolcuları da vardır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, milletlerarası yakınlaşmayı sağladığı düşünülse de, fanatizm yönünden bakıldığında ise ırkçılık, ayrımcılık, ötekileştirme ya da aşırı milliyetçi söylemlere neden olmaktadır.

Milyonlarca insanın ilgisini ve dikkatini çeken bir alan olarak futbol, aynı zamanda hayata dair algıların da yansıtıldığı bir alan görevi görmektedir. Bu nedenle, milyonlarca taraftarın hayatının bir parçası olan bu alanda da gündelik hayatta yaşanan ötekileştirme pratiklerinin görülmesi kaçınılmaz hale gelmektedir. Medya ise bu konumda kullandığı araçlarıyla, bu pratikleri sahadan çekip bireylerin toplumsal hayatına yansıtmaktadır. Futbol ve medya arasında kurulan bu bağlantı aracılığıyla, medya araçlarında kullanılan söylemler yoluyla ötekileştirme yapılması aynı zamanda önyargı ve nefret içeren ifade ve duyguların geniş kitlelere yayılması durumu ortaya çıkmaktadır.

3.2. Geleneksel Medya

3.2.1. Türkiye’de Futbol ve Medya

Futbolu yapısal olarak, saha içi ve saha dışı oyun olarak ayırabiliriz. Bu bağlamda, oyuncular, hakemler, teknik direktörler ve taraftarlar sürekli olarak oyunun içinde yer almakta ve müsabakalar onlarla başlamaktadır. Maç ile birlikte başlayan bu etkileşim maç sonrasında basın toplantıları, maç sonrası yorumları, sezon boyunca futbol kulüpleri ile ilgili gelişmeler gibi olaylar ile de saha dışına yansımaktadır. Yaşanan bu etkileşimin sürekliliğinde, televizyon, internet ve yazılı medyanın etkisi oldukça büyüktür.

Türkiye’nin ilk spor gazetesinin “Futbol” adıyla, Mustafa Ziya tarafından 11 Ekim 1910 tarihinde çıkarıldığını görmekteyiz. Bu ilk spor gazetesi yedi sayı sonra ilgisizlik yüzünden kapanmıştır. Ancak, II. Meşrutiyet’in getirdiği özgürlük havası, futbolu gün geçtikçe yaygınlaştırmış, spor dalı olarak kabul görmesini sağlamış ve dünyadaki gelişmelere de paralel olarak spor ve özellikle de futbola yönelik gazete ve dergilerin sayılarının artarak çıkmasını sağlamıştır. Bu dönemde, yayım tarihleri 1911 yılı olan, Terbiye ve Oyun, Sipahi Mecmuası, İdman, Spor Alemi, ve Şa Şa Şa

dergileri çıkan ilk dergilerdendir.⁶¹

Günümüzde ise Türkiye’de, Fanatik, Fotogol ve Pas Fotomaç Türkiye’deki başlıca spor gazeteleri arasında yer almaktadır. Bu basılı gazetelerin hepsinin aynı zamanda online okuma yapmaya elverişli web siteleri de bulunmaktadır. Fanatik, Doğan Medya Grubu’na bağlı olan ve 1995 yılından beri var olan bir spor gazetesidir. Gazetenin logosunda yer alan, “Bu vatan hepimizin” ve “Gerçek spor gazetesi” ifadeleri dikkat çekmektedir. 2006 yılında yayınlanmaya başlayan Fotogol gazetesinin logosunda ise “Türkiye’nin en kaliteli spor gazetesi” ifadesi yer almaktadır.⁶² Gazetenin içinde üç büyüklere Galatasaray, Fenerbahçe ve Beşiktaş ile Trabzonspor’a ayrı ayrı sayfalar ayrılmakta ve bu sayfalarda da taraftarların kendi aralarında kullandığı bazı sloganların yer aldığı görülmektedir. Örneğin, “Gerçekleri tarih yazar, tarihi de Galatasaray” gibi. Pas Fotomaç gazetesi ise 2002 yılından bu yana Pas ve Fotomaç gazetelerinin birleşimi olarak yayınlanmaktadır. Yazılı basın dışında, spor kanalları yani görsel yayın yapan medya kuruluşları olarak NTV Spor, Lig Tv ve magazinél futbol sonrası yayını yapan ve sıklıkla RTÜK’ten ceza alan Beyaz Tv yer almaktadır.

Geleneksel spor basınının diğer bir deyişle aktörlerinin kullandığı haber dili kısmına geldiğimizde ise, toplumun iktidar güçlerinin söylemlerine uygun bir şekilde ilerlediğini görmekteyiz. Spor medyası, hiçbir zaman iktidar odaklarına karşı muhalif olarak görünmemektedir. Örneğin, Fanatik gazetesinin “Bu Vatan Hepimizin” sloganının, milliyetçi duygularla hareket eden bir toplum olduğumuz için bize sunulması normalleştirilmekte ve bu slogan kitleler tarafından yadırganmamaktadır.

Bireyler kimliklerini oluştururken spor gibi kültürel aktivitelerden de etkilenmektedirler. Bu durumda medyanın kullandığı dilin etkisi oldukça büyüktür. Türk spor medyası ulusal kimlik oluşturulması ve/veya var olan ulusal bilincin korunması durumlarında, iktidar odaklarının isteği ve stratejisi doğrultusunda hareket etmektedir. Spor medyası, özellikle Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş gibi yüksek sayıda taraftarı olan takımların maçlarının yani derbilerininöncesinde ve sonrasında

⁶¹Hakan Aydın, *İdman (1913–1914): İlk Kapsamlı Spor Dergileri Üzerine Bir İnceleme*, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 27, Yıl: 2009 / 2, s.153-169.

⁶²Can Erol, *Yeni Medyada Nefret Söylemi ve Fanatizm: Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi Analizi* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012.

gerilim ve heyecanı yükseltmekte, milli takım maçlarında ise vatansever söylemler yoluyla toplumdaki tüm bireyleri maç sürecine dahil etme amacı gütmektedir. Medya aracılığıyla, her dönemde yaratılan ve oluşturulan bir “öteki” ve halkın odaklandığı “biz” konumlandırılması yapılmakta ve bu konumlandırma aracılığıyla, yaratılan veya toplumda var olan söylemlerin sürekliliği sağlanmaktadır.

Futbol medyasını biraz daha yakından incelediğimizde, özellikle askeri bir dil söylemi ve kullanımının tercih edildiğini görmekteyiz. Medyada kullanılan dil, metaforik sloganları kullanma yoluyla (haberdeki fotoğraflar, seçilen haber başlıkları ve metinleri) ideolojinin oluşturulmasına, uygulanmasına ve değiştirilmesine olanak sağlamaktadır. Elinde bu gücü bulunduran medya, bunu yaparken sıklıkla milliyetçi bir dil kullanma yoluyla özellikle militarist söylemi desteklemektedir. Bunlar, futbol takımını orduya benzetme, hedefi vurma gibi haber başlıklarının kullanılması veya galibiyetin şehitlerimize armağan edilmesi gibi söylemlerden oluşmaktadır. Ayrıca, milli maçlar ve Avrupa takımlarıyla yapılan UEFA Şampiyonlar Ligi ya da Avrupa Ligi gibi uluslararası büyük derbilerde, medya milliyetçi söylemlere yine sıklıkla vurgu yapmaktadır. Erdoğan ve Bora’ya göre spor medyası; *“Türkiye’de medyatik futbol söylemi, milli kimliğin yeniden kuruluşunda; ihmal edilmez bir paya sahiptir. Oyun hakkında sadece basitçe haber veriyormuş, sadece sahada olup biteni aktarıyormuş gibi yapan medya, aslında bunu yapılaşmış bir ideolojik söylemsel kompleksin içine yerleştirerek sunar. Bunun en güzel örneklerinden biri, uluslararası maçların milliyetçi bir bağlamda yeniden kurulmasıdır. Medyatik futbol söylemi, uluslararası maçları Türk Milleti açısından ölüm kalım meselesi (beka davası) havasında sunarken, lig maçlarında da kullandığı askeri söyleme özgü lügatçeye daha sık başvurarak milletlerarası savaş efektini pekiştirir.”*⁶³ Ayrıca, medya bireylere haber verirken kullandığı milliyetçi söylemi sıklıkla şiddet ve alay içeren bir üslupla birleştirmektedir.

Ulus, “Sporda/Futbolda Şiddet ve Kışkırtılan Milliyetçilik” isimli makalesinde, Türkiye’nin 1996 Avrupa Futbol Şampiyonası finallerine katılma hakkını kazandığında muhafazakâr milliyetçiliğin yükselerek artmasında medyanın suçunun büyük olduğunu ifade etmekte ve bazı gazete haberlerini bu duruma örnek

⁶³Selma Ulus, *Sporda / Futbolda Şiddet ve Kışkırtılan Milliyetçilik*, **Marmara İletişim Dergisi**, Sayı:12 (Ocak), 2007, s.213-229.

olarak göstermektedir. Bu haberlerin başlıkları şöyledir; “Çak Roma’ya sok komaya” (08.12.1992, Fotomaç); “Gurultuyu bu adi Fransız çıkarıyor” (05.11.1993, Fotomaç); “Adi satılmış Fransız hakem üçlüsü” (24.08.1994, Fotomaç); “İşte Avrupai kesim Cim Bom İspanyol Boğası Mallorca’yı AB standartlarına uygun şekilde şoklayarak kurban etti” (17.03.2000, Zaman); “Çanakkale’de dedelerimizi geçemeyen İngilizler Kopenhag’da aslanlarımızı geçemedi” (18.5.2000, Star); “Al sana soykırım” (14.3.2001, Star); “Binlerce şehit verdiğimiz Kore’de, Kore’li bir hakem yüzünden Brezilya’ya boyun eğdik” (4.6.2002, Takvim).⁶⁴ Medya, yayınladığı bu haberlerle aynı zamanda hem habere hem de kendilerine yönelik talebi arttırma stratejisini de pekiştirmektedir.

Türk spor basını haberleri ile diğer ülkelerdeki spor basınlarının, milliyetçi içerikli futbol haberleri sunumları açısından benzerlikler göstermektedir. Ancak, bir noktada farklılaşma gözlemlenmektedir. O nokta ise batıya yönelik haberlerden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda, Türk spor basınının yapmış olduğu futbol haberlerinde Avrupa vurgusu öne çıkarılmaktadır. Türk spor basınının sunduğu haberlerde, Türk kimliği kurulurken Avrupa imgesinin hayranlık / düşmanlık ikilemi baz alınmaktadır. Gökalp’e göre: “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 Batıya/Avrupa’ya yönelik özenme ile kültürel/siyasal bir ‘öteki’ye kimi vesilelerle ‘düşman’ olarak nitelendirilen Batıya yani Avrupa’ya yönelik husumet arasında döngüselleşen Türk milliyetçiliğinin tarihsel paradoksu, 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, işte bu Türklerin ayak sesleri’ şeklindeki değişmez sloganı bu paradoksun veciz bir örneğidir”.⁶⁵

⁶⁴ Ulus, a.g.e.

⁶⁵Emre Gökalp, Türkiye’de Spor Basını Ve Milliyetçilik Söylemi, (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik ABD, 2004.

Medya, özellikle milli maçlarda, üç büyüklerin derbilerinde ve Avrupa takımlarıyla oynanan maçlarda, spor haberlerini argo sloganlarla hedef kitleye aktarmaktadır. Bu bağlamda küfür ve argo bir dil kullanılarak, rakip takım cinsiyetçi bir ayrımla ötekileştirilmekte ve edilgen bir konuma getirilerek milli kimlik, erkeklik kurgusuyla eklemlenerek oluşturulmaktadır. Spor basını kullandığı argo söylemler aracılığıyla rakip takımı ötekileştirmektedir. Örneğin; “İspanyollar şamarlanacak!” başlıklı Fotomaç (23 Kasım 1994), “Sustur şu İngiliz’i” sloganlı Hürriyet (28 Eylül 1994) haberi, Sabah gazetesinin “Haydi Türkiyem, parçala Hollanda’yı, göster gücünü (2 Nisan 1997) haberi, “Hakan çaktı, Capone taktı, İngiliz baktı” başlıklı Fotomaç (7 Nisan 2000) haberi, “MİLAN! O bir Aslan!” sloganlı Fotomaç (22 Kasım 2000) gazetesi haberi ve “Sen bu kuzuyu yersin aslanım” başlıklı Star (7 Mart 2001) gazetesi haberi.⁶⁶ Bu örneklerden de görüldüğü üzere, spor medyası haberleri aktarırken gelişigüzel ve şiddet içerikli bir dil kullanmaktadır. Medya bu üslubu, spor karşılaşmalarını başka bir toplumsal boyuta taşımaktadır. Bu bağlamda, medyanın yorumlaması fanatizm ve şiddet açısından tehlikeli bir durum yaratmaktadır. Futbol medyasının karşılaşmayı bir spor olmaktan çıkarıp, milli bir ölüm kalım savaşı haline getirerek sunması, kişilerin sağduyu yerine duygularıyla hareket etmesine yol açmaktadır.

Yazılı medyanın yanında futbolun, görsel medya ve televizyonda yeniden üretime de elverişli olduğunu görmekteyiz. Whannel’e göre, kuralları, geniş kesimin ilgisine talip olması, yaratıcılığa olanak sağlaması gibi çeşitli nedenler yüzünden futbol, aslında televizyonun genel anlatısına ve bu anlatı yoluyla da yeniden üretime oldukça uygun bir içeriktir.

Futbol, gerçekte çok önemli olmayan ancak, gerilim, heyecan, yarış, üzüntü, öfke gibi doğal duyguları açığa çıkararak şiddetli tartışmalar yaşatabilen, üretebilen ve bu duyguların da görüntüsel olarak medya aracılığıyla abartılmasına uygun olan bir oyundur. Örneğin, maç sırasında canlı yayın, maç sonrasında tartışmalar, futbol belgeselleri, magazin, bahis oyunlarıyla ilgili programlar ve hepsinden önemlisi de ana haber bültenlerinin önemli bir parçası olan futbol, medya aracılığıyla onların

⁶⁶Ulus, a.g.e., s.215.

formatına uygun bir sunumla yeniden üretilmektedir.⁶⁷ Ayrıca, bu yeniden üretime bakıldığında, kanalın ideolojisine, sahiplik ilişkilerine ve yayın politikalarına da bağlı olacak şekilde değişiklik gösterdiği görülmektedir.

Futbol haberleri, televizyonda sunulurken haber bülteninin bir parçası haline getirilmekte ve aynı gün içinde birçok kez tekrar edilmektedir. Örneğin, haber kanalı formatında yayın yapan NTV ve CNN’de gün içinde bir çok defa futbol merkezli spor bültenleri yayınlanmaktadır. Özellikle, derbi maçlarının olduğu günlerde futbol ile ilgili olsun ya da olmasın, kamuoyunu bilgilendirme görevini eksiksiz olarak yerine getirmek için tüm televizyon kanallarının üst kısmında canlı maç skolarları yazılmaktadır.

Futbol merkezli spor programlarına baktığımızda ise, en dikkat çekenlerin genellikle, canlı maç yayınları sonrasında yayınlanan futbol yorum programları olduklarını görmekteyiz. Bu programların yoğunlaştıkları konular, futbol sırasındaki taktik ve teknik eksiklikleri öne çıkarma, kazananın neden kazandığı veya kaybedenin hangi nedenlerden dolayı kaybettiği üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu tarz programlarda, zaman zaman saha koşulları, takımlardaki eksiklikler, takımların fizik gücü ve kondisyonları gibi unsurları istatistiksel verilerle de desteklenerek analiz edilmektedir. Bu tarz programlara, çok farklı alanlardan kişilerin konuk olarak katıldığı da görülmektedir. Bu programlara, Lig TV’de yayınlanan ve maç sonrasında hakem kararlarının kameranın bir çok farklı açısıyla değerlendirilip doğru olup olmadığının gözden geçirildiği “21” adlı programı örnek olarak verebiliriz.

Futbol programları arasında dikkat çeken bir diğer türün ise magazinsel futbol yorum programları olduklarını söylemek mümkündür. Magazinsel futbol yorum programları genellikle, dört ya da dörtten fazla katılımcıyla ve/veya sunucuyla gerçekleştirilmektedir. Bu programlar, izleyiciyileri futbolun gerçekliğinden uzaklaştırarak futbolu bir oyun olmaktan çıkartmakta ve kendi kurgusal mekânına hapsedmektedir. Bu tür programlar yayını oldukça uzun süren program türleridir. Yayın sırasında tartışma üretilebilecek her şeyden konu çıkarılmaktadır. Bu bağlamda, bu tartışmalar özellikle belirli derbilerden ve Avrupa ile yapılan uluslararası karşılaşmalardan sonra görülmektedir. Programların üzerinde en sıklıkla

⁶⁷Mustafa Şeker ve Abdülkadir Gölcü, *Futbolun Televizyonda Yeniden Üretimi*, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı:26, Kış-Bahar 2008, s.115-134.

durulan konular, teşvik primleri, hakem hataları, şikeler, futbolcular ve kulüp başkanları arasındaki tartışmalardır. Her hafta, program süresince bu tarzda konular masaya yatırılmakta ancak program sonrasında hiçbir çözüm bulunamadan bir başka hafta tekrar ele alınmak üzere programın bitirildiği görülmektedir. Genellikle birden çok sunucusu olan bu programlarda, sunucuların birbirlerinden farklı düşüncelere sahipmiş gibi abartılı bir çatışma ortamı yaratmaları hatta tartışmalar sonucu kavga çıkarmaları da bu magazinsel futbol yorum program formatının ayrılmaz bir parçasıdır. Sunucular, formata uygun olması için, çoğunlukla taraftar kimliğiyle kitlelerin aklında yer etmiş olan, çatışma üretebilecek konuşma yeteneğindeki eski hakemler, eski futbolcular ya da eski yöneticiler arasından seçilir. Kullanılan dil genellikle argodur, hatta bazen yanlışlıkla yapılmış gibi küfürle cümlelerin de seçildiği görülmektedir. Bu programlara, TV8’de yayınlanan Telegol programını ve Beyaz TV’de yayınlanan Beyaz Futbol’u örnek olarak verebiliriz. Programın sunuculardan birisi olan eski hakem Ahmet Çakar sıklıkla diğer sunucu arkadaşlarıyla tartışmaktadır. Şeker ve Gölçü’nün verdikleri örneklerle göre ise, Tv8 kanalında yayınlanan Telegol’de, program formatının argo diline uygun olarak Turgay Şeren’in “yok anasının...” diye küfretmesi sıklıkla rastlanılan bir sinirlilik anı gösterimidir. Fenerbahçe ile ilgili şike konularında ise Ömer Çavuşoğlu ve Aziz Üstel “Bizim Stadyum” adlı tv programlarında canlı yayında ebedi dostluk samimiyetiyle birbirleriyle alay etmektedirler. Bir başka programdan örnek vermek gerekirse, Beşiktaşlı Kazım Kanat “G.Saray, Ze Roberto ile anlaştı ancak Fenerbahçeli Alex devreye girip, ‘Gitme, paranı alamazsın’ dedi ve vazgeçirdi. Şimdi Beşiktaş için aynısı söz konusu” demekte ve futbolcuyu Türk futboluna ihanet ettiği gerekçesiyle suçlamaktadır.⁶⁸

3.2.2. Geleneksel Medyada Nefret Söylemi Örnekleri

Futbol dünyasında, taraftar kültürü, bir yandan takımını yüceltirken diğer yandan taraftarlığın ileri bir boyutu olarak rakibini bir düşman olarak konumlayan söylemin yanı sıra, rakibi aşağılayan marş, pankart, bayrak gibi ritüel ve sembollerle de milliyetçiliği gündelik ve popüler düzeyde maddeleştirmekte ve somut olarak görünür hale getiren bir kaynak görevi görmektedir. Bu bağlamda, futbol, kitleler için

⁶⁸Şeker ve Gölçü, a.g.e., s.130.

ulusal bir tutunum aracı olarak benlik kurma sürecinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu süreçte, baskın söylemlerin de içinde bulunduğu şiddet ve nefret durumu da ortaya çıkabilmektedir.

Futbol, biz ve onlar ayırmaştırmasına olanak sağlarken bir yandan da adeta bir ayna gibi beraberinde hoşgörü ve farklılıklara tahammül edebilme düzeyimizi de göstermektedir. Bu bağlamda bireyler, taraftar olarak futbol maçlarında rakip takım taraftarlarına, oyunculara ya da hakemlere yönelik davranışları aracılığıyla bir anlamda aslında kendilerini tanımlamaktadırlar. Daha önce de belirttiğimiz kavramlar üzerinden geleneksel medyada nefret söylemi örneklerini, Gökalp'e göre 5 başlık altında toplayarak maddeleştirebiliriz:⁶⁹

a. Özsel Bir Kudret ve Üstünlük Göstergesi Olarak Türklüğün Temsili

Futbolcuların Türk kökenli olmaları üzerine kurulan söylemdir. Bu bağlamda, oyuncuların rakip takımı yenme durumunun, futbol medyasının sunumuna göre rakibi ezmek olduğu anlamı inşa edilmektedir. Bu söylem, aynı zamanda süreklilik yoluyla genelleştirilmekte ve Türklerin sadece Türk kökenli olmalarının başarılı olmalarını garantileyen bir aidiyet barındırdığına vurgu yapmaktadır. Daha önce yapılan çalışmalar üzerinden elde edilen verilere göre, örnek olarak şu manşetler ve haberler verilmektedir:⁷⁰

- Parola belli: Türk'üz, doğruyuz, başaracağız (5 Eylül 2001-Fanatik)
- Onlar zaferlerin çocukları, destanların kahramanları, Avrupa'nın kralları... (30 Ekim 2001- Fanatik)
- Türk'e Durmak Yaraşmaz, Türk Önde, Türk İleri (Pas- 14 Haziran 2002)
- Destanı Türkler Yazar (Fanatik - 19 Haziran 2002)
- Türk'ün gücünü Avrupa bir kez daha görmeli. (10 Kasım 2001-Fanatik)
- Milliler, T.C.'nin kurucusu Atatürk'ün 63.ölüm yıldönümünde, Avusturya'yı yenerek, Türk'ün gücünü Avrupa'ya gösterdi (11 Kasım 2001-Fotomaç)

⁶⁹ Gökalp, a.g.e.

⁷⁰ Ahmet Talimciler, *Ötekine Yönelik Nefretin Farkedilmediği ya da Kanıksandığı Alan: Türkiye Futbol Medyası, Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları*, Derleyen: Yasemin İnceoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012, s.247-288.

- 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.. Çıkın sahaya Türk'ün gücünü gösterin.. Avrupalıya neler yapabileceğini gösterin diye futbolcularını kamçıladığı öğrenildi.İşte Türk'ün Gücü... Afrika Aslanlarına Türk'ün gücünü göstereceğiz"
- Ay-Yıldızımız yine pırıl pırıl parladı, Dünyaya Türk'ün gücünü kanıtladı. (23 Haziran 2002- Milliyet)
- Bugün 70 milyonun kalbi ay yıldızlarla atacak...Türk'ün gücünü yine göstermek için mücadele edecek (26 Haziran 2002-Hürriyet)
- 70 Milyon Türk İçin Çok Acele 'KAN' Aranıyor! (Bizim kanımızda, adı sanı belli olmayan, dünya futbolunda 56.sırada bulunan takımlara elenmek yoktu!) Türkiye 2-Letonya 2 (Fanatik) 20.11.2003
- Türkiye Sizinle Gurur Duyuyor (Tabii ki önemli İtalyanların katil Apo'ya sahip çıkması... İade etmemesi... ve Juventusun bir İtalyan takımı olması... Unutmayalım ki, bu akşam Galatasaray'ımız bir futbol maçına çıkacak... Sikorsky helikopteri düşürmeye(!) ya da kısaca savaşa çıkmayacak. Juventusunu yenersek... Şampiyonlar liginde çeyrek finale çıkarsak ... ki bunlar olacak!... O zaman Aposever İtalya dersini alacak, dünya misafirperver Türklerin haklılığını anlayacak... Haydi Aslanım, sana çok iş düşüyor... Çünkü omuzlarında 65 milyonun ağırlığı var!) (Sabah - 1998)

Haber konularına bakıldığında, milliyetçi söylem içerdikleri görülmektedir. Özellikle milli maçlar söz konusu olduğunda sadece spor basını değil, günlük haber basınına ait gazetelerin de nefret söylemi içeren haberlere gazetelerinde yer verdikleri görülmektedir. Ek olarak, milli maçlar söz konusu olduğunda sadece yazılı basının değil aynı zamanda televizyon spor programlarının da bu şekilde söylemlere yer verdikleri görülmektedir. Özellikle magazinел futbol yorum programlarında, milli takımı çalıştıracak olan teknik direktörler hakkında hakaret ve argoya varan söylemler içeren cümlelere yer verildiği görülmektedir. Örneğin, Beyaz Tv'de yayınlanan Beyaz Futbol programında, program sunucularından biri olan Ahmet Çakar tarafından milli takım teknik direktörü Fatih Terim hakkında söylediği sözler yüzünden dava açılmış ve RTÜK tarafından programa ceza kesilmiştir. Cezada, kişilik haklarına karşı ağır bir saldırı ve toplum nezdinde itibarsızlaştırılma yapıldığı

gibi kavramlara yer verilmiştir. ⁷¹ Beyaz Futbol programına ek olarak bir diğer spor yorum programı olan ve TV8 kanalında yayınlanan Telegol programı da şiddeti özendirdiği gerekçesiyle RTÜK'e sık sık şikayet edilmektedir. ⁷²

b. Avrupa'yı Ötekileştirme

Milli maçlar ve kulüp takımlarının, Avrupa kupası kazanmak için oynadığı maçların spor medyasındaki temsiline baktığımızda, Türk milli kimliğinin yeniden üretildiği görülmektedir. Bu yeniden üretim sürecinde, Avrupa yani batı, uygarlığın, modernliğin, zenginliğin ve çağdaşlığın simgesi olarak görülmekte ve bu bağlamda da özenme ile birlikte kültürel ve siyasi bir öteki konumlandırılması yaratılmaktadır. Türk milletinin tarihsel paradoksu, Avrupa takımlarıyla oynanan maçlar için yapılan haberlerde zaman zaman “biz”e düşman olarak nitelendirilmekte ve nefret söyleminin somut hali haberlerde kullanılan başlıklarda görülmektedir. Bu kategoriye giren örnekler: ⁷³

- Aslan Avrupa'yı Esir Aldı (9 Mart 2001-Fanatik)
- Avrupa Aslanları. (Poster) (5 Aralık 2001-Fotomaç)
- Avrupa'yı Sarsan Çılgın Türk (31 Ekim 2001-Fanatik)
- Avrupalı Yarım (31 Ekim 2000-Fotomaç)
- Türkiye'nin Avrupa'daki gururu Cim-bom...
- Vur Vur İnlesin Tüm Avrupa Dinlesin (20 Kasım 2001-Star)
- Duy Sesimizi Bütün Dünya Kulak Ver Yıldızla Aya (3 Haziran-2002-Fotomaç)
- EURO'yün Aslanlar (11 Haziran 2000-Fanatik)
- Avrupa Selam Durdu (26 Ağustos 2000-Taraftar Fotomaç)
- Üç kez dünya şampiyonu olan Almanları 47 yıl sonra bir kez daha devirdik (11 Ekim 1998-Hürriyet)
- Haydi çocuklar, devirin Finlileri ve yeni bir zafer yaşatın bize (14 Ekim 1998-Fanatik)

⁷¹<http://www.mediatekzip.com/derin-futbola-2-terim-cezasi-6905h.htm/> Erişim Tarihi: 5 Şubat 2014.

⁷²<http://www.mediatekzip.com/rtuk-beyaz-futbol-ve-telegolu-vurdu-6628h.htm/> Erişim Tarihi: 5 Şubat 2014.

⁷³ Gökalp, E., a.g.e.

- Onurluyuz, gururluyuz... Ev sahibi Belçika'yı devirdik... (20 Haziran 2000-Hürriyet)
- Heey! Avrupa..Gördün mü? Cim Bom Bu Boru Değil (Borussia Dortmund'u paçavraya çevirdik: 2-0(Star) 3.3.2000⁷⁴

Bu örneklerde de görüldüğü üzere, “biz” olmak yani Türk olmak yüceltilirken, biz konumlandırması üzerinden “onlar” yani Avrupa’lı olmak ötekileştirilmektedir.

c. Hakemin Bir Öteki Figürü Olarak Kuruluşu

Hakemler, spor basınında, özellikle kaybedilen maçlarda bu kaybının önemli nedenlerinden biri olarak temsil edilmekte ve “öteki” olarak kodlanmaktadır. Hakem, bir çok yenilginin yegane sorumlusu olarak ve bu sorumluluk nedeniyle de her türlü hakaret ve aşağılamayı hak eden figürler olarak nitelendirilmektedirler. Hakemler, militarist söylemler yoluyla Türkiye’ye düşman olan “dünya”nın adeta cisimleşmiş figürü olarak söylemlere yansıtılmaktadır. Haberlerden örnekler şu şekilde verilmektedir: ⁷⁵

- Şerefsiz hakem! (15 Aralık 1994-Fotomaç) - Flaş.. A Milli Takımı katleden Çek hakem Krontl, şerefsizin tekiymiş.”
- Çirkin İskoç (12 Haziran 2000-Hürriyet) - İtalya’ya, Hakem Dallas’ın uydurma penaltısıyla yenildik.
- Şerefsizler! (14 Haziran 2000-Taraftar Fotomaç)
- A Milli Takım Teknik Direktörü Mustafa Denizli, “...verilen penaltı ortada.. Bize yapılan tezgah İngiltere’ye de yapılacak. Bu şerefsizliktir” dedi.
- Monaco’yu da...Hakemi de... (13 Eylül 2000-Hürriyet)
- Tek hatam o hakemi öldürmemekti! (22 Kasım 2001-Sabah) - Lucescu, “Roma maçında taktik hata yaptınız mı?” sorusuna bu yanıtı verdi.

⁷⁴Ahmet Talimciler, a.g.e.

⁷⁵Gökalp, E., a.g.e.

- 65 Milyon Kore Gazisi (52 yıl önce Güney Korelileri, Kuzeylilerin elinden kurtarmıştık...52 yıl sonra, Güney Koreli bir hakem, sırtımızdan bıçakladı, Brezilya'yı elimizden kurtardı.) (4 Haziran 2002-Star).

Hakemler dışında, bir ötekileştirme figürü olarak futbol kulüplerinin yöneticilerine ve futbolculara yönelik nefret söylemleri de basında yer almaktadır. Bu durum özellikle köşe yazarlarının yazılarında göze çarpmaktadır. Örneğin, Aziz Yıldırım hakkında çıkan şike haberleri ve olayları nedeniyle, Fenerbahçe'nin tümüne ve Fenerbahçeli taraftarlara da yönelik bir nefret söylemi medyada yer almaktadır. Köşe yazarı Hıncal Uluç bir yazısında Semih Şentürk ile ilgili çıkan bir haberde *"Bu iş Galatasaray'dan çıkıyor lafını son edecek kişi herhangi bir Fenerbahçeli'dir. Bırakın başkanvekili, sokaktaki Fenerbahçeli'nin dahi böyle bir lafetmeye hakkı yok."* yazarak Fenerbahçe hakkında şike haberlerine gönderme yaparken aynı zamanda Fenerbahçe taraftarına da göndermede ve bir ötekileştirmede bulunmaktadır.⁷⁶

Futbolculara yönelik ötekileştirme söylemine örnek vermek gerekirse; 2005 yılı Nisan ayında Fenerbahçe – Beşiktaş maçı esnasında, Fenerbahçe'li taraftarlar tarafından Beşiktaş'lı futbolcu Rıza Çalimbay ile ilgili (babası apartman görevlisi olduğu için) "Rıza Efendi 2 Ekmek 1 Süt" yazılı pankart açılmıştır. Bu konu daha sonra gazetelere ve köşe yazılarına aynı başlıkla taşınmıştır. Çalışma hayatını apartman görevlisi olarak sürdüren kişilere yakıştırılan "kapıcı" kavramı toplumda "cahil, yoksul, başkalarının ayak işlerini yapan kişi ve hor görme" anlamında kullanılmaktadır. Bu pankart ve haberler ise bu önyargının toplumsal yaygınlığını göstermektedir.

d. Rakip Takımın Düşman Figürü Olarak Temsilinde Şiddetin Doğallaştırılması

Spor basını, fanatizm boyutundaki milliyetçilik söylemini kullanırken aynı zamanda şiddet olgusunu da doğallaştıran bir söylem kullanmaktadır. Sporu eğlencelik bir seyir nesnesi olarak pazarlayan ve sunan futbol medyası, aynı zamanda futbol karşılaşmalarını milliyetçilik ve şiddet söylemi içinde harmanlayarak

⁷⁶<http://www.aksam.com.tr/spor/hincal-uluc-asil-sike-semih-transferi/haber-280115> / Erişim Tarihi: 5 Şubat 2014.

izleyicilere sunmaktadır. Futbol müsabakaları, spor haberlerinin metinlerinde savaş, çatışma ve şiddet içeren bir terminolojinin içinde yer almaktadırlar. Türkiye spor basını, sıradan karşılaşmalarda bile rakip takımları ve ülkelerini “öteki” ve “düşman” olarak kodlayan, pekiştiren ve yeniden üreten, bu süreçte decinsiyetçi ve ırksal stereotiplerden oluşan söylemleri kullanan bir yapıya sahiptir. Örneğin, Galatasaray için “Aslan”, “Saldırmak” ve “Parçalamak” söylemleri sık sık hem yazılı basında, hem televizyon programlarında hem de internette sıklıkla kullanılmaktadır.

Bu kategori dahilindeki örnekler:⁷⁷

- A Milli Takımımız dün Kuzey İrlanda’yı parçaladı (6 Eylül 1998-Taraftar Fotomaç)
- Aslan, paramparça etti (17 Mart 2000-Fotomaç)
- Haydi Aslanım Parçala Monaco’yu (25 Ekim 2000-Star)
- Aslan UEFA Kupasında final yolunu pençeleriyle açtı (18 Mayıs 2000-Hürriyet)
- Boğaya Aslan Pençesi (6 Aralık 2001-Sabah)
- Senegal’i parçaladık (23 Haziran 2002-Sabah)
- Roma’yı yakarız: GS Başkanı Cansun zorlu maç öncesi iddialı konuştu: Roma’yı burada da orada da yakacağız (20 Kasım 2001-Sabah).

Örneklerden de görüldüğü üzere; spor gazetelerinin şiddet ve zorbalığı özendirici, ırk ya da cinsiyet nedeniyle insanları aşağılayıcı ve eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşürücü yayın yaptıkları ve bu bağlamda meslek ilkelerini de hiçe saydıkları görülmektedir. Bunlara ek olarak, spor haberlerinin sunumunda milliyetçi öğeler çoğunlukla şiddet içermeye de varan alaycı bir üslupla dile getirilmektedir. Ulus’a göre; Türkiye’nin, 1996 yılında İngiltere’de gerçekleştirilen Avrupa Futbol Şampiyonası finallerine katılma hakkı kazanması ile yükselişe geçen muhafazakâr milliyetçilik temedyanın sorumluluğu büyüktür ve bu duruma şu gazete haberlerini örnek göstermektedir:⁷⁸

⁷⁷Erol, a.g.e.

⁷⁸Selma Ulus, *Bir Derbi Cinayetinin Ardından: Futbolda Şiddetin Türk Basınında Temsili Üzerine*, **Global Media Journal**, Sayı:7, Güz 2012, s.187-213.

- İşte Avrupai kesim Cim Bom İspanyol Boğası Mallorca'yı AB standartlarına uygun şekilde şoklayarak kurban etti (17.03.2000-Zaman)
- Çanakkale'de dedelerimizi geçemeyen İngilizler Kopenhag'da aslanlarımızı geçemedi (18.5.2000-Star)
- Al sana soykırım (14.3.2001-Star)
- Binlerce şehit verdiğimiz Kore'de, Koreli bir hakem yüzünden Brezilya'ya boyun eğdik (4.6.2002-Takvim).

Ek olarak, spor basınının argo söylemle rakip takımları ötekileştirmesine şu örnekleri de verebiliriz: ⁷⁹

- Sustur şu İngiliz'i (28 Eylül 1994-Hürriyet)
- Haydi Türkiye'm, parçala Hollanda'yı, göster gücünü(2 Nisan 1997-Sabah)
- Hakan çaktı, Capone taktı, İngiliz baktı (7 Nisan 2000-Fotomaç)
- Vikingleri öpün gelin (7 Ekim 2000-Star)
- MİLAN! O bir Aslan ! (22 Kasım 2000-Fotomaç).

e. Zenofobi, Faşizm ve Irkçılık

Zenofobi kelimesi, yabancı anlamındaki “xenox” ve korku anlamındaki “phobos” kelimelerinin birleşiminden oluşan ve Türkçe'de de yabancı kökenli bir sözcük olarak bu şekilde kullanılmaktadır. ⁸⁰ En basit futbol müsabakalarında bile şiddeti özendiren, sıradanlaştıran, rakip futbol kulübünü, oyuncularını, o futbol takımının ulusunu ve/veya hakemi aşağılayıp ötekileştirerek Türk milletini, Türklüğü veya milli takımı yücelten söylemleri içermektedir. Bu bağlamda, küçük ya da büyük neredeyse tüm futbol karşılaşmalarında; maç esnasında hatta maç öncesinde ve sonrasında yaşanan tüm gerilim ve olaylar, zenofobiyle ve ırkçılıkla bağdaşan fanatik ve saldırgan bir söylem kullanılmaktadır. Bu kategorinin örnekleri:

⁷⁹Gökulu, a.g.e.

⁸⁰ <http://www.sabah.com.tr/Cumartesi/Yazarlar/bsemerci/2011/11/05/farklilik-ve-kultur-zenofobi/>
Erişim Tarihi: 6 Şubat 2014.

- Haçlı Tuzağı (Hakemi arkasına alan İsviçre; taraftarı, yöneticileri ile birlik olup adeta haçlı ordusu kurdu. Bizi kalleşçe sırtımızdan vurdu 0-2) (13.11.2005-Fotomaç)
- Haçlı Tezgahı - 4-2 /Şerefsiz Huggel! (Rakip takım oyuncusu, maç bitimi soyunma odasına giderken önce Terim'in yardımcısı Mehmet Özdilek'e tekme attı, sonra da koridorda Alpay'ı itti. Çıkan arbedede Özdilek'in kaşı açıldı, Emre'nin ise gözü morardı) (13.11.2005-Hürriyet)
- İT-ALYAN ! (7 Mart 2002-Star)
- Terbiyesiz İtalyanlar! (14 Mart 2002-Sabah) - Romalı futbolcular, bitiş düdüğü ile birlikte GS'lılara saldırdı.

İtalyan'ların, "terbiyesiz," "şerefsiz," ve dil oyunuyla "it" şeklinde ifade edilerek, küfürler yoluyla ötekileştirilmesi ve bunun ülkedeki tüm insanları kapsayacak şekilde genelleştirildiği görülmektedir.

- Başka bir örnek olarak, 7 Nisan 2000 tarihinde Galatasaray – Leeds maçında Galatasaray'ın 2-0 yenmesiyle sonuçlanan maç sonrası Star gazetesinin ana sayfasında yayınladığı "TWO SİZE!" manşetini verebiliriz. Haberde, Galatasaray – Leeds maçından hemen önce Taksim'de Türk taraftarların linç girişimi sonucu öldürülen 2 İngiliz taraftarın fotoğrafları da yer almakta, 2-0'lık galibiyet "Sokakta Böyle", "Sahada Böyle" alt başlıklarıyla "Biz Türkler, Avrupalı rakiplerimizi çiçeklerle karşılar, alkışlarla uğurlarız. Ama sizi suratınıza TÜKÜREKEREK gönderiyoruz! Two... Two... İngiltere'ye kadar yolunuz var" cümleleriyle verilmektedir.⁸¹

3.3. Dijital Medya

3.3.1. Dijital Medyanın Özellikleri

Medya, kavram olarak, zaman ve mekân içerisindeki büyük miktarlarda iletileri ve mesajları birbirinden farklı yerlerde bulunan alıcı kitlelerine ulaştırabilen

⁸¹http://www.sosyaldegisim.org/wp-content/uploads/2010/10/nefret_suclari_light-.pdf/ Erişim Tarihi: 10 Şubat 2014

araç veya ortam olarak tanımlanmaktadır.⁸² Bu açıdan, medya denildiğinde akla ilk olarak televizyon, kitap, sinema veya dergi gibi basılı ve görsel olarak nitelendirilen materyaller gelmektedir. Bu kitle iletişim araçları ve ortamları günümüzde de geçmişte olduğu gibi kullanılmaktadır. Örneğin, akşamları bir ailenin bireyleri televizyonda yer alan herhangi bir diziyi hep beraber izlemekte ya da sabah uyandıklarında gazete okumaktadırlar. Ancak diğer yönden, günümüzde teknolojinin gelişmesiyle bu iletişim araçları ve içeriğin tüketilme alışkanlıklarının diğer bir şekilde belirtmek gerekirse iletişim mecralarının değiştiği görülmektedir. Örneğin, diziyi televizyondan değil de bir internet kanalından bilgisayar yoluyla izlemek ya da gazeteyi basılı olarak değil de internetten okumak gibi.

Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler toplumsal yaşama da yansımış bu bağlamda günümüz toplumu bilgi toplumu olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Dijital teknolojilerin gelişme sağlayarak ve gündelik yaşama yansiyarak kullanımının yaygınlaşması ile aynı zamanda zaman kısıtlaması da ortadan kalkmıştır. Bu bağlamda; dijital medyayı, internet teknolojilerinin gelişerek bilgisayar ve mobil gibi kaynakların eklenmesiyle meydana gelen ve kullanıcıların zaman ya da mekan gibi kavramlara bağımlı olmadan interaktif bir şekilde etkileşimde bulunabildikleri sanal ortamlar olarak tanımlandırmak mümkündür. Bu tanımlamadan yola çıkılarak bu tez çalışmasında, dijital medya terminolojisi kullanılmıştır. Dijital platformlar olan Facebook ve Twitter için ise sosyal ağ terminolojisi kullanılmıştır. İletişimin tek yönlü olduğu geleneksel medyanın aksi olarak, dijital medya araçlarında hedef kitle ile karşılıklı olarak etkileşim kurulmaktadır. Bir çok kaynak, geleneksel medyadan farklı olduğu için dijital medyayı yeni medya olarak da adlandırmaktadır. Santomier ve Costabiei'ye göre; yeni medya, telekomünikasyon, bilgisayar ve geleneksel medyanın bir araya gelmeleriyle oluşmuştur. Bu bağlamda, bu yeni medya, aslında etkileşimli ve dijital olarak dağıtılabilen bir dijital medya ürününü tanımlamaktadır. Bu teknolojik ürünlere web siteleri, video sağlayıcılar, bloglar, sosyal ağlar, dijital reklamcılık ve mobil teknolojiler örnek olarak verilebilir.⁸³

⁸²<http://eogrenme.anadolu.edu.tr/eKitap/ILT206U.pdf> / Erişim Tarihi: 1 Şubat 2014.

⁸³James Santomier and Artur Costabiei, *New Media Challenges in the Twenty-First Century, Managing Football: An International Perspective*, Edited: Sean Hamil and Simon Chadwick, Oxford: Elsevier, 2010, p.37-55.

İletişimin en temel amaçlarından olan mesajın ve bilginin taşınması sürecinin, günümüzde dijital medyayla birlikte, hızı geleneksel medyanın önüne geçebilen, bilginin istenildiği anda seçilerek paylaşılabildiği ve geri bildirimlerin oldukça kısa bir sürede yapılabildiği sanal etkileşim çerçevesine dönüştüğü görülmektedir. Büyük ve çok geniş bir belleğe sahip olan bu yeni iletişim biçiminde, bilgi kolayca depolanabilmektedir. Ek olarak, yeni medyada alıcılar diğer bir deyişle tüketiciler sadece sunulanı alan bir yapı olmaktan çıkmışlardır. Bireylerin, geleneksel medya ortamındaki pasif alıcı konumu, günümüz çağında daha aktif bir yapıya dönüştüğü için bu durum, artık tüm alıcıları bir yandan kullanıcı olarak tanımlanmayı da mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda, bireylerin sadece sunulan içeriği almakla yetinmeyerek, sunulan içeriklerden isteklerine uygun olarak seçimler yaptıkları ve müdahale ettikleri görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, tüketici olarak tanımlanan kitlenin üretici boyutuna geçtiğini de söylemek mümkündür.

Tarihsel arkaplana baktığımızda ve incelediğimizde, dijital medyaya geçişin teknolojik dönüşümlerle meydana geldiği görülmektedir. Bu dönüşümler, ilk bilgisayarın üretilmesi ile başlamış daha sonrasında ise kişisel bilgisayarların üretilerek hızla yaygınlaşması ve 90'lı yıllarda ilk web browserlerin hizmete girmesiyle devam etmiştir. Bu bağlamda, 1994 yılı medya teknolojisi ve sayısal kültür anlamında dönüm noktası olarak kabul edilmektedir.⁸⁴ Doksanlı yıllarla birlikte, ilk ticari web browser olan Netscape kişisel kullanıcıların da hizmetine sunulduğuve bu durumun da internetin, sadece bilgisayar uzmanlığı ve yetkinliğine sahip kişilerin kullanmakta olduğu bir ağ olma durumunu değiştirerek; araştırma, kişisel haberleşme ve ticaret amacıyla bireyler tarafından da kullanılabilen bir ağa dönüştürdüğü görülmektedir.

Siyasi açıdan incelendiğinde ise, 90'lı yılların başlangıcında yaşanan toplumsal değişmelerle küreselleşmenin başladığı ve bu durumun internet ve teknolojik gelişmeleri de etkilediği görülmektedir. Örneğin, “the Net, the web, dot com” kavramlarının uluslararası düzeyde yaygınlaştığı görülmektedir. 90'lı yıllarda, bilgi çağının ekonomisiyle birlikte yerel pazardan küresel pazara ve ağlara geçildiği görülmektedir. Ek olarak, endüstri toplumlarından endüstri sonrası toplumlarına

⁸⁴<http://www.bianet.org/biamag/bilisim/137608-bulutun-icindeki-yeni-medya/> Erişim Tarihi: 1 Şubat 2014

geçiş süreci olan bu dönemde, geleneksel medya araçlarından, internet, CD, DVD, web gibi bilgisayar tabanlı dijital medya araçlarına geçişin yaşandığı görülmektedir. Yaşanmış olan bu geçişte, değişen iletişim biçiminin yani dijital medyanın geleneksel medyadan farklı özellikleri olduğu ortaya çıkmıştır. Binark, bu özellikleri şu kategorilere ayırmaktadır:⁸⁵

- Globallik; dijital medya araçları diğer adıyla dijital mecralar yoluyla ülke içinde ya da ülkelerarası olarak, internet kablosu yoluyla ucuz bir şekilde bilgi alınıp iletilebilir.
- Multimedya Biçemselliği ve Dijitallik; multimedya biçemselliği tanım olarak, telekomünikasyon, veri iletimi, kitle iletişimi gibi simge sistemleri ve iletişimin farklı boyutları ile imge, ses ve metin gibi farklı bir çok veri türünün bir araya gelmesi olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde, gündelik yaşantının her alanında yaygın kullanım pratikleri haline gelen ve bu bağlamda bireylerin gündelik yaşam alışkanlıklarını farkında olmayarak da olsa köklü bir şekilde dönüştüren, kullanım yoğunluğunu gün geçtikte artıran ve bedenin adeta bir uzantısı, ayrılmaz bir parçası haline gelen bilgisayar, cep telefonları, avuçiçi veri bankası iletişimcileri, yani tüm dijital teknolojiler dijital medya araçları olarak adlandırılabilir. Bu bağlamda, dijital medyanın en önemli özelliklerinden birisi de multimedya biçemine sahip olması kavramıdır. Dijital medya araçları, dijital kodlama sistemi üzerinde temellendiklerinden dolayı çok fazla enformasyonu aynı anda aktarabilmekte ve kullanıcıların da anında geri dönüşümde bulunabilmesine olanak sağlamaktadır.
- Hipermedya veya Hipermetinsellik; dijital medyanın, dijital kodlama sistemine temellendiği için çok fazla miktarda enformasyonu aynı anda aktarabilme ve geri dönüşümde bulunabilmeye olanak sağlama özelliği olarak tanımlanabilir. Dijital medya ile birlikte aynı zamanda, enformasyonun düzçizgisel iletiminden hipermetinselliğe geçilmiştir.

⁸⁵Mutlu Binark, *İnterneti ve/ya Bilgisayar Dolayımı İletişim Ortamını İncelemek İsteyen Bir Araştırmacının Soruları ve Sorunları*, **İnternet, Toplum, Kültür**, Derleyen: Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay, Ankara: Epos Yayınları, 2005, s.177-190.

- Sanallık ve Hızlı Yayılım; özelliğine göre, dijital medya, kullanılan mecralardan ve platformlardan da kaynaklı olmak üzere (facebook, twitter, youtube, bloglar vs) bilginin ve paylaşılan iletinin çok hızlı bir şekilde sanal ortamda yayılmasını sağlamaktadır.
- Etkileşimsellik; dijital medya, iletişim sürecine karşılıklılık ve çok katmanlı iletişim olanağını kazandırmıştır. Ek olarak, iletişimin eşzamanlı olmasını da sağlamaktadır. Bu bağlamda, geleneksel medyaya kıyasla kullanıcının iletişim sürecindeki katılımını ve rolünü de etkilemektedir. Bu bağlamda, birey - birey, birey - kitle ve birey – teknoloji / içerik etkileşimini olanaklı kılmaktadır.

3.3.2. Sosyal Paylaşım Ağları Olarak Facebook ve Twitter

Facebook en genel tanımıyla; bireylerin diğer insanlarla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan bir toplumsal paylaşım ağı ve/veya sitesidir. 4 Şubat 2004 yılında, Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından öncelikle Harvard öğrencileri için kurulmuş, daha sonra Amerika'daki diğer bir çok okulu da içine kapsayan bir sisteme ve altyapıya geçiş yaparak büyüyen bir ağ haline dönüşmüştür. Facebook başlangıçta, kişilerin bağlı oldukları okulun “edu” gibi uzantıya sahip e-posta adresiyle üye olunmasına izin veren bir ağ iken, daha sonrasında istenilen herhangi bir e-posta uzantısıyla üye olunabilen ve üyelik alımında sadece yaş sınırlandırmasının olduğu bir ağ haline gelmiştir. Facebook'un adını “Paper Facebooks”dan aldığı belirtilmektedir. Bu form, Amerika'daki üniversite öğrencileri ve personelleri tarafından doldurulan, kendilerini tanıttıkları bir bilgi formudur.⁸⁶

Günümüzde Facebook platformuna, kullanıcılar istedikleri bilgilerle üye olabilmekte, istedikleri ağlara katılabilmekte ve öğrenim gördükleri okullar, çalıştıkları ve yaşadıkları yerler gibi bilgileri ekleyerek katılım gösterebilmektedirler. Facebook, büyüklük bakımından, bir milyarı aşkın kullanıcısı ile dünyanın en fazla ziyaret edilen sitelerinden biri olarak görülmektedir. Alexa araştırma şirketinin

⁸⁶<http://www.sabah.com.tr/fotohaber/teknoloji/facebookta-facebook-fotograflarla-facebook-tuneli?tc=22&page=7/> Erişim Tarihi: 2 Şubat 2014

istatistiklerine göre; Facebook, dünyada ve Türkiye’de en fazla ziyaret edilen ikinci web sitesidir. Facebook üye kaydına ücretsiz olarak açık bir site olduğundan dolayı, gelirini Facebook reklamlarından ve sponsor gruplarından almaktadır.⁸⁷ Silikon Vadisi temelli olan ve teknolojik araştırma verileri sunan Techcrunch’ın 2014 yılı Ocak ayı verilerine göre; ABD’deki üniversite öğrencilerinin %85’i Facebook hesabına sahiptir ve bunların %60’ı her gün Facebook’a girmektedirler. Haftalık oran %85, aylık olarak siteye giriş yapan kullanıcıların oranı ise %93’tür. Facebook sözcüsü Chris Hughes ise, kullanıcıların her gün ortalama 19 dakika Facebook’ta vakit geçirdiğini ifade etmektedir.⁸⁸

Teknik açıdan bakıldığında Facebook, kullanım kolaylığı açısından en başarılı Web 2.0 uygulamalarından biri olarak gösterilmektedir.⁸⁹ 24 Ekim 2007 yılında, dünya devi Microsoft, Facebook’un %1,6’lık hissesini 240 milyon dolar ödeyerek satın almıştır. Google ve diğer şirketler de benzeri bir yöntemle Facebook hisselerine yönelmektedir.⁹⁰ Ek olarak, facebook kendisi de diğer dijital mecralardan satın alım yapmaktadır. Örneğin, 2013 yılında Marc Zuckerberg popüler bir fotoğraf paylaşım uygulaması olan Instagram’ı satın almış, android ve web uygulamalarını da geliştirerek kullanıcı sayısını yüksek oranda artırmıştır. Son olarak, 2014 yılının Şubat ayında cep telefonlarına yönelik ücretsiz bir mesajlaşma uygulaması olan Whatsupp, Facebook tarafından yüksek bir meblağla satın alınmıştır. Karşılığında ise Whatsupp uygulamasının yaratıcısı da Facebook’tan hisse satın almıştır.

Nefret söylemi bağlamında üzerinde duracağımız diğer ağ olan Twitter ise 2006 yılında kurulmuş olan 140 karakter ile sınırlı bir mikroblogdur. En genel tanımıyla; İngilizce’de cıvıldamak anlamına gelen Twitter, bir sosyal ağ ve mikroblog sitesidir. Kullanıcılarına tweet adı verilen 140 karakterlik metinler yazma imkânı veren bu ağ, çeşitli teknolojik araçlarla daha da etkin olarak kullanılabilir bir hale gelmiş olanyeni nesil bir iletişim aracıdır. Kullanıcılar, profillerini dışarıya

⁸⁷<http://www.alexa.com/topsites> / Erişim Tarihi: 2 Şubat 2014

⁸⁸<http://techcrunch.com/2014/01/29/facebook-beats-in-q4-with-revenue-of-2-59b-eps-of-0-31/> / Erişim Tarihi: 2 Şubat 2014.

⁸⁹Müge Klein, *Enterprise 2.0 – Sosyal Yazılım Sistemlerinin Kurumsal Kullanımı*, **Marmara Üniversitesi E-Dergisi**, Temmuz 2013, Sayı:40, s.163-172.

⁹⁰<http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=821954> / 2 Şubat 2014.

kilitlemedikleri sürece yazmış oldukları tweetler herkes tarafından görülebilir. Ek olarak, üyeler, takip ettikleri kişi veya kurumların takipçi sayısını ve bu profilleri kimlerin takip ettiklerini de görüntüleyebilmektedir. Tüm kullanıcılar, hem Twitter'ın websitesi aracılığıyla bilgisayarlarından hem de application uygulamaları ile akıllı telefonlar aracılığıyla mobil olarak tweetlerini gönderip alabilmektedir.

Twitter'ın dünya genelinde tanınmasında, 2008 yılındaki ABD seçimlerinde özellikle Barack Obama tarafından sıklıkla kullanılmış olması etkili olmuştur. Bu ağ, Türkiye'deki son yerel seçimlerde Türk siyasetçiler tarafından da sıklıkla kullanılmıştır. Bu ağ üzerinde en çok takipçisi olan kişiler hem Türkiye hem de dünyada, siyasetçiler, sanatçılar, müzisyenler, oyuncular gibi ünlü isimlerden oluşmaktadır. Bu sebeple Twitter, dijital medyanın en popüler uygulamalarından biri olarak gösterilmektedir.

Tarihsel arkaplanına baktığımızda, Twitter ağının 2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirildiğini görmekteyiz. Twitter'a Türkçe dil uygulamasının ise 2011 yılı Nisan ayında getirildiği bilinmektedir. Twitter ağında kullanıcıların takipçi sayısından ziyade, asıl etkileşim yaratan durum kullanıcının tweetlerine gelen retweet ve favori sayısıdır. Twitter platformunun Facebook'taki gibi arkadaş sistemi değil de takipçi sistemiyle çalışmasının da popülaritesini ve kullanışlılığını arttırdığı düşünülmektedir.

Twitter'da yaygın olarak kullanılan bir takım kısaltmalar vardır. Bunları şu şekilde açıklamak mümkündür: Trending topic (TT); sitenin sol tarafında yer alan, en çok konuşulan on konunun ve/veya kelimenin listelendiği alana verilen adder. Her ülkenin ve bazı şehirlerin kendi TT listesi vardır. Ayrıca, bu kısımda dünya genelinde en çok konuşulan on konuyu gösteren bir listede de yer almaktadır. Friday Follow (FF); kısaltması, sadece cuma günleri ve takip edilen kişilerin takip etmesi için yazılmaktadır. Retweet (RT) ise; başka bir Twitter kullanıcısının tweetini takipçilerinizin de görmesi amacıyla, retweet özelliğine tıklayıp sizin profilinizde görünür hale getirilmesidir. Direct Message (DM) ise; başka bir twitter kullanıcısının atmış olduğu ve sadece alan ve gönderen kişinin görebildiği mesajı içerir. Diğer bir deyişle uygulamanın bu parçası e-mail işlevi görmektedir.

Twitter ağıının Facebook kadar olmasa da büyük bir reklam kaynağı vardır. Bu kaynak, sitede yer alan Trending Topics kısmında sıklıkla karşılaştığımız “Sponsorlu Tweet” profilleridir. Markalar, Twitter ajansı ile anlaşarak, 10 bin dolar karşılığında Twitter’den reklam alanı satın almakta ve hesaplarına yüklenen krediyle seçim alanlarına bağlı olarak TT listesinde ya da kullanıcıların anasayfasında sponsor bağlantılı olarak reklamlarını yapabilmektedirler. Bu reklamlar aracılığıyla, şirketler kampanyalarını duyurmakta ve takipçi sayılarının artmasını sağlamaktadırlar. Ek olarak Twitter’den reklam satın alındığında profil “Verified” olmakta yani onun gerçek marka ve/veya kişi olduğunun ibaresi olan mavi renkli tik işareti markanın ve/veya kullanıcının profiline eklenmektedir.

Türkiye’de internet kullanım oranlarına bakıldığında, Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın 2014 yılı Ocak ayında yaptığı araştırma sonuçlarına göre; özellikle 18-24 yaş aralığında yoğun olarak kullanıldığı saptanmıştır. Bu yaş aralığındaki kullanıcıların %62’si dijital medyaya en çok evlerindeki dizüstü bilgisayarlar üzerinden eriştikleri, %86’sını dijital medyaya günde en az bir kere; %72’sinin her gün birkaç kere bağlandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen verilere göre; her üç gençten birinin sosyal ağlarda en az üç saat geçirdiği, özellikle 15-17 yaş grubunun, bekarların ve ortaöğretim ve altı mezunu olanlarda bu oranın daha da arttığı görülmüştür. Araştırmanın önemli verileri arasında yer alan diğer bir bulgu da; dijital medyada altı saat ve üzeri zaman geçirenler kullanıcıların oranının %13 olmasıdır. Bu araştırma online olarak gerçekleştirilmiş ve yukarıdaki verilere ek olarak, gençlerin dijital medya kullanım şekilleri de incelenmiştir. Bu incelemelerin sonuçlarına göre, gençlerin %89’unun sosyal ağlarda listelerindeki kişi ve kurumların paylaştıklarını takip ettiği ve %88’inin arkadaşlarının paylaştıklarına yorum yaptığı bildirilmiştir. Gençlerin yarısının sosyal ağlar üzerinden tartışmaya ve/veya polemiğe en az bir kere girdiği, 15-17 yaş grubu, erkekler, öğrenciler ve bekârlarda bu oran daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. En az birkaç kez böyle bir durumu tecrübe edenlerin ise çoğunluk oranında genç erkekler, bekarlar ve Twitter kullanıcıları olduğu bildirilmiştir. Gençlerin %60’ının dijital platformları eğlence amacıyla kullandıkları, %59’unun ise bilgi alma ve/veya bilgi sağlama amacıyla kullandıkları belirtilmiştir. Bu durumdan yola çıktığımızda, bu ağların gençler açısından sadece eğlence değil aynı zamanda geleneksel medyanın alternatifi olarak da kullanıldığını söylemek mümkündür. Ek olarak, araştırmada; bu ağların,

gençlerin yaklaşık yarısı için aynı zamanda serbest zaman geçirme, iletişim kurma, gündem, takip etme ve/veya gündem yaratma ve eğitim, öğretim ve araştırma anlamına da geldiği sonuçlarına ulaşılmıştır.⁹¹

3.3.3. Dijital Medyada Nefret Söylemi Örnekleri

Dijital medyada üretilen, dolaşıma giren ve ağlar aracılığıyla yayılan nefret söylemi, zaman zaman geleneksel medyadan daha etkili olmaktadır. Bunun nedeni, dijital medyanın dijitallik, etkileşimsellik, hızlı yayılım gibi özellikleri sebebiyle kullanıcının da içerik üretimine olanak sağlamasından kaynaklanmaktadır. Fidaner'e göre; gazete, televizyon ve radyo gibi geleneksel iletişim teknolojilerinden farklı olarak dijital medya ve ona bağlı mecralar, etkileşimli kamusal alanlar yaratarak nefret söyleminin oluşabileceği, yaşam bulabileceği ve yeniden üretime girebileceği en elverişli ortamı sağlamaktadırlar.⁹² Bu bağlamda, milliyetçi, ayrımcı, ırkçı ve yabancı düşmanı söylemsel pratikler dijital medyanın kendine has özelliklerinden dolayı çok daha kolay bir şekilde yayılabilmekte, olağanlaşıp sıradanlaşarak yeniden üretilmektedir. Ayrımcı ve dışlayıcı nefret söylemi sıradan bir hale geldiğinde, toplumdaki farklı kimlikler ötekileştirilmekte ve nefret söyleminin nefret suçuna dönüşebileceği bir ortam yaratılmaktadır.

Aygül'e göre; nefret söylemi türleri (ırkçı, zenofobik, homofobi ve diğerleri) söylemsel pratikler ile (Örneğin, simge stigma, etiketleme üretimi vb.) toplumsal paylaşım ağlarından Facebook'ta, sanal dünyadaki çeşitli toplumsal örgütlenmeler üzerinden dolaşıma sokulmaktadır.⁹³

Güzel'e göre; yeni bir kültürel mekan, özgürlük alanı ve ekonomik pazar alanı olarak ortaya çıkmış olan internet, diğer yandan kimliklerin ve kültürel

⁹¹http://genclikarastirmalari.gsb.gov.tr/dergi/sosyal_medya_raporu/ / Erişim Tarihi: 2 Şubat 2014.

⁹²Işık Barış Fidaner, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010, s.7.

⁹³Eser Aygül, *Facebook'ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması*, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, Derleyen: Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010, s.95-140.

değerlerin hızlı bir şekilde dolaşıma sokulmasına olanak sağlamaktadır.⁹⁴ Türkiye'nin gündeminde yer alan ve geleneksel medya tarafından dolaşımı ve yayılımı sağlanan toplumsal, siyasi ve kültürel tüm alanlar dijital medyaya ait mecralarda da kolayca yeniden üretilmektedir.

Facebook ırkçı, zenofobik ve homofobik içerikli sanal örgütlenmeler tarafından etkin ve sık bir şekilde kullanılmaktadır. Bu örgütlenmeler açmış oldukları Facebook grupları veya sayfaları üzerinden aşırı milliyetçi nefret söylemi içeriklerini yaymaktadırlar. Sosyal ağlardaki bu tür site örneklerine sadece futbol özelinde değil, diğer alanlarda da sıkça rastlanmaktadır. Örnekler ise şöyledir; “ÖCALAN İBNEDİR!” isimli Facebook sayfasının profil fotoğrafı kısmında Öcalan’a foshopla dansöz kıyafeti giydirilmiş bir fotoğraf yer almaktadır. Açıklama kısmında ise “Öcalan bir İbne!!!” şeklinde bir yazı yer almaktadır.⁹⁵

Futbol özelinde yaratılan nefret söylemine baktığımızda ise, özellikle futbol takımı taraftarlarının oluşturduğu grup sayfalarında homofobik nefret söyleminin yaygın olduğunu görmekteyiz. Taraftarların, “ezeli” rakipleri olan takımlar için “ibne” kelimesini sıklıkla kullandığı görülmektedir. Örneğin; “travesti bursa ibne ankaragücü diyenler” sayfasının 213 beğenisi bulunmakta ve sayfanın profil fotoğrafı alanında Beşiktaş taraftarlarının maç sırasında çekilmiş bir fotoğrafı yer almaktadır. Açıklama kısmında ise “bursa ve ankaradan nefret edenler” yazısı yazmaktadır.

Genel alanda, Facebook'ta nefret söylemine baktığımızda özellikle farklı dinlere mensup olan kişilere yönelik nefret söylemi ve milliyetçi ve/veya ırkçı nefret söylemiyle de sıklıkla karşılaşmaktayız. Örneğin; “Kürt Alevisiyim diyenler Ermeni dönmesidir” adlı, “israil ve yahudiler şerefsizdir yok olsunlar” isimli, “Kürt açılımı olmasın! Diyen 1000000 Vatansever” adlı Facebook sayfaları nefret söylemi içeren örneklerden sadece birkaç tanesidir.

⁹⁴Mehmet Güzel, *Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü*, **Küresel İletişim Dergisi**, Sayı:1, Bahar 2006, s.3-16.

⁹⁵Aygül, a.g.e.

Nefret söyleminin yoğun olarak görüldüğü diğer bir alan ise video paylaşım ağlarıdır. Bu ağlardan en bilinen ve en çok kullanılanı ise; 2005’te kurulmuş olan ve 2006 yılında Google tarafından satın alınan Youtube kanalıdır. Kanalin sloganı “Broadcast Yourself”’tir. Oldukça ayrıntılı özelliklere sahip bir web sitesi olan Youtube’de, videoların alt kısmında diğer dijital mecralarda da videoyu kolayca paylaşmayı sağlayan Facebook, Twitter, forum gibi seçenekler ve videoyu oylamak için kullanılan “Beğendim”, “Beğenmedim” butonları yer almaktadır. Sitede bu seçeneklerin yer alması videoların geniş kitlelere çok hızlı ve kolay bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır. Ek olarak, bireylerin arama yaparken bu videolara daha kolay ulaşabilmeleri için videoyu yükleyen kişi tarafından etiketler eklenebilmektedir. Nefret söylemi içeren videoların etiketlerinde sıklıkla “Ermeni, Kürt, Rum, ibne, dönme, karı” kelimelerine rastlanmaktadır.⁹⁶ Örneğin, “Kemal Gay Turk” adlı videoda Atatürk’ün bir fotoğrafının baş kısmına makyajlı bir kadın fotoğrafı yapıştırılmıştır. Video bu bağlamda cinsiyetçilik ve homofobi içerdiğinden, Youtube’ye yönelik ilk erişim yasağı İstanbul 1.Sulh Ceza mahkemesi tarafından gerçekleştirilmiş, Türk kullanıcıların Youtube kanalına girmeleri yasaklanmıştır. Atatürk videosunda olduğu gibi, Öcalan’ın makyajlı kadın ya da travesti şeklinde temsil edildiği pek çok video da Youtube’de yer almaktadır. Bu bağlamda; Youtube’de nefret söylemi incelendiğinde, biz kavramının “Türk, beyaz, heteroseksüel, sünni, müslüman ve erkek” olarak konumlandırıldığını, bu özelliklerin dışında kalan kişilerin ise nefret söylemine hedef olduğu görülmektedir. Bir başka örnek ise; 2010 yılında Ahmet Türk’e Samsun’da yapılan yumruklu saldırıdaki görüntü ile hazırlanan “AHMET TÜRKE YUMRUK((SARKI))” isimli videodur. Videoda “vur yiğidim vur” gibi sözlerle yapılan şarkı yer almıştır. Yumruk atma eylemini yapan kişinin “yiğit” olarak konumlandırıldığı görülmektedir. Videoya yapılan yorumlara bakıldığında ise “tek yumrukla hastanelik etmiş helal koçum be, bileğine kuvvet” gibi yorumlar dikkat çekmektedir.⁹⁷

Günümüzde, spor alanında yaşanan iletişimsel sürece baktığımızda, internet sayfaları, web forumları gibi çevrimiçi spor ortamlarının alt alan olduğunu söyleyebiliriz. Akın’a göre; “*internetin sağladığı çevrimiçi hareketlilik*

⁹⁶Tuğrul Çomu, *Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi, Yeni Medyada Nefret Söylemi*, Derleyen: Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010, s.141-180.

⁹⁷A.g.e.

(mobilizasyon), taraftarların, hem anaakım medyaya bağımlı olmadan seslerini duyurabilme hem de kulüplerinin geleceğine müdahil olabilme fırsatı sağlaması sebebiyle, taraftarlığın daha katılımcı bir hal almasına yani 'demokratikleşmesine' vesile olmuşlardır. Ancak genellikle 'biz' ve 'diğerleri' diyalektiği üzerine inşa olan taraftarlık tahayyülünün beraberinde getirdiği güçlü grup kimliği kaçınılmaz olarak 'içeri' ve 'dışarıyı' tanımlayan bir sınır inşasını gerektirmektedir.”⁹⁸ Örneğin, medya kuruluşlarının sosyal ağ profillerine baktığımızda, sitede paylaşılan haberlerin altına yazılan okur yorumlarının nefret söylemi içerebilen etnik veya cinsel aşağılamalar kaynaklı yorumların yer aldığı ve moderasyon tarafından silinmedikleri görülmektedir. Taraftarlar tarafından oluşturulmuş fan forumlarına baktığımızda ise çok daha az sıkı bir yorum denetleme mekanizması olduğu görülmektedir. Ek olarak, bu grupların kullanıcı / beğenen / takip eden kişi sayıları oldukça yüksek olduğundan yorumlar adeta kontrol dışı kalmakta bu durumda da nefret söylemi örnekleriyle karşılaşıldığı görülmektedir. Örneğin, Fenerbahçeli taraftarlar tarafından kurulmuş takım taraftarı forumu olan Antu Forumu'nda bu tarz örneklerle rastlanmaktadır.

Dijital medyada nefret söylemi, Facebook ve Youtube ağları dışında aynı zamanda dijital oyunlarda ve çevrimiçi tarayıcı oyunlarında da özellikle cinsiyetçi ayrım ve şiddet kategorisinde görülmektedir. Örnek olarak; Grand Theft Auto isimli oyunu verebiliriz.⁹⁹

⁹⁸Altuğ Akın, *Çevrimiçi Spor Ortamlarında Nefret Söylemi: Bir Topun Peşinde Koşan Yirmi İki Adam, Taraftarlar ve Medya, Yeni Medyada Nefret Söylemi*, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010, s.193-222.

⁹⁹Günseli Bayraktutan Sütçü, *Dijital Oyunlarda Cinsiyetçilik, Yeni Medyada Nefret Söylemi*, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010, s.181-192.

II BÖLÜM: FUTBOLA İLİŞKİN SOSYAL AĞLARDA NEFRET SÖYLEMİ

1. Futbola İlişkin Sosyal Ağlarda Nefret Söylemi Analizi

Bu tezin amacı; nefret söyleminin dijital medyada nasıl yayıldığını ortaya koymaktır. Bu temel amaç doğrultusunda, nefret söyleminin yaygın bir şekilde kullanıldığı gözlemlenen spora ilişkin ağlarda, özellikle de ülkemizde fanatizm boyutunda sevilen ve seyredilen futbola ilişkin Facebook ve Twitter ağlarında nefret söylem/i/leri ortaya konmaya çalışılmıştır. Futbola ilişkin ağların incelenmesi söz konusu olduğunda, genel olarak ağ yapılanmalarına göz gezdirildikten sonra, örneklemin, taraftarlar tarafından oluşturulan resmi Facebook ve Twitter hesapları ile belirtilen taraftar hesaplarına etki eden medya kuruluşlarına ait resmi Facebook ve Twitter hesaplarından oluşmasına karar verilmiştir. Ancak belirtmek gerekir ki, esas olarak taraftar gruplarının oluşturdukları nefret söylem/i/leri değerlendirmeye alınmıştır.

1.1. Medya Kuruluşlarına Ait Sosyal Ağlar: Resmi (Official) Facebook ve Twitter Hesapları

Medya kuruluşlarına ait ağ örnekleri, 2013 – 2014 Süper Lig Sezonu ikinci yarısında, araştırmaya konu olan futbol müsabakalarının gerçekleştiği dönemde incelenmiştir. Araştırmada, bu ağ örneklerinin başlıca özelliklerinin bu profillerin arkasında kar amacı güden kurum ve kuruluşların olduğunu ve bu nedenle daha profesyonel bir ekiple ve kurumsal bir mantıkla işlemeleri oldukları görülmüştür. Bu gruptaki medya kuruluşları, hem gerçek dünyada hem de sanal dünyada yer alan, yazılı basının spor kategorileri ile spor kanallarının resmi diğer bir adıyla official internet oluşumları olarak yer almaktadır. Örneğin; Lig TV, NTV Spor, Hürriyet Spor, Milliyet Spor (Skorer), Sabah Spor, Fanatik, Fotomaç, AMK Spor. Bu kuruluşlara ait sosyal ağ hesapları incelendiğinde, takipçi ve beğeni sayılarının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Hürriyet Spor, Fanatik, Fotomaç ve Amk

Spor'a ait Twitter hesaplarının takipçi sayıları yüz bin ile altıyüz bin arasındayken, Facebook sayfalarına ait beğeni sayısı ise yüz seksen bin ile bir buçuk milyon arasında değişmektedir. Milliyet gazetesinin spor kategorisine özel bir isim vererek geliştirdiği “Skorer” profilinin Facebook beğeni sayısı yirmi yedi bin, Twitter takipçi sayısı ise on altı bin iken; Sabah Spor'un Twitter ve Facebook okuyucu kitlesinin on beş bin oldukları görülmektedir. Twitter takipçi sayısı yüksek olan medya kuruluşlarının bu duruma paralel olarak Facebook beğeni sayıları da daha yüksektir. Lig Tv ve NTV Spor'a bakıldığında hem Twitter hem de Facebook sayılarının diğer medya kuruluşlarından oldukça fazla olduğu görülmektedir. Ek olarak; Lig Tv ve NTV Spor Twitter profilleri “verified profile” özelliğine sahiptir. Yani bu profiller doğruluğu ve gerçekliği Twitter tarafından bir takım belgelerle onaylanmış olan resmi profillerdir. NTV Spor'un Twitter okuyucu yani takipçi kitlesi yaklaşık olarak üç buçuk milyon, Facebook beğeni sayısı ise bu rakama yakın olarak iki milyon yedi yüz bindir. Lig Tv'ye baktığımızda ise Twitter okuyucu sayısının yedi yüz doksan bin, Facebook beğeni sayısının bir milyon üçyüz bin olduğunu görmekteyiz. Bu bağlamda, onaysız olan diğer medya kuruluşlarının profillerinden daha yüksek sayıda okuyucu ve takipçi kitlesinin olmasının bir nedeni de olarak da verified oldukları için okuyucuların gözünde daha güvenilir ve kurumsal hesaplar olarak yer almaları verilebilir.

Yer ayrılacak haberlerin seçimi, bu haberlerin ele alınışı ve paylaşılan iletilerle sunumu, kullanılan üslup ve dil, medyatik üretim sürecinde medya kuruluşu ve çalışanları tarafından yapılan süzgeçleme (haberlerin elenerek seçilmesi ve medya kuruluşlarının kendi çerçevelerine uygun tercihleri) gibi geleneksel medya kuruluşlarına özgü olan bir çok benzerliği dijital medya da içerisinde barındırmaktadır. Diğer yünden, bu profil örneklerine ait Twitter ve Facebook ağları incelendiğinde görülmektedir ki; geleneksel medyadan farkı, dijital medyada sunulan haberlerin kullanıcı yorumlarına açık olmasıdır. Bu bağlamda yorumlara iki açıdan bakılabilir: birincisi bu resmi hesaplardan yapılan haber ve duyuların içeriği, ikincisi ise kullanıcı tarafından yapılan yorumların içeriği. Bu doğrultuda ilk açıdan bakıldığında, resmi hesaplardan basın kuruluşları tarafından yazılan haberlerin resmi bir dil taşıdığı görülmektedir. Daha açıklayıcı bir şekilde ifade edilmesi gerekirse; bu profillerden paylaşılan içerikler haber kanallarına uygun olarak duyuru ve haber iletimi şeklindedir. Bu haberlerin duyurum şeklinin yani içeriklerinin ise o medya

kuruluşuna uygun çerçevede olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Alğan ve Şensever'e göre; medya kuruluşları, bu içeriklere erişecek olan yani içerikleri tüketecek olan izleyicilerin diğer bir deyişle kullanıcıların, bahsi geçen konu ve habere dair edinecekleri kanıtı da genel çerçeveleri ile çizmektedirler.¹⁰⁰ Bu nedenle, bu içeriklerin medya tarafından ele alınma, kurgulanma ve yayılma süreçlerinde dikkatli ve hassas olunması gerekmektedir. Haberlere yazılan yorumların silinmesi veya diğer kullanıcılara gizlenmesi, kullanıcıların engellenmesi gibi editoryal süzgeç sürecinde de aynı hassasiyetin ve özenin gösterilmesi gerekmektedir. Fakat, medya kuruluşlarının ideolojik tercihleri, medya sektöründeki çalışma koşulları gibi bir çok etken, bu hassasiyetin gösterilememesine yol açmaktadır. Bu durum, nefret suçlarına yol açan ayrımcılığı oluşturarak besleyen önyargıların, diğer adıyla nefret söyleminin, medya tarafından üretilmesine yol açmaktadır. Bu bağlamda, bakıldığında, medya, nefret söyleminin oluşmasında veya yığınlaştırılmasında en etkili araçlardan biri haline gelebilmektedir.

Yorumlara ikinci açıdan yani kullanıcılar açısından bakıldığında ise; bu haber ve duyuruları okuyan Facebook ve Twitter kullanıcıları tarafından yazılan yorumların ise futbol kültürüne özgü, özellikle ezeli rakip ve rekabet, grup kimliği, tutulan takıma sahip çıkma ve taraftarlar arası dayanışma gibi noktalarla ilgili olduğu görülmektedir. Dijital medyanın, daha önceki başlıklarda da bahsedildiği üzere yapısı gereği hızlı yayılım ve etkileşimsellik gibi özelliklere sahip olması, yazılan bir ifadenin kolaylıkla dolaşıma sokulmasına neden olmakta, bu sebeple nefret söyleminin zeminini oluşturan farklı tipteki önyargıların da hızlı ve kolay bir şekilde dolaşıma sokulmasına yol açabilmektedir. Bu durum, özellikle, çok üstünde durulan yani çok fazla konuşulan / yazılan kelimelerin Trending Topic listesinde yer aldığı Twitter kanalında daha kolay bir şekilde öne çıkmaktadır. Ancak, örnek olarak seçilen bu medya kuruluşlarının sosyal ağ profilleri incelendiğinde, futbol fanatikleri tarafından oluşturulan sosyal ağlar kadar nefret söylemine yol açmadıkları görülmüştür. Bunun nedeni, editoryal süzgecin ve hesap yönetiminin, medya kuruluşlarına ait hesaplarda daha sıkı, kontrollü olmasından ve bu hesaplardan yayınlanan haberlerin kurumsal bir dile sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Örneğin; NTV Spor, Hürriyet Spor, Milliyet Spor (Skorer), Sabah Spor ve TakvimSpor kuruluşlarına ait Twitter ve Facebook profilleri incelendiğinde sıklıkla

¹⁰⁰Sosyal Değişim Derneği, Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek, a.g.e., s.17.

basılı gazete haberlerinde ya da televizyon programlarında yer alan transferler, futbolcu sakatlıkları, puan farkları gibi haber kapsamlı duyuruların paylaşıldığı görülmektedir. Milliyet gazetesi internet sitesinde spor kategorisine ayırdığı bölüme ilave bir isim vererek özel bir platform oluşturmuş ve Skorler olarak adlandırmıştır.

Diğer yönden bakıldığında; haber üretim sürecinde dijital yani internet temelli mecraların basılı, görsel veya işitsel mecralarla yakınlaştığı ve bu bağlamda medyalararası etkileşim durumu ortaya çıktığı için dijital platformlara yansıyan dilin dijital olmayan dille benzerlik gösterdiği görülmektedir. Bu nedenle, rekabet, rakipler gibi bir haber metnini nefret söylemi barındırarak sunan bir medya kuruluşunun dijital medyada yer alan profillerinde de aynı söylem ve üslup kullanılacağı için nefret söylemi barındırabilmekte ve kullanıcıların yorumları da bu yönde olabilmektedir. Örneğin, AMK Spor, Fanatik, Fotomaç gibi sadece futbol üzerine kurulmuş olan medya kuruluşlarının sosyal ağları incelendiğinde, kullanılan haber dilinin diğerlerinden biraz daha farklı ve fanlar tarafından oluşturulan ağların diline biraz daha yakın olduğu görülmektedir. Bu durum özellikle, medya kuruluşları tarafından dijital mecralarda paylaşılan haber başlıklarında gözlenmektedir. Bu bağlamda, medya kuruluşları ve onları takip eden okuyucuların yorumları arasında da paralel ve birbirine benzer bir söylem çerçevesi olduğu da görülmektedir.

Medya kuruluşlarına ait Facebook ve Twitter profilleri incelendiğinde, Facebook'ta yazılan gönderilerin diğer adıyla paylaşılan içerik ve haberlerin Twitter'a oranla çok daha az yorum aldıkları görülmektedir. Bu durum Twitter'ın anlık etkileşim ve yayılıma çok daha elverişli olmasından kaynaklanmaktadır. Ek olarak, medya kuruluşlarına ait hesaplar, kuruluşun basılı ve yazılı medyasına uygun olarak anlık olarak güncellenmemektedir. Örneğin; bir maç sonucu maçın hemen bitiminde değil de genellikle ertesi gün duyurulmaktadır. Bu durum da fanlar tarafından oluşturulan sosyal ağlara kıyasla, medya kuruluşlarının okuyucularından daha az yorum almasını ve daha kurumsal bir yapı profili çizerek nefret söylemine daha az yol açmasını sağlamaktadır.

1.2. “Dört Büyükler” Futbol Kulüplerine Ait Sosyal Ağlar: Resmi (Official) Facebook ve Twitter Hesapları

Türkiye’de futbol dendiğinde ilk olarak akla “dört büyükler” olarak anılan Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor kulüpleri gelmektedir. Bu durum, sıralama kendi içinde değişebilse de her yıl ilk dörde giren bu dört futbol kulübünün başarı konusundaki tekellerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin; 32. haftasında olan, 2013 – 2014 sezonuna baktığımızda, sıralamaya giren 18 takımın içinde, Fenerbahçe’nin 68 puanla ilk sırada, Galatasaray’ın 59 puanla ikinci sırada, Beşiktaş’ın 58 puanla üçüncü sırada olduğu ve Trabzonspor’un 50 puanla onları dördüncü sıradan takip ettiği görülmektedir.¹⁰¹ Uluslararası spor özelinde futbola alanına baktığımızda da, benzer durumun var olduğu görülmektedir. Örneğin; futbolun öncü ülkelerinden İngiltere’de Manchester United, Arsenal, Everton, Liverpool ve Tottenham kulüpleri “big five” diğer adıyla “büyük beşli” olarak ifade edilmektedir.

“Dört Büyükler” olarak adlandırılan Galatasaray Spor Kulübü, Fenerbahçe Spor Kulübü, Beşiktaş Spor Kulübü ve Trabzonspor Kulübü’ne ait Twitter ve Facebook hesapları incelendiğinde özellikle Galatasaray Sk ve Fenerbahçe Sk’nın oldukça yüksek takipçi kitlesi ve beğenen kişi sayısına sahip oldukları görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı tarihlerde, bu iki futbol kulübünün Twitter takipçi sayısı üç milyonu aşkın iken, Facebook beğeni sayıları da bu rakamlara paralel olarak Galatasaray’ın on bir milyon ve Fenerbahçe’nin sekiz buçuk milyondur. Beşiktaş Spor kulübünün Twitter takipçi sayısı altı yüz bin iken, Facebook beğeni sayısı dört milyonun üzerindedir. Bu üç takımın hem Twitter hem de Facebook hesaplarının oldukça kurumsal bir şekilde yönetildiği ve hem Twitter profillerinin hem de Facebook sayfalarının “verified” yani “doğrulanmış” resmi sayfalar oldukları görülmektedir. Dört kulüp arasında en düşük takipçi ve beğeni sayısına sahip olan kulüp ise Trabzonspor’dur. Kulübün Twitter takipçi sayısı yüz altmış altı bin iken, Facebook beğeni sayısı onsekiz bindir. Bu rakamlar diğer üç büyük kulübe göre oldukça düşük sayılmaktadır. Bu durum kulüp tarafından yazılan iletilerin, paylaşılan içerik, duyuru ve haberlerin diğer üç kulübe oranla çok daha az kişi tarafından görünür olduğu anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, paylaşılan içeriklere yazılan yorumların da diğer kulüplerden daha az olduğu görülmektedir. Ek olarak, kulübün sadece Twitter profili “verified” özelliğine sahiptir, Facebook sayfası doğrulanmış sayfa konumunda değildir. Takipçi sayısı yüksek olan kulüplerin en büyük

¹⁰¹Spor Toto Süper Lig Fikstürü 2013 – 2014, <http://www.tff.org.tr/default.aspx?pageID=198> / Erişim Tarihi: 13 Şubat 2014.

benzerliklerinden birinin de erken dönemde Twitter kullanmaya başlamalarının olduğu görülmektedir. Örneğin, Fenerbahçe Spor kulübü 2007 yılında Twitter platformuna katılmıştır.

Günümüzde, sportif etkinliklerin bir oyun olma özelliğinden çıkarılıp, ekonomik düzeyde işleyen bir alana dönüşmüş hali olan “endüstriyelmiş” futbol, spor müsabakaları içinde ayrı bir yere konulmaktadır. Bu bağlamda futbol, Türkiye’nin hemen her bölgesinde en çok ilgi gören spor dalıdır.¹⁰² Dört büyüklere ait Twitter ve Facebook sayfaları incelendiğinde, kullanıcıların Türkiye’nin farklı farklı şehirlerinden ve bölgelerinden oldukları görülmektedir. Medya kuruluşlarına ait sosyal ağ örneklerinde olduğu gibi, dört büyük futbol kulübüne de iki açıdan yaklaşmak mümkündür; bunlardan ilki bu profillerden yani kulüpler tarafından yazılan gönderilerin içeriği, diğeri ise bu profilleri veya yazılan haberleri takip eden kullanıcı yorumlarının içeriğidir.

King, 1990’lı yıllarda televizyonların büyük kulüplere odaklanan yayın eğilimlerinin yeni bir “televizyon takipçisi” kitleyi meydana getirdiğini ifade etmektedir. King’e göre televizyon, futbol oyununun küreselleşmesinde ve endüstriyelleşmesinde çok kritik bir role sahip olduğundan dolayı, tüketici seyirciler kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu tüketici seyirciler de futbol endüstrisinin sürmesi ve gelişmesi için temel şartlardan biri haline gelmiştir.¹⁰³ Bu durumu günümüzle kıyasladığımızda, sosyal ağlarda futbol kulüpleri tarafından meydana getirilen içerikleri takip eden, okuyan, tüketen ve yorumlarıyla geri dönüşlülük kazandıran sosyal ağ kullanıcılarının, King’in tanımındaki “tüketici” kavramıyla benzerlik gösterdiği görülmektedir. Diğer bir deyişle ifade etmek gerekirse, televizyon gibi geleneksel medya araçlarının değişerek ve dönüşerek, web tabanlı platformlar olarak ortaya çıkan dijital medya ve mecraları kapsamıyla, seyircileri de bu sebeple televizyon seyircilerinden dijital medya kullanıcılarına dönüştürmüştür. Bu bağlamda, dijital medyanın yapısından kaynaklanan sahiplik ve kontrolün geleneksel medyadan daha az oluşuyla kontrolün azalması ve içerik üretimine katkı, etkileşimsellik, hızlı yayılım ve iletişim sürecinde hızlanma gibi

¹⁰²Sezer Ayan, *Şiddet ve Fanatizm*, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:7, Sayı:2, 2006, s.191-209.

¹⁰³Anthony King, *The End of The Terraces: The Transformation of English Football in 1990’s*, London: Leicister University, 2001, p.36.

özellikleriyle geleneksel medyadan ayrılmaktadır. Bu bağlamda, kulüplerin özellikle Twitter profillerinden Süper Lig maçları karşılaşmaları esnasında güncel olarak maç ile ilgili anlık duyurular yapıldığı ve kullanıcılardan hızlı bir şekilde etkileşim ve yanıt aldıkları görülmektedir. Kulüpler tarafından yapılan duyurular daha kurumsal ve nötr bir dile sahip olduğundan, kullanıcıların cevapları da aynı etkileşimde olmakta ve nefret söylemi kapsamına giren iletiler fanlar tarafından oluşturulan ağlardaki nefret söylemi içerikli iletilerden daha az olmaktadır. Bu durumda kulüplerin editoryal süzgecinin sıkı olmasının da payı vardır. Kulüpler tarafından yapılan duyuruların genellikle; maçın gidişatı, maçın kalan süresi, maç sonucu, futbolcu röportajları, müsabakalarda rakip takıma başarılar dileme, teknik direktörlerin futbol kanallarında ve programlarında (Örneğin; GS Tv, FB Tv vb.) takımın durumu ve futbolcuların performansı ile ilgili söyledikleri sözler, futbolcuların antrenman esnasında çekildikleri fotoğrafların eklenmesi, kupa kazanılması durumunda fotoğraf paylaşımı, resmi web sitesine yazılan duyuruların sosyal ağlar üzerinden paylaşımı gibi içeriklerden oluştuğu görülmektedir. Kulüplerin Twitter ve Facebook duyurularının tamamına bakıldığında sadece futbol branşıyla sınırlı olmadığı, özellikle basketbol branşıyla ilgili başarıları ve sonuçları da paylaştıkları görülmektedir. Örneğin; Galatasaray Kadın Basketbol takımı Türkiye Kadınlar Basketbol ligi 2013 – 2014 sezonu galibi olduğu için sık sık bu konuda fotoğraflı paylaşımlar yapılmaktadır. Bunun dışında, maç esnasında yaşanan gerginlik verici, taraftarları nefret söylemine sürükleyebilen, holiganizm içerikli durumlar ile ilgili açıklama ve kınama duyurularını da kulübün önce resmi web sitelerinde yayınlayıp daha sonra Twitter ve Facebook gibi sosyal ağlarda da paylaşarak, bu ağları kriz yönetimi için kullandıkları da gözlemlenmektedir. Bu durum, özellikle dört büyüklerin kendi aralarında yaptıkları ve derbi adı verilen karşılaşmalar sırasında ve sonrasında sıklıkla görülmektedir.

Sonuç olarak, hem futbol kulüpleri tarafından yapılan haberlerin hem de kullanıcı yorumlarının nefret söylemi açısından içeriğine bakıldığında daha nötr ve olumlayıcı bir dil kullanıldığı görülmektedir.

1.3. Takım Taraftarları / Fanları Tarafından Oluşturulan Sosyal Ağlardan Örnekler: “Futbol Fanatikleri”

Dünyanın hemen her bölgesinde en çok ilgi gören spor dalı olması nedeniyle, futbol ayrı bir yerde ve konumda bulunmaktadır. Bu bağlamda en çok taraftarı, fanatığı ve fanatizmi içinde barındıran spor dalıdır. Sporun rekabete ve kazanmaya dayalı bir oyun yapısına sahip olması nedeniyle, spor ve özelinde futbolun da tarih boyunca insanlararası bir takım mücadelelere yol açtığı görülmektedir. Bu mücadeleler, futbolu ve takımlarını seven kişilerin “biz” kavramı oluşturmaya yol açarken, diğer yandan rakip takımları ise “öteki” konumlandırmasına itmiştir. Bu bağlamda, taraftar grubu örgütlenmelerinin ilk ortaya çıkışlarına göz gezdirmek gerekmektedir.

Türkiye’de 1990’larda yaygınlaşmaya başlayan taraftar gruplarının, 2000’lerin ilk on yılında daha da yaygınlaştığı ve bu bağlamda bir çok futbol kulübünün taraftar gruplarının oluştuğu görülmektedir. Bunun en büyük sebeplerinden biri özellikle 2000’li yıllarla beraber yaygınlaşan internet kullanımınıdır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ve internetin bireylerin kullanımına sunulmasıyla, bir yandan uluslararası gelişmelerden ve tüm futbol müsabakalarından haberdar olma durumu artmış, diğer yandan ülke içindeki taraftar gruplarının ve gruplara üye taraftarların ilişkilerinin gelişmesi için fan forum platformları oluşturulmaya başlanmıştır.

Taraftar gruplarının ortak noktalarının yanında, aynı zamanda oluştukları mekanın (kent, semt vb.) sosyal ve kültürel özelliklerini yansıtan bir yapıya da sahip oldukları söylenebilir.¹⁰⁴ Örneğin; Beşiktaş’ın taraftar grubu “Çarşı” bu semtin adını almıştır.

1960’lı yıllardan sonra dünya çapında, hemen hemen tüm kulüplerin taraftar grupları oluşmaya başlamış ve zaman içerisinde bu gruplar arasındaki ilişkiler de gelişerek ortak bir taraftarlık kavrayışı oluşmaya başlamıştır. Taraftar kimliğinin ortaya çıkmasındaki en büyük etkenlerden birisi, kulüp takipçilerinin bir diğer adıyla

¹⁰⁴Aydın, Hatipoğlu ve Ceyhan, a.g.e., s.302.

“fanların” belli bir zaman diliminde kulüp kimliğinin yanına kendi kimliklerini ortaya koydukları grupadlarını almalarıdır.

Grupların kendi adlarının ve kimliklerinin net olarak ortaya çıkış tarihleri dünya çapında da farklılık göstermektedir. Örneğin; ilk olarak 1960’larda İtalya’da ortaya çıkan taraftar gruplarına “ultras grubu” adı verilmiştir. İngiltere’de “holigan grupları”, Latin Amerika’da “barras bravas” olarak isimlendirilen taraftar gruplarının ortaya çıkışları farklı tarihlerde olmuştur. Futbolda öncü ülkelerden biri olan İtalya’nın herkes tarafından tanınan ilk kurumsallaşmış taraftar grubu 1960’lı yılların sonunda oluşturulan “Fossa De Leoni” taraftar grubudur. Grup, Milan takımının fanlarından oluşmaktaydı.¹⁰⁵

Türkiye’de kulüp taraftarlarının ortaya çıkışlarına bakıldığında ilk olarak fan forumları olarak bilinen, forum uzantılı taraftar platformları olarak oluşturuldukları görülmektedir. Bu durum, sadece futbol fanları tarafından değil sanatçı veya oyuncu fanları tarafından oluşturulan forumlarda da görülmektedir. Bu platformlar, bir admin tarafından “domain name” satın alınarak oluşturulan, kendi içinde kurallar taşıyan, yazılanları denetleyen moderator ve editörlerin olduğu, fanların diğer adıyla taraftarların mail adresleri ile kendilerine nick (takma kullanıcı adı) seçerek üye olabildiği, konulara ve başlıklara yorumlar yapabildiği ve kendi aralarında toplantılar oluşturarak gerçek hayatta da bir araya gelebildikleri web siteleridir. Bu bağlamda, Türkiye’ye baktığımızda, ilk önemli taraftar grubu örneğinin 1982’de kurulan Beşiktaş’ın Çarşı adlı grubu olduğu görülmektedir. Çarşı grubu, taraftar olarak örgütlenme ve kimliklenme sürecinin Türkiye’deki en önemli ilk örneklerden biri olarak sayılmaktadır. Bu bağlamda, bir grup ismi oluşturma ve grup adının, sembollerinin, fikirlerinin, yorumlarının zamanlakulüp ismini bile aşarak önüne geçmesi süreci kısa ve basit bir süreç değildir.

Diğer üç büyükler futbol kulübüne ait taraftar gruplarının ise Çarşı’dan daha sonra oluşturuldukları görülmektedir. Örneğin; Fenerbahçe’nin en bilinen fan forumlarından biri olan “forum.Antu.com” 1997 yılında kurulmuş, 2011 yılında dağılmış ve yerine fanlar tarafından “forum.12Numara.org” taraftar grubu

¹⁰⁵A.g.e., s.304.

kurulmuştur. Bir diğer büyük Fenerbahçe taraftar grubu olan “Fenerist” adlı grup ise sonradan “12 Numara” taraftar grubu ile birleşmiştir.

Galatasaray fanları tarafından kurulan ve maçlarda yaptıkları koreografilerle tanınan, Türkiye’nin tüm il, ilçelerinde ve yurt dışında birçok bölgede yetkili temsilcileri olan “forum.ultraslan.com” taraftar grubu 2001 yılında kurulmuştur.¹⁰⁶ Galatasaray’ın bir diğer taraftar grubu oluşumlarından biri ise sol görüşlü fanlardan oluşan “Tekyumruk” isimli grubudur. Trabzonspor fanları tarafından kurulmuş en büyük oluşum olan “forum.bordomavi.net” adlı taraftar sitesi ise 1999 yılında oluşturulmuştur. Kurulduğu yıllarda ve sonrasında yüksek sayıda üyesi olan forumlara, daha sonra internetin gelişimi ve 2004 yılında Facebook, 2006 yılında ise Twitter platformlarının ortaya çıkışıyla forumlara ilgi azalmış, üye sayısı artışı durmuş hatta bazı forumlar yeni üye alımı yapmamaya başlamıştır. Bu bağlamda, taraftarlık kimliği ve kültürü Facebook ve Twitter üzerine taşınmış ve oradan devam etmiştir. Bu durumda, taraftar gruplarına ait Facebook ve Twitter hesaplarının, taraftar forumlarının birer uzantıları olduğunu söylemek mümkündür.

Fanatizm sözlük anlamı olarak; *“Sahip olunan veya peşinden koşulan değişik amaçlı görüşlere, fikir veya ideolojilere aşırı şekilde bağlılıktan doğan tavizsiz ve katı bir davranış şekli ve bundan doğan bir akımdır. Bu akım siyasetten spora kadar görülebilmekte ve bir takım tepkici davranışları da kapsamaktadır. Modern sanayi toplumlarının insanı yalnızlaştırıcı, insani değerleri törpüleyici ve insanın sosyal niteliğini zayıflatıcı tesirlere karşı tepki yolu ile rahatlamayı sağlayıcı bir yoldur.”*¹⁰⁷

Tarihsel sürece bakıldığında, basit web forum sayfaları ve mail grupları kurulması ile oluşturulan sanal taraftar grupları, kısa süre içinde gerçek hayatta da bir araya gelerek taraftarlık kimliğinin önemli parçalarından biri haline gelmişlerdir. İnternet platformlarının yeniliklerini başarılı bir şekilde takip ettiklerinden ve hızlı bir şekilde uygulayabildiklerinden dolayı, taraftar forumları, Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım ağlarına da kısa sürede ve hızlı bir şekilde adapte olmuşlardır. Ek olarak, bu taraftar grupları bir diğer büyük, görsel ve işitsel dijital mecralardan

¹⁰⁶<http://www.ultraslan.com/temsilciListe.asp?temsilID=1> / Erişim tarihi: 13 Şubat 2014.

¹⁰⁷Musatafa Erkal, Burhan Baloğlu ve Filiz Baloğlu, **Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü**, İstanbul: Der Yayınları, 1997, s.110.

biri olan Youtube'yi de sıklıkla kullanmaktadırlar. Bir diğer deyişle, bu mecralar taraftar gruplarının kendi medyalarını yaratmaları ve oluşturmaları anlamına gelmektedir.

Fanatizmin sosyal bir sorun olarak ele alınmasının sebebi aslında bireyin bir kulübün fanı veya taraftarı olması değil, bu fanatiklerin bir araya gelerek yaptıkları eylemlerdir.¹⁰⁸ Bu eylemler internet üzerinde, forumların yaygın olduğu dönemde; görüşmeler, fikir paylaşımı, internet üzerinden görsel şovlar hazırlanması, rakip takımlar hakkında eleştiri, fikir ayrılığı durumunda forumdaki başlıklarda tartışma çıkması gibi forum tabanlı konuları ve bu konular etrafında oluşabilecek nefret söylemlerini içermektedir. Günümüzde ise, tüm kullanıcılara açık ve ücretsiz olan Facebook ve Twitter ağlarında, bu grupların takipçisi olan kişiler maç öncesinde, maç sırasında ya da sonrasında bu ağlarda paylaşımlarda bulunarak nefret söyleminin Facebook ve Twitter üzerinden çok daha hızlı bir şekilde yayılmasına yol açmaktadırlar. Bu bağlamda, Facebook ve Twitter'dan farklı olarak, forumların sıklıkla kullanıldığı dönemde, forumdaki konuların büyük çoğunluğunun sadece üye olan kişiler tarafından görülebilir olması ve admin ve moderatör gibi forum yetkilileri tarafından konulara ve yazılan içeriklere müdahale edilebilir olması durumları söz konusuydu. Twitter'da ise üye olunmasa bile diğer kişiler tarafından yazılan tweetlerin görülebilir olması ve yazılan iletilere herhangi bir şekilde müdahale edebilmenin imkansız olması fanatizm konusunda çok daha büyük sorunlara yol açabilmektedir. Hatta öyle ki, stadyumda maç seyreden ve o esnada saha içinde ne olduğunu göremeyen bir seyirci / taraftar, cep telefonundan Twitter hesabına baktığında hakem veya oyuncularla ilgili nefret söylemi içeren yazılarla karşılaştığında, olayı sosyal ağlardan öğrenerek buna dahil olabilmektedir. Bu durum da nefret söyleminin hızlı bir şekilde yayılmasına ve katlanarak büyümesine yol açmaktadır. Facebook ise forum sistemine biraz daha benzer olup; üst yöneticilik, içerik yöneticiliği, editörlük gibi kategorilere göre sayfayı yöneten kişilerin sahip olduğu yetkileri barındırmaktadır. Bu bağlamda, taraftar gruplarına ait Facebook sayfaları Twitter'a oranla daha kontrol edilebilir görünmektedir. Buna rağmen araştırma sürecinde görülmüştür ki, özellikle rakip takımlar hakkında yazılan yorumlar editoryal süzgeçten rahatlıkla geçmekte ve nefret söylemi barındırıyor olsa

¹⁰⁸Ayan, a.g.e, s.205.

dahi silinmemektedir. Hatta gruplar kendi paylaştıkları yazılarda ve sayfa güncellemelerinde nefret söylemi içeren cümleler kullanmaktadırlar.

Bu bağlamda; araştırma kapsamında dört büyük futbol kulübüne ait taraftar gruplarından Twitter ve Facebook'ta en çok etkileşim alan ve en çok takip edilen taraftar grupları seçilmiştir. Örneklem grupları şu şekildedir: Galatasaray – “Ultraslan” taraftar grubu, Fenerbahçe “12 Numara” taraftar grubu, Beşiktaş “Çarşı” taraftar grubu ve Trabzonspor “Bordo Mavi Net” taraftar grubu. Grupların Facebook beğeni ve hakkında konuşan kişi sayıları, Twitter takipçi sayıları ve Twitter'a kaydoldukları zaman gibi bilgileri içeren ekran görüntüleri alınmıştır.

Araştırmanın Yöntemi: Teun Van Dijk'in tanımına göre söylem; konuşmaya dayalı etkileşim, imgeler, yazılı metin, işaretler, tipografi ve anlamlandırmanın diğer semiyotik ya da multimedya boyutlarını içeren bir iletişim etkinliğidir ve ideolojilerin yeniden üretimini sağlamakta oldukça önemlidir. Bireyin davranışlarını denetlemek, söylemlerini de denetlemekten geçmektedir. Bu bağlamda, toplumsal denetimin ve iktidarı kontrol etmenin sağlanması için söylemin denetlenmesi ya da doğrudan üretilmesi gerekmektedir.¹⁰⁹

Dijk'in yaklaşımına göre; söylem yalnızca metin olarak değerlendirilemez, bağlam kapsamında değerlendirilmedir. Çünkü söylem bir bağlam içinde anlam kazanmaktadır. Dijk'e göre bağlam; “*İnsanların, bir şeyin toplumdaki yerine atıfta bulunmaları ile oluşan bir olgu*”dur. Diğer bir deyişle ifade edilirse, bağlam bireylerin zihninde oluşturulan öznel yorumlama pratiğidir. Bu yorumlamada sadece metni meydana getiren sözcüklere değil, aynı zamanda küresel anlama da dikkat edilmesi gerekmektedir.¹¹⁰

Alımlama, yorumlama ve tutum oluşturma kişilerin zihinsel modelleriyle bağlantı içerisindedir. Bu durumdan dolayı, bireylerin sahip olduğu ideoloji ve önceki deneyimlemeleri belirleyici bir etkiye sahiptir. Özellikle genellemeler

¹⁰⁹Michael Meyer, *Between theory, method, and politics: positioning of the approaches to CDA*, **Methods of Critical Discourse Analysis**, Ed.: Ruth Wodak, London: Sage Pub., 2001, p.20.

¹¹⁰Teun A. Van Dijk, **Söylem ve İktidar**, Çeviren: Pınar Uygun, İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları 2010, s.14.

önyargıları beslediği için oldukça önemli bir belirleyici konumundadır. Dijk'a göre; bireyler önyargılar içeren metinlere maruz kaldığında bu metinlerdeki söylemler doğrultusunda kendilerine özgü zihinsel modelleri meydana getirmekte, bu modeller de ideolojiler doğrultusunda tutum, davranış ve söylemsel pratikleri biçimlendirilmekte ve bu bağlamda bireyler de önyargı temelli tutumlar geliştirebilmektedirler.¹¹¹

Söylem analizi, kuramsal köklerini Antik Yunan dönemindeki retorik çalışmalarından alan nitel bir araştırma yaklaşımıdır. Daha sonra ise, 1970'lerde Van Dijk, Fowler, Wodak ve Fairclough tarafından geliştirilen eleştirel söylem çözümlemesi, bilgi, güç ve/veya iktidar ilişkilerine ait yapıların üretimi, anlamı ve bu ilişkilerin temelinde yatan söylemler ve yeniden üretimin nasıl yapıldığını ortaya koymaktadır. Diğer bir ifadeyle, söylem çözümlemesi, söylemin kendisinden kaynaklandığı düşünülen eşit olmayan güç ve/veya iktidar ilişkilerine dikkat çekerek, söylemin eşitsizlik ve egemenlik ilişkilerinin yeniden üretilmesindeki görevini analiz etmeyi amaçlamaktadır.¹¹²

Dilbilimsel analiz ile toplumsal analiz arasında bir bağ kuran söylem analizi, temel olarak toplumsal iktidarın kötüye kullanılması nedeniyle ortaya çıkan adaletsizlik, tahakküm ve eşitsizliklere odaklanmaktadır. Bu bağlamda, söylem analizi, tahakkümün yeniden üretiminde konuşma, sözlü etkileşim ve iletişimin genel yapısını analiz ettiğinden dolayı söylem yapılarına odaklanmaktadır. Van Dijk, söylem analizini daha çok haberler üzerine gerçekleştirmiştir. Toplumdaki egemen söylemleri incelerken, iktidar ve tahakküm ilişkilerini çözümlemekte bu bağlamda da analizlerinde makro ve mikro olmak üzere iki yapı kullanmaktadır.¹¹³ Makro yapılar tematik ve şematik olma üzere haberin içeriğinin anlamıyla ilgili bilgiler sunan iki alt yapıdan oluşmaktadır. Mikro yapı çözümlemelerinde ise, basit ya da karmaşık yapıda

¹¹¹Van Dijk, a.g.e., s.27.

¹¹²A.g.e., s.29.

¹¹³Tezcan Durna ve Çağla Kubilay, *Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlemeleri*, **Medyadan Söylemler**, Derleyen: Tezcan Durna, İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık, 2010, s.1-68.

olma, aktif veya pasif yapıda olma, fiil çekimleri gibi cümle ve kelimelerle ilgili yapılar incelenmektedir.¹¹⁴

Van Dijk'ın söylem analizi modeli Ömer Özer tarafından makro - mikro yapı bağlamında aşağıdaki şekilde tablo haline getirilmiştir:¹¹⁵

Tablo 1.1: Van Dijk Söylem Çözümlemesi Modeli

A.	Makro Yapı
1.	Tematik Yapı
a.	Başlık/lar
b.	Haber Girişi
	1. Spot/lar
	2. <i>Spot olmadığında haber metninin ilk paragrafı alınmalıdır. Haber tek paragraftan oluşuyorsa ilk cümle haber girişi olarak alınabilir.</i>
c.	Fotoğraf
2.	Şematik Yapı
a.	Durum
	1. Ana Olayın Sunumu
	2. Sonuçlar
	3. Ardalan Bilgisi (Önceki olay da dahil)
	4. Bağlam Bilgisi
b.	Yorum
	1. Haber kaynakları
	2. Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar
B.	Mikro Yapı
1.	Sentaktik Çözümleme
a.	Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması
b.	Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması
2.	Bölgesel Uyum
a.	Nedensel ilişki
b.	İşlevsel ilişki
c.	Referansal ilişki
3.	Kelime Seçimleri
4.	Haber Retoriği
a.	Fotoğraf
b.	İnandırıcı bilgiler
c.	Görgü tanıklarının ifadeleri

Bu modelin araştırma kapsamında ele aldığımız Facebook ve Twitter ağlarına uygun başlıkları ve tablolandırılması ise şu şekilde yapılmıştır:

¹¹⁴Yasemin İnceoğlu ve Nebahat Çomak, *Teun A. Van Dijk, Metin Çözümlemeleri*, Derleyen: Yasemin İnceoğlu ve Nebahat Çomak, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2009, s.14-31.

¹¹⁵Ömer Özer, *Eleştirel Haber Çözümlemeleri*, Eskişehir:Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, 2009, s.92.

Tablo 1. 2: Facebook ve Twitter Söylem Çözümlemesi

A. Makro Yapı 1. Tematik Yapı a. Taraftar Grubu sayfasının adı b. Taraftar Grubu tanımı c. Taraftar Grubu profil ve kapak görseli (fotoğraf) 2. Şematik Yapı a. Durum Tanımı 1. Gönderinin Anlatım Dili a. Taraftar Grubu Tarafından Paylaşılan İçerikler Açısından b. Kullanıcılar 2. Ardaalan Bilgisi 3. Bağlam Bilgisi B. Mikro Yapı 1. Sentaktik Çözümleme a. Cümle yapılarının aktif ya da olması b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması 2. Bölgesel Uyum (nedensel ilişki, işlevsel ilişki, referansal ilişki) 3. Kelime Seçimleri (metafor, yan anlam, düz anlam, düz değışmece vb.) 4. Retorik a. Görseller (taraftar grubu tarafından paylaşılan fotoğraf ve resimler) b. İnandırıcı / kanıtlayıcı bilgiler

Bu araştırmada, Van Dijk söylem çözümlemesi ışığında; kulüp taraftarları kaynaklı sosyal ağ profillerinde nefret söylemi çözümlesi yapılırken, Facebook ve Twitter platformları birbirlerinden farklı özelliklere sahip olmakla birlikte, araştırmada incelenen haliyle en önemli ortak noktaları kullanıcı diğer adıyla taraftar yorumları olmuştur. Taraftar gruplarına ait profiller tarafından paylaşılan haber metinlerinin amacının haber akışından daha çok o kulübün taraftarlarının bir araya gelmesinin kullanıcıların yorumlarıyla sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, kurumsal medya hesaplarının ağlarından farklı olarak, taraftarlık ve/veya fanatizm etrafında şekillenmektedirler. Bu sebeple, kulüplere ait bu fan profillerinde

“tarafsız olma” gibi bir durum söz konusu olmamaktadır. Bu durumda, yazılan içerikler “biz” ve “diğerleri” ikiliği üzerinden konumlanmakta, taraftarlık bağlamında oluşturulan grup kimliği aynı zamanda içeri ve dışarıyı da tanımlamayan sembolik sınırlar belirlemektedir. Bu gruplar tarafından yaygın bir şekilde paylaşılan konu içerikleri incelendiğinde ağırlıklı olarak; desteklenen takıma ait yeni transfer durumları, rakip takımla ilgili haberler, oynanacak maçlar için organizasyon yapımları ve / veya bir önceki maça ait analizler gibi konuları kapsadığı görülmüştür. Paylaşılan bu içeriklerle, taraftar olma durumu üzerinden dil ve söylem yoluyla grup kimliği yeniden üretilmektedir. Bu bağlamda, Facebook ve Twitter platformlarında kullanılan söylemlerin içerikleri ve kullanım şekillerinin incelenmesi gerekmektedir.

Araştırma Kapsamı: Araştırmada, Spor Toto Süper Lig Fikstürü 2013 - 2014 sezonunun, dört büyük takımın arasındaki puan farkının azalarak özellikle rekabetin arttığı ve dört büyüklerin kendi aralarında karşılaştığı “derbi” isimli maçların da yer aldığı dönem olan 2. devresi ele alınmıştır. Araştırma süresi 3 ayla sınırlıdır. Bu 3 ay süresince, araştırmaya 4 haftada (her ayın farklı haftaları) oynanan maçlar dahil edilmiştir. Bu 3 ay süresince takip edilerek analiz edilen lig maçları şu şekildedir:

- Süper Lig / 2. Devre / 22. Hafta (Şubat ayının 3. haftası): GS - BJK TS - Kayserispor / Elazığspor - FB karşılaşmaları
- Süper Lig / 2. Devre / 24. Hafta (Mart ayının 2. haftası): GS - Akhisar Belediyespor / BJK - Eskişehirspor / TS - FB karşılaşmaları
- Süper Lig / 2. Devre / 27. Hafta (Mart ayının 4. haftası): Elazığspor - TS Konyaspor - GS / FB - Bursaspor)
- Süper Lig / 2. Devre / 28. Hafta (Nisan ayının 1. haftası): BJK - Kayserispor GS - FB / TS - Gençlerbirliği

Araştırmanın Sınırlılıkları: Sosyal ağlar/platformlar güncel ve sık sık haber ve içerik paylaşımaya devam edilen platformlar olduğundan dolayı, araştırma kapsamında Twitter’da ilk 24 saat içinde yazılan gönderiler (çift yönlü olarak hem grupların yazdığı hem de grupların yazdıklarına yapılan yorumlar) ve hashtagler ele alınmıştır. Facebook, Twitter’a oranla daha yavaş bir akışa sahip olduğu için süre daha uzun tutulmuş ve 48 saat içinde yazılan gönderiler ele alınmıştır.

Karşılaşma detayları, sonuçları ve puan durumları Türkiye Futbol Federasyonu web sitesinden alınan aşağıdaki fikstürde ve şekil 1, 2, 3 ve 4’ te ayrıntılı olarak görülmektedir: ¹¹⁶

Spor Toto Süper Lig Fikstürü 2013-2014																	
« 22.Hafta »																	
1. Devre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
2. Devre	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
21.02.2014 20:00	BURSASPOR 2 - 0 ÇAYKUR RİZESPOR A.Ş.																
22.02.2014 13:30	GAZİANTEPSPOR 1 - 1 AKHİSAR BELEDİYE GENÇLİK VE SPOR																
22.02.2014 17:00	KAYSERİ ERCİYESPOR 2 - 1 KARDEMİR KARABÜKSPOR																
22.02.2014 19:00	GALATASARAY A.Ş. 1 - 0 BEŞİKTAŞ A.Ş.																
23.02.2014 13:30	GENÇLERBİRLİĞİ 2 - 2 TORKU KONYASPOR																
23.02.2014 13:30	KASIMPAŞA A.Ş. 6 - 2 SİVASSPOR																
23.02.2014 16:00	MEDİCAL PARK ANTALYASPOR 0 - 0 ESKİŞEHİRSPOR																
23.02.2014 19:00	TRABZONSPOR A.Ş. 2 - 1 KAYSERİSPOR																
24.02.2014 20:00	SARICA BORU ELAZIĞSPOR 1 - 1 FENERBAHÇE A.Ş.																

Şekil 1.1: Süper Lig 22. Hafta Karşılaşmaları

Spor Toto Süper Lig Fikstürü 2013-2014																	
« 24.Hafta »																	
1. Devre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
2. Devre	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
08.03.2014 13:30	SARICA BORU ELAZIĞSPOR 0 - 0 KASIMPAŞA A.Ş.																
08.03.2014 16:00	BURSASPOR 1 - 0 KARDEMİR KARABÜKSPOR																
08.03.2014 19:00	KAYSERİ ERCİYESPOR 1 - 0 TORKU KONYASPOR																
08.03.2014 19:00	GALATASARAY A.Ş. 6 - 1 AKHİSAR BELEDİYE GENÇLİK VE SPOR																
09.03.2014 13:30	GAZİANTEPSPOR 2 - 1 KAYSERİSPOR																
09.03.2014 13:30	GENÇLERBİRLİĞİ 2 - 1 SİVASSPOR																
09.03.2014 16:00	MEDİCAL PARK ANTALYASPOR 1 - 2 ÇAYKUR RİZESPOR A.Ş.																
09.03.2014 19:00	BEŞİKTAŞ A.Ş. 1 - 0 ESKİŞEHİRSPOR																
10.03.2014 20:00	TRABZONSPOR A.Ş. 0 - 3 FENERBAHÇE A.Ş.																

Şekil 1.2: Süper Lig 24. Hafta Karşılaşmaları

¹¹⁶ http://www.tff.org/Default.aspx?pageID=198&hafta=22#maccti00_MPane_m_198_935_ctnr_m_198_935 / Erişim Tarihi: 13 Şubat 2014.

Spor Toto Süper Lig Fikstürü 2013-2014																	
« 27.Hafta »																	
1. Devre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
2. Devre	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
28.03.2014 20:00	KASIMPAŞA A.Ş. 3 - 0 KAYSERİ ERCİYESPOR																Detaylar
28.03.2014 20:00	KARDEMİR KARABÜKSPOR 1 - 0 BEŞİKTAŞ A.Ş.																Detaylar
29.03.2014 13:30	SİVASSPOR 3 - 2 GAZİANTEPSPOR																Detaylar
29.03.2014 16:00	SANICA BORU ELAZIĞSPOR 0 - 0 TRABZONSPOR A.Ş.																Detaylar
29.03.2014 19:00	AKHİSAR BELEDİYE GENÇLİK VE SPOR 2 - 3 ÇAYKUR RİZESPOR A.Ş.																Detaylar
29.03.2014 19:00	TORKU KONYASPOR 0 - 0 GALATASARAY A.Ş.																Detaylar
31.03.2014 20:00	KAYSERİSPOR 3 - 1 MEDİCAL PARK ANTALYASPOR																Detaylar
31.03.2014 20:00	FENERBAHÇE A.Ş. 3 - 0 BURSASPOR																Detaylar
31.03.2014 20:00	ESKİŞEHİRSPOR 0 - 1 GENÇLERBİRLİĞİ																Detaylar

Şekil 1.3: Süper Lig 27. Hafta Karşılaşmaları

Spor Toto Süper Lig Fikstürü 2013-2014																	
« 28.Hafta »																	
1. Devre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
2. Devre	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
04.04.2014 20:00	GAZİANTEPSPOR 2 - 2 KASIMPAŞA A.Ş.																Detaylar
05.04.2014 13:30	AKHİSAR BELEDİYE GENÇLİK VE SPOR 0 - 0 ESKİŞEHİRSPOR																Detaylar
05.04.2014 16:00	MEDİCAL PARK ANTALYASPOR 1 - 1 TORKU KONYASPOR																Detaylar
05.04.2014 19:00	BEŞİKTAŞ A.Ş. 2 - 1 KAYSERİSPOR																Detaylar
05.04.2014 19:00	ÇAYKUR RİZESPOR A.Ş. 0 - 1 KARDEMİR KARABÜKSPOR																Detaylar
06.04.2014 13:30	KAYSERİ ERCİYESPOR 3 - 0 SANICA BORU ELAZIĞSPOR																Detaylar
06.04.2014 16:00	BURSASPOR 4 - 3 SİVASSPOR																Detaylar
06.04.2014 19:00	GALATASARAY A.Ş. 1 - 0 FENERBAHÇE A.Ş.																Detaylar
07.04.2014 20:00	TRABZONSPOR A.Ş. 3 - 0 GENÇLERBİRLİĞİ																Detaylar

Genel İç Saha Dış Saha																	
1. Devre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
2. Devre	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
	O					G			B		M	A	Y	AV	P		
1.FENERBAHÇE A.Ş.	28					20			3		5	62	28	34	63		
2.GALATASARAY A.Ş.	28					14			11		3	48	22	26	53		
3.BEŞİKTAŞ A.Ş.	28					15			8		5	47	26	21	53		
4.TRABZONSPOR A.Ş.	28					11			9		8	39	32	7	42		

Şekil 1.4: Süper Lig 28. Hafta Karşılaşmaları ve Puan Tablosu

Araştırma kapsamında; maçların oynandığı gün taraftar gruplarının Facebook sayfalarından ve Twitter profillerinden yaptıkları duyuru metinleri ve bu metinlere diğer kullanıcılar tarafından yapılan yorumlar incelenmiştir. Bunlara ek olarak; Twitter'ın gündemi bildiren listesi olan "Trending Topic" (Trend olan; o saatler

içerisinde en fazla konuşulan ve yazılan kelime grupları) listesinde maç günlerinde listeye girmiş olan hashtagler de dahil edilmiş ve incelenmiştir.

1.4. “Futbol Fanatığı ” Sosyal Ağlarda Nefret Söylemi

Bu araştırmada; söylem çözümlemesi yöntemiyle nefret söyleminin araştırılması iki boyutta gerçekleşmiştir. Bu boyutlar:

1. Grupların kendileri tarafından paylaşılan haberlerin içeriği açısından
2. Paylaşılan bu güncellemelere kullanıcılar tarafından yapılan yorumların içeriği açısından.

Birinci boyut olan taraftar gruplarının, ele alınan maç tarihlerinin yapıldığı gün Facebook ve Twitter’da paylaştıkları içerikler, oluşturulan tabloda “Gönderilerin İçeriği” başlığında ele alınmış ve “Tematik Yapı” başlığı içerisinde hangi nefret söylemi kategorisine dahil olduğu incelenmiştir.

Kullanıcı yorumları ise ikinci boyutta incelenmiştir.

Bu iki boyutta Facebook ve Twitter ağlarında yer alan yorumlar 4 kategoriye ayrılarak incelenmiştir:

1. **Olumlu:** Futbolun barış, kardeşlik, centilmenlik gibi olumlu yönlerini içeren ifadeler bu gruba alınmış ve dahil edilmiştir.
2. **Olumsuz:** Anlamca ve yapıca olumsuzluk içeren ancak nefret söylemi kategorisine girmeyen ifadeler bu gruba dahil edilmiştir.
3. **Nötr:** Anlamca olumluluk, olumsuzluk ya da nefret söylemi içermeyen, genellikle duyuru veya haber şeklindeki metin / ifade / paylaşımlar bu gruba dahil edilmiştir.
4. **Nefret Söylemi kapsamına girenler (hangi kategoriye dahil olduğu):** Nefret Söylemi kategorisine hakaret, aşırı milliyetçilik, ırkçılık gibi nefret söyleminin temelini oluşturan ifadeler bu gruba dahil edilmiştir.

Nefret Söylemi kapsamına giren yorumların dikkat çekici olanları ekran görüntüleriyle araştırmaya eklenmiştir. Ayrıca, çalışmada incelenen maç günlerinde Twitter – Trending Topic listesinin “Türkiye Gündemi”nde yer alan hashtag’ler de araştırmaya dahil edilmiştir. Çünkü, Twitter üyeliği olsun ya da olmasın Twitter’a girebilen herkes bu listeyi görebilmektedir. Bu nedenle, hashtaglerin, listede görüldükçe, bireyler tarafından daha fazla yazılarak yaratılan kısır döngüyle birlikte, nefret söyleminin yeniden üretimine etki sağladığı belirlenmiştir.

1.4.1. Taraftar Gruplarının Facebook Çözümlemesi

Bu bölümde, “dört büyükler” futbol kulübüne ait en büyük taraftar oluşumlarının Facebook sayfaları incelenmiştir. Bu sayfaların adreslerine taraftar gruplarının resmi web siteleri olan; www.12numara.org/ , www.ultraslan.com/, www.forzabesiktas.com/ ve www.bordomavi.net/ internet adreslerinden verilen bağlantılarla ulaşılmıştır.

Grup 1: Galatasaray Taraftar Grubu UltrAslan



Şekil 2.1: UltrAslan Grubu Facebook Sayfası Screenshot

Tablo 2.1: UltrAslan Taraftar Grubu Facebook Sayfası Künyesi

(Aşağıdaki ifadelerin ve metinlerin tamamı grubun sayfasından olduğu gibi alınmış, metinlerin analizinin doğru yapılabilmesi için herhangi bir değişiklik, imla düzeltimi gibi sonradan eklemeler yapılmamıştır.)

1. Taraftar Grubunun Adı:	ultrAslan
2. Taraftar Grubunun İnternet Adresi:	www.facebook.com/ultrAslanfanpage
3. Facebook'a Katılma Tarihi:	8 Mayıs 2009
4. Topluluk / Grup Hakkında:	ultrAslan Resmi Facebook Sayfası ! www.ultrAslan.com www.twitter.com/ultrAslan www.gplus.to/ultrAslancom
5. Grubun Açıklaması:	ultrAslan MANIFESTO ultrAslan Taraftar Grubu, felsefesinde ve çalışmalarında kendisine rehberlik eden aşağıdaki taleplerin her zaman takipçisi olacağını kamuoyuna duyurur. - Tüm lig maçları, tüm sezon boyunca aynı gün ve aynı zamanda oynanmalıdır. - Tüketime yaygınlaştırılması amacıyla yayıncı TV kuruluşlarının öngördüğü sistem değiştirilmeli ve eski günlerde olduğu gibi futbolun zevki ve heyecanı, sıradanlaştırılmadan en üst düzeyde keyifle yaşanmalıdır. - Türkiye Kupası kurallarına ilk kademedен itibaren tüm takımlar katılmalıdır. Böylece, büyük takımlarla küçük takımlar eşleşebilecek ve futbol sevgisi, zevki ve

	heyecanı Türkiye'nin her yerine taşınabilecektir. - Futbol takımı formalarının birer araba markası gibi reklamlaştırılması engellenmelidir. Her takımın kendi klasik forması korunmalı, her sezon abartılı "tasarım" gariplikleriyle semboller zedelenmemelidir. - Takım formalarında, futbolcu isimlerinin yazılması uygulamasına son verilmelidir. Futbolu güzelleştiren en önemli unsur, bir takım oyunu olmasındadır. Taraftar açısından önemli olan, takımının formasının sahaya çıkmasıdır. İsimsiz forma, günümüz futbol endüstrisinin dayattığı ve pohpohladığı yıldız futbolcuların takımlarının önüne geçmelerine karşı duruşun sembolik anlatımıdır. - Aynı şehrin takımları arasındaki maçlarda, ev sahibi takımlar, misafir takım seyircilerine tribünlerinin yarısını, hiç olmazsa tek bir kale arkası tribününü tahsis etmelidir. Stadyumlarda ve İstanbul derbilerinde, yıllarca varolan ve oynanan futbolun heyecanını, zevkini artıran bu uygulamaya geri dönülmelidir. - Bilet fiyatları, Türkiye koşulları göz önüne alınarak saptanmalı, Açık tribün biletleri her zaman ucuz tutulmalıdır.
--	---

	Futbolun sadece varlıklı insanların seyredebileceği bir etkinliğe doğru sürükleyen pahalı bilet uygulamalarına son verilmeli ve bu sporun halkın tek eğlencesi olduğu unutulmamalıdır. - Stad giriş kapıları artırılmalıdır. Taraftarlara bir koyun sürüsü muamelesi yapılrçasına çok az sayıda kapıdan giriş ve çıkış yapılması engellenmeli, stad mimarileri buna uygun olarak hemen değiştirilmelidir. - Stad içinde emniyet görevlisi olmamalıdır. Emniyet güçleri, görevlerini yaparken, taraftarların coşkusunu ve desteğini engellememelidir. - Kombine bilet uygulaması'nda taraftarların talepleri mutlaka göz önüne alınmalıdır. Farklı taraftar özellikleri dikkate alınmalı, taraftar gruplarıyla işbirliği yapılarak, farklı özelliklerin bir arada aynı tribünde yer alması engellenmelidir. Kombine Bilet ücretleri fahiş fiyatlarda tutulmamalı, mutlaka taksitlendirilmelidir. - Kulüplerin bünyesinde "Taraftarlarla İlişkilerden ve Koordinasyondan sorumlu" bir yöneticinin idaresinde bir bölüm oluşturulmalıdır. Özellikle Tribün organizasyonlarının düzenlenmesi konusunda, stadyum içi dahil olmak üzere
--	--

	Taraftar Grupları ve Kulüp arasında resmi ve düzenli bir ilişki ağı oluşturulmalıdır.
6. Sayfayı Beğenen ve Hakkında Konuşan Kişi Sayısı:	2.590.159 kişi beğendi · 814.777 kişi hakkında konuşuyor.
7. Gönderilerin İçeriği:	<u>22 Şubat / GS – BJK</u> “BUGÜN GÜNLERDEN GALATASARAY!” “TÜRKİYE'DİR GALATASARAY!” “ŞEREFTİR SENİ SEVMEK...” <u>8 Mart / GS - Akhisar</u> Fırat Aydınus'un Melo'ya Küfürü!! FEDERASYON VE KURULLARI BIRAKIN GİDİN ... <u>29 Mart / GS – Torku Konyaspor</u> “ASY TT Arena Konyaspor maçı için hazır!” <u>6 Nisan / GS – FB</u> “Fenerbahçe camiası Baş Şikeci Aziz Yıldırım'ı Şike'den akladı, bu kezde ayakta alkışlayacaktır.” “BAŞ ŞİKECİ KÜFÜRBAZ AZİZ !”“Ağlama!” (Gönderiler, araştırma süreci tarihlerinde grubun Facebook sayfasında paylaşılmışlardır.)
8. Sayfa Profil Görseli:	Galatasaray arması içinde yer alan Türk bayrağı ve ultrAslan yazısı
9. Sayfa Kapak Görseli:	Üzerinde ‘ultrAslan Bağımsız taraftar oluşumu’ yazılı ve grubun twitter, instagram gibi diğer dijital medya profil

	adreslerinin yer aldığı taraftar fotoğraflarından oluşan sarı kırmızı meşale efektinin de yer aldığı bir kapak fotoğrafı
--	--

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Ultraslar grubu, Galatasaray'ın en eski ve en bilinen taraftar gruplarından biridir ve adını “Ultras” adı verilen ve ilk olarak İtalya’da kullanılan, taraftar grubu anlamına gelen “Ultras” ile Galatasaray’ın simgesi olan aslan karakterinin birleşiminden almaktadır. Bu bağlamda, grup isminde nefret söylemi içeren herhangi bir kelime mevcut değildir.

Grubun profil fotoğrafı incelendiğinde, Galatasaray logosunun içinde, üst tarafında Türk bayrağının yer aldığı görülmüştür. Bayrak, simge sistemleri içerisinde oldukça önemli bir yer tutmaktadır ve hem ulus devleti hem de “Türk” olma kavramını simgelemektedir. Bu bağlamda, grup aidiyetini belirtmektedir.

Grubun kapak görseline bakıldığında, taraftarlardan oluşan bir atmosfer fotoğrafının üst kısmında yine Galatasaray logosunun içinde yer alan Türk bayrağı görülmekte ve görselin sağ kısmında “ultrAslan Bağımsız Taraftar Platformu” yazmaktadır. Bu görselde yine “Türk olmak” kavramının öne çıktığı görülmüştür.

2. Şematik Yapı

Gönderilerin Anlatım Dili

Taraftar Grubu Tarafından Paylaşılan İçerikler Açısından

Gönderilerdeki metinler arasında basit kurallı cümlelerin yanı sıra devrik ve sıralı cümlelerin de olduğu gözlenmiştir. Sıklıkla emir kipi içeren cümleler kullanıldığı görülmüştür. Gönderiler slogan tarzında ve yer yer kafiyeli bir anlatıma

sahiptir. Gönderilerde kişilere ve kuruluşlara yönelik kaba, öfkeli, sert, kışkırtıcı ve küçümseyici sözcüklerin kullanıldığı ve hedef gösterdikleri saptanmıştır.

Grup tarafından paylaşılan içeriklere bakıldığında, gönderilerin neredeyse tamamının bir görsel ya da video ile paylaşıldığı görülmüştür. Galatasaray – Beşiktaş derbisinin olduğu gün grubun Facebook sayfasından yayınlanan gönderilerin; “BUGÜN GÜNLERDEN GALATASARAY!”, “TÜRKİYE'DİR GALATASARAY!” ve “ŞEREFTİR SENİ SEVMEK...” olduğu görülmüştür. Bugün günlerden Galatasaray söylemi, sayfada sık sık paylaşılan içeriklerden biridir. İçeriğin kategorisel olarak Nötr olduğunu söyleyebiliriz. Herhangi bir nefret söylemi ya da olumlu / olumsuz durum yansıtmamaktadır. Türkiye’dir Galatasaray söylemine bakıldığında Galatasaray Türkiye’dir şeklinde yazıldığı da görülmüştür. Galatasaray’ın Türk takımı olma vurgusu yapıldığından milliyetçi bir yapı içerdiği görülmüştür. Türk olma vurgusu içerisinde, Türkiye’nin Türklere ait olduğu ideolojisini barındırmaktadır. Bu bağlamda daha genel anlamıyla, Türk olma vurgusu Türkiye’de yaşayan farklı grup ve kimlikleri dışlamak için de kullanılmaktadır. Bu kategorideki nefret söylemi genelde farklı etnik grupları, göçmenleri veya yabancıları dışlamak için kullanılırken, taraftarlık bağlamında bakıldığında Galatasaray takımını tutmayan, diğer futbol kulüplerini tercih eden taraftarları dışlamak için yazıldığını söylemek mümkündür. Şereftir seni sevmek söylemi ise marş haline getirilerek bestelenen ve tribünlerde söylenen sözlerden oluşmaktadır. Sayfada da marş söylenirken çekilen video paylaşılmıştır. Bu bağlamda, tribünlerde var olan söylem yeniden üretim yoluyla video olarak paylaşılmış ve tribünlerden sosyal ağlara yayılmıştır. Marşın sözleri şu şekildedir:

“Şereftir Seni Sevmek
Senle Ağlayıp Gülmek
Galatasaray Sevgisi
Sürecek Sonsuza Dek
Nasıl ki bu Milletin
Tacıdır yıldızla ay
Yüksel ta arşa kadar
Şanlı Galatasaray”

“Şerefli olma” durumu maneviyat ve ahlaki yaklaşımla ilgili bir söylemdir. Marşa ait sözler incelendiğinde Galatasaray’a olan taraftar sevgisini içerdiği görülmüştür. Bu bağlamda, bu söylemi “Olumlu” kategorisine dahil etmek mümkündür. Marşın son kısmında ise yine bayrağın Türk milletinin tacı olduğu ve arşa kadar yükseldiği söylemlerinde ulus devleti simgeleyen milliyetçilik söyleminin yer aldığı görülmüştür.

Galatasaray ile Akhisar Belediye ve Gençlikspor takımı arasında oynanan maçın olduğu gün sayfada “Fırat Aydınus'un Melo'ya Küfürü!! FEDERASYON VE KURULLARI BIRAKIN GİDİN ...” metniyle birlikte bir video paylaşılmıştır. Olay, Lig Tv’de yayınlanan maç esnasında kameralar tarafından görüntülenmiştir. Dijital platformlarda bu ekran görüntüleri paylaşılmaya başlanmış ve Fırat Aydınus’un Melo’ya “Amına koyduğum” dediği iddia edilmiştir. Aydınus ise küfür etmediğini başka bir şey söylediğini ifade etmiştir. Bu görüntülerden alınarak hazırlanan ve sessiz olan videoda, Galatasaray futbol kulübü oyuncusu Felipe Melo ile maçın hakemi Fırat Aydınus yer almaktadır. Maçın devam ettiği ve Felipe Melo’nun bir pozisyon yaptığı maçın 23. dakikasında Facebook ve Twitter’da bu video paylaşılmış, hatta tribündeki taraftarlar bu olayı maç sırasında Twitter profillerine baktıklarında öğrenmiş ve “küfür etsene Fırat Aydınus küfür etsene” tezahüratı yapmışlardır.¹¹⁷ Felipe Melo ve Aydınus isimleri çok kısa sürede Twitter ve Facebook’ta yayılmış, Twitter’de en çok konuşulan kelimeler arasına girerek Trending Topic’te yer almıştır. Bu durum maç esnasında yaşanan olayların, nefret söyleminin sosyal ağlar aracılığıyla yeniden nasıl üretildiğini göstermesi açısından önem taşımaktadır. Örneği, sayfadan paylaşıldığı metniyle “Olumsuz” kategorisine dahil etmek mümkündür. Ancak yarattığı etki ve paylaşılan bu metne ve görüntülere gelen yorumlar açısından değerlendirildiğinde, “Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi” kategorisine dahil olduğunu söylemek mümkündür. Paylaşılan video ise Melo ve Aydınus’un yakınlaştırılmış görüntülerini içermektedir. Sessiz olan bu videoyu ise, UEFA uzmanları dudak okuma konusunda kesin bir karara varamadığı için, yani Aydınus’un Melo’ya ne dediği konusunda uzlaşamadıkları için, şu aşamada nefret söylemine dahil etmek mümkün değildir.¹¹⁸

¹¹⁷http://tr.eurosport.com/futbol/super-lig/2013-2014/felipe-melo-dan-firat-aydunus-un-kufrune-yanit_sto4165912/story.shtml / Erişim Tarihi: 8 Mart 2014.

¹¹⁸<http://www.ntvspor.net/haber/futbol/104136/alp-firat-aydinus-ceza-almayacak> / Erişim Tarihi: 8 Mart 2014.

Grubun nefret söyleminin yöneldiği, paylaştığı içerikleriyle sık sık bu söylemi yeniden ürettiği en büyük grubun, Fenerbahçe başkanı Aziz Yıldırım ve ezeli rakip olarak görülen Fenerbahçe takımını tutan kişilerin tamamı olduğu görülmüştür. Galatasaray – Fenerbahçe derbisi öncesinde paylaşılan “Fenerbahçe camiası Baş Şikeci Aziz Yıldırım'ı Şike'den akladı, bu kezde ayakta alkışlayacaktır.” ve başka bir gönderilerindeki “BAŞ ŞİKECİ KÜFÜRBAZ AZİZ!” cümlelerinden oluşan iletilerdeki nefret söylemi, şike davası gerekçesiyle 3 Temmuz 2011'de “Ekonomik çıkar amaçlı suç örgütü kurmak ve yönetmek” ve “Şike yapmak” iddianemeleriyle gözaltına alınan ve bir yıl cezaevinde kalarak tahliye edilen Aziz Yıldırım başlığı altında tüm Fenerbahçe kulüp yönetimine de yönlendirilmiştir. Baş şikeci küfürbaz Aziz yazısıyla paylaşılan videoda Aziz Yıldırım'a ait “Bana en ufak laf söyleyenin anasını sikerim.” cümlesi içeren küfürlü bir video görülmektedir. Diğer gönderide video yoktur ve sadece cümle paylaşılmıştır. Bu nedenle gelen yorum ve paylaşımlar video içeren gönderiye oranla çok daha azdır. “BAŞ ŞİKECİ KÜFÜRBAZ AZİZ!” cümlesiyle paylaşılan gönderide görsel bir video olduğu için çok daha fazla beğeni, paylaşım ve nefret söylemi içeren yorum yazıldığı görülmüştür. Videonun kendisi de nefret söylemi kapsamında değerlendirildiğinde; cinsiyet temelli nefret söylemi içerdiği görülmektedir. Ek olarak, internet terminolojisinde, büyük harflerle yazılan metinler bağırarak anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, sayfada özellikle vurgulanmak ve bireylere adeta “bağırarak” zihinlerine yerleştirilmek istenen cümlelerin büyük harflerle yazıldığı görülmüştür. “Ağlama!” metinli gönderide ise Fenerbahçe'ye hakaret içeren bir marşın tribündeki Galatasaray taraftarları tarafından videoya çekilmiş görüntüsü paylaşılmıştır. Marşın sözleri şu şekildedir: ¹¹⁹

*“Kadıköy’de cimbom eline verince
Şampiyonluk kupası götüne girince
Ağlama fener ağlama”*

¹¹⁹<http://ultraslan-uni.org/fenerbahce-maci-koreografi-hikayesi-aglama/> Erişim Tarihi: 1 Nisan 2014

Bu bağlamda, mars, ayrımcı nefret söylemi içermekte, sosyal ağlar aracılığıyla tribünlerden diğer bireylere ulaşmakta ve paylaşılarak nefret söyleminin yeniden üretilmesine yol açmaktadır.

Grubun kendisini tanımladığı “Hakkında” kısmında Twitter adreslerinin de dahil olduğu diğer dijital profil adreslerinin yer aldığı görülmektedir. Açıklama kısmında ise “ultrAslan MANIFESTO” adıyla grubun futbol kulübünden istediği şeyleri sıraladıkları görülmektedir. Türk Dil Kurumu manifesto kavramını, “Toplumsal bir hareketin siyasal inanç ve amaçlarının açık ifadesi” olarak tanımlamaktadır.¹²⁰ Bu bağlamda, bu amaçların arkasında duracaklarının sözünü verdikleri ifadeleri mevcuttur. Manifesto’da yazan amaçlar okunduğunda nötr ve hatta “Aynı şehrin takımları arasındaki maçlarda, ev sahibi takımlar, misafir takım seyircilerine tribünlerinin yarısını, hiç olmazsa tek bir kale arkası tribününü tahsis etmelidir.” cümlesiyle rakip takımı da düşünen bir söylem görülürken, sayfada rakiplerle ilgili olarak paylaşılan içeriklerde ise bu durumun tam tersini görülmektedir.

Kullanıcı Yorumları Açısından

Maç günlerinde paylaşılan bu gönderilere Facebook üyesi kişiler tarafından yapılan yorumların sayısı ve kategorileri ise şu şekildedir:

(Gönderilere, 48 saat içinde yazılan yorumlar dahil edilmiştir. Gönderilerdeki yorumlar alınırken reklam içerikli, yorum değeri olmayan gönderiler hesaba katılmamıştır.)

Tablo 2.2: Galatasaray – Beşiktaş Maçı Gönderileri:

(3 Gönderinin toplam verilerini içermektedir)

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçeren
89	50	74	49

Gönderilerin toplam beğeni sayısı: 30 bin, toplam paylaşım sayısı ise 10.6123’tür. Toplam yorum sayısı ise 262’dir.

¹²⁰http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=MAN%C4%B0FESTO / Erişim Tarihi: 3 Nisan 2014.

Tablo 2.3: Galatasaray – Akhisar Belediyespor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçeren
0	113	10	380

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 7.300, paylaşım sayısı 2 bin'dir. Toplam yorum sayısı ise 503'tür.

Tablo 2.4: Galatasaray – Konyaspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçeren
14	20	13	5

Gönderinin toplam beğeni sayısı:6 bin, paylaşım sayısı 103 bin'dir. Toplam yorum sayısı ise 52'dir.

**Tablo 2.5: Galatasaray – Fenerbahçe Maçı Gönderileri
(Toplam 3 Gönderi):**

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçeren
0	253	143	2.175

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 56.600, paylaşım sayısı 24.106'dır. Toplam yorum sayısı ise 2.571'dir.

Galatasaray - Beşiktaş derbisi öncesinde paylaşılan “BUGÜN GÜNLERDEN GALATASARAY!”, “TÜRKİYE'DİR GALATASARAY!”, “ŞEREFTİR SENİ SEVMEK...” gönderilerine gelen yorumlardan çoğunun olumlu olması, grup tarafından yazılan bu metinlerin hakaret ve küfür içermiyor olmasıyla ilgilidir. Bu gönderilerin paylaşım sayısı da yüksektir. Bu bağlamda, bireylerin kendi profillerinde paylaştıkları içeriklerin küfürlü olmamasına dikkat ettikleri sonucu çıkarılabilir. Bir diğer etken de özellikle “ŞEREFTİR SENİ SEVMEK...” metinli gönderideki koreografik videoyu kullanıcıların beğenmesidir. Bu bağlamda, bu gönderide nefret içeren yorum sayısı oldukça düşüktür. Koreografiyi beğendiğini ve emeği geçenlere teşekkür ettiğini yazan olumlu kullanıcı sayısının da bir hayli yüksek olduğu görülmüştür. Bu durumda, grup tarafından sayfada paylaşılan

içerikler ne kadar olumlu, nötr ya da hakaret içermeyen bir şekilde paylaşılıyorsa o kadar olumlu geri dönüş aldığına söylemek mümkündür. Nefret içeren söylemler ise elbette bu gönderide de yer almaktadır ancak diğer gönderilere oranla çok daha düşük seviyededir. Bu gönderideki nefret barındıran söylemler aşağıdaki şekilde de görüldüğü üzere; “Fransızların böyle bir koreografi yapması ne kadar normal?” yorumuyla birey, Galatasaray’ın köklerinin Galatasaray Lisesi’ne dayanıyor olmasına ithafen Galatasaray’ı “yabancı” takım olarak nitelendirmektedir. Bu bağlamda, yazılan bu yorum Yabancılar Yönelik Nefret Söylemi içermektedir. “KOYDUK MU” , “senin aminakorumgalata saraya laf söyletmem”, “soktuğumun ultravestileri” yorumu ise kadın ve eşcinsel / cinsel kimlik etiketli nefret söylemi içermektedirler. Bu söylem, rakip takımların birbirlerini aşağılamak için en çok kullandıkları yöntem olan Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi kategorisine girmektedir.



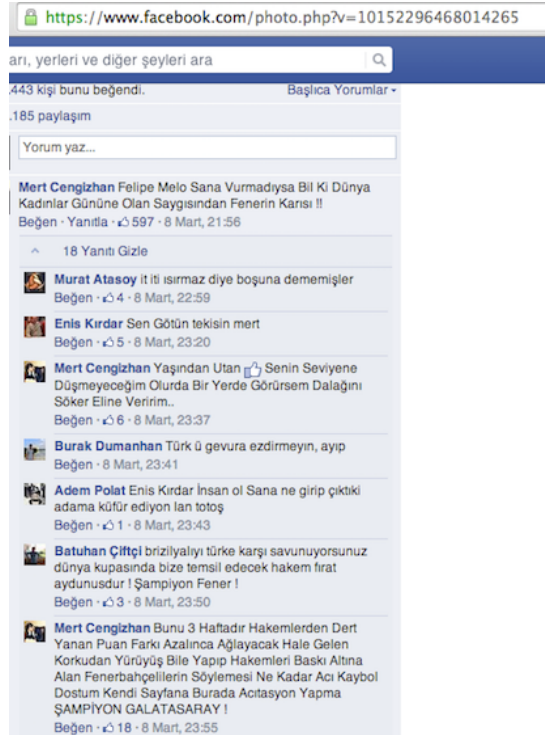
Şekil 2.2: Ultraslan Facebook Sayfası Yorumları

(“ŞEREFTİR SENİ SEVMEK...” metinli paylaşımın altına diğer kullanıcılar tarafından yazılan yorumlardan örnekleri içermektedir.)

“TÜRKİYE'DİR GALATASARAY!” içeriğine gelen nefret içerikli yorumların ise genellikle Milliyetçi Temelli Nefret Söylemi kategorisinde oldukları ve yine Galatasaray’ı Fransız takımı olarak temellendirdikleri görülmüştür.

Kullanıcı yorumlarında en çok nefret içeren paylaşımın ise “BUGÜN GÜNLERDEN GALATASARAY!” gönderisinde olduğu görülmüştür. Bu bağlamda yorumlar, Beşiktaş üzerinde yoğunlaşmıştır. “GS siker”, “Koyun şu ibnelere”, “Orospu çocukları” gibi Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi yorumları yazılmıştır.

“Fırat Aydınus'un Melo'ya Küfürü!! FEDERASYON VE KURULLARI BIRAKIN GİDİN ...” gönderisine yazılan kullanıcı yorumlarının ise neredeyse tamamı nefret içeriklidir. Olumlu hiçbir yorumun yer almadığı görülmüştür. Aşağıdaki şekilde de görülebileceği üzere Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi içeren ifadelerin yazıldığı görülmüştür. Dünya Kadınlar Günü’nün oynanan maçla aynı güne denk gelmesinden dolayı hakeme yönelik “Fenerin Karısı” yorumu yazılmıştır.



Şekil 2.3: Ultraslan Grubu Facebook Sayfası Yorumları

(“ŞEREFTİR SENİ SEVMEK...” metinli paylaşımın altına diğer kullanıcılar tarafından yazılan yorumlardan örnekleri içermektedir.)

“ASY TT Arena Konyaspor maçı için hazır!” gönderisine gelen yorumların ise genelde olumlu olduğu görülmüştür. Gelen yorumların içeriği TT Arena’da maç seyretme istekleriyle ilgilidir. Bu gönderide yer alan olumsuz yorumlar ise, Galatasaray teknik direktörü Roberto Mancini ile ilgilidir. Çünkü, ligde birinci sırada yer alan Fenerbahçe ile ikinci sırada yer alan Galatasaray’ın arasındaki puan farkı artmıştır. Bu bağlamda, yorumlar “Mancini istifa, Mancini’yi istemiyoruz, yönetim istifa” cümleleriyle ifade edilmektedir.

“Fenerbahçe camiası Baş Şikeci Aziz Yıldırım’ı Şike’den akladı, bu kezde ayakta alkışlayacaktır.”, “BAŞ ŞİKECİ KÜFÜRBAZ AZİZ !” ve “Ağlama!” gönderilerine yazılan yorum ve beğenilme sayısı diğer gönderilerden çok daha fazladır. “ANANIN AMINA KOYAYIM fenevbahçe”, “bi haftada iki kez kaydık ya başları döndü ibnelerin” metinlerini içeren Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi yorumları yazılmıştır. Ek olarak, “ANANIN AMINA KOYAYIM fenevbahçe” cümlesinde Aziz Yıldırım’ın “r” harflerini söyleyememesine istinaden Engellilere ve Hastalığa Yönelik Nefret Söylemi saptanmıştır.



Şekil 2.4: Ultrason Grubu Facebook Sayfası Yorumları

(“BAŞ ŞİKECİ KÜFÜRBAZ AZİZ!” metinli paylaşımın altına diğer kullanıcılar tarafından yazılan yorumlardan örnekleri içermektedir.)

Ardalan Bilgisi

Gönderilerde özellikle Fenerbahçe başkanı Aziz Yıldırım'ın, hakkında açılan dava nedeniyle daha önce hapse girmiş olması üzerinde durulduğu görülmüştür.

Bağlam Bilgisi

Gönderilerde paylaşılan videolarla ve kullanılan dil ile Fenerbahçe takımı aşağılanmıştır. Rekabet ve nefret söylemi bağlamında, rakip takımların birbirlerini aşağılamak için en çok kullanıldıkları yöntem cinsiyet temelli nefret söylemi kapsamında kadın ve eşcinsel etiketidir. Bu bağlamda kendilerini “biz” olarak konumlandırılan taraftarlar, heteroseksüel ve erkeklerdir. Paylaşılan “Ağlama!” videosunda, “ezeli rakip” takımını aşağılama aracı olarak, eşcinsellik etiketi kullanılarak homofobi üretilmektedir. Ek olarak, “ağlamak” toplumda kadınlara özgü bir eylem olarak nitelendirildiğinden dolayı, ağlak takım olarak kadın Fenerbahçe söylemi konumlandırılmıştır. Diğer gönderilerde ise Aziz Yıldırım “baş şikeci” olarak nitelendirilmiştir. Türk Dil Kurumu'na göre şike, “Bir spor karşılaşmasının sonucunu değiştirmek için maddi veya manevi bir çıkar karşılığı varılan anlaşma, bir çıkar karşılığı aldatma” olarak tanımlanmaktadır.¹²¹ Bu bağlamda, gönderilerde Aziz Yıldırım takımını aldatan kişi olarak konumlanmıştır. Sonuç olarak, incelenen gönderilerin bağlamını nefret oluşturmaktadır. Nefret bağlamında, rakip takım ve taraftarlarına toplumsal normlar tarafından normal kabul edilmeyen eşcinsel olma, kadın gibi olma (azınlık) kavramları yüklenerek, nefret söyleminin yeniden üretimiyle meşruiyet kazanmasına yol açtığı görülmüştür.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme

Gönderilen metinler incelediğinde çatı bakımından aktif ve etkin bir yapıya sahip oldukları görülmüştür. Gönderilerin içerisinde uzun ve karmaşık cümleler yoktur. Ali Sami Yen cümle kalıbının kısaltılarak “ASY” şeklinde kullanıldığı görülmektedir. Gönderilerde, kısa basit ve tekrarlı kelimeler bulunmaktadır.

¹²¹http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.537218dfc29539.18491959 / Erişim Tarihi: 7 Nisan 2014.

Gönderiler yabancı sözcük içermemekte ve anlaşılması kolay cümlelerden oluşmaktadır.

Bölgesel Uyum

Gönderiler arasında nedensel ilişkinin kurulduğu söylenebilmektedir. Galatasaray - Fenerbahçe derbisi öncesi Aziz Yıldırım ile ilgili paylaşılan gönderilerde cümlelerin ortaya koyduğu yargılar, önceki veya sonraki cümlelerde gerekçelendirilmektedir. “Fenerbahçe camiası Baş Şikeci Aziz Yıldırım'ı Şike'den akladı, bu kezde ayakta alkışlayacaktır.” söylesinden sonraki gönderide Aziz Yıldırım'a ait olduğu belirtilen bir küfür videosu paylaşılmıştır.

Kelime Seçimleri

Gönderilerde cümleler kısa ve slogan tarzı kelimelerden oluşmaktadır. Metonomi (düzdeğişmece) kullanımı yoluyla Fenerbahçe camiası kalıbıyla Aziz Yıldırım'a, diğer yöneticilere, oyunculara ve taraftarlara yönelik öfke ve nefret anlatılmaktadır.

Retorik

Retorik unsurlar ele alındığında gönderilerde herhangi bir referans ya da istatistiki bilgi görülmemektedir. Ancak inanırılığı artırmak için metinlerin videolar ile birlikte paylaşıldığı görülmüştür. Ek olarak, diğer gönderilerde de Galatasaray Spor kulübünü simgeleyen logolu görseller kullanıldığı görülmüştür.

Grup 2: Fenerbahçe Taraftar Grubu 12 Numara



Şekil 2.5: “12 Numara” Grubu Facebook Sayfası Screenshot

(12 Numara taraftar grubu Fenerist ile birleştiği için Facebook Sayfası Fenerist olarak isimlendirilmiş, resmi Twitter profili ise 12numaraorg olarak kalmıştır.)

Tablo 2.6: 12 Numara Taraftar Grubu Facebook Sayfası Künyesi

(Aşağıdaki ifadelerin ve metinlerin tamamı grubun sayfasından olduğu gibi alınmış, metinlerin analizinin doğru yapılabilmesi için herhangi bir değişiklik, imla düzeltimi gibi sonradan eklemeler yapılmamıştır.)

1. Taraftar Grubunun Adı:	Fenerist / 12 Numara
2. Taraftar Grubunun İnternet Adresi:	www.facebook.com/Feneristcmtr
3. Facebook’a Katılma Tarihi:	12.01.2011
4. Topluluk / Grup Hakkında:	Fenerist
5. Grubun Açıklaması:	Fenerbahçe'nin Asi Ruhu
6. Sayfayı Beğenen ve Hakkında Konuşan Kişi Sayısı:	669.489 kişi beğendi · 100.813 kişi hakkında konuşuyor.
7. Gönderilerin İçeriği:	24 Şubat / Sanica Boru Elazığspor – FB “SANA OLAN BU SEVDAMIZ, GÖTÜRECEK BİZİ ZAFERE!” 10 Mart / Trabzonspor - FB

	“KUPA BURADA SIKIYORSA AL!” <u>31 Mart / FB – Bursaspor</u> “Soyunma Odasında Galibiyet Coşkusu!” <u>6 Nisan / GS – FB</u> “Sarı'nın yanına Lacivert olalım biz...”
8. Sayfa Profil Görseli:	Lacivert fon üzerine sarı Fenerist şapkalı yüz profili
9. Sayfa Kapak Görseli:	2013-2014 Şampiyon Fenerbahçe yazılı üzerinde kral tacı ve sarı lacivert kurdele olan kupa

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Grup, adını 11 kişiden oluşan futbol takımının taraftarları olarak 12.numara anlamına gelen 12 Numara isminden almıştır. Fenerbahçe maçlarında takımdaki ilk 11 futbolcunun ismi sayıldıktan sonra 12 Numara diye anons edilmekte ve taraftarların “burada” diye yanıtladıkları bilinmektedir. Daha sonra Fenerbahçe’nin diğer bir oluşumu olan Fenerist ile birleşmiş ve grup Facebook’ta Fenerist adını almıştır. Taraftar grubunun resmi web sitesinde Facebook sayfa linki olarak Fenerist verilmiştir.

Grubun açıklamasındaki “Fenerbahçe’nin Asi Ruhu” metni başkaldırıcı, başkaldıran anlamında kullanılmıştır. Bir diğer ifadeyle, boyun eğmeyen anlamına da gelmektedir. Bu söylemi, takımın rakip takımlar karşısında boyun eğmediğinin ifadesi olarak okumak mümkündür.

Grup görseli olarak lacivert fon üzerinde takımın renklerinden oluşan sarı şapkalı silüet yer almaktadır. Kapak görseli olarak 2013 - 2014 Şampiyon Fenerbahçe yazılı üzerinde kral tacı ve sarı lacivert kurdele olan kupa ve arkasında Fenerbahçe Spor kulübü logosu yer almaktadır. Lig henüz bitmemiş olmasına rağmen, aradaki puan farkı nedeniyle Fenerbahçe şampiyonluğunu ilan etmiştir, bu

bağlamda “kapak olmak” alt metnini içeren kapak görseli olarak kupalı fotoğraf eklenmiştir.

2. Şematik Yapı

Gönderilerin Anlatım Dili

Taraftar Grubu Tarafından Paylaşılan İçerikler Açısından

Gönderilerdeki metinler arasında basit kurallı cümlelerin yanı sıra devrik cümlelerin de sıklıkla kullanıldığı gözlenmiştir. Gönderiler slogan tarzında ve “asi ruh” a uygun olarak meydan okuyan bir anlatıma sahiptir. Gönderilerde kişilere ve rakip takımlara yönelik kaba, öfkeli, sert, kışkırtıcı ve küçümseyici sözcükler kullanıldığı ve hedef gösterildikleri saptanmıştır.

Grup tarafından paylaşılan içeriklere bakıldığında, sadece metinden ibaret paylaşımların hiç olmadığı, sayfadaki içeriklerin metinlerinin neredeyse tamamının bir görsel ile paylaşıldığı görülmüştür. Elazığspor - Fenerbahçe maçının olduğu gün grubun Facebook sayfasından yayınlanan gönderi, “SANA OLAN BU SEVDAMIZ, GÖTÜRECEK BİZİ ZAFERE!” metni, tribünde taraftarlar tarafından aynı yazının olduğu afişle birlikte paylaşılmıştır. Metin “biz” kavramını ve grup aidiyetini öne çıkarmış ve Fenerbahçe’nin kazanacağı zaferin taraftarın sevdası sayesinde olacağı vurgusu yapılmıştır. Metin Nötr olarak değerlendirilebilir, nefret söylemi içermemektedir.

10 Mart 2014 tarihinde Trabzonspor ile Fenerbahçe ligin 24.haftası için Trabzon - Hüseyin Avni Aker stadyumunda karşı karşıya gelmiş, Fenerbahçe 1-0 önde iken 45+9. dakikada tribün olayları (maç esnasında Trabzonspor taraftarları tarafından sahaya taş, kapı kolu gibi maddeler atılmış ve atılan bu maddeler Fenerbahçe kalecisi Volkan’a ve diğer futbolculara isabet etmiştir) nedeniyle hakem tarafından maç tatil edilmiş ve maçın 2.yarısı oynanamamıştır. Bu durumda, gerek Fenerbahçe taraftarlarının Facebook sayfasında gerek ise Trabzonspor taraftarlarının Facebook sayfasında maçtan günlerce önce yazılan kışkırtıcı metinlerin etkisinin olduğu düşünülmektedir. Bu durumun nedeni; 2010-2011 yılında Süper Lig’de

Trabzonspor ikinci, Fenerbahçe ise birinci olmuştur. Daha sonra Aziz Yıldırım hakkında şike davası açılmış, Trabzonspor Futbol Kulübü bu olayı Türkiye Futbol Federasyonu (TFF)'na taşımış, Fenerbahçe Spor Kulübüne verilen kupanın iptalini istemiş ve kupanın kendilerine verilmesini talep etmiştir. Ancak bu talep kabul edilmemiş, 2010 - 2011 sezonu olarak Fenerbahçe Spor Kulübü şampiyon olmuştur. Bu bağlamda, maç gününde Fenerist Facebook sayfasında Fenerbahçe'nin eski kaptanı Alex'in elinde tuttuğu ve 2010 - 2011 sezonu şampiyonluğunda çekilmiş olduğu tahmin edilen kupa görseliyle "KUPA BURADA SIKIYORSA AL!" söylemi paylaşılmıştır. Bu bağlamda, Trabzonspor taraftarlarına yönelik kışkırtıcı ve meydan okuyan bu söylemi nefret söylemi içerisine dahil etmek mümkündür.

Bursaspor ile Fenerbahçe maçının olduğu gün, maç sonrası grubun Facebook sayfasından yayınlanan gönderi "Soyunma Odasında Galibiyet Coşkusu!" metniyle futbolcuların soyunma odasına çekilen fotoğrafları yayınlanmıştır. Diğer üç büyük takımla aradaki puan farkı daha da açıldığından fotoğraf bu metinle yayınlanmıştır. Nefret söylemi açısından bakıldığında ifadenin nötr anlam taşıdığı söylenebilir.

6 Nisan'da oynanan Galatasaray - Fenerbahçe derbisi sırasında, "Sarı'nın yanına Lacivert olalım biz..." metniyle paylaşılan gönderide maçta hakemlik yapan Bülent Yıldırım'a ithafen temsili karikatürlü bir hakem fotoğrafı paylaşılmıştır.¹²² Karikatürde hakemin bir elinde sarı kart, diğer elinde kırmızı kart yer almakta ve hakemin başının üstündeki baloncukta "SARIL... KIRMIZI! ULAN GASSARAY BU KIYAĞIMI DA UNUTMA. YOKSA ZOR YENERDİN FENERİ." metni yer almaktadır. Galatasaray'ın 1-0 kazandığı maçta hakemin haksız yere Fenerbahçe oyuncularına kart gösterdiği iddiasıyla, sayfada yayınlanan söylem hakem üzerinden yazılmıştır. Gönderide yer alan "ulan" kelimesiyle Galatasaray takımı da nefret söyleminin içine dahil edilmiştir. "Biz" kelimesiyle ise Fenerbahçe takımı ve taraftarına birlik vurgusu yapılmıştır.

Kullanıcı Yorumları Açısından

Maç günlerinde paylaşılan bu gönderilere Facebook üyesi kişiler tarafından yapılan yorumların sayısı ve kategorileri ise şu şekildedir:

¹²²<http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=29&macId=118705> / Erişim Tarihi: 13 Nisan 2014.

(Gönderilere, 48 saat içinde yazılan yorumlar dahil edilmiştir. Gönderilerdeki yorumlar alınırken reklam içerikli, yorum değeri olmayan gönderiler hesaba katılmamıştır.)

Tablo 2.7: Sanica Boru Elazığspor – Fenerbahçe Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçeren
3	3	4	3

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 1.400, paylaşım sayısı 78’dir. Toplam yorum sayısı ise 13’tür.

Tablo 2.8: Trabzonspor – Fenerbahçe Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçeren
8	13	15	26

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 6.100, paylaşım sayısı 845’tir. Toplam yorum sayısı ise 62’dir.

Tablo 2.9: Fenerbahçe – Bursaspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçeren
14	3	10	4

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 3.130, paylaşım sayısı 61’dir. Toplam yorum sayısı ise 31’dir.

Tablo 2.10: Galatasaray – Fenerbahçe Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçeren
0	16	20	35

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 5.170, paylaşım sayısı 1.400’dür. Toplam yorum sayısı ise 71’dir.

Facebook’ta bir gönderiye gelen yorum, beğeni, paylaşım gibi sayılar sayfanın beğenilme ve konuşulma sayısı ile doğru orantılıdır. Örneğin; Fenerist Facebook sayfasını beğenen kişi sayısı Ultraslan’dan çok daha az olduğundan dolayı, yapılan gönderilerin yorum ve beğeni sayısı da daha düşüktür.

Elazığspor – Fenerbahçe maçı öncesi paylaşılan gönderiye gelen olumlu yorumlar genelde takıma başarı dilekleri içeren yorumlardır. Olumsuz yorumlar ise futbolcuların istenilen düzeyde oynamadıkları ile ilgilidir. Nefret Söylemi içeren yorumların ise “İbnelere koyun” gibi Cinsiyet / Cinsel Kimlik Temelli söylemler olduğu görülmüştür.

Trabzonspor ile oynanan derbidepaylaşılan görselde ise Alex De Souza olduğu için Olumlu kategorisi bağlamında gelen yorumlar “Alex’i seviyoruz, büyük kaptan, Alex ve Fenerbahçe’yi seviyoruz, Tebrikler” gibi yorumlardan oluşmaktadır. Nefret Söylemi içeren yüksek sayıdaki yorumların ise Trabzonspor kulübüne, oyuncularına yönelik ve özellikle Trabzonspor kalecisini hedef gösteren yorumlardanoluştugu görülmüştür. Şu cümleleri içeren bu yorumlar; “Sakinlestirceğine daha çok kiskirtti pzvek onur”, “çok kötü koymuşuz hala acıyor”, “Biraz bordo biraz mavi serefsizliğin asil rengi”, “Trabzonlular kupanın sapını gönderdik almadınız mı?”, “Napabilecekse götü kalktı onunda gitsin bokuyla gulle oynasın onursuz takımın onursuz kalecisi” Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi kategorisinde yer almaktadırlar.

Bursaspor maçı sonrası paylaşılan gönderiye gelen yorumlar ise genelde Fenerbahçeli oyuncularla ilgili Nötr ve çoğunlukla Olumlu yorumlardır. Nefret Söylemi içeren yorumlar çok azdır.

Galatasaray – Fenerbahçe derbisi gönderisine bakıldığında ise Olumlu hiçbir yorumun yazılmadığı, Olumsuz ve özellikle Nefret İçeren çok fazla yorum yazıldığı görülmüştür. Olumsuz olarak yazılan yorumlar genellikle Fenerbahçe’li oyuncuların performansının kötü olması hakkındadır. Nefret Söylemi içeren yorumlar ise aşağıda da yer aldığı gibi “...Tutmuş renklerin Amına komuş”, “ibnenin oğlu tam bi cincon yandası bulent yıldırımm” Galatasaray taraftarına ve hakeme yönelik Cinsiyet Temelli Nefret Söyleminden oluşmaktadır.



şekil 2.6: 12 NumaraGrubu Facebook Sayfası Yorumları

(“Sarı'nın yanına Lacivert olaşm biz...”metinli paylaşımın altına diğr kullanıcılar tarafından yazılan yorumlardan örnekleri içermektedir.)

Ardalan Bilgisi

Türkiye Futbol liginde rekabet her sezon özellikle dört büyükler arasında ve Fenerbahçe ile Galatasaray arasında görülmektedir. Hatta yle ki Fenerbahçe ile Galatasaray “ezeli rakipler” olarak yansıtılmaktadır. Bu durum da, geçmişten beridir bu iki büyük futbol takımı taraftarları arasında süregelen bir rekabet kavramının varlığını bildirmektedir. Bu bağlamda, taraftarlar destekledikleri takımı yüceltirken rakip takımı ise aşağılama yoluyla tekileştirmektedirler. Gönderilerde Fenerbahçe sadece Galatasaray’a karşı değil aynı zamanda Trabzonspor’a ve diğr takımlara karşı da iktidar ve güç sahibi olarak konumlandırılmaktadır.

Bağlam Bilgisi

Rakip takımların birbirlerini aşağılamak için oluşturdukları metinlerde en çok Cinsiyet Temelli Nefret Söyleminden beslendikleri görülmektedir. Bu bağlamda taraftarlar kendilerini “biz” , rakibi ise “tekiler” olarak konumlandırmaktadır.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme

Gönderilerde aktif yapı kullanıldığı görülmüştür. Cümle yapıları ise genellikle devrik bir yapıdan oluşmaktadır. Gönderiler kısa cümlelerle oluşturulmuş ve sıklıkla görsellerle desteklenmiştir.

Bölgesel Uyum

Gönderilerdeki cümlelerde nedensel ilişki bulunmaktadır. Örneğin; Galatasaray derbisinde paylaşılan gönderide yenilme nedeni olarak hakem gösterilmiştir. Bu bağlamda cümlelerde konu bütünlüğü kurulmuştur. Cümlelerde genellemeler de mevcuttur. Kötü özellikler tüm diğer rakiplere atfedilirken, iyi olan özellikler Fenerbahçe'ye ve Fenerbahçe taraftarlarına referans edilmektedir.

Kelime Seçimleri

Gönderilerde kullanılan kelimeler incelendiğinde, düz anlamlı ve yan anlamlı sözcük ve metaforların kullanılmış olduğu görülmektedir. “Zafer, Sarının yanına lacivert” gibi kelime seçimleriyle, kupa ya da maçı kazanmanın “düşmana karşı kazanılan bir zafer” olarak atfedilmesi, “sarı yanına lacivert” ile Fenerbahçe takımının renklerinin ifade edilmesi bu kelime seçimlerini göstermektedir.

Retorik

Retorik unsular ele alındığında, gönderilerde herhangi bir istatistiki bilgi bulunmadığı ancak paylaşılan içeriğin inandırıcılığını artırmak amacıyla metinlerin görsellerle birlikte paylaşıldığı görülmüştür. Bu nedenle, görsel öğelerin paylaşımı artırdığı ve nefret söyleminin yeniden üretilmesine neden olduğunu söylemek mümkündür.

Grup 3: Beşiktaş Taraftar Grubu Çarşı



Şekil 2.7: ÇarşıGrubu Facebook Sayfası Screenshot

Tablo 2.11: ÇarşıTaraftar Grubu Facebook Sayfası Künyesi

(Aşağıdaki ifadelerin ve metinlerin tamamı grubun sayfasından olduğu gibi alınmış, metinlerin analizinin doğru yapılabilmesi için herhangi bir değişiklik, imla düzeltimi gibi sonradan eklemeler yapılmamıştır.)

1. Taraftar Grubunun Adı:	çArşı / Forza Beşiktaş
2. Taraftar Grubunun İnternet Adresi:	www.facebook.com/Forzabesiktas
3. Facebook'a Katılma Tarihi:	29 Ağustos 2010
4. Topluluk / Grup Hakkında:	www.forzabesiktas.com Resmi Web Sitesi https://twitter.com/#!/Forzahaber Resmi Twitter Sayfası
5. Grubun Açıklaması:	Siyah Beyaz Rengi, Taraftarın Sesi Bütün Basın Tıraş FORZA BEŞİKTAŞ!
6. Sayfayı Beğenen ve Hakkında	262.393 kişi beğendi · 15.853 kişi

Konuşan Kişi Sayısı:	hakkında konuşuyor.
7. Gönderilerin İçeriği:	<u>22 Şubat / GS – BJK</u> “Başarılar Beşiktaş'ım..” <u>9 Mart / BJK – Eskişehirspor</u> “Arma Aşkına..Rakip Eskişehirspor!” Beşiktaşımız, Spor Toto Süper Lig’in 24. haftasında Eskişehirspor’u konuk edecek.http://forzabesiktas.com/” <u>28 Mart / Kardemir Karabükspor – BJK</u> “Siyah-Beyaz rengi taraftarın sesi, bütün basın traş Forza BEŞİKTAŞ.” <u>6 Nisan / Kayserispor - BJK</u> “Başka Sevdalara KAPALI'yız.”
8. Sayfa Profil Görseli:	Siyah beyaz zemin üzerine Çarşı logosu
9. Sayfa Kapak Görseli:	Beşiktaş Jimnastik Kulübü Logosunun yanında Çarşı logosu (BJK logosunun içinde yer alan bayrağın kırmızı rengiyle Çarşı logosunun kırmızı renginin aynı olduğu görülmüştür.)

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Beşiktaş taraftar grubu, 1995 - 1997 yılları arasında, taraftarlar tarafından haftalık olarak hazırlanan Forza Beşiktaş adında bir dergi çıkarmıştır. Bu bağlamda, internet adresleri ve Facebook sayfa adresleri Forza Beşiktaş olarak isimlendirilmiştir. Grubun adı ise Çarşı’dır. Grup, sloganları olan “Çarşı her şeye karşı”yı hem diğer takımlara hem de politik kimliklere karşı duruşlarını ifade etmek için kullanmaktadırlar.

Grup, hakkında kısmına Twitter adresini eklemiştir. Açıklama kısmında ise, “Siyah Beyaz Rengi, Taraftarın Sesi, Bütün Basın Tıraş, FORZA BEŞİKTAŞ!” dörtlüğü yer almaktadır. Bu metinle, geleneksel basına gönderme yapılarak “tırış” oldukları ifade edilmiştir. Bu metinde kullanılan anlamıyla tıraş kelimesi; “Yalan,

asılsız, bıktırıcı, gereksiz söz” anlamına gelmektedir.¹²³ Bu bağlamda, kendilerinin taraftarın sesi olduğunu, kendileri dışındaki haber kaynaklarının tıraş olduğunu ifade etmektedirler. Metnin ötekileştirme içerdiği görülmektedir.

Grup sayfasında profil fotoğrafı olarak Beşiktaş Kulübü’nün renkleri olan siyah beyaz zemin üzerinde Çarşı logosunun yer aldığı görsel kullanılmıştır. Sayfa kapağında ise Beşiktaş Jimnastik Kulübü logosunun yanında Çarşı logosunun olduğu bir fotoğraf kullanılmıştır. BJK logosunun içinde yer alan bayrağın kırmızı rengiyle, Çarşı logosunun kırmızı renginin aynı olduğu görülmüştür. Grubun adını yazarken, Çarşı şeklinde ve A harfini anarşizmin simgesi olan yuvarlak daire şeklinde logo olarak yazdıkları görülmektedir. Diğer taraftar gruplarından farklı olarak, grup dikkat çekici ırkçılık karşıtı eylemlerde de yer almıştır.

2. Şematik Yapı

Gönderilerin Anlatım Dili

Taraftar Grubu Tarafından Paylaşılan İçerikler Açısından

Gönderilerdeki metinler arasında basit kurallı cümleler kullanılmıştır. Gönderiler slogan tarzında ve kafiyeli bir anlatıma sahiptir ve sadece basına karşı küçümseyici tarzda sözcükler kullanılmıştır. Diğer gruplardan oldukça farklı olarak, gönderilerde kaba ve öfkeli bir söylem söz konusu değildir. Grubun Facebook sayfalarını bu söylemlerden ziyade haber içerikli güncellemeler şeklinde kullandığı görülmüştür.

Galatasaray derbisinden önce yazılan gönderi metninin “Başarılar Beşiktaş’ım..” olduğu görülmüştür. Metin, taraftarın takımını sahiplendiği vurgusu yapmakta, “biz”den ziyade “ben” ekinin kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda gönderiyi Nötr olarak sınıflandırmak mümkündür.

Eskişehirspor maçı öncesinde yayınlanan gönderi ise, “Arma Aşkına..Rakip Eskişehirspor!. Beşiktaşımız, Spor Toto Süper Lig’in 24. haftasında Eskişehirspor’u

¹²³http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5372b06b2f1532.32523557 / Erişim Tarihi: 18 Nisan 2014.

konuk edecek. <http://forzabesiktas.com>” metnini içermektedir. Metinde, Beşiktaş Kulübü armasını ve logosunu sahiplenme durumu söz konusudur. Beşiktaş logosu, siyah beyaz renklerden oluşan ve içerisinde Türk bayrağını barındıran bir logodur. Armaya bağlı olma kavramını bayrağa bağlılık olarak da nitelendirmek mümkündür. Bu bağlamda, milliyetçi söylem barındırdığını söyleyebiliriz. Gönderilerin sonuna forum linklerini ekledikleri bu nedenle Facebook sayfalarını genellikle haber ve güncelleme için paylaştıkları görülmektedir.

Kardemir Karabükspor maçı tarihinde ise BJK logosu ve Çarşı logosunun olduğu siyah beyaz fonlu bir görselle “Siyah-Beyaz rengi taraftarın sesi, bütün basın traş Forza BEŞİKTAŞ.” Metnini paylaştıkları görülmüştür. Basını tıraş olarak nitelendirmeleri karşılık göstergesidir. Bu bağlamda, nefret söylemi kapsamına dahil edilebilir.

Kayserispor maçında ise sadece maç tarihi ve saatinin yer aldığı metin paylaşılmıştır. Gönderi Nötr olarak sınıflandırılmıştır.

Kullanıcı Yorumları Açısından

Maç günlerinde paylaşılan bu gönderilere Facebook üyesi kişiler tarafından yapılan yorumların sayısı ve kategorileri ise şu şekildedir:

(Gönderilere, 48 saat içinde yazılan yorumlar dahil edilmiştir. Gönderilerdeki yorumlar alınırken reklam içerikli, yorum değeri olmayan gönderiler hesaba katılmamıştır.)

Tablo 2.12: Galatasaray – Beşiktaş Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
3	1	1	1

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 30, paylaşım sayısı 10’dur. Toplam yorum sayısı ise 4’tür.

Tablo 2.13: Beşiktaş –Eskişehir Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
6	2	2	2

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 360, paylaşım sayısı 20’dir. Toplam yorum sayısı ise 12’dir.

Tablo 2.14: Kardemir Karabükspor – Beşiktaş Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
4	2	2	0

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 1.449, paylaşım sayısı 170’tir. Toplam yorum sayısı ise 8’dir.

Tablo 2.15: Kayserispor – Beşiktaş Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
3	0	1	0

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 30, paylaşım sayısı 10’dur. Toplam yorum sayısı ise 4’tür.

Grup sayfası incelendiğinde çok sık güncellenmediği ve genelde haber ve duyuru tarzı ve yardım içerikleri paylaşıldığı görülmüştür. Bu bağlamda, sayfanın etkileşimi çok fazla değildir. Galatasaray derbisi gönderisinde genellikle “Başarılar” içerikli Olumlu yorumlar yazılmıştır. Nefret içerikli olarak ise, Cinsiyet İçerikli Nefret Söylemi kapsamına giren “Beşiktaş siker” yorumu yazılmıştır.

Eskişehir maçı gönderisinde ise yine “Beşiktaş kazanır umarım, Güzel bir maç olsun, Başarılar” şeklinde Olumlu kategoriye dahil edilebilecek yorumlar yazıldığı görülmüştür. Nefret içerikli söylemler olarak ise “Kara Kartal Koyar Affetmez” yazılı içeriklerin paylaşıldığı görülmüştür.

Karabükspor maçı ile ilgili gönderide nefret içerikli herhangi bir ifadeye rastlanmamıştır. Olumsuz yorumların genellikle Beşiktaş’ın yenilenmekte olan stadıyla ilgili ve “Statın ne zaman biteceği neden bize haber verilmiyor?” kapsamındaki söylemlerin olduğu görülmüştür.

Ardalan Bilgisi

Arma ve logo üzerinden taraftarların kendini tanımladığı gözlenmiştir. Bu bağlamda “Çarşının her şeye karşı” oluşu geçmişinden beri var olan ve devam eden özelliklerinden biridir.

Bağlam Bilgisi

Forza kelimesinin anlamı itibariyle Beşiktaş’ın daima var olduğu ifade edilmiştir. Bu bağlamda Beşiktaş hariç tüm basına tıraş söylemi atfedilmiştir.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme

Gönderi metinlerinde yer alan cümleler genellikle aktif yapıdadır ve hem kısa hem de uzun kurallı cümleler kullanılmıştır.

Bölgesel Uyum

Gönderilerin çoğu arasında nedensel bir ilişki saptanmamıştır. Ancak slogan şeklindeki, “Siyah-Beyaz rengi taraftarın sesi, bütün basın tıraş Forza BEŞİKTAŞ” gönderide nedensel bir ilişkinin var olduğu görülmektedir.

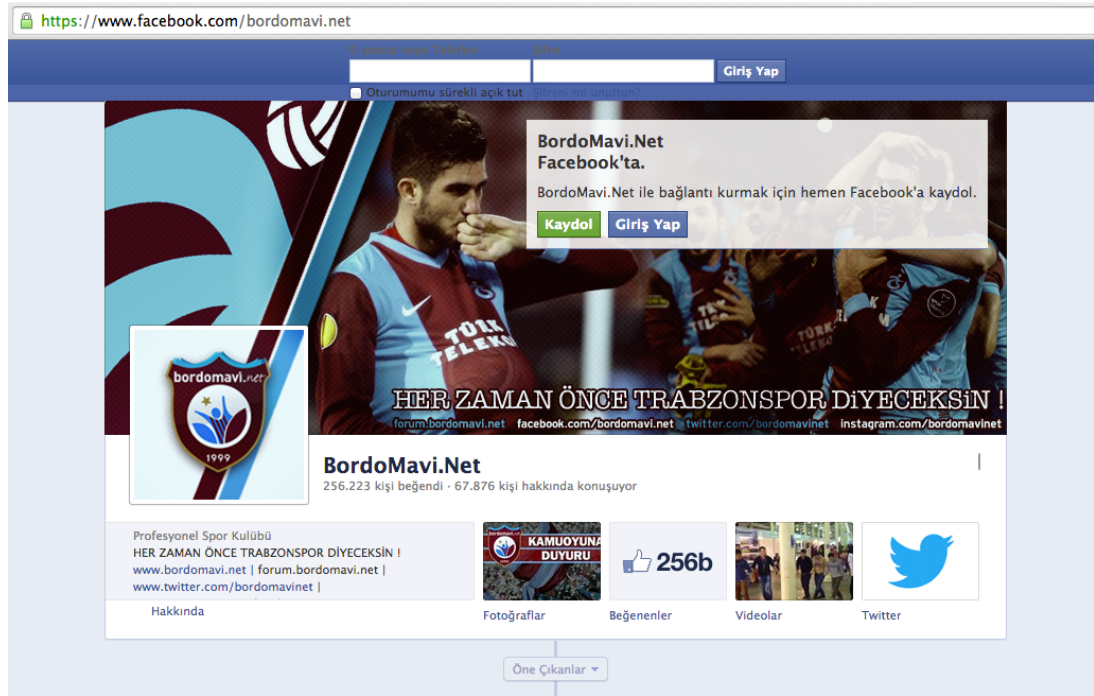
Kelime Seçimleri

Gönderilerdeki kelimeler genellikle düz anlamlıdır. Slogan şeklindeki gönderide ise yan anlam ve metafor mevcuttur. Bu bağlamda, “Siyah Beyaz rengi” cümlesi ile ifade edilmek istenen Beşiktaş Kulübü’dür.

Retorik

Metinler görsellerle paylaşılmıştır. Ancak görsellerde rakip takımlarla ilgili bir görsel kullanılmamış, Beşiktaş’a ait görseller kullanılmıştır. Bunun dışında herhangi bir istatistiki bilgi paylaşımı yapılmamıştır.

Grup 4: Trabzonspor Taraftar Grubu BordoMavinet



Şekil 2.8: BordoMavinet Grubu Facebook Sayfası Screenshot

Tablo 2.16: Bordomavinet Taraftar Grubu Facebook Sayfası Künyesi

(Aşağıdaki ifadelerin ve metinlerin tamamı grubun sayfasından olduğu gibi alınmış, metinlerin analizinin doğru yapılabilmesi için herhangi bir değişiklik, imla, noktalama gibi sonradan eklemeler yapılmamıştır.)

1. Taraftar Grubunun Adı:	BordoMavi.net
2. Taraftar Grubunun İnternet Adresi:	www.facebook.com/bordomavi.net
3. Facebook'a Katılma Tarihi:	16.11.2007
4. Topluluk / Grup Hakkında:	HER ZAMAN ÖNCE TRABZONSPOR DİYECEKSİN ! www.bordomavi.net forum.bordomavi.net www.twitter.com/bordomavinet www.instagram.com/bordomavinet
5. Grubun Açıklaması:	Bordomavi.net (BMN) Trabzonspor Taraftarlarını çatısı altında toplamayı amaç edinmiş, bu birlikteliğin sağladığı güç ile Trabzonspor'un en büyük ve

	etkili sivil toplum örgütü olmayı hedefleyerek kurulmuş bir internet sitesi ve onun etrafında örgütlenmiş taraftarlar birliğidir. Önce Trabzonspor diyenler, Temiz futbol diyenler, Akıllı taraftarlık diyenler, Ahlaklı taraftarlık diyenler, Samimi fedakarlık diyenler, Gönülden destek diyenler, Sadece Trabzonspor diyenler, Kıcasa, BordoMavi.Net diyenler...
6. Sayfayı Beğenen ve Hakkında Konuşan Kişi Sayısı:	259.050 kişi beğendi · 73.428 kişi hakkında konuşuyor.
7. Gönderilerin İçeriği:	<u>23 Şubat / Trabzonspor - Kayserispor</u> Trabzonspor - Kayserispor 23.02.2014 - 19.00 STSL 22. Hafta <u>10 Mart / TS – FB</u> “Adaleti ve hukuku tanımayanlara, bu ülkenin canına, malına kasteden teröristlere TRABZON'da insanlık da yok, insaf da yok!” <u>29 Mart / Sanica Boru Elazığspor – TS</u> Trabzonspor - Elazığspor 29.03.2014 - 16.00 <u>7 Nisan / TS – Gençlerbirliği</u> “Takımımız, Gençlerbirliği ile oynayacağı maçta çubuklu forma, mavi şort ve mavi çorapla mücadele edecek.”
8. Sayfa Profil Görseli:	Dışı Trabzonspor logosu olan iç kısmında ise Bordomavi.net'in kuruluş tarihi olan 1999 yılı yazısının ve ellerini havaya kaldırmış bir taraftar imgesinin yer aldığı bordo mavi renkli görsel

9. Sayfa Kapak Görseli:	“Her Zaman Önce Trabzonspor Diyeceksin!..” yazısının olduğu, Trabzonsporlu oyuncuların maç esnasındaki görüntülerinin yer aldığı ve alt kısımda grubun Twitterda dahil olmak üzere diğer ağ adreslerinin yazılı olduğu görsel (Görselde Trabzonsporlu oyunculardan birinin formasının içinde karnında bir futbol topu olduğu görülmektedir.)

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Grup adını Trabzonspor’un renkleri olan bordo maviden almaktadır. Grubun hakkında kısmında diğer dijital mecralarının adresi ve “HER ZAMAN ÖNCE TRABZONSPOR DİYECEKSİN !” metni yer almaktadır. Bu bağlamda, grubun hakkında kısmında kaba bir söylem kullandığı görülmüştür.

Grubun açıklaması kısmında ise; “Bordomavi.net (BMN) Trabzonspor Taraftarlarını çatısı altında toplamayı amaç edinmiş, bu birlikteliğin sağladığı güç ile Trabzonspor’un en büyük ve etkili sivil toplum örgütü olmayı hedefleyerek kurulmuş bir internet sitesi ve onun etrafında örgütlenmiş taraftarlar birliğidir.

Önce Trabzonspor diyenler,

Temiz futbol diyenler,

Akıllı taraftarlık diyenler,

Ahlaklı taraftarlık diyenler,

Samimi fedakarlık diyenler,

Gönülden destek diyenler,

Sadece Trabzonspor diyenler,

Kıcasa, BordoMavi.Net diyenler...”

metni yer almaktadır. Metinde, Bordo Mavi taraftarının nasıl olması gerektiği anlatılmaktadır. Grubun özellikle “Temiz futbol diyenler” cümleleriyle Fenerbahçe karşıtı bir söylem ürettiği görülmektedir. Grup sayfasının tamamı incelendiğinde neredeyse iki gönderiden birinin Aziz Yıldırım, Fenerbahçe ve bu bağlamda 2010-2011 sezonunda kendilerine verilmesini istedikleri kupa ile ilgili olduğu görülmüştür. Bordo Mavi taraftarlarına göre; Fenerbahçe ve bu bağlamda taraftarları, akılsız, ahlaksız ve temiz olmayan futbolu ifade etmektedir. Nefret Söylemi içeren bu cümleler adaletsizliğe de vurgu yaptığı için Siyasal Nefret Söylemi kapsamına girmektedir.

Sayfanın profil görselinde, dışı Trabzonspor logosu olan iç kısmında ise Bordomavi.net’in kuruluş tarihi olan 1999 yılı yazısının ve ellerini havaya kaldırmış bir taraftar imgesinin yer aldığı bordo mavi renkli görsel yer almaktadır.

Sayfanın kapak görselinde ise “Her Zaman Önce Trabzonspor Diyeceksin!..” yazısının olduğu, Trabzonsporlu oyuncuların maç esnasındaki görüntülerinin yer aldığı ve alt kısımda grubun Twitter da dahil olmak üzere diğer ağ adreslerinin yazılı olduğu görselin yer aldığı görülmektedir. Görselde, Trabzonsporlu oyunculardan birinin formasının içinde, karnında bir futbol topu olduğu görülmektedir. Görsel, “hamile bırakmak” vurgusu içermektedir. Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi kapsamında rakibin “kadın” olduğu ve hamile kaldığı söylemini içermektedir.

2. Şematik Yapı

Gönderilerin Anlatım Dili

Taraftar Grubu Tarafından Paylaşılan İçerikler Açısından

Gönderilerdeki metinlerde basit kurallı cümlelerin yanı sıra devrik cümleler de yer almaktadır. Emir kipi içeren cümlelerin de çok sık kullanıldığı görülmüştür. Gönderiler slogan tarzında ve yer yer kafiyeli bir anlatıma sahiptir. Gönderilerde kişilere ve kuruluşlara da yönelik kaba, öfkeli, sert, kışkırtıcı ve küçümseyici sözcükler kullanıldığı ve hedef gösterdikleri saptanmıştır.

Kayserispor maçında grup sayfasından paylaşılan içerik; “Trabzonspor - Kayserispor | 23.02.2014 - 19.00 | STSL 22. Hafta” şeklindeki maç tarih ve saat duyurusudur. Bu bağlamda gönderi Nötr kategorisine girmektedir.

Fenerbahçe derbisi gününde paylaşılan gönderi metni, “Adaleti ve hukuku tanımayanlara, bu ülkenin canına, malına kasteden teröristlere TRABZON'da insanlık da yok, insaf da yok!” şeklindedir. Ek olarak, metinle birlikte ters dönmüş, alev almış arabaların ve yüzü net olmayan insanların olduğu, aşağıda yer alan görsel de paylaşılmıştır.



Şekil 2.9: BordoMavinet Grubu Facebook Sayfası Gönderisi

Bu bağlamda, grup üyeleri “vatanseverler” olarak kendilerini yani “biz”i konumlandırırken, Fenerbahçeliler “bu ülkenin canına, malına kasteden teröristler” olarak vatan haini yani “onlar” olarak konumlandırılmıştır. Bu bağlamda, gönderi Milliyetçi, Etnik ve ayrımcı nefret söylemi içermektedir. Ek olarak, “adalet ve hukuk tanımayanlara” cümleleri Siyasal Nefret Söylemi kapsamında değerlendirilebilir.

Sanica Boru Elazığspor maçında güncelleme içerikli, “Trabzonspor - Sanica Boru Elazığspor| 29.03.2014 - 16.00 maç günü ve saati gönderisi yayınlanmıştır. Bu bağlamda, gönderi Nötr kategorisine girmektedir.

Gençlerbirliği maçında ise “Takımımız, Gençlerbirliği ile oynayacağı maçta çubuklu forma, mavi şort ve mavi çorapla mücadele edecek.” metni paylaşılmıştır. Bu gönderi de duyuru amaçlı olduğu için Nötr kategorisine dahil edilmektedir.

Kullanıcı Yorumları Açısından

Maç günlerinde paylaşılan bu gönderilere Facebook üyesi kişiler tarafından yapılan yorumların sayısı ve kategorileri ise şu şekildedir:
(Gönderilere, 48 saat içinde yazılan yorumlar dahil edilmiştir. Gönderilerdeki yorumlar alınırken reklam içerikli, yorum değeri olmayan gönderiler hesaba katılmamıştır.)

Tablo 2.17: Trabzonspor – Kayseri Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
1	5	1	1

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 68, paylaşım sayısı 6’dur. Toplam yorum sayısı ise 8’dir.

Tablo 2.18: Trabzonspor – Fenerbahçe Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
3	8	9	46

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 3.774, paylaşım sayısı 1.352’dir. Toplam yorum sayısı ise 66’dır.

Tablo 2.19: Trabzonspor – Sanica Boru Elazığspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
2	4	6	3

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 96, paylaşım sayısı 4’dur. Toplam yorum sayısı ise 15’dir.

Tablo 2.20: Trabzonspor – Gençlerbirliği Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli

1	4	3	12
---	---	---	----

Gönderinin toplam beğeni sayısı: 290, paylaşım sayısı 1'dur. Toplam yorum sayısı ise 20'dir.

Trabzonspor – Kayserispor maçı gönderisi sadece maç saati duyurusu olduğundan dolayı gelen yorum sayısı da azdır. Olumsuz yorumlar, futbolcuların istekli oynamadığı, takımın gidişatının kötü olduğu gibi yorumlardan oluşmaktadır. Olumlu yorum “Başarılar” metninden oluşurken, Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi kapsamına giren metin ise “koy trabzonspor” dur.

Fenerbahçe derbisinde ise yüksek sayıda nefret içerikli metinlere rastlanmıştır. Bu metinler, “Ben böyle takımın amk, Şerefsizler, Allah belalarını versin, apo nun piçleri durduramaz bizleri !!, o şerefsizleri o stattan çıkarmayın, bunları Trabzon'da lağım çukuruna sokacağız” cümlelerinden oluşan etnik köken ve mezhepe dayalı, Milliyetçi ve Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi kapsamına girmektedirler.



Şekil 2.10: BordoMavinet Facebook Sayfası Yorumları

(“Adaleti ve hukuku tanımayanlara, bu ülkenin canına, malına kasteden teröristlere TRABZON'da insanlık da yok, insaf da yok! metinli paylaşımın altına diğer kullanıcılar tarafından yazılan yorum örneklerini içermektedir.)

Sanica Boru Elazığspor maçında yazılan gönderi güncelleme duyurusu olduğundan yorumların çoğu Nötr olarak tespit edilmiştir. Nefret içerikli söylemler ise rakip takım hakkında “koyun şu Elazığ’a, şerefsizler” gibi Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi barındıran yorumlardır.

Gençlerbirliği maç gününde yazılan gönderiye gelen yorumların çoğunun nefret içerikli olduğu görülmüştür. “gösterin ibneler, çıplak oynayın, formayı daha fazla kirletmeyin..mendebur herifler...!, yürekleriyle mücadele etmeyenleri yenin” gibi rakip takımla birlikte Trabzonspor’dan memnun olmayan taraftarların Trabzonspor’a ithafen yazdıkları Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi içeriklerinin olduğu görülmüştür.

Ardalan Bilgisi

Nefret Söylemi içeren ifadelerin içinde 2010 – 2011 sezonundan beri devam eden bir rekabet olduğu görülmüştür. Fenerbahçe’nin birinci, Trabzonspor’un ikinci olduğu Süper Lig’de, Fenerbahçe Futbol kulübü şike yaptığı için kupanın kendilerine verilmesini isteyen Trabzonspor TFF’ye başvurmuş ancak sonuç alamamıştır. Bu nedenle, 2011 sezonundan beri Fenerbahçe, Trabzonspor taraftarları tarafından düşman olarak görülmektedir. Aynı şekilde, bu durumun Fenerbahçe tarafınan Trabzonspor’a karşı olarak da sürdürüldüğü görülmektedir.

Bağlam Bilgisi

Gönderilerde, rekabet bağlamında, rakip takım olan Fenerbahçe bir düşman ve terörist olarak konumlandırılmıştır. Bu bağlamda, biz olarak konumlandırılan Trabzonspor taraftarları “onlar” olarak nitelediği Fenerbahçe’ye yönelik ayrımcı söylem içeren ifadelerin dolaşıma sokulmasına ve yeniden üretilmesine yol açmaktadır.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme

Gönderi metinlerinde yer alan cümlelerde aktif yapı kullanıldığı görülmüştür. Cümle yapıları genellikle devriktir. Ek olarak, kafiye cümleler yer almaktadır.

Bölgesel Uyum

Gönderideki cümlelerde nedensel bir ilişki vardır. “teröristlere TRABZON'da insanlık da yok, insaf da yok” metninde insanlık olmamasının nedeni; Fenerbahçe yönetiminin ve Aziz Yıldırım'ın terörist olmaları olarak nitelendirilmiştir.

Kelime Seçimleri

Metinlerde sözcükler genellikle düz anlamıyla anlaşılır bir şekilde kullanılmıştır. “Terörist” kelimesi ise yan anlamıyla Fenerbahçe teknik direktörü, yöneticileri ve taraftarları da kapsayan bir şekilde kullanılmıştır.

Retorik

Metinler paylaşılırken kavramlara uygun olan görüntüleri içeren resimler paylaşılmıştır. Bu bağlamda, metinlerle oluşturulan söylem görsellerle desteklenerek inandırıcılığı artırmaktadır. Metinlerde görseller dışında inandırıcı bilgilere yer verilmemektedir.

1.4.2. Taraftar Gruplarının Twitter Çözümlemesi

Grup 1: Galatasaray Taraftar Grubu Ultraslar



Şekil 2.11: Ultrاسlan Grubu Twitter Sayfası Screenshot

Tablo 2.21: Ultrاسlan Taraftar Grubu Twitter Sayfası Künyesi

(Aşağıdaki ifadelerin ve metinlerin tamamı grubun sayfasından olduğu gibi alınmış, metinlerin analizinin doğru yapılabilmesi için herhangi bir değişiklik, imla, noktalama gibi sonradan eklemeler yapılmamıştır.)

1. Taraftar Grubunun Adı:	ultrAslan
2. Taraftar Grubunun Twitter Adresi:	https://twitter.com/ultrAslan
3. Twitter'a Katılma Tarihi:	Kasım 2010
4. Profil Açıklaması	ultrAslan Resmi Twitter Hesabı (Official Twitter Account of ultrAslan) #Galatasaray #ultrAslan www.ultrاسlan.com
5. Profilin Takipçi Sayısı	690 bin
6. Gönderilerin İçeriği:	“BUGÜN GÜNLERDEN GALATASARAY! “Sen YILMAZ Buraksın!” “Melo'nun Dans kasetlerini inceleyen "çok ilgili" yetkililerinde Küfurbaz Hakem Fırat Aydınus'a vereceği cezai yaptırımını merakla bekliyoruz.”

	“Muhteşem Taraftarın Yanında!” “ŞİKESİZ, LEKESİZ, TERTEMİZ... GURURDUR, ONURDUR, GALATASARAY!”
7. Avatar Görseli	Ultraslan logosu

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Ultraslan grubunun twitter profiline bakıldığında uzun bir süreden beri Twitter’da olduğu (2010) görülmektedir. Bu bağlamda takipçi sayısı da diğer taraftar gruplarından oldukça yüksektir. Avatarda yer alan görselde UA yazılı ultraslan logosunun yer aldığı görülmektedir. Profil açıklamasında, ultrAslan Resmi Twitter Hesabı(Official Twitter Account of ultrAslan) yazmakta ve insanların daha kolay ulaşabilmesi için profile #Galatasaray ve #ultrAslan tagleri eklenmiştir.

2. Şematik Yapı

Gönderilerin Anlatım Dili

Taraftar Grubu Tarafından Paylaşılan İçerikler Açısından

Gönderilerdeki metinler arasında basit kurallı cümlelerin yanı sıra devrik cümleler de gözlenmektedir. Emir kipi içeren cümleler kullanıldığı da görülmüştür. Gönderiler slogan tarzında ve yer yer kafiyeli bir anlatıma sahiptir. Gönderilerde kişilere yönelik kaba, sert, kışkırtıcı ve küçümseyici sözcükler kullanıldığı ve hedef gösterildikleri saptanmıştır.

Beşiktaş ile oynanan derbide Ultraslan Twitter profilinden “BUGÜN GÜNLERDEN GALATASARAY!” metnini Galatasaray bayrağı görseliyle paylaşmıştır. İçerik, nefret söylemi içermediğinden Nötr kategorisine dahil edilmiştir.

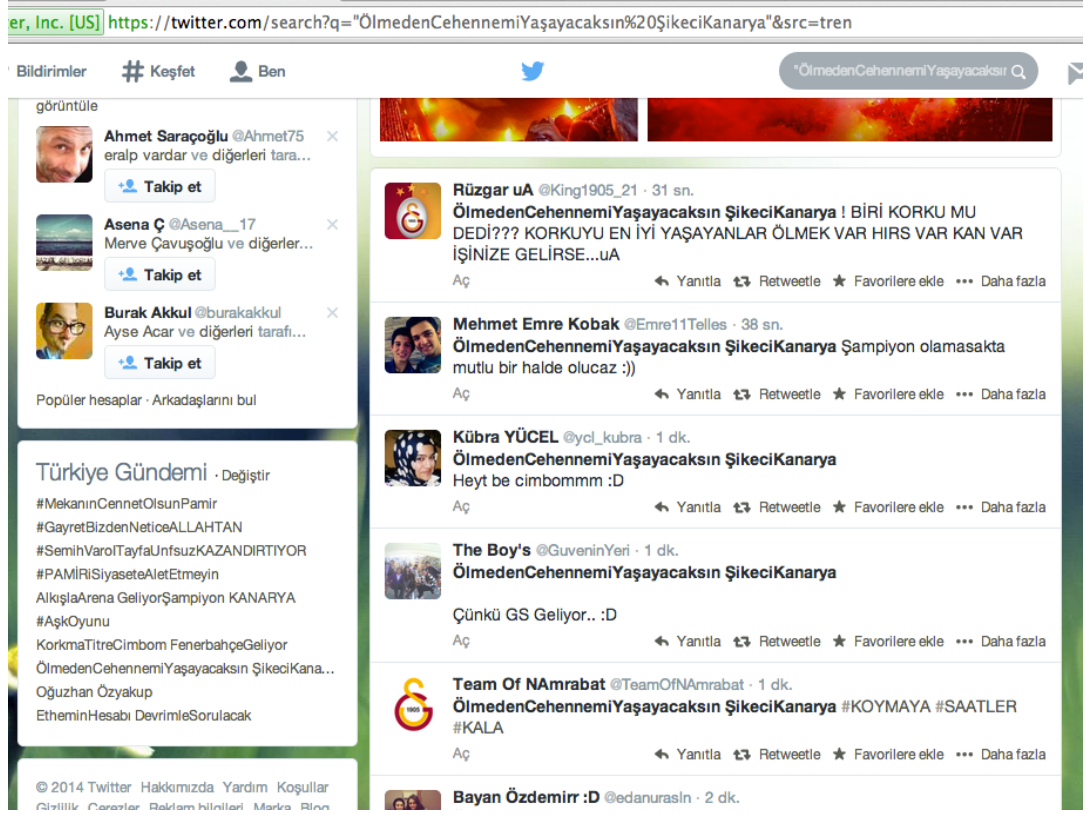
Akhisar Belediye Gençlik ve Spor takımıyla oynanan maç öncesinde ise “Sen YILMAZ Buraksın!” metni aynı yazının yazılı olduğu ve daha önce tribünde açılmış

olan afiş fotoğrafıyla birlikte paylaşılmıştır. Galatasaray'da 17 numaralı formayı giyen futbolcu Burak Yılmaz için hazırlanmıştır. Bu bağlamda gönderi nefret söylemi içermemektedir. Grup tarafından aynı gün maç esnasında paylaşılan diğer bir ileti de hakem Fırat Aydınus'un Melo'ya küfür ettiği iddiasıyla ilgilidir. Bu bağlamda, grubun Twitter profilinden "Melo'nun Dans kasetlerini inceleyen "çok ilgili" yetkililerinde Küfürbaz Hakem Fırat Aydınus'a vereceği cezai yaptırımını merakla bekliyoruz." metni paylaşılmıştır. Gönderide, daha önce Felipe Melo'nun saha içindeki gol veya galibiyet sevincinin abartılı bulunmasına yönelik Türkiye Futbol Federasyonuna yönelik eleştiri vardır. Bu bağlamda bu eleştiri TFF hakemine yönlendirilmiş ve "çok ilgili" kelimesi kullanılmıştır. Fırat Aydınus "küfürbaz" olarak konumlandırılmış ve iletinin hakeme yönelik ayrımcı nefret söylemi içerdiği görülmüştür.

Konyaspor maçı öncesinde ise "Muhteşem Taraftarın Yanında!" metniyle taraftarların olduğu bir fotoğraf paylaşılmıştır. Bu bağlamda Galatasaray taraftarı "biz" olma kavramını kendisinin muhteşem oluşu üzerine kurgulamıştır.

Fenerbahçe derbisi öncesinde ise "ŞİKESİZ, LEKESİZ, TERTEMİZ... GURURDUR, ONURDUR, GALATASARAY!" metni Galatasaray bayrağıyla birlikte paylaşılmıştır. Hemen arkasında ise kırmızı Türk bayrağı yer almaktadır. Fenerbahçe'nin şikesiz, lekesiz ve temiz olmadığı vurgusuyla nefret söylemi barındırmaktadır. Ek olarak, görseldeki Türk bayrağıyla Türk olma vurgusu yapılmakta ve milliyetçi nefret söylemine neden olmaktadır. Hemen arkasından paylaşılan "Ahlaksızlık, Şiddet, Provokasyon" metniyle Fenerbahçeli futbolcuların olduğu fotoğraf paylaşılmıştır. Bu bağlamda, gönderi ayrımcı ve kışkırtıcı nefret söylemi içermektedir. Maç başlamadan önce Twitter gündemine bakıldığında ise "Ölmeden Cehennemi Yaşayacaksın Şikeci Kanarya" hashtaginin Twitter Türkiye TT listesine girdiği görülmüştür. Metne bakıldığında Fenerbahçe başkanı Aziz Yıldırım hakkında açılan dava nedeniyle Fenerbahçe kulübüne, Fenerbahçe taraftarına ve Aziz Yıldırım'a yönelik olarak "şikeci" ifadesi kullanılmış ve Fenerbahçe sembolü olan kanarya kelimesi de eklenmiştir. Bu bağlamda, cümle Siyasi Temelli Nefret Söylemi içermektedir. Hashtag'e yazılan yorumlardan bazıları ise şu şekildedir "KOYMAYA SAATLER KALDI", "BizimİçinŞikecilere KoyGALATASARAYım", "HERKEZ GÖRÜCEK CİMBOM ARENADA

KANARYA S*KECEK ;)”. Bu bağlamda hashtag’e yazılan yorumların Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi içerdikleri tespit edilmiştir.



Şekil 2.12: Galatasaray - Fenerbahçe Maçı Öncesinde Twitter Türkiye Gündemi (5 Nisan 2014 tarihinde hashtag’e yazılan yorumlardan örnekleri içermektedir.)

Kullanıcı Yorumları Açısından

Maç günlerinde paylaşılan bu gönderilere Facebook üyesi kişiler tarafından yapılan yorumların sayısı ve kategorileri ise şu şekildedir:

(Gönderilere, 48 saat içinde yazılan yorumlar dahil edilmiştir. Gönderilerdeki yorumlar alınırken reklam içerikli, yorum değeri olmayan gönderiler hesaba katılmamıştır.)

Tablo 2.22: Galatasaray – Beşiktaş Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
4	2	6	10

Gönderinin aldığı retweet sayısı 1.278 favori sayısı ise 1.230’dur. Toplam yorum ise 20 tanedir.

Tablo 2.23: Galatasaray –Akhisar Belediye ve Gençlik Spor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
2	0	3	23

Gönderinin aldığı retweet sayısı 675 favori sayısı ise 1.103'tür. Toplam yorum ise 28 tanedir.

Tablo 2.24: Galatasaray – Torku Konyaspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
6	0	10	1

Gönderinin aldığı retweet sayısı 675 favori sayısı ise 1.103'tür. Toplam yorum ise 9 tanedir.

Tablo 2.25: Galatasaray– Fenerbahçe Maçı Gönderisi:

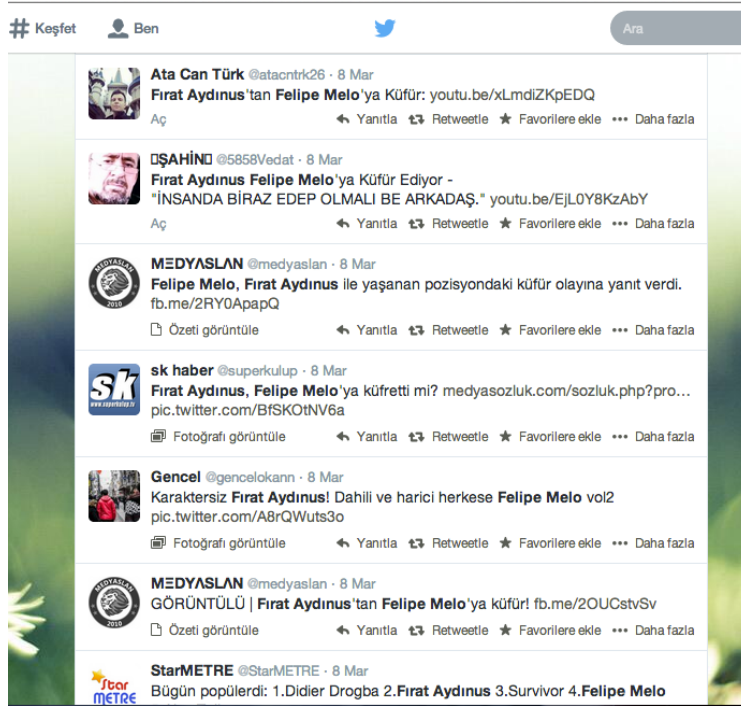
Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
3	2	6	8

Gönderinin aldığı retweet sayısı 2.580, favori sayısı ise 1.940'tır. Toplam yorum ise 19 tanedir.

Bu bağlamda, Beşiktaş maçında grubun Twitter profilindeki gönderiye gelen yorumların çoğunluğu nefret içeriklidir. Yorumların şu şekilde olduğu görülmüştür; “Cok aciyorum lan size oyle boyle degil... Cemaatin kucagina oturmus olan biteni salak salak izliyorsunuz..”, “Aptalların attığı başlığa bak”, “uefa semsiyenin ucunu gösterdi tabi paniklediler :))”, “he yarram he bize cemaat diyene bak ülker kimin sponsoru acaba ?”. Yorumlar Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi içermektedir. Olumlu olarak sınıflandırılan yorumlar ise “süpersin Galatasaray”, “seni çok seviyoruz” yorumlarıdır.

Akhisar Belediye ve Gençlik Spor maçı gönderisine yazılan “ibne akhisar düşünsün”, “hem yuhla hem pankart aç!” metinleri ise Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi içermektedir. Profildeki diğer gönderi olan küfür konusunu içeren iletiye ise çok sayıda nefret içerikli yorum gelmiştir. Bu yorumlardan bazıları şu şekildedir;

“tabi merakla bekleyin. O sırada da melo köpeği dünya barışından bahsediyodu !!!!”, “lan gerizekalılar melo demedimi fırat hocamla aramızda hiç bir problem yok diye .”, “emre nin ettiği küfürleri göremyip ceza veremeyen fenerasyondan “Adalet” beklemek gereksiz”, “şeref yoksunları”. Bu bağlamda yazılan yorumların Galatasaray oyuncusu Felipe Melo’ya yönelik olarak, Galatasaray taraftarına yönelik olarak ve Merkez Hakem Kurulu ile Fenerbahçe ve Fenerbahçeli oyuncu Emre Belözoğlu gibi kişi ve kurumlara yönelik olarak nefret söylemi içerdikleri görülmektedir. Ek olarak, maçta yaşandığı iddia edilen küfür olayı nedeniyle hem “Melo” ismi hem de “Fırat Aydınus” ismi Twitter’da en çok konuşulan kelimeler olmuş ve TT List’e girmiştir. Bu bağlamda, ilk 24 saat içinde Felipe Melo ve Fırat Aydınus hakkında yaklaşık olarak 700 tane yorum yazılmıştır. Yorumların büyük bir çoğunluğunun nefret söylemi içerdiği tespit edilmiştir. Hashtag yazılan yorumlardan bazılarının; “maçın amına koydun bee”, “SENİN ANANIN AMINA KOYAYIM FIRAT AYDINUS”, “Galatasarayın düşmanı”, “siktin maçı be adam”, “bunlrın dinini imanını sorgulamak lazım!!”, “Fırat Aydınus, Felipe Melo'ya resmen amkdumn çocuğu demiş! Doğru mu demiş? Doğru demiş ahahahahahaha”, “Hakem Fırat Aydınus, Felipe Melo'ya "A..na k...mun çocuğu" dedi”, “Hadsizlikte son nokta.. FıratAydınus saha ortasında Felipe Melo'ya küfrediyor!”, “Yüreğiniz varsa, FıratAydınus'un saha ortasında Felipe Melo'ya ettiği küfürün tekrarını gösterirsiniz! Var mı o cesaretiniz?”, “ahlaksız,” “EDEPSİZ”, “uzatmayın LAN”, “Fırat Aydınus, Felipe Melo'ya resmen a...çocuğu diyor...” iletilerinden oluştuğu görülmüştür. Bu bağlamda iletiler, Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi ve Dinsel Temelli Nefret Söylemi içermektedirler.



Şekil 2.13: Galatasaray – Akhisar Maçı Sırasında Twitter Türkiye Gündemi (8 Mart 2014 tarihinde, Galatasaraylı Oyuncu Felipe Melo’ya yazılan yorumlardan örnekleri içermektedir.)



Şekil 2.14: Galatasaray – Akhisar Maçı Sırasında Twitter Türkiye Gündemi (8 Mart 2014 tarihinde, maçın hakemi Fırat Aydınus’a yazılan yorumlardan örnekleri içermektedir.)

Konyaspor maçında yazılan nefret içerikli yorumlar ise, “Gerizekalı takımı, kazanıcağınızı düşünüyosunuz?”, “Boyle Taraftar yanında olmasada olur..” metinlerinden oluşmaktadır.

Fenerbahçe maçı öncesi paylaşılan gönderiye yazılan, “SİKE SİKE AĞLATICAZ HEPİNİZİ OĞLANLAR”, “çok eziksiniz, bu tür seylerden bile pay çıkarmaya çalışıyorsunuz sizi gidi fener komplekslileri” yorumları da Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi içermektedir. Özellikle “oğlanlar” kelimesi eşcinselliği kötülemek ve küçümsemek için kullanılmaktadır. Yazılan olumlu yorumların ise “aynen katılıyorum, teşekkürler, yaşabe Gs” metinlerinden oluştuğu görülmüştür.

Ardalan Bilgisi

Galatarasaray ile Fenerbahçe arasındaki rakiplik durumutakımlar ilk kurulduğundan beri var olan ezeli rekabetten beslenmektedir. Bu bağlamda, taraftarlar bir yandan kendilerini yüceltirken diğer yandan karşı takımı ve taraftarlarını aşağılayarak ötekileştirmektedirler.

Bağlam Bilgisi

Gönderilerde yazılan metinlerle “biz” ve “diğerleri” kurgulanmakta bu bağlamda nefret söyleminin meşruiyet kazanması amaçlanmaktadır.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme

Gönderilerde aktif yapı kullanılmıştır. Bazı cümle yapılarının da devrik olduğu görülmüştür. Cümleler kısa, basit ve kolay anlaşılır yapıdadır. Cümle yapıları üç gönderide oldukça kısa iken, Fenerbahçe ile ilgili metinde uzun tutulmuştur.

Bölgesel Uyum

Gönderideki cümlelerden Fenerbahçe ile ilgili olanda nedensel ilişki söz konusudur. Gururlu ve onurlu olmak için şike yapmamaya ve tertemiz olmaya bağlıdır.

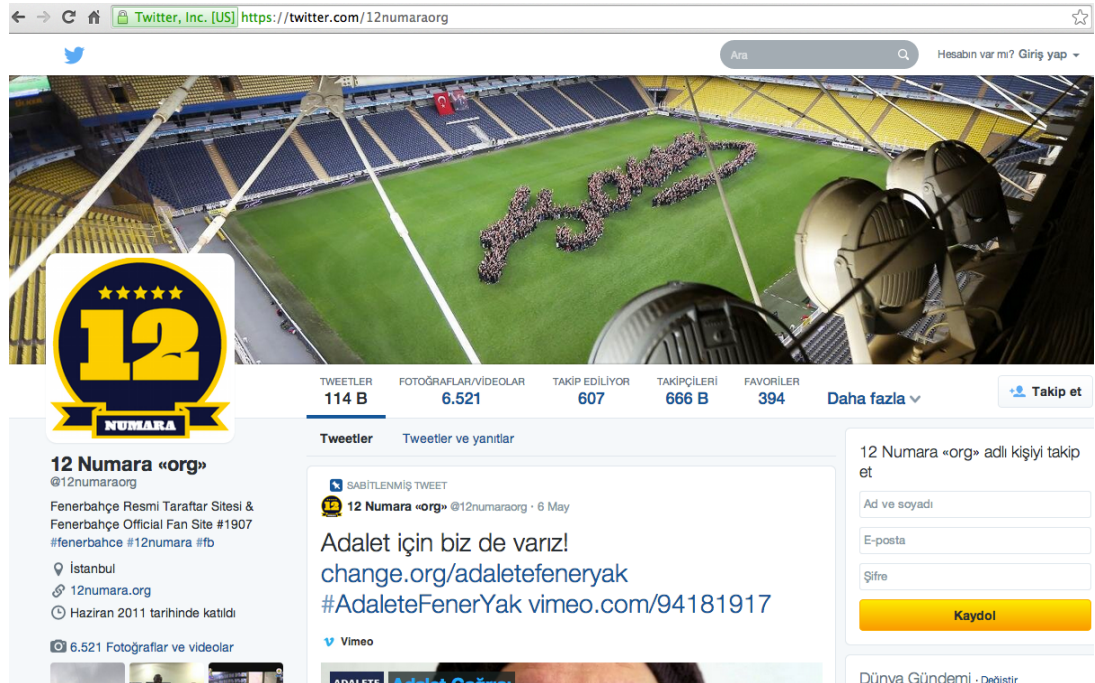
Kelime Seçimleri

Gönderilerdeki kelime seçimlerini incelediğimizde genellikle düz anlamlı oldukları görülmüştür. “GURURDUR ONURDUR GALATASARAY” metni ile Galatasaray üzerinden taraftarların onurlu ve gururlu olması anlatılmaktadır.

Retorik

Retorik unsurlar açısından bakıldığında gönderilerin tamamının bir görselle paylaşılarak desteklendiği görülmektedir.

Grup 2: Fenerbahçe Taraftar Grubu 12 Numara



Şekil 2.15: 12Numara Grubu Twitter Sayfası Screenshot

Tablo 2.26: 12 Numara Taraftar Grubu Twitter Sayfası Künyesi

(Aşağıdaki ifadelerin ve metinlerin tamamı grubun sayfasından olduğu gibi alınmış, metinlerin analizinin doğru yapılabilmesi için herhangi bir değişiklik, imla, noktalama gibi sonradan eklemeler yapılmamıştır.)

1. Taraftar Grubunun Adı:	12 Numara
2. Taraftar Grubunun Twitter Adresi:	www.twitter.com/12numaraorg
3. Twitter’a Katılma Tarihi:	Haziran 2011
4. Profil Açıklaması	Fenerbahçe Resmi Taraftar Sitesi & Fenerbahçe Official Fan Site #1907 #fenerbahce #12numara #fb
5. Profilin Takipçi Sayısı	668 bin
6. Gönderilerin İçeriği:	“TaraftarınSeninle SaldırFENERBAHÇE” “Kulübümüzün resmi facebook hesabından "kapak” “Fenerbahçe-Bursaspor maçının öyküsü” “LACİVERT OLMADAN SARI SEVİLMEZ!”
7. Avatar Görseli	12 Numara logosu

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Grup, ismini ilk 11 olarak formlarıyla sahada olan takımın “12.numarası da taraftardır” söylemiyle 12 Numara’dan almıştır.

Grubun Twitter profil açıklaması, Fenerbahçe Resmi Taraftar Sitesi & Fenerbahçe Official Fan Site metninden ve #1907 #fenerbahce #12numara #fb hashtaglerinden oluşmaktadır.

Gruba ait Twitter profil görseli kısmında 12 Numara logosu yer almaktadır.

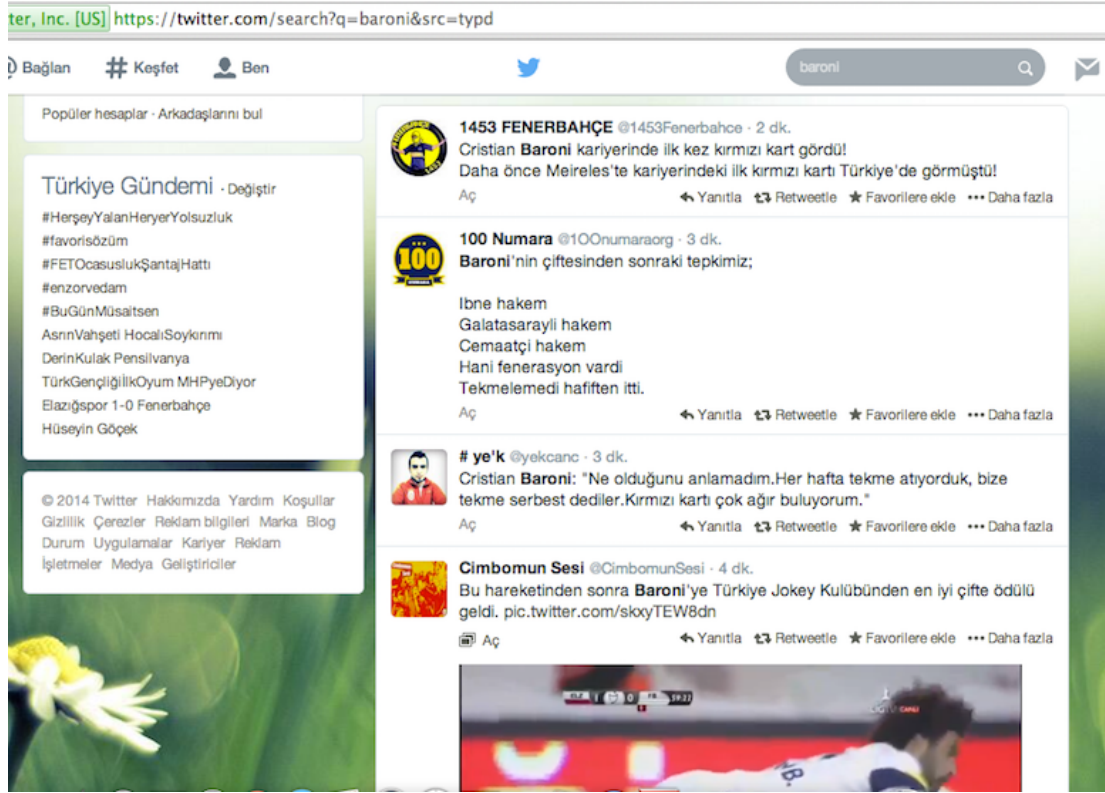
2. Şematik Yapı

Gönderilerin Anlatım Dili

Taraftar Grubu Tarafından Paylaşılan İçerikler Açısından

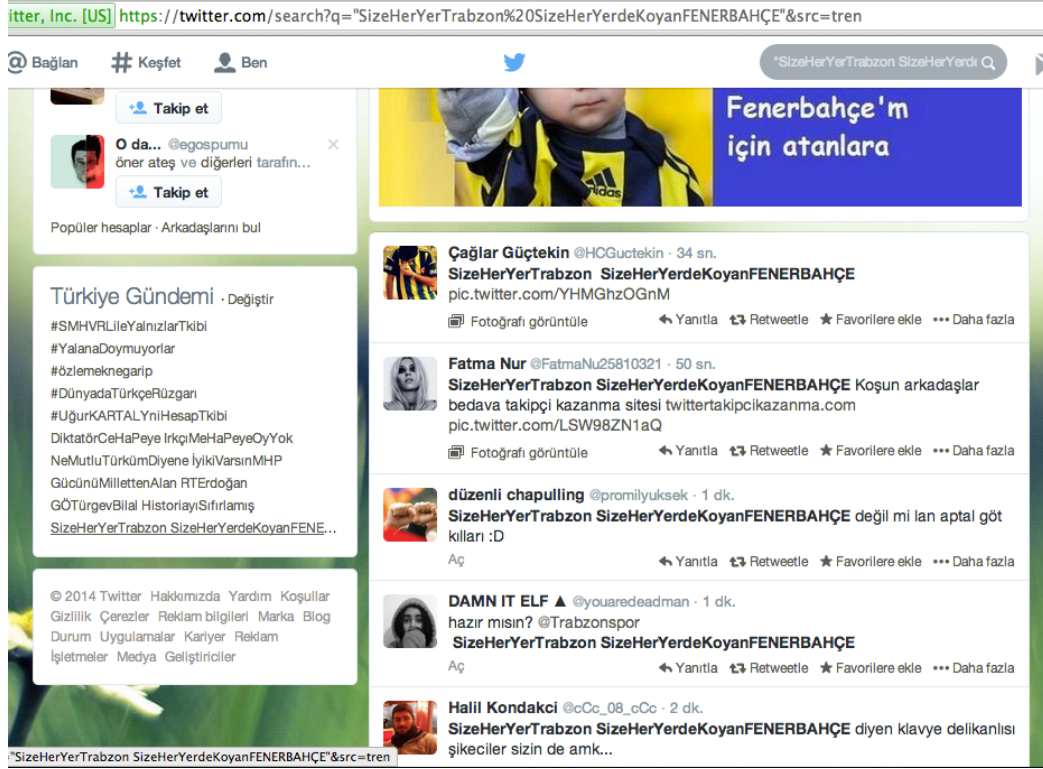
Paylaşılan metinlerde basit kurallı cümleler ve devrik cümlelerin olduğu gözlenmiştir. Emir kipi içeren cümleler kullanıldığı da görülmüştür. Gönderiler slogan tarzında ve yer yer kafiyeli bir anlatıma sahiptir. Örneğin; “Taraftarın Seninle Saldır FENERBAHÇE” metni gibi. Gönderilerde rakiplere yönelik kaba, sert, ve kışkırtıcı sözcükler kullanıldığı saptanmıştır.

Sanica Boru Elazığspor maçı gününde Fenerbahçe bayrak görseliyle birlikte “Taraftarın Seninle Saldır FENERBAHÇE” metni paylaşılmıştır. Rakip takıma “düşman-öteki” konumlandırması atfedilmiş, Fenerbahçe’nin düşmanına saldırması istenmiş ve taraftarlar olarak “biz” seninleyiz mesajı verilmiştir. Bu bağlamda, paylaşılan ifade nefret söylemi içermektedir. Ek olarak, maç sırasında Fenerbahçeli oyuncu Baroni’ye kırmızı kart veren ve maçı yöneten hakem Hüseyin Göçek’in ismi çok fazla yazıldığı için Twitter Türkiye gündemine girmiştir. Aynı zamanda eski bir basketbolcu da olan Hüseyin Göçek bir dönem Galatasaray Spor kulübü basketbol takımında görev almış bu nedenle hashtag’e “Galatasaray’ın 12 numaralı adamı” gibi yorumlar yazıldığı görülmüştür. “İbne hakem, Galatasaraylı hakem, Cemaatçi hakem” ise yazılan diğer yorumlardır. Bu bağlamda, yazılan yorumlar hakeme yönelik olarak Cinsiyetçi ve Siyasi Nefret Söylemi içermektedir.



Şekil 2.16: Fenerbahçe –Elazığspor Maçı Sırasında Twitter Türkiye Gündemi (24 Şubat 2014 tarihinde yazılan yorumlardan örnekleri içermektedir.)

Trabzonspor ile karşı karşıya gelinen maçın 45+9. dakikasından sonra çıkan olaylar nedeniyle tatil edilmesiyle birlikte “Kulübümüzün resmi facebook hesabından “kapak”” metni ile birlikte Fenerbahçe Facebook profili kapak fotoğrafı ekran görüntüsüyle birlikte paylaşılmıştır. Görselde Fenerbahçe’li futbolcular ve Fenerbahçeli kaleci Volkan yer almaktadır. “Kapak” olma metninde ayrıştırıcı ve kışkırtıcı nefret söylemi yer almaktadır. Maç başlamadan uzun bir süre önce Twitter gündemi incelendiğinde, “SizeHerYerTrabzon SizeHerYerdeKoyanFENERBAHÇE” metninin en fazla konuşulan cümleler arasına girdiği görülmüştür. Bu bağlamda, metin gündeme girdiğinde yazılan yorum sayısı altıyüzüç olarak tespit edilmiştir. Söylem, Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi içermektedir. “koymak” fiili üzerinden Trabzonspor futbol takımı “kadın gibi” olarak konumlandırılmıştır. Fenerbahçe takımı ise toplumsal normlarda kabul gören şekliyle “heteroseksüel erkek” olarak konumlandırılmıştır. Hashtag’e yazılan yorumların ise “değil mi lan aptal göt kılları”, “...diyen klavye delikanlısı şikeçiler sizin de amk”, “kupayı alırsınız ama sapını” gibi metinlerden oluştuğu ve Siyasi Temelli Nefret Söylemi ile Cinsiyet Temelli nefret söylemi ürettikleri görülmüştür.



Şekil 2.17: Fenerbahçe - Trabzonspor Maçı Öncesinde Twitter Türkiye Gündemi (10 Mart 2014 tarihinde yazılan yorumlardan örnekler.)

Bursaspor maçında, maç arasında “Fenerbahçe-Bursaspor maçının öyküsü” şeklinde Fenerbahçeli yıldız oyuncuların fotoğrafıyla birlikte içerik paylaşılmıştır. Bu bağlamda, nefret söylemi içermediği için gönderi ve fotoğraf Nötr kategorisine dahil edilmiştir.

Galatasaray derbisi gününde “LACİVERT OLMADAN SARI SEVİLMEZ!” metni sarı lacivert bir İstanbul siluet resmiyle birlikte paylaşılmıştır. Metinden, Galatasaray’ın sevilmediği ve sarının yanına yakışmadığı anlamı çıkarılmıştır. Sevilen takımın ve rengin mavi olduğu ifade edilmiştir. Bu bağlamda, metin Galatasaray’a karşı ötekileştirme söylemi içermektedir.

Kullanıcı Yorumları Açısından

Maç günlerinde paylaşılan bu gönderilere Facebook üyesi kişiler tarafından yapılan yorumların sayısı ve kategorileri ise şu şekildedir:

(Gönderilere, 48 saat içinde yazılan yorumlar dahil edilmiştir. Gönderilerdeki yorumlar alınırken reklam içerikli, yorum değeri olmayan gönderiler hesaba katılmamıştır.)

Tablo 2.27: Fenerbahçe - Elazığspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
1	2	7	8

Gönderinin aldığı retweet sayısı 302, favori sayısı ise 315'tir. Toplam yorum ise 18 tanedir.

Tablo 2.28: Fenerbahçe - Trabzonspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
3	1	4	10

Gönderinin aldığı retweet sayısı 675 favori sayısı ise 1.103'tür. Toplam yorum ise 9 tanedir.

Tablo 2.29: Fenerbahçe – Bursaspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
6	0	4	0

Gönderinin aldığı retweet sayısı 86, favori sayısı ise 123'tür. Toplam yorum ise 10 tanedir.

Tablo 2.30: Fenerbahçe - Galatasaray Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
3	8	9	16

Gönderinin aldığı retweet sayısı 234, favori sayısı ise 251'tür. Toplam yorum ise 36 tanedir.

Yorumlar incelendiğinde, Akhisar maçında yüksek oranda nefret içerikli yorum yazıldığı görülmüştür. “Hassiktir”, “gitsinler piç kuruları” metinleri Cinsiyet Temelli Nefret Söylemine örnektir.

Trabzonspor maçı incelendiğinde, en çok yorumun nefret içerikli kategoride olduğu görülmektedir. Cinsiyet Temelli kategorideki bu söylemlerden bazıları şu şekildedir, “NE KOYMUŞUZ BE!”, “a.koduklarımın ezikleri”, “ağlamayın lan”.

Bursaspor gönderisinde ise yorumların Olumlu olduğu görülmüştür. Bu durumda, grup tarafından futbolcuların görselinin paylaşılmasının etkili olduğu söylenebilir.

Galatasaray derbisinde ise en fazla gelen yorumların nefret içerikli kategoriye girdiği tespit edilmiştir. Yorumlardan bazılarının, “kopek melo”, “ibne galatasaray bekle bizi” gibi Cinsiyet Temelli, bazılarının ise “FRANSIZ KÖPEKLER, senin gibi taraftarın amk siktirgit!” gibi cümlelerden oluştuğu ve Milliyetçilik Temelli oldukları görülmüştür.

Ardalan Bilgisi

Fenerbahçe ve Galatasaray takımları arasındaki futbol müsabakalarında rekabet durumundan beslenilmektedir. Takım taraftarları kendilerini yüceltirken, rakip takım taraftarlarını ise sıklıkla nefret söylemi yoluyla ötekileştirirler.

Bu durum sadece Fenerbahçe ile Galatasaray takımı arasında değil, aynı zamanda 2010 - 2011 sezonundan beridir gittikçe artan bir şekilde Fenerbahçe ve Trabzonspor takımı arasında da vardır.

Bağlam Bilgisi

Gönderilerde yazılan metinlerle “biz” ve “diğerleri” kurgulanmakta ve tanımlanmakta, bu bağlamda nefret söylemi yeniden ve yeniden üretilmektedir.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme

Cümleler çatı bakımından aktif, etkin bir yapıya sahiptir. Cümlelerin çoğunun devrik olduğu görülmektedir. Kelimeler basit, kısa anlaşılır yapıdadır.

Bölgesel Uyum

Galatasaray derbisiyle ilgili gönderide neden sonuç ilişkisi vardır, diğerlerinde ise yoktur. Sarının sevilmesi için yanında lacivert renk yer almalıdır.

Kelime Seçimleri

İncelenen metinlerdeki kelime seçimlerine bakıldığında hem gerçek hem de yan anlam içerdikleri ve metaforlar kullanıldığı görülmektedir. “kapak” kelimesi ve “saldır” kelimesi gerçek anlamları dışında kullanılmıştır. Kapak terimi metin içinde “kapak olmak” anlamında kullanılmıştır. Saldırmak fiili ise “rakip takımı yenmek” anlamında kullanılmıştır.

Retorik

Sayfada, gönderilerdeki cümlelerde yer alan sözcükleri inandırıcı kılacak, metne uygun görsellerle birlikte paylaşım yapılmıştır. Bunun dışında herhangi bir istatistiki metin ya da referans gösterilen bir cümle yer almamaktadır.

Grup 3: Beşiktaş Taraftar Grubu Çarşı



Şekil 2.18: Çarşı Grubu Twitter Sayfası Screenshot

Tablo 2.31: Çarşı Taraftar Grubu Twitter Sayfası Künyesi

(Aşağıdaki ifadelerin ve metinlerin tamamı grubun sayfasından olduğu gibi alınmış, metinlerin analizinin doğru yapılabilmesi için herhangi bir değişiklik, imla, noktalama gibi sonradan eklemeler yapılmamıştır.)

1. Taraftar Grubunun Adı:	Çarşı
2. Taraftar Grubunun Twitter Adresi:	www.twitter.com/forzabesiktas
3. Twitter’a Katılma Tarihi:	Aralık 2009
4. Profil Açıklaması	Bütün Basın Traş, FORZA BEŞİKTAŞ - çArşı Resmi Twitter Hesabı
5. Profilin Takipçi Sayısı	620 bin
6. Gönderilerin İçeriği:	“Beşiktaşımızı, Telekom Arena’ya büyük Beşiktaş taraftarı uğurladı. “Beşiktaşımız 1-0 Eskişehirspor. Maç sonucu. Tebrikler @Besiktas” “Vurduğun gol olsun BEŞİKTAŞIM.” “Beşiktaşımızın Kayserispor karşısındaki 11'i: Tolga, Dany, Pedro, Motta, İsmail, Necip, Veli, Jones, Atiba, Olcay ve Almeida”
7. Avatar Görseli	Çarşı logosu

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

İncelenen Beşiktaş taraftar grubunun adı Çarşı grubudur. 1995-1997 yılları arasında “Forza Haber” dergisinin çıkarıldığı dönemde isimleri Forza Beşiktaş iken daha sonra Çarşı olarak isimlendirilmişlerdir. Forza Beşiktaş ise grubun profil açıklamasında “Bütün Basın Traş, FORZA BEŞİKTAŞ – çArşı Resmi Twitter Hesabı” metni içinde yer almaktadır.

Grubun Twitter profil fotoğrafında, Çarşı’nın her şeye karşı olduğunu simgeleyen, daire içinde anarşizmin A harfinden oluşan logoları yer almaktadır.

2. Şematik Yapı

Gönderilerin Anlatım Dili

Taraftar Grubu Tarafından Paylaşılan İçerikler Açısından

Gönderilerdeki metinler arasında basit kurallı cümlelerin yanı sıra devrik cümlelerin olduğu da gözlenmiştir. Sıklıkla emir kipi içeren cümleler kullanıldığı görülmüştür. Gönderiler arasındaki “Vurduğun gol olsun BEŞİKTAŞIM.” metninin slogan tarzında bir anlatıma sahip olduğu görülmüştür. Grubun profilindeki tüm gönderilere göz gezdirildiğinde, kişilere ve / veya kuruluşlara yönelik kaba, öfkeli, sert, kışkırtıcı söylemlerin diğer taraftar gruplarına oranla daha az olduğu görülmüştür.

Galatasaray ile derbinin olduğu gün, grup Twitter profilinde “Beşiktaşımızı, Telekom Arena'ya büyük Beşiktaş taraftarı uğurladı.” metnini paylaşmıştır. Cümle içindeki “büyük Beşiktaş Taraftarı”, bir yandan Beşiktaş Spor Kulübünü destekleyen hem dijital medyadaki hem de dijital medya dışındaki taraftar gruplarının üyelerinin büyüklüğünü vurgulamakta, diğer yandan da Beşiktaş’ın rakip takımlar karşısındaki üstünlüğünü ön plana çıkarmaktadır.

Eskişehirspor karşılaşması biter bitmez paylaşılan “Beşiktaşımız 1-0 Eskişehirspor. Maç sonucu. Tebrikler @Besiktas” cümlesi güncelleme temelli olduğu içeren herhangi bir nefret söylemi içermemektedir. Bu bağlamda, bu içeriği Nötr kapsamına dahil etmek mümkündür.

Kardemir Karabükspor maçı öncesinde “Vurduğun gol olsun BEŞİKTAŞIM.” metni paylaşılmıştır. “Vurduğun gol olsun” söylemi geleneksel basında sık sık özellikle milli maçlarda ya da Avrupa maçlarına çıkan Türk takımları için söylenmektedir. Bu bağlamda, metinde milliyetçi bir yaklaşım olduğunu söylemek mümkündür.

Kayserispor maçı tarihinde, maçtan hemen önce yazılan “Beşiktaşımızın Kayserispor karşısındaki 11'i: Tolga, Dany, Pedro, Motta, İsmail, Necip, Veli, Jones,

Atiba, Olcay ve Almeida” içeriği ise güncelleme içermektedir. Bu bağlamda, Nötr kategorisine girmektedir.

Kullanıcı Yorumları Açısından

Maç günlerinde paylaşılan bu gönderilere Facebook üyesi kişiler tarafından yapılan yorumların sayısı ve kategorileri ise şu şekildedir:

(Gönderilere, 48 saat içinde yazılan yorumlar dahil edilmiştir. Gönderilerdeki yorumlar alınırken reklam içerikli, yorum değeri olmayan gönderiler hesaba katılmamıştır.)

Tablo 2.32: Beşiktaş – Galatasaray Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
6	1	3	2

Gönderinin aldığı retweet sayısı 26, favori sayısı ise 50’dir. Toplam yorum ise 12 tanedir.

Tablo 2.33: Beşiktaş - Eskişehirspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
12	0	9	0

Gönderinin aldığı retweet sayısı 190, favori sayısı ise 303’tür. Toplam yorum ise 21 tanedir.

Tablo 2.34: Beşiktaş - Kardemir Karabükspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
2	2	5	6

Gönderinin aldığı retweet sayısı 250, favori sayısı ise 280’dir. Toplam yorum ise 15 tanedir.

Tablo 2.35: Beşiktaş –Kayserispor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
9	2	6	0

Gönderinin aldığı retweet sayısı 180 favori sayısı ise 296'dır. Toplam yorum ise 17 tanedir.

Yorumlar gözden geçirildiğinde, Galatasaray derbisinde paylaşılan içeriğe yüksek oranda Olumlu yorum geldiği sonucuna varılmıştır. Nefret söylemi içeren yorumlar ise daha az olmakla birlikte “Gerizekalılar biz başka yerden uğurladığınızı sanmıştık”, “koyun şu Gs'ye” yorumları Cinsiyet Temelli ve Engel ve Hastalığa Yönelik Nefret Söylemi kapsamına girmektedir.

Eskişehirspor maçında paylaşılan gönderide ise nefret içerikli veya olumsuz yoruma rastlanmamıştır. Olumlu yorum sayısının yüksek olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, gelen yorumlar “başarılar”, “Tebrikler Beşiktaş”, “takımımı seviyorum” gibi yorumlardır.

Kardemir Karabükspor maçında yazılmış gönderilere gelen yorumlar incelendiğinde, yüksek oranda nefret söylemi içeren yorumlar oldukları görülmüştür.

Kayserispor maçından hemen önce paylaşılan gönderiye gelen yorumlar ise, paylaşılan içeriğe uygun şekilde yüksek oranda Olumlu yorum almış ve onu da Nötr yorumların izlediği görülmüştür. Bu durumun en büyük nedenlerinden biri de, paylaşılan içeriğin sadece güncelleme şeklinde oluşudur.

Ardalan Bilgisi

Gönderiler Beşiktaş Spor Kulübü taraftarları tarafından oluşturulmuştur. 1902 yılında Beşiktaş Serencebey Mahallesi'nde, Osman Paşa'nın konağının bahçesinde, 22 kişilik genç grubun haftanın bazı günlerinde toplanıp jimnastik hareketleri yapmasıyla kurulmaya başlanan spor kulübü, 1903 Mart ayında özel bir izinle Bereket Jimnastik Kulübü olarak kurulmuştur. 1909 yılında adı “Beşiktaş Osmanlı Jimnastik Kulübü” olarak değiştirilerek aynı zamanda boks, eskrim, güreş ve atletizm gibi sporlarında dahil edildiği, büyük ve kapsamlı bir spor kulübü haline gelmiştir.

¹²⁴ Bir süre sonra 1905 yılında Galatasaray Spor Kulübü, 1907 yılında Fenerbahçe

¹²⁴ <http://www.bjk.com.tr/tr/cms/tarihce/2/73/> Erişim Tarihi: 23 Nisan 2014.

Spor Kulübü'nün kurulmasıyla Beşiktaş ile birlikte bu üç spor kulübü Türkiye'nin en güçlü üç büyük takımı olmuşlar ve üç büyükler olarak anılmışlardır. 1905 yılında kurulan Galatasaray Spor Klübü ve 1907 yılında kurulan Fenerbahçe Spor Kulübü ile birlikte Beşiktaş, uzun yıllar Türkiye'nin en büyük üç takımı arasında sayılmıştır. Daha sonra aralarına katılarak, başarılarıyla ve aldığı puanlarla Türkiye'nin diğer bir büyük takımı haline gelen Trabzonspor ise 1967 yılında kurulmuştur. Bu dört büyük futbol kulübünün birbirleriyle eşleştiği maçlara derbi adı verilmekte ve diğer kulüplerle oynanan maçlardan farklı olduğu hissettirilmektedir. Bu bağlamda, bu rekabet ortamından beslenen ve tuttuğu takımı destekleyen taraftarlar, Türkiye Futbol liginde her sezon kendi takımını yüceltmekte, karşı takımın taraftarlarını ise aşağılayarak ötekileştirmektedirler. Bu durumun, Çarşı grubunda diğer taraftar gruplarına oranla daha az olduğu görülse de (genellikle haber paylaşımı amacıyla güncelleme amaçlı gönderilerin yayınlanması etkisiyle), yine de gönderilerde “Beşiktaşımız”, “Büyük Beşiktaş taraftarı” gibi kendi takımlarını yücelten söylemler ürettikleri tespit edilmiştir. Özellikle, yazılan tüm gönderilerde Beşiktaş kulübü “Beşiktaşımız” olarak yazılması dikkat çekmektedir.

Bağlam Bilgisi

Rekabet bağlamında, rakip takımların birbirlerini aşağılayarak ötekileştirmek için en çok kullandıkları yöntem Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi kapsamında kadın gibi olmak ya da eşcinsel olmak etiketidir. Bu bağlamda, tuttuğu takımı “biz” olarak konumlandıran taraftarlar rakip takımları “ötekiler” olarak konumlandırmaktadır. Bu konumlandırma sadece karşı takım için geçerli değil aynı zamanda maç sırasında en önemli karar vericiler olan hakemler için de geçerli olmaktadır. Örneğin, Çarşı taraftar grubunun iletilerinde “iyi futbol iyi hakemlerle oynanır” gibi hakemler ile ilgili yazdığı da görülmektedir. Bu bağlamda, rekabet ortamında, taraftarların kendi takımları haricindeki her şeyi ötekileştirdiğini söylemek mümkündür.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme

Gönderilerde çoğunlukla aktif yapı kullanılmıştır. Cümle yapıları genellikle basit ve kurallıdır. Cümledeki vurguyu artırmak için “Beşiktaşımız” öznesi genellikle cümlenin sonuna ya da yüklemün öncesine eklenmiştir.

Bölgesel Uyum

Cümleler arasında nedensel ilişkinin kurulduğu görülmektedir. “Büyük Beşiktaş taraftarı”nın derbi maçı için Beşiktaş takımını maçın oynanacağı stad olan Türk Telekom Arena’ya göndermesi gibi. Bu bağlamda, cümlelerin ortaya koyduğu yargıların, önceki ya da sonraki cümlelerde gerekçelerinin sunulduğu görülmektedir.

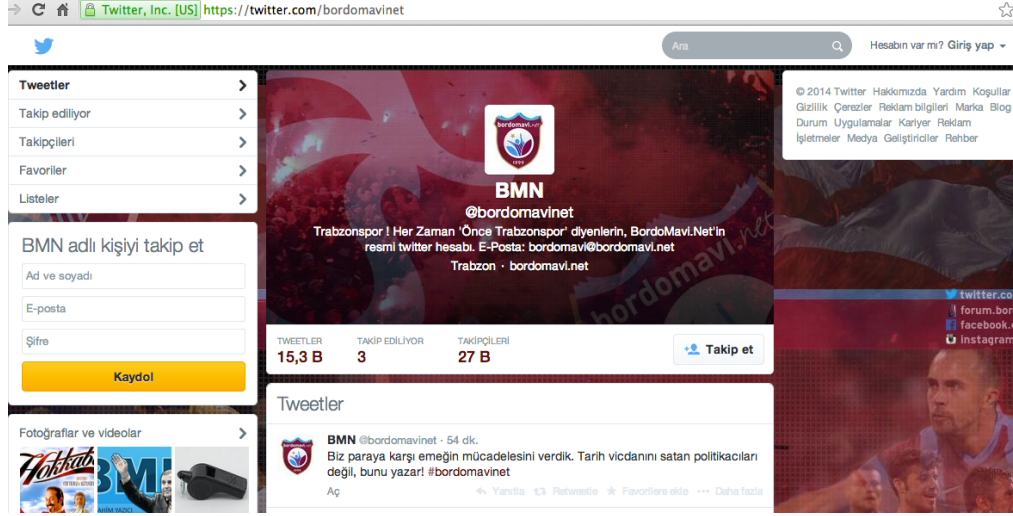
Kelime Seçimleri

Gönderilerde kullanılan sözcüklerin, daha çok düz anlam içeren kelimelerden oluştuğu görülmektedir. Bunun dışında “vurduğün gol olsun Beşiktaşım” gibi milli maçlara özgü olan söylemlerde ise yan anlam kullanıldığı görülmektedir. Vurduğünün gol olmasıyla anlatılmak istenen, taraftarların futbolculardan gol atması isteğini içermektedir.

Retorik

Gönderilerde anlatımı güçlü kılmak için iletilerin çoğunun görselle birlikte paylaşıldığı görülmüştür. Gönderilerdeki görsellerde yer alan ve Beşiktaş Spor kulübü ve Çarşı işaretini simgeleyen logolar ise grup aidiyetini güçlendirmek için kullanılmıştır. Bunun dışında, inandırıcılığı artırmak için metinlerde herhangi bir uzman görüşe ya da sayısal veriye yer verilmemiştir.

Grup 4: Trabzonspor Taraftar Grubu BordoMavi Net



Şekil 2.19: BordoMaviNet” Twitter Sayfasından Screenshot

Tablo 2.36: BordoMavi Net Taraftar Grubu Twitter Sayfası Künyesi

(Aşağıdaki ifadelerin ve metinlerin tamamı grubun sayfasından olduğu gibi alınmış, metinlerin analizinin doğru yapılabilmesi için herhangi bir değişiklik, imla, noktalama gibi sonradan eklemeler yapılmamıştır.)

1. Taraftar Grubunun Adı:	BordoMaviNet (BMN)
2. Taraftar Grubunun Twitter Adresi:	www.twitter.com/bordomavinet
3. Twitter’a Katılma Tarihi:	2011
4. Profil Açıklaması	Trabzonspor ! Her Zaman 'Önce Trabzonspor' diyenlerin, http://BordoMavi.Net 'in resmi twitter hesabı. E-Posta: bordomavi@bordomavi.net
5. Profilin Takipçi Sayısı	27 bin
6. Gönderilerin İçeriği:	“Trabzonspor - Kayserispor Az sonra! Büyük Trabzonspor Taraftarı, TFF'nin fenerbahçe Maçını Seyircisiz Oynatma Planına Alet Olma; <u>#KüfürEtmeEttirme</u>” “Fırtınanın kopacağı yerde, Avni Aker'deyiz! Saldır Fırtına!” “Şikeci fenerbahçe sahadan kaçtı.” ((Daha sonra maç hakkında verilen karar için; “6 MAÇ Hukukun üstünlüğünün değil, üstünlerin hukukunun yaşandığı bir

	ülkede, farklı bir karar beklenemezdi!) “Kadromuz: Onur, Bosingwa, Aykut, Mustafa Yumlu, Mustafa Akbaş, Zokora, Colman, Özer, Şahin, Yusuf, Henrique” “Gençlerbirliği karşısında giyeceğimiz formalar belirlendi.”
7. Avatar Görseli	Bordomavi.net 1999 yazılı logosu

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Bordo Mavi Net, Trabzonspor’un forum tabanlı taraftar gruplarından birisidir. Bu bağlamda, özellikle Twitter profilinden yazılan gönderilerin sonuna konunun forumda tartışılan ve fikir ifade edilen internet uzantı linklerini de ekledikleri görülmektedir. Ek olarak, Twitter profil açıklaması kısmına, kendilerine ulaşılabilir, forum uzantılı e-posta adresi olan bordomavi@bordomavi.net adresini ekledikleri görülmüştür.

Grubun profil açıklaması olarak, “Trabzonspor ! Her Zaman 'Önce Trabzonspor' diyenlerin, <http://BordoMavi.Net> 'in resmi twitter hesabı.” metnini yazdığı görülmektedir. Bu metin, grubun Facebook sayfasındaki açıklamayla benzerlik göstermektedir. Ek olarak, internet adresi olarak grubun forum linkini yazdığı görülmüştür.

1999 yılında kurulan grubun Twitter profilinde yer alan Bordo Mavi Net logosu, buna uygun olarak üzerinde 1999 tarihinin yazılı olduğu, elleri açık bir şekilde görünen silüetten oluşmaktadır.

2. Şematik Yapı

Gönderilerin Anlatım Dili

Taraftar Grubu Tarafından Paylaşılan İçerikler Açısından

Gönderilerdeki metinlerde basit kurallı cümlelerin yanı sıra bileşik ve devrik yapıda ve sıralı cümlelerin de olduğu gözlenmiştir. Sıklıkla emir kipi içeren cümleler kullanıldığı görülmüştür. Cümleler 140 karakteri dolduracak şekilde uzun olarak yazılmıştır. Gönderiler slogan tarzında ve yer yer kafiyeli bir anlatıma sahiptir. Gönderilerde kişilere, kurum ve kuruluşlara yönelen öfkeli, sert, kaba, kışkırtıcı ve küçümseyici sözcükler kullanıldığı ve hedef gösterildikleri saptanmıştır.

Kayserispor maçının olduğu gün, maçtan önce grup Twitter profilinde “Trabzonspor - Kayserispor | Az sonra! Büyük Trabzonspor Taraftarı, TFF'nin fenerbahçe Maçını Seyircisiz Oynatma Planına Alet Olma; #KüfürEtmeEttirme” gönderilerini ard arda paylaştıkları görülmüştür. Gönderide bir süre sonra oynanmaya başlayacak olan Kayserispor müsabakasının duyurusu yer alırken, ek olarak 10 Mart'ta Fenerbahçe ile oynanacak olan maç için Türkiye Futbol Federasyonu (TFF)'na yönelik söylem de mevcuttur. Grup, TFF'ye duyduğu öfke nedeniyle, bir sonraki derbileri olan Fenerbahçe ile maçında kendilerini seyircisiz olarak oynatmak istediği ve bunu planladığı söylemi üzerinden hashtag eklemesiyle de bu düşüncesini takipçileriyle paylaşmıştır. Bu bağlamda, “düşman” olarak kurgulanan TFF'ye yönelik ayrımcı ve ötekileştiren bir dille nefret söylemi üretildiği görülmüştür.

Trabzon Avni Aker Stadyumu'nda oynanan Fenerbahçe derbisinden hemen önce, grup Twitter'dan “Fırtınanın kopacağı yerde, Avni Aker'deyiz! Saldır Fırtına!” metnini paylaşmıştır. Bu bağlamda, rakip takım olan Fenerbahçe'nin “saldırılması gereken” bir düşman olarak görüldüğü söylemi üretilmiştir. Ek olarak, maçta fırtına kopacağı söylemi de yer almaktadır. Bu bağlamda, Fenerbahçe takımına yönelik nefret söyleminden söz etmek mümkündür. Bu söylemlere ek olarak, grubun, profillerinde maçtan önce sık sık Aziz Yıldırım'ın aşağıda yer alan gözaltı fotoğrafını adaletsizliğe vurgu yaparak paylaştığı görülmüştür. Bu metinler Siyasal Temelli Nefret Söylemi içermektedir.



Şekil 2.20: BordoMaviNet Twitter Profilinden Paylaşılan Görsel

Fenerbahçe ile oynanan derbi maçının 43+9. dakikasında, taraftarlar tarafından sahaya fırlatılan ve futbolculara zarar veren kapı kolu, taş gibi maddeler yüzünden, futbolcuların hayati tehlikesi nedeniyle, maçın hakemi Bülent Yıldırım tarafından, Fenerbahçe 1 – 0 öndeyken maç tatil edilmiştir. Bu karardan hemen sonra grubun Twitter profilinde “Şikeci fenerbahçe sahadan kaçtı.” metni yayınlanmıştır. Söylem, Fenerbahçe’yi, hile yapan korkak takım olarak konumlandırmakta ve nefret söylemi içermektedir. Daha sonra maç hakkında TFF tarafından şu şekilde karar verilmiştir: “Türkiye Futbol Federasyonu Yönetim Kurulu, 1-0 Fenerbahçe A.Ş. lehine devam ederken 45+9.dakikada müsabaka hakemi tarafından tatil edilen müsabaka ile ilgili olarak, Trabzonspor A.Ş. kulübünün Futbol Müsabaka Talimatı’nın 19. Maddesi uyarınca (3-0) hükmen yenik sayılmasına, Fenerbahçe A.Ş. Kulübü’nün (3-0) hükmen galip sayılmasına karar vermiştir.”¹²⁵ Ek olarak, Trabzonspor 6 maç seyircisiz oynama cezası da almıştır. Bu karardan sonra, taraftar grubunun Twitter profilinde, “6 MAÇ | Hukukun üstünlüğünün değil, üstünlerin hukukunun yaşandığı bir ülkede, farklı bir karar beklenemezdi!” metni “Trabzonsporlular bu ülkenin zencileridir.” yazılı aşağıdaki görselle paylaşılmıştır. Metinde Siyasal Temelli Nefret Söylemi’nin yer aldığı, görselde ise zenci ayrımcılığına yönelik Irkçı Nefret Söylemi’nin yer aldığı görülmüştür.

¹²⁵<http://www.milliyet.com.tr/tff-trabzonspor-fenerbahce-maci---1863887-skorerhaber/> Erişim Tarihi: 24 Nisan 2014.



Şekil 2.21: BordoMaviNet Twitter Profilinde Paylaşılan Görsel

Sanica Boru Elazığspor maçı başlamadan önce, grubun Twitter profilinden “Kadromuz: Onur, Bosingwa, Aykut, Mustafa Yumlu, Mustafa Akbaş, Zokora, Colman, Özer, Şahin, Yusuf, Henrique” metni paylaşılmıştır. Paylaşılan bu tweet, duyuru ve bildirim şeklinde olduğundan Nötr olarak nitelendirmek mümkündür.

Gençlerbirliği maçı gününde, grup tarafından Twitter’da “Gençlerbirliği karşısında giyeceğimiz formalar belirlendi.” Duyurusunu formaların olduğu bir fotoğrafla birlikte paylaşılmıştır. Paylaşılan bu içerik, haber ve duyuru niteliği taşıdığı için Nötr kategorisine uygun olduğu görülmüştür.

Kullanıcı Yorumları Açısından

Maç günlerinde paylaşılan bu gönderilere Facebook üyesi kişiler tarafından yapılan yorumların sayısı ve kategorileri ise şu şekildedir:

(Gönderilere, 48 saat içinde yazılan yorumlar dahil edilmiştir. Gönderilerdeki yorumlar alınırken reklam içerikli, yorum değeri olmayan gönderiler hesaba katılmamıştır.)

Tablo 2.37: Trabzonspor –Kayserispor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
4	2	3	2

Gönderinin aldığı retweet sayısı 28, favori sayısı ise 21’dir. Toplam yorum ise 11 tanedir.

Tablo 2.38: Trabzonspor –Fenerbahçe Maçı Gönderileri:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
2	8	7	10

Gönderinin aldığı retweet sayısı 200, favori sayısı ise 75’tir. Toplam yorum ise 27 tanedir.

Tablo 2.39: Trabzonspor - Sanica Boru Elazığspor Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
5	3	2	2

Gönderinin aldığı retweet sayısı 16, favori sayısı ise 12’dir. Toplam yorum ise 12 tanedir.

Tablo 2.40: Trabzonspor - Gençlerbirliği Maçı Gönderisi:

Olumlu	Olumsuz	Nötr	Nefret İçerikli
4	0	2	0

Gönderinin aldığı retweet sayısı 10, favori sayısı ise 12’dir. Toplam yorum ise 6 tanedir.

Kayserispor maçında grup tarafından Twitter profilinde yapılan duyuruya cevap olarak kullanıcı tarafından yorumlar olumsuz ve nefret içerikli olarak yoğunlaşmıştır. Olumsuz yorumlar “Yeter artık Trabzonspor hakkında sürekli FB ile ilgili şeyler yazmayın”, “hakkımızın yenmesinden artık bıktık, bir türlü kurtulamadık gitti”cümlelerinden oluştuğu ve hem Trabzonspor hakkında hem de Bordo Mavi Net hakkında olduğu görülmüştür.. Nefret söylemi içerikli yorumların metinleri ise;

“Trabzonspor Düşmanı TFF!”, “amk nasıl olur...” cümlelerinden oluşmuştur. Olumlu yorumların “Başarılar”, “Güzel bir maç olsun”, “iyi şanslar” gibi cümlelerden oluştuğu, Nötr yorumların ise Trabzonspor’un puan durumu, maç saati gibi yorumlardan oluştuğu görülmüştür.

Fenerbahçe derbi maçından önce paylaşılan metne gelen yorumlar olumsuz ve nefret içerikli söylemler üzerinde yoğunlaşmıştır. Paylaşılan ilk metne gelen nefret içerikli söylemlerin “ANANIZI SEVSİN FENERBAHÇE OROSPU COCUKLARI YETER LAN YETER” metinlerinden oluştuğu görülmüştür. Sayfa tarafından paylaşılan diğer gönderi olan “Şikeci fenerbahçe sahadan kaçtı.” paylaşımına cevap olarak yazılan yorumların ise “Şikebahçe”, “O.Ç.” metinlerini içerdiği tespit edilmiştir. Olumsuz yorumların ise; “bole avutalım kendimizi”, “İnsanları galeyana getirmeyin”, “böyle şeyler yazmayın artık yeter” gibi yorumlar olduğu ve bu yorumların sadece Fenerbahçe ile ilgili değil aynı zamanda grubun paylaştığı içeriklerden de bireylerin duyduğu rahatsızlık ile ilgili olduğu görülmüştür. Maç hakkında verilen karardan sonra paylaşılan içeriğe kullanıcılar tarafından yapılan yorumlar ise “Böyle yargı ve karar organlarının Allah bin türlü belasını versin..evleri baslarına yıkılsın”, “y.d amk nasıl olur...”, “Orospu çocukları”, “pislikler”, “Çekilsinler bu ligden muz cumhuriyetinde muz liginde olacağımıza hiç olmayalım daha iyi” cümlelerinden oluşmuştur. Bu bağlamda nefret içerikli söylemlerin “OROSPU ÇOCUKLARI”, “amk” gibi Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi oldukları ve “muz cumhuriyeti” gibi Siyasi Temelli Nefret Söylemi oldukları görülmüştür. Çelik’e göre, “Muz Cumhuriyeti ile ima edilen şudur: İktisadi yönden bu ülkeler sadece kahve, muz, kakao gibi basit ürünleri ihraç edebilen, geri kalmış, sadece tarıma dayalı ekonomilerdir.”¹²⁶ Yorumlar incelendiğinde, en az yorum olan kategorinin ise olumlu kategorisi olduğu görülmüştür. İlk gönderiye gelen bu yorumlar “süper”, “Güzel bir maç olsun” metinlerinden oluşmaktadır.

Sanica Boru Elazığspor maçı gönderisine gelen yorumlar ise daha çok, olumlu kategorisindedir. “Başarılar”, “iyi”, “güzel kadro” gibi yorumlardan oluştuğu görülmüştür. Nefret içerikli yorumlar ise “elazığ’a koyun”, “düzgün oynayın amına koyim” gibi Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi içermektedirler.

¹²⁶Evren Çelik Wiltse, *Brezilya ve Türkiye: Küresel Dünyanın Yükselen Devletleri*, Boğaziçi Üniversitesi-TÜSİAD Dış Politika Forumu Araştırma Raporu, 2010, s.8.

Gençlerbirliği gönderisine gelen yorumların çoğunluğu olumlu kategorisindedir. Bu bağlamda, “güzel renkler”, “Hakedenin kazandığı bir maç olsun” gibi metinler yazılmıştır. İletiyeye, nefret söylemi içerikli yorum gelmemiştir.

Ardalan Bilgisi

Gönderilerin büyük bölümünün ardalanı, 2010-2011 sezonu ile ilgilidir. Bunun nedeni, o sezonda ikinci olan Trabzonspor’un, birinci olan Fenerbahçe için şike davası açılması sonucu, kupalarının iptalini ve kendilerine verilmesini istedikleri, ancak bu istekleri reddedildiği için, sayfadan paylaşılan içeriklerde “biz” ve “öteki” konumlandırmasını Fenerbahçe futbolcuları, taraftarlar, Aziz Yıldırım, TFF ve hakemler üzerinden yaptığı görülmektedir.

Bağlam Bilgisi

Biz kavramı “Trabzonsporumuz” ve taraftarları olarak, diğer takımlar ise öteki olarak aşağılanmakta ve bu bağlamda özellikle Fenerbahçe, Aziz Yıldırım, TFF ve TFF başkanı Yıldırım Demirören ile ilgili nefret söylemi üretilmektedir.

B. Mikro Yapı

Sentaktik Çözümleme

Gönderiler incelendiğinde, cümlelerde aktif yapının kullanıldığı görülmektedir. Özellikle, grubun kendini tanımladığı cümlelerde, slogan türündeki kurallı cümlelerde kafiyeli bir dil kullanılmış olduğu görülmüştür.

Bölgesel Uyum

Gurbun tüm profili incelendiğinde, gönderiler arasında nedensel ilişkiler bulunduğu belirlenmiştir. Özellikle Fenerbahçe ile ilgili gönderilerden sonra Aziz Yıldırım’ın fotoğraflarının olduğu içerikler paylaşılmıştır.

Kelime Seçimleri

Gönderinin kelime seçimlerini incelediğimizde hem düz anlamlı hem de yan anlamlı sözcüklerin kullanılmış olduğu görülmektedir.

Retorik

Retorik unsurlar ele alındığında, iletilerin inandırıcılığını artırmak için metinlerin görsellerle birlikte paylaşıldığı görülmektedir. Örneğin, kullanılan görsellerde Aziz Yıldırım'ın suçlu olduğunu göstermek için gözaltı fotoğrafını, Fenerbahçe'nin haksız olduğu iddiasını desteklemek için ise taraftarların tribün içinde, ellerindeki sandalyeleri sahaya fırlattıkları bir görselle birlikte paylaşmışlardır.

Bunun dışında istatistiki bilgiye rastlanmamıştır. Grubun tüm profili incelendiğinde sık sık TFF tarafından alınan kararların linklerinin paylaşıldığı görülmüştür.

2. Genel Değerlendirme

Futbol için üretilen televizyon programları canlı maç yayını dışında, maç sonuçları, tartışmalı hakem veya teknik direktör kararları ile ilgili yorum ve değerlendirmelerin yapıldığı futbol analiz programlarından da oluşmaktadır. Bu programlar, günümüzde Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlarla birlikte taraftarların da yorumlarını iletebildiği ve medyalararası etkileşimin sağlandığı programlara dönüşmektedirler. Bu bağlamda, televizyon futbol programları, nefret söylemi içeren metinlerin de daha hızlı yayılmasına neden olabilmektedirler. Bu noktada, nefret söylemi ile mücadele konusunda en etkili yöntemlerden biri olan dijital medya okuryazarlığının geliştirilmesi ön plana çıkmaktadır.

2.1. Medyalararası Etkileşim

“Toplumsal yaşam tüm çatışma ve karşıtlıklara karşın işbirliğine dayanır. İşbirliği ise, toplumsal rollerin dağıtımı ve rol gereklerinin belirlenmiş kurallara göre yerine getirilmesiyle olanaklıdır. Toplum, üyelerinin bu rollere göre karşılıklı

etkileşimiyle biçimlenir. İletişim, toplumsal sistemin genelinde toplumsal roller, kurallar, olup bitenler, olacak ve olabilecekler hakkında bilgi ve haber verme, bunların değerlendirilmesi, benimsenmesi ya da reddiyle ilgilidir.”¹²⁷ Bu bağlamda; televizyon, toplumdaki bireylere olayları duyurmakta ve bu olayları yorumlayarak bireylerin davranışlarına yön vermektedir. Televizyonun bir başka işlevi ise insanları eğlendirmektir. Bir eğlence ve boş zaman aracı olarak algılanan televizyon, insanların yaşamın gerçeklerinden, zorluklarından, iş hayatından kaçış aracı görülmektedir. Bu bağlamda, tartışma tarzındaki futbol programlarının insanları eğlendirme amacını gerçekleştirdikleri görülmektedir. Televizyon dünyasında, futbol için üretilen televizyon programları yalnızca maç yayınıyla sınırlı kalmamaktadır. Canlı maç yayını dışında, genellikle maçın bitimini takip eden zamanlarda, maçın sonuçlarına, oyun dizilişine, tartışmalı hakem veya teknik direktör kararlarına ilişkin yorum ve değerlendirmelerin yapıldığı futbol analiz programları yayınlanmaktadır. Bu programlara, Tv8 kanalında yayınlanan Telegol, NTV Spor kanalında yayınlanan %100 Futbol, Beyaz Tv’de yayınlanan Beyaz Futbol programları örnek olarak verilebilir. Akın’a göre; geçmişten beri, medya içindeki farklı kurumlar arasında eşit bir şekilde dağılmamakla birlikte, medya kuruluşları futbol alanına yönelik söylemlerin ve nefret söyleminin ortaya çıkmasında, dolaşıma girerek yeniden üretilmesinde ve yayılmasında bu alandaki taraftar, futbolcu gibi aktörlerden daha güce sahip olmuştur.¹²⁸ Günümüzde ise, Facebook ve Twitter gibi ağlarla birlikte taraftarların ve hatta futbolcuların oluşturdukları profil ve hesaplarla söz söyleme, yorum yapma durumu ortaya çıkmış ve dijital medya geleneksel medyayı dönüştürerek medyalarası etkileşimi yaratmıştır.

Futbol analiz ve yorum programlarının hemen hepsinde birden fazla yorumcu yer almakta, bu yorumcular genelde eski futbolcu ya da hakemlerden oluşmakta ve futbol gündemindeki olayları genellikle birbirleriyle tartışarak yorumladıkları görülmektedir. Örneğin; Beyaz Futbol programında Ertem Şener, Ahmet Çakar, Sinan Engin, Rasim Ozan Kütahyalı ve Ümit Özat yer almaktadır. Programda, konunun uzmanları tarafından (Örneğin Ahmet Çakar’ın eski hakem olması, Ümit Özat’ın eski futbolcu ve teknik direktör olması), maç sonuçlarıyla ilgili değerlendirmeler, futbol maçının özet görüntülerinin defalarca yayınlanması

¹²⁷Kerem Çıdam, Spor ve Spor Magazin Programlarında Erotizm ve Şiddet, (Yüksek Lisans Tezi) Eskişehir Anadolu Üniversitesi, 1996, s.26.

¹²⁸Akın, a.g.e., s.202.

veüzerinde saatlerce konuşulması, futbolun ekonomi politığının, futbolcuların eğitim seviyesinin ve taraftarların sosyo-kültürel yapısının tartışılması, maç sırasında yaşanan herhangi bir olayın üstünde uzun süre durulması ve teknik direktörler gibi konuyla ilgili kişilerle canlı bağlantılar sağlanarak tartışma söylemlerinin yeniden üretilmesi ve “ilk defa bizde” tarzı futbol iddialarının ortaya atılması gibi konu ve içeriklerin kullanıldığı bir futbol analiz programı olduğu görülmektedir. Ek olarak, sunucu ve yorumcuların tanınmış, heyecanlı ve hızlı tartışmalar yaratabilen karakterler olmalarının, argo konuşmalarının hatta zaman zaman küfürlü ifadelerle varan cümleler kullanmalarının ratingleri yükselttiği bilinmektedir. Programda ratingleri yükseltmek için; sık sık dijital mecraların kullanımına da yer verilmekte, özellikle taraftarlar tarafından Twitter’da yazılan nefret söylemine varan ifadeler canlı yayın sırasında ekranda gösterilmekte, Trending Topic listesinde yer alan taraftar hashtagleri konuşulmakta ve abartılı bir şekilde yorumcuların birbirlerine sataşarak ve adeta kavga ederek tartıştığı görülmektedir. Ek olarak, bu tartışmalar sırasında sık sık Beyaz Tv’nin Twitter adresi ekranın üst köşesinde gösterilmektedir. Bu durumun medyalararası etkileşim yarattığı, televizyon programının dijital medyaya ait bir platform olan Twitter’dan yararlandığı ve bu ağda var olan içerik üzerinden canlı yayın programını kurguladığı ve nefret söyleminin geleneksel medya ile dijital medya arasında yaratılan etkileşimle yeniden ve yeniden üretilmesine yol açtığı görülmektedir. Örneğin; Galatasaray’dan Beşiktaş’a transfer olan Dany Nounkeu isimli oyuncu, Galatasaray – Beşiktaş derbisinde kırmızı kart görmüş ve takımının penaltı golüyle 1-0 mağlup olmasına neden olmuştur. Şekil 2.22’de program sırasında alınan ekran görüntüsünde de görülebileceği üzere, Twitter’da yazılan iletiler ve gündemde yer alan hashtag üzerinden bu durum tartışılmaktadır. Bir başka program esnasında (Şekil 2.23), çıkan olaylar yüzünden iptal edilen Fenerbahçe – Trabzonspor derbisi tartışılmakta, durum son dakika şeklinde “Takımlar statta mahsur kaldı” başlığıyla sunulmakta ve ekranda kanalın Twitter adresi @beyaztvspor yayınlanmaktadır. Bir başka programda ise Galatasaray – Fenerbahçe derbisi sonrasında (Şekil 2.24) “Haftanın Olayı” olarak maçta görevli hakem Fırat Aydınus’un Melo’ya küfür ettiği iddiası üzerinde durulmakta ve yine Twitter’da yazılanlara yer verilmektedir. Ek olarak, canlı yayında program esnasında hakemin küfür ettiği iddiasını argo ve küfürlü boyuta varacak derece irdelemişlerdir.

Beyaz Futbol isimli programın benzeri, aynı sunucu ve yorumcularla haftanın farklı bir gününde “Derin Futbol” adıyla yayınlanmaktadır. Programın web sitesinde, Beyaz Futbol açıklamasına benzer bir şekilde: “Akıllara takılanlar, perde arkasında yaşananlar, konuşmaya cesaret edilemeyenler DERİN FUTBOL’da masaya yatırılıyor. Ahmet Çakar, Sinan Engin, Ümit Özat ve Rasim Ozan Kütahyalı her hafta DERİN FUTBOL’da biraraya geliyor. Ertem Şener yönetimindeki dev kadro, gündem yaratan konularla, Pazartesi akşamları 23:00’da BEYAZ TV’de!” açıklaması yer almaktadır.¹²⁹

RTÜK’ün yayınladığı rapora göre 2013 yılının Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında spor programları arasında en çok şikayet edilen spor programı olmuştur. Ek olarak, Derin Futbol adıyla yayınlanan programın da RTÜK tarafından ceza aldığı saptanmıştır.¹³⁰



Şekil 2.22: Beyaz Futbol Programı 22 Şubat 2014 Tarihli Yayını

¹²⁹RTÜK tarafından, "Derin Futbol" programı 09.09.2013 tarihindeki yayınında “eleştiri sınırlarını aşan sert ifadelerle, programda zaman zaman daha da ileri gidilerek kaba ve argo sözcüklerin kullanıldığı anlaşılmakla mezkûr yayında, 6112 sayılı Kanunun 8 inci maddesinin birinci fıkrasının (ç) bendinde yer alan; “..kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez.” hükmü gereğince Fatih Terim hakkında kullanılan ifadelerden dolayı Beyaz TV’ye idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir.

¹³⁰<http://www.bianet.org/bianet/medya/150715-izleyici-en-cok-halk-tv-ulusal-tv-ve-trt-haberlerinden-sikayetci/> Erişim Tarihi: 29 Nisan 2014.



Şekil 2.23 : Beyaz Futbol Programı 10 Mart 2014 Tarihli Yayını



Şekil 2.24: Beyaz Futbol Programı 8 Mart 2014 Tarihli Yayını

2.2. Nefret Söylemi İle Mücadele Yolları

2.2.1 Tribün Dergi Forum ve Sosyal Ağlar Örneği

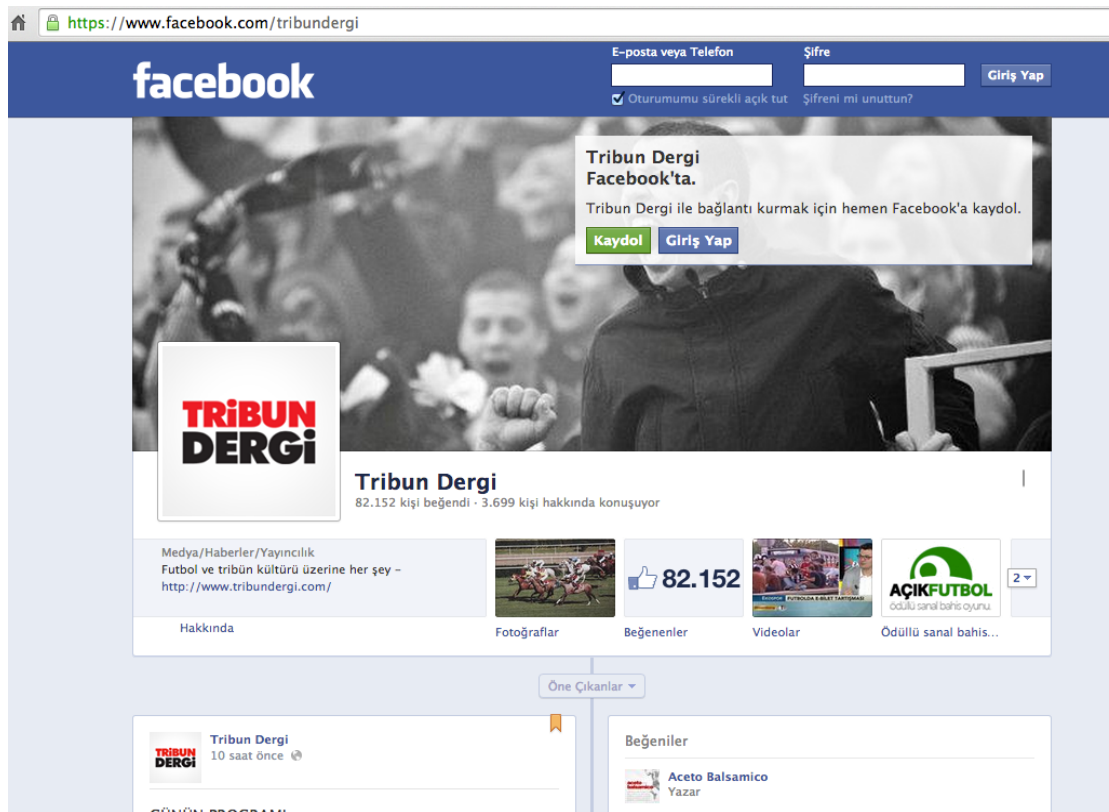
Tribün Dergi, 2001-2003 yılları arasında 8 sayı olarak basılı bir şekilde yayımlanmış daha sonra yayın hayatına çevrimiçi olarak Tribün Dergi forumu olarak devam etmiştir. Dergi, 2003 yılında internet üzerinden devam etme kararı alarak günümüze kadar gelmiştir. Tribün Dergi forumunun, “Futbol fanatığı” fan forumlarından farkı ise; foruma üye olan kişilerin salt herhangi bir spor kulübünün taraftarları olmayışı ve tribünler arası bir yapıya sahip olmasıdır. Bu bağlamda, Tribün Dergi forumundaki konularda herhangi bir takım ayrımı yoktur, tüm takım taraftarları üye olabilmekte ve fikir paylaşımı yapabilmektedir. Aynı şekilde günümüzde, Tribün Dergi’ye ait resmi Facebook ve Twitter profilleri de bu temellendirmeyi devam ettirmekte ve ulusal ve uluslararası tüm futbol takımlarıyla ilgili maç sonucu, futbolcu ve teknik direktör transferleri gibi haberleri nötr bir dille paylaşmaktadır.

Forum <http://www.tribundergi.com/forum/> adresinde yayınlanmaya ve üye almaya devam etmekte, forumdaki başlıklar ve konularda güncel yorumlar bulunmaktadır. Forumda alınan ve yine sporla ilgili olduğu görülen Misli.com gibi reklamların forumu ayakta tuttuğu görülmektedir. Forumda; toplam 3.639.804 mesaj, toplam 52.503 başlık ve toplam 40.186 üye bulunmaktadır.

Tribün Dergi’ye ait sosyal ağ profillerine bakıldığında; Twitter profilinin 2009 yılında oluşturulduğu ve takipçi sayısının 524 bin olduğu görülmektedir. Bu rakamın, Tribün Dergi’nin hem Facebook beğeni sayısının hem de forumuna üye olan kullanıcı sayısının çok üstünde olduğu görülmektedir. Buradan, Tribün Dergi’nin en fazla Twitter üzerinden okuyucu sayısına ulaştığı sonucunu çıkarmak mümkündür. Profilin Facebook sayfası beğeni sayısı 82.152 kişidir.



Şekil 3.1: Tribün Dergi Resmi Twitter Profili



Şekil 3.2: Tribün Dergi Resmi Facebook Sayfası

Tribün Dergi forumu incelendiğinde; “takımlara karşı tarafsızlık ilkesi” üzerine kurulu oldukları ve bu ilke üzerinden forum yönetimi tarafından “adil moderatörlük” sisteminin benimsendiği görülmektedir. Bu bağlamda, forum üyesi

kullanıcıların herhangi bir konuyu ya da başlığı moderatörlere şikayet etmesi durumunda başlıktaki mesajlara müdahale edilebilmektedir. Şikayet edilen içerikler moderatörler tarafından incelenmekte, küfür, hakaret gibi nefret söylemi içeren ifadeler silinmekte, bu duruma yol açan üye uyarılmakta ya da yasaklanarak forumdan uzaklaştırılmaktadır. Forumda açılan başlıkların düzenlenmesi, sabitlenmesi ya da kaldırılması da moderatörlerin kontrolündedir. Moderatörler bu görevleri forum yöneticileri ve üst yöneticileri tarafından alınan kararlar doğrultusunda yönetmektedirler.

Tribün Dergi forumu ve bu foruma ait ağların “Nefret Söylemi ile Mücadele Yolları” başlığı altında ele alınmasının en önemli nedenlerinden biri; belli bir futbol kulübüne ait “biz” tanımı, kimliği ve taraftarlığı yerine futbol sever olmak üzerine kurulmuş olmasıdır. Bu bağlamda, forumdan Tribün Dergi’ye ait Facebook ve Twitter ağlarına taşınan bu ayrıştırıcı olmayan tavır, bu platformlardan paylaşılan haberlerin dilinin de nötr olmasını sağlamaktadır. Bu açıdan, belli bir kulübe ait taraftar kaynaklı dijital mecralarda gözlenen, taraftar grupları arasındaki nefret dilinin ve paylaşılan haberlere yazılan nefret içerikli söylemlerin Tribün Dergi profillerinde daha az olduğu görülmektedir.

Akın’a göre Tribün Dergi nefret söylemine karşı bir örnek olarak ele alındığında çıkarılacak önemli sonuçlar şu şekildedir: yapısı gereği, futbol kültürüne ait kavramlardan biri olan rekabet, dayanışma ile var olabildiğinde taraftar grupları arasında yaşanan gerilimlerin azalmasını sağlamakta, biz kavramı dışlayıcı olmayan bir şekilde kullanıldığında ayrımcılığı ve nefret söylemini azaltmakta, spor özelinde ise futbolda nefret gibi olumsuz duyguların yerine dayanışma ve dostluk alanı ortaya çıkarmak mümkün olmakta ve geleneksel ve ana akım spor medyasına alternatif bir alan ve dil yaratmak mümkün olmaktadır.¹³¹

¹³¹Akın, a.g.e.

2.2.2. Futbolcuların Nefret Söylemine Karşı Durması: “Didier Drogba” Örneği

Didier Yves Drogba 2012 - 2013 sezonunda Süper Lig ekiplerinden Galatasaray'a transfer olmuş ve şu anda halen Galatasaray ve Fildişi Sahili Millî Futbol Takımı formasını giymekte olan Fildişi Sahilli futbolcudur. Sekiz yıl boyunca, İngiltere'nin en büyük futbol kulüplerinden biri olan Chelsea'da oynamış ve UEFA'nın “En Değerli Oyuncu” ödülü, “Altın Ayak” ödülü (bu ödüle layık görülen ilk Afrikalı futbolcu) gibi bir çok sayısız ödüle hak kazanmıştır. Drogba, saha içindeki kaptanlığı, liderliği, yetenekleri ve toplumsal duyarlılığı ile, saha dışında ise yaptıklarıyla ülkesine barış getirmek için uğraşan, “The Didier Drogba Foundation” adındaki vakfı ile açlık, yoksulluk ve hastalıklara karşı mücadele eden, sosyal sorumluluk projeleriyle tanınan, sık sık Afrika'daki yardım kuruluşlarına bağışta bulunan ve ülkesinde “Fildişi Sahilinin Tanrısı” olarak nitelendirilen toplumsal bir önder olarak yer almaktadır.¹³² Bu özellikleri, Drogba'nın evrensel bir futbolcu olarak algılanmasını ve taraftarların ona bir futbolcudan daha fazla anlam yüklemesini sağlamaktadır.

Futbolcu, 2006 yılında, forma giydiği Fildişi Sahili Milli takımında attığı golle FIFA Dünya Kupası'nı ülkesine ilk kez kazandırmış ve maç sonundaki canlı yayın röportajında, iç savaş nedeniyle kötü bir durumda olan ülkesi için futbolun birleştirici gücü etrafında barış çağrısı içeren bir konuşma yapmıştır. Drogba, yayınladığı bu mesajla tahmin ettiğinden çok daha büyük bir etki yaratmış, Fildişi Sahili'nde sağlanan iç huzurla birlikte 2007 yılında Afrika Ballon d'Or Ödülü'nü almaya hak kazanan ilk Fildişi Sahilli futbolcu olmuştur. Ek olarak; yine 2007 yılında Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)'nın İyi Niyet Elçisi olarak seçilmiş ve içinde cinsiyet eşitliğinin desteklenmesi de dahil bir çok hedef bulunan Birleşmiş Milletler Binyıl Kalkınma Programı hedeflerinin gerçekleştirilmesi için çalışmalar yapmıştır. 2014 yılında ise, Türkiye'nin ilk kez katıldığı, uluslararası bir sosyal sorumluluk projesi olan “Dostluk İçin Futbol” günü etkinliğinin yerel elçiliğini üstlenmiş ve dostluk maçını yönetmiştir.

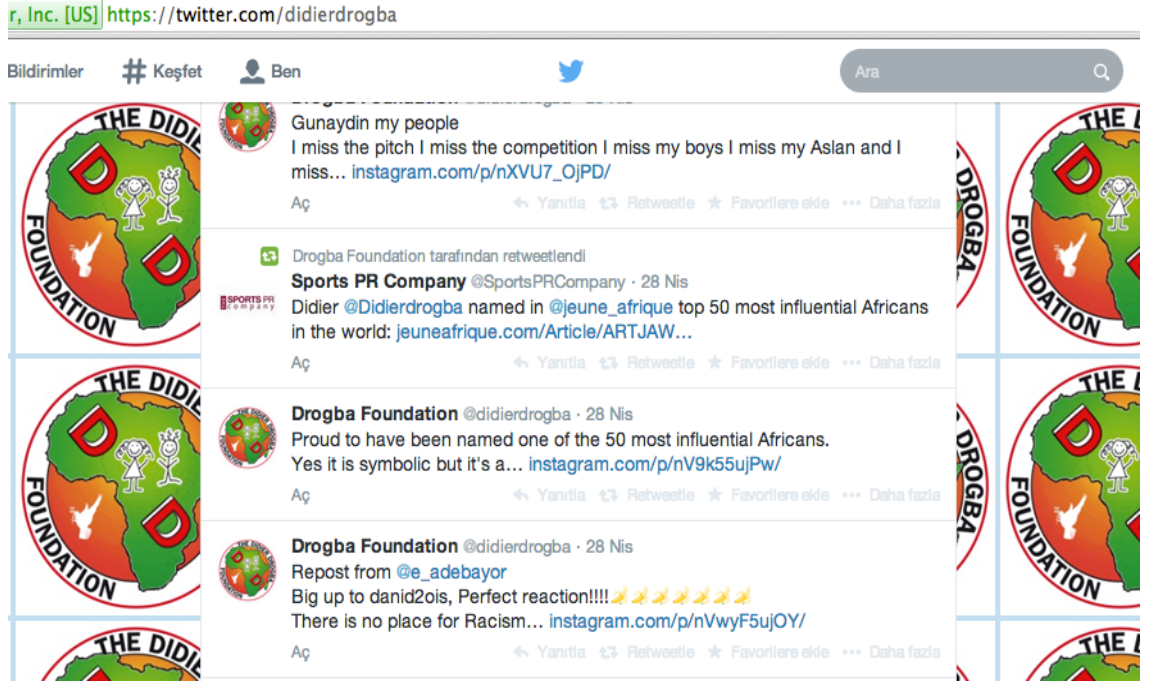
¹³²2007 yılında Drogba tarafından, Fildişi Sahili'ndeki insanların daha iyi yaşam standartlarına kavuşabilmesi ve özellikle karşılaşılan sağlık sorunlarının azaltılması amacıyla kurulan vakıftır. Futbolcu, bireysel sponsoru olan firmalardan kazandığı tüm parayı vakfına bağışlamakta ve yardım için çeşitli dernek geceleri düzenlemektedir. <http://www.thedidierdrogbafoundation.com/>.

Futbolcu tüm bu çalışmalarının yanı sıra saha içinde Galatasaray maçları ve diğer Süper Lig maçları sırasında yaşanan, özellikle ırkçılık temelli nefret söylemi vakalarına da Twitter ve Instagram profilleri aracılığıyla nefret söylemi karşıtı bir dille yanıt vermektedir. Bu bağlamda, herkes tarafından kabul gören bir futbolcu olması nedeniyle, yazdıkları hızlı bir şekilde yayılmakta ve diğer insanlarla ulaşmaktadır. Ek olarak, ırkçılık temelli nefret söylemine karşı bu duruşuyla dijital mecralar üzerinden verdiği mesajlarla bir çok medya kuruluşunda haber olarak da yer almaktadır. Futbolcunun, verified özellikli www.twitter.com/didierdrogba adresli Twitter profilinde 191.387 takipçisi olduğu görülmektedir. Bu da dijital mecralarda yazdıklarının ulaştığı ve kendisini takip eden önemli sayıda bir kitlesi olduğunu göstermektedir. Aşağıda yer alan Şekil 2.27’de, futbolcunun sahada yaşanan bir ırkçılık olayına karşı Twitter profilinden yayınladığı mesaj görülmektedir. Ek olarak, futbolcu saha içinde çarptığı veya yanlışlıkla yaraladığı rakip takım oyuncularını maç sonrasında hastanede ziyaret etmekte ve sosyal ağ profilleri üzerinden bu fotoğları paylaşmaktadır.¹³³ Bu bağlamda, futbolda rekabet ile birlikte nefret yerine dayanışmanın yer alabileceği gerçeği nefret söyleminin azaltılmasında etkili olabilmektedir.

Arık’a göre; televizyondan milyonlarca kişi tarafından seyredilen futbolcu sadece bir futbolcu değildir; aynı zamanda tüm hareketleri ve mimikleri insanlar tarafından defalarca izlenebilecek ve hatta irdelenebilecek bir aktördür.¹³⁴ Sonuç olarak; futbol oyununun saha içindeki en önemli toplumsal aktörlerinden olan futbolcular, gerek saha içindeki davranışlarıyla gerekse saha dışındaki davranışları ve kendilerine ait sosyal ağ profillerinden paylaştıklarıyla nefret söylemini azaltıcı etki gösterme gücüne sahiptirler. Bu bağlamda, nefret söylemi ile mücadele kapsamında futbolculara, dijital mecralar hakkında kulüp içi seminer şeklinde bilgilendirici ve destek verici eğitimler verilebilir.

¹³³http://www.haber365.com/Haber/Drogba_Sakatlanan_Marali_Hastanede_Ziyaret_Etti/ Erişim Tarihi: 29 Nisan 2014

¹³⁴Bilal Arık, *Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı:26, Kış-Bahar 2008, s.218-230.



Şekil 3.3: Didier Drogba Resmi Twitter Profili

2.2.3. Hukuki Açıdan Alınabilecek Önlemler

Türkiye’de internet yasası, 5651 numaralı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun” ile oluşturulmuştur. Kanunda amaç ve kapsamlar; “içerik sağlayıcı, yer sağlayıcı, erişim sağlayıcı ve toplu kullanım sağlayıcıların yükümlülük ve sorumlulukları ile internet ortamında işlenen belirli suçlarla içerik, yer ve erişim sağlayıcıları üzerinden mücadeleye ilişkin esas ve usûlleri düzenlemektir.” şeklinde belirtilmektedir.¹³⁵ Bu bağlamda, bakıldığında yasa, nefret söylemini suç olarak kabul etmemektedir. Bu durumda karşımıza, nefret söylemi ve nefret suçu ayrımı çıkmaktadır. Daha önceki başlıklarda da belirtildiği üzere, nefret söylemi nefret suçuna yol açabilen en önemli etkenlerden biridir. Bu sebeple, suça yol açmadan önlenmesi ve mücadele edilmesi oldukça önemlidir. Bu kapsamda alınabilecek önlemler, internet ortamında yapılan yayınların düzenlenmesi bağlamında sunulabilir, ancak hukuki düzenleme/yaptırım sınırlı olduğu için bu amaçla sunulabilecek öneriler de sınırlı olacaktır.

¹³⁵<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5651.pdf> / Erişim Tarihi: 29 Nisan 2014

Bu kapsamda, Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı tarafından oluşturulan ve halkın zararlı gördüğü içerikleri şikayette bulunabileceği www.ihbarweb.org.tr uzantılı İnternet Bilgi İhbar Merkezi ve TTnet tarafından geliştirilen <http://www.guvenlinet.org/tr/> uzantılı Güvenli İnternet Servisi'nden nefret söylemi ile mücadele için faydalanılabilir. Sistem, TİB (Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı) ve BTK (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu) tarafından seçilen kuruldaki kişilerin incelemeler ve tespit edilen ilkeler çerçevesinde belirlemeler yapmasıyla ilerlemektedir. Bu bağlamda, kuruldaki kişilere nefret söylemi alanında çalışan iletişim, sosyoloji ve/veya hukuk akademisyenleri eklenebilir. Kurulun bu alanda yetkili kişilerden oluşmasıyla hem bu web sitelerindeki uygulamaların sansür aracına dönüşmesinin önlenmesi hem de sağlıklı bir şekilde ilerlemesinin sağlanabilmesi mümkün olabilecektir. Bu bağlamda, kurul tarafından haftalık ve/veya dönemsel raporlamalar yoluyla nefret söylemi içeren metinlerin kaldırılabilmesine olanak sağlanabilir. İnternet Bilgi İhbar Merkezi web sitesinde, sadece, 5651 sayılı kanunun suç olarak düzenlediği İntihara Yönlendirme, Fuhuş, Cinsel İstismar gibi kategoriler yer almaktadır. Güvenli İnternet Sitesi platformunun içeriğinin de benzer şekilde olduğu görülmektedir. Bu kategorilere ayrı ve ek bir bölüm olarak Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçu eklenebilir. Böylece Nefret Söylemi içeren ifadelerin kurula kısa sürede ulaşması sağlanabilecektir. Dijital medya, etkileşimsel ve kısa sürede hızlı yayılım güçlerine sahip olduğu için nefret söylemi içeren ifadelerin kısa sürede incelenmesi oldukça önemlidir.

Ek olarak, internette yer alan bu ihbar platformlarından toplumun genelini haberdar etmek ve doğru bilgi akışı/düzenli bir şikayet platformu sağlamak için bu konuda topluma yönelik eğitimler verilebilir.

2.2.4. Dijital Medya Okuryazarlığının Geliştirilmesi

Günümüzde, internet, bilgisayarlar, tabletler, cep telefonları gibi dijital teknolojiler günlük hayatımızın birer parçası haline gelmektedir. Bu bağlamda, radyo, televizyon, sinema, gazete gibi geleneksel medya araçlarının yanında artık dijital medyada yerini almış ve medyanın artan çeşitliliği ile yapısı gereği her yaştaki bireyleri etkileme gücüne sahip olması “dijital medya okuryazarlığı” kavramını ortaya çıkarmıştır. Nefret söyleminin üretilmesinde ve denetimsiz bir şekilde

dolaşıma girmesinde dijital medyanın büyük bir rolü vardır. Dijital medyanın sahip olduğu etkileşimsellik, hipermetinsellik, multimedya biçimselliği, sanallık, içerik üretebilme, hızlı yayılım gibi özellikler blog, mikroblog, forum, video ve/veya fotoğraf paylaşım ağları ve toplumsal paylaşım ağları gibi dijital medyaya ait platformlarda kullanıcıların nefret söylemi içeren paylaşımlarını olanaklı kılmaktadır.¹³⁶ Bu bağlamda; eleştirel medya okuryazarlığının her eğitim düzeyindeki bireylerde farkındalık yaratması ve geliştirilmesi, bireyleri ötekileştirerek hedef haline getirebilen nefret söylemiyle mücadele etmede etkili olabilecek en önemli yöntemlerden biridir.

İnceoğlu'na göre medya okuryazarlığı tanım olarak; “*Yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren yapılardaki (internet, televizyon vb.) mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir*”.¹³⁷ Medya okuryazarlığı, medya tarafından iletilen mesajları doğru okuyan, medya tarafından ideolojik olarak üretilen anlamları bilinçli bir şekilde çözümleyen ve bu çözümleme sonuçlarını dikkate alarak değerlendiren ve eleştirebilen bilinçli bir kamuoyu oluşturmak anlamına gelmektedir. Bu durumun gerekliliğinin nedeni, medyanın kullandığı mecralar ve araçlar yoluyla toplum üzerinde yoğun ve hızlı etki oluşturmalarıdır.

Kurt ve Kürüm'e göre; medya okuryazarı olan bir birey şöyledir; “*Bir medya okuryazarı, medyayı amaçlı bir biçimde seçer, kullanır, geçerli ve güvenilir bilgiye ulaşmaya çalışır. Medyadaki mesajlarının, planlı bir çalışmanın sonucunda ortaya çıktığını ve medya mesajlarının hangi araçlar kullanılarak hangi amaçlarla yapılandırıldığının farkında olan medya okuryazarı, bu yönüyle sorgulayıcı davranışlar gösterir*”.¹³⁸

Douglas Kellner, eleştirel medya okuryazarlığının geliştirilerek, yeni medya iletilerinin eleştirel bir biçimde açıklanmasını ve yeni medyanın etkileri üzerinde

¹³⁶Mutlu Binark, *Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi*, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, Derleyen: Tuğrul Çomu İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, 2010, s.11-54.

¹³⁷<http://www.yasemininceoglu.com/makaleler10.php> / Erişim Tarihi: 30 Nisan 2014.

¹³⁸Adile Kurt, ve Dilruba Kürüm, *Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış*, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:2 – Bahar, 2010, s.21.

çalışmanın önemli olduğunu şu sözleriyle ifade etmektedir; *“Yeni teknolojiler, belli oranlarda devrimcidirler - bir gündelik hayat devrimi yaratırlar; ancak bu, çoğu zaman kapitalist tüketim toplumunu destekleyen ve yaygınlaştıran bir devrimdir ve açıkça gözlemlenebilen ve teorize edilmesi gereken yeni fetişizm, kölelik ve tahakküm biçimlerini içerir”*.¹³⁹ Bu bağlamda, kişilerin, nefret söylemi içeren dijital medya metinleri hakkındaki farkındalıklarını, eleştirel medya okuryazarlığı ile artırmak mümkündür. Bu durumu eğitim seviyelerine bölmek gerekirse; ilköğretim, lise ya da üniversite seviyesindeki öğrencilere medya okuryazarlığı dersleriyle, yetişkinlerde ise çeşitli panel ve konferanslarla çözümlenmesine ve geliştirilmesine katkıda bulunmak mümkündür. Ek olarak; dijital medya hakkında yapılan akademik çalışmaların artırılması ve desteklenmesi de dijital medyada nefret söylemiyle mücadeleye önemli katkılar sağlayabilir.

Bunlar dışında, dijital medya çalışanlarına yönelik meslek içi eğitimler verilebilir. Bu bağlamda, medya profesyonellerinde nefret söylemine karşı farkındalık yaratılabilir ve medya profesyonelleri tarafından bilerek ya da bilmeyerek dolaşıma sokularak yeniden üretilen nefret söylemi hakkında uyarı veya kınama gibi eylemler gerçekleştirilebilir. Bu durum özellikle geleneksel medya ile dijital medya arasında medyalararası bir etkileşim yaratıldığı için oldukça önemli bir durumdur. Facebook bu konuda kullanıcılar tarafından yazılan metinlerin sayfa yöneticileri tarafından silinebilir, gizlenebilir ya da kelime bildirimini önceden yazarak engellenebilir olmasıyla bu duruma çok daha uygundur. Twitter ise kullanıcı tarafından üretilen ve yeniden yazılan cinsiyetçi, milliyetçi, ırkçı, homofobik nefret söylemlerine daha yatkın olması nedeniyle müdahale daha zordur, ancak yine de medya profesyonelleri tarafından üretilen nefret söylemi içerikleri azaltıldığında, bireylerin Twitter üzerinden bu haber ve içeriklere cevap yoluyla nefret söylemini yeniden üretmesinin azalması sağlanabilecektir.

¹³⁹Douglas Kellner, **Yeni Teknolojiler/Yeni Okuryazarlıklar: Yeni Binyılda Eğitimin Yeniden Yapılandırılması, Kamusal Alan**, Çeviren: Tülin Kurtarıcı, Derleyen: Özbek, Meral, İstanbul: Hil Yayınları, 2004, s.732.

SONUÇ

Nefret, kavram olarak bakıldığında herhangi bir nesneye, duruma ya da olguya karşı, herkesin hissedebileceği bir duygu anlamına gelmektedir. Ancak nefret duygusu, bir ideolojiyle birlikte olduğunda bireyler kendilerini “biz”, kendisi dışındakileri ise “ötekiler” olarak konumlandırarak bir kimliğin parçası haline getirmekte ve bu bağlamda nefret duygusu dışlama pratiğine dönüştüğü için birey kendisini nefret edilen bu gruptan bağımsız olarak tanımlayamamaktadır. Bu durum nefret söylemine ve daha ileri aşaması olarak bilerek ve isteyerek zarar verme gibi nefret suçuna kadar varabilmektedir. Toplumsal konumlandırmada “ben ve/veya biz” olmayan kavramı ötekileştirmeye yönelik dışlama durumunu içermektedir. Bu konumlandırmada bireylerde oluşan nefret durumu öncelikle kullandıkları dile ve bu bağlamda söyleme yansımaktadır. Nefret söylemi, temelinde önyargı, yabancı düşmanlığı, taraf tutma, ayrımcılık, ırkçılık ve/veya cinsiyetçilik içeren nefret dilinden oluşmaktadır. Evrensel ve ortak bir tanım olmamakla birlikte, tüm tanımlamalardan yola çıkarak, nefret söylemini argo, sert, ayrımcı, öfkeli, küfürlü dilsel kullanımları içeren, azınlıklara ve/veya yabancılara yönelik düşmanlık ya da hoşgörüsüzlüğe dayalı nefret şekillerini yayan, kışkırtmaya teşvik eden ya da meşrulaştıran ifade biçimi olarak tanımlamak mümkündür. Bu bağlamda, nefret suçuna yol açabilecek ayrımcılık, ırkçılık gibi söylemler ulusal ve uluslararası alanlarda çeşitli sözleşme ve yasalarla yasaklanmaktadır. İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Korunması Hakkında Avrupa Sözleşmesi’nin 14.maddesinde “*Bu sözleşmede tanınan hak ve özgürlüklerden yararlanma, cinsiyet, ırk, renk, dil, din, siyasal ya da başka görüşler, ulusal veya sosyal köken, ulusal bir azınlığa mensup olma, servet, doğuş veya herhangi başka bir durum bakımından hiçbir ayırım gözetilmeksizin sağlanır*” metni ve “*kimse, herhangi bir kamu otoritesi tarafından, daha önceden değinilmiş olan gerekçelerle ayrımcılığa tabi tutulamaz*” ek maddesi yer almaktadır.¹⁴⁰ Türkiye’ye baktığımızda ise ayrımcılığa karşı olarak ceza yasasında çeşitli maddelerin yer aldığı görülmektedir. Bunlardan birisi, 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu (TCK)’nın 3.maddesinin 2.fikrasında yer alan “*ceza kanununun*

¹⁴⁰<http://www.istanbul.gov.tr/?pid=11122> / Erişim Tarihi: 13 Mayıs 2014.

uygulanmasında kişiler arasında ırk, dil, din, mezhep, milliyet, renk, cinsiyet, siyasal veya diğer fikir yahut düşünceleri, felsefi inanç, milli veya sosyal köken, doğum, ekonomik ve diğer toplumsal konumları yönünden ayırım yapılamaz ve hiç kimseye ayrıcalık tanınamaz” metnidir. Bu metin, TCK’nın uygulanmasındaki ayrımcılığın yasaklanması ile ilgilidir. Hem nefret suçları hem de nefret söyleminin yasaklanmasını içeren bir diğer madde ise yine TCK’da yer alan 216.maddesinde 3 kısım olarak düzenlenen, halkın bir kesiminin diğer kesimine karşı kin ve düşmanlığa tahrik etme suçudur. TCK’nın bu maddesinde, *“halkın sosyal sınıf, ırk, din, mezhep veya bölge bakımından farklı özelliklere sahip bir kesimini, diğer bir kesimi aleyhine kin ve düşmanlığa alenen kamu güvenliği açısından açık ve yakın bir tehlike ortaya çıkaracak şekilde tahrik etmek, halkın bir kesimini, sosyal sınıf, ırk, din, mezhep, cinsiyet veya bölge farklılığına dayanarak alenen aşağılamak ve halkın bir kesiminin benimsediği dini değerleri kamu barışını bozmaya elverişli olacak şekilde alenen aşağılamak”* kısımları üç ayrı suç olarak düzenlenmekte ve hapis ile cezalandırılmayı içermektedir.¹⁴¹

Türkiye’de nefret söyleminin en çok Türklük ve Müslümanlık gibi Milliyetçi Nefret Söylemi tanımlamları ile toplumsal normlar tarafından kabul görmeyenleri dışlayan Cinsiyet Temelli Nefret Söylemi tanımlamaları ile kurulduğu ve konumlandırıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, “biz” kimliği üzerinden üretilen söylemler aracılığıyla dışlayıcı bir “öteki” konumlandırılması da yapılmaktadır. Bu konumlandırmanın en çok yapıldığı alanlardan birisi de, Türkiye’de en yaygın spor branşı olan futboldur. Futbol, modern dünyaya geçişle birlikte sokakta oynanan basit bir oyundan ziyade üzerinden para kazanılarak kar edilen endüstriyel bir oyun haline gelmiştir. Futbol, bir yanda bir takımı tutan her meslekten, yaş grubundan ve cinsiyetten kişileri bir araya getirerek birleştirici ortak bir payda oluştururken, diğer yandan ortaya çıkardığı şiddetli rekabet ortamının çeşitli taraftar gruplarıyla saha dışına taşınabilmesiyle de ayrıcı bir alan oluşturmaktadır. Taraftarlığın fanatizm ötesi bir boyutu olarak holiganizme varması, futbolda nefret söylemi pratiğinin nefret suçuna dönüşmesine neden olabilmektedir. Bu durumun, Türkiye tarihindeki en bilinen örneği 2000 yılının Nisan ayında, UEFA kupası yarı finali için oynanacak olan Galatasaray – Leeds United maçı öncesinde yaşanan olaylardır. Maçtan birkaç

¹⁴¹<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5237.html>, a.g.e.

gün önce, maçı izlemek için Türkiye'ye gelen iki İngiliz Leeds takımı taraftarı Taksim'de çıkan olaylarda öldürülmüştür. Bu olayın ardından medyada ortaya çıkan saldırgan ve milliyetçi nefret söylemi içeren haberler de nefret söyleminin en büyük kanıtlarından olmuştur. Yakın geçmişte yaşanan olaylardan biri olarak ise, 12 Mayıs 2013 tarihinde, Şükrü Saracoğlu Stadi'nda oynanan ve Fenerbahçe'nin Galatasaray'ı 2 - 1 yendiği derbi sonrasında Burak Yıldırım adlı Fenerbahçe taraftarının bıçaklanarak öldürülmesi olayını örnek verebiliriz.

Dördüncü kuvvet olarak isimlendirilen medya en etkili kültürel iletkenlik araçlarından birisidir. Medya, toplumsal çatışmaları sıradanlaştırıp olağanlaştırarak yayma gücüne sahiptir. Bu bağlamda, farklılıkların yayılmasında oldukça yönlendirici bir araç konumundadır. Sahip olduğu bu konumla, farklılıkların yayılmasında kişilerin ve/veya grupların birbirlerine karşı nefret duygularını da tetikleyip güçlendirerek, nefret söylemine yol açma ve bu durumu meşrulaştırma gücüne de sahiptir. Özellikle büyük kulüpler arasındaki taraftarlık durumu, esasında sportif rekabete dayalı olması gerekirken medyanın dolaylı ve/veya doğrudan etkisi yoluyla şiddetli rekabet ortamıyla fanatizme dönüşmektedir. Örneğin; Leeds - Galatasaray maçı öncesi yaşananlar geleneksel medyanın en etkili araçlarından birisi olan yazılı basında; "Two Size", "Holiganların sokakta da, sahada da ağzını burnunu kırdık / Suratınıza tükürerek gönderiyoruz" gibi nefret söylemi içeren spotlarla yayınlanmıştır.

Temelleri 1970'lerde atılmış olan, günümüz iletişim çağının medya araçlarından birisi olan internetin, bireyler tarafından kullanımının gün geçtikçe yaygınlaşmaya başladığı görülmektedir. Bu yaygınlaşmanın en büyük nedenlerinden birisi de internetin günümüzde bilgisayarlardan cep telefonlarına kadar taşınmış olmasıdır. Bu durum, dijital medyanın hızlı yayılım özelliğinin etkisini de artırmıştır. Bu bağlamda, dijital medya platformlarının da gelişen bu teknolojiye uyum sağlayarak mobil uygulamalar geliştirdikleri görülmektedir. Bu uygulamalar kullanıcıların her zaman her yerde bu ağlara bağlanmasını sağlamaktadır. Örneğin, stadyumda izlenen bir derbi sırasında cep telefonundan Twitter'a bağlanmak gibi. Dijital medyayı, gelişen teknoloji ve uygulamalarla bireylerin fotoğraf, video, görüntü ve ses dosyaları ile birlikte yazılı bir şekilde eser ve görüşlerini de paylaşmasına olanak sağlayan sanal mecraların tümü olarak tanımlamak mümkündür.

Dijital medyanın, televizyon, radyo gibi geleneksel medya organlarından en önemli farkı ise geleneksel medyadaki yayıncı kuruluşlar yerine bireylerin kendilerinin birer yayıncı yani geleneksel medyadaki karşılığıyla medya organları olmasıdır. Bu bağlamda, içerikler web tabanlı servislerden oluşan ağlarda kullanıcılar tarafından üretilmekte ve üretilen bu içerikler diğer kullanıcılar ve gruplar ile paylaşıldığı için etkileşim artmaktadır. Diğer bir ifadeyle, dijital medyada, bu ağlar aracılığıyla bağlantıda olan kişilerin birbirleriyle paylaşım yapmasına olanak tanınmaktadır. Bu ağlar, üye olan kişiler tarafından oluşturulan bilgi ve içeriğin diğer üyeler arasında paylaşılmasını ve yayılmasını sağlamaktadır.

Günümüzde, dijital medyada yer alan ağlar ile, taraftar grupları aracılığıyla futbol, tribün içinden saha dışına yayılmaktadır. Bu yayılım sırasında, taraftarlar arasındaki gerginliği artırıcı nefret söylemi de taşınmakta ve dijital medyanın hızlı yayılım ve etkileşimsellik gibi özellikleri ile yeniden üretilmektedir. Bu bağlamda, bu tez çalışmasında dijital medya araçlarından biri olan platformlarından/sitelerden Facebook ve Twitter üzerine yoğunlaşarak, Türkiye’de yaygın olarak kullanılan bu ağlarda futbol taraftar grupları tarafından üretilen nefret söylemi pratikleri incelenmiş ve ortaya konmuştur. Ayrıca, bu örnekler ortaya konulduktan sonra, nefret söyleminin nefret suçuna dönüşmemesi ve önlenmesi için yapılabilecek çalışmalar da teze eklenmiştir. Bu amaçla gerçekleştirilen araştırmada, Türkiye’deki, Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor’dan oluşan dört büyük futbol kulübünün en bilinen ve sosyal ağlarda en çok etkileşime sahip olan taraftar kulüpleri çalışma evreni olarak seçilmiştir. Bu taraftar kulüpleri; Galatasaray’ın Ultraslar, Fenerbahçe’nin 12 Numara Org, Trabzonspor’un Bordo Mavi Net ve Beşiktaş’ın Çarşı isimli gruplarıdır. Bu örneklem seçimi incelenmeden hemen önce, geleneksel spor medyasına ve futbol kulüplerine ait olan ve kurumların kendileri tarafından yönetilen Facebook ve Twitter hesaplarına da göz gezdirilmiştir. Geleneksel medya kuruluşlarına ait resmi Facebook ve Twitter hesapları incelendiğinde, paylaşılan metinlerin geleneksel basın diline uygun olarak haber metinleri şeklinde paylaşıldığı görülmüştür. Bu bağlamda, güncelleme şeklindeki bu kısa metinli duyuruların nefret söylemi içermedikleri ve dilinin taraftar gruplarına ait olan ağlara oranla daha nötr oldukları ve bu bağlamda kullanıcı tepkilerinin yani bu metinlere yazılan yorumların da doğru orantılı olarak daha nötr oldukları görülmüştür. Dört büyük futbol kulübüne ait resmi Facebook ve Twitter hesapları incelendiğinde ise medya kuruluşlarına ait

hesaplar gibi kullanıldıkları ve bu ağlarda paylaşılan içeriklerin maç sonucu bildirimi, oyuncu kadrosu, web sitelerindeki güncellemelerin paylaşımı ve futbolcu transferlerinin duyurumu gibi metinlerden oluştuğu görülmüştür. Asıl araştırma evreni olan, dört büyük futbol kulübünün fanları yani taraftarları tarafından oluşturulan sosyal ağlara bakıldığında ise, dördünün de forum tabanlı olduğu bu nedenle de bu sosyal ağlarda oldukça uzun bir süredir var oldukları görülmüştür. Taraftar gruplarının, Facebook ve Twitter kullanıcı adlarının da bu forum tabanından gelme durumuna uygun olarak “org, net” gibi internet adresi uzantılı oldukları görülmüştür. Diğer bir deyişle, taraftar grupları, forumlarda var olan sanal uzantılarını günümüzde Facebook ve Twitter üzerinden sürdürmektedir. Facebook ve Twitter mecraları web 2.0 uygulamalarına dayanmakta olup, kullanıcıların içerik üretmesine olanak sağlamaktadır. Geleneksel medyadan farklı olarak dijital medya, kişilerin kendi düşüncelerini ileterek kendi medyalarını oluşturmalarına olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda, yapılan bu çalışmada dijital medyadaki nefret söylemi çözümlemeleri; gruplar tarafından paylaşılan haberlerin içeriği ve kullanıcı türevli yani kullanıcılar tarafından yazılan yorumların içeriği olmak üzere iki yönlü olarak ele alınmıştır.

Facebook ve Twitter gibi dijital medyaya ait sosyal ağlar, bir yandan bireylerin grupsal örgütlenmelerine olanak sağlarken diğer yandan da bireylerin kendileri dışında kalanları ötekileştirerek nefret söylemi üretmesine ve yaymasına yol açmaktadır. Çalışmaya konu olan dönemde, incelenen taraftar gruplarının hemen hemen hepsinin sıklıkla cinsiyet temelli nefret söylemi ürettiği gözlenmiştir. Özellikle Twitter’da nefret söylemi üreten grupların ve bireylerin, hedef olarak aldıkları diğer taraftar gruplarına, takım yöneticilerine, futbolculara ve hakemlere yönelik nefret söylemi üretirken, kadını ötekileştiren ve bedeni üzerinden kadını aşağılayan cümleler kullandıkları saptanmıştır. Ek olarak, hem gruplar tarafından paylaşılan içeriklerde hem de bu içeriklere diğer kullanıcılar tarafından yazılan yorumlarda aşırı ve saldırgan milliyetçilik içeren ifadeler de sıklıkla rastlanmıştır. Bu metinlerde, aynı toprak ve kültüre ait olan Türkler “biz” olarak konumlandırılırken, Türk olmayanların dışlandığı görülmüştür.

Çalışmanın ortaya koyduğu diğer bir bulgu da, ayrımcı, milliyetçi ve cinsiyetçi nefret söylemine ek olarak sıklıkla siyasi içerikli nefret söylemi

pratiklerine de rastlanmış olmasıdır. Özellikle, Galatasaray ve Trabzonspor taraftar grupları tarafından paylaşılan içeriklerde Fenerbahçe Kulüp başkanı Aziz Yıldırım üzerinden “Fenerbahçeli olmak” ötekileştirilmiştir. Bu ötekileştirilme durumu, Aziz Yıldırım hakkında 3 Temmuz’da açılmış olan şike davası üzerinden Fenerbahçeli olmak ve hatta sarı lacivert renklerle forma giymenin utanılacak bir şey haline gelmesi üzerinden konumlandırılmıştır. Fenerbahçe taraftar grubunun iletilerinin ise, şike sürecinin en büyük nedeni olarak Galatasaray futbol kulübüne ve taraftar grubuna yönelik siyasi içerikli nefret söylemi metinlerinden oluştuğu görülmüştür. Beşiktaş taraftar grubu tarafından paylaşılan metinlere bakıldığında ise, diğerlerinden daha az nefret söylemi içerdikleri bu bağlamda bu içeriklere yazılan yorumların da doğru orantılı olarak daha az nefret söylemi içerdiği ve daha çok nötr ifadelerden oluştuğu görülmüştür.

Çalışmada değinilen bir diğer konu ise, medyalararası etkileşimle nefret söyleminin yayılımının hızlanmasıdır. Televizyonda yayınlanan çeşitli futbol programlarının akışına sosyal ağların da dahil edilmesiyle, nefret söylemi içeren ifadeler sosyal ağlardan geleneksel medyaya taşınmaktadır. Ek olarak, bu televizyon programlarının sosyal ağlardaki hesaplarından da bu paylaşımlara devam etmesiyle, çift taraflı etkileşimin arttığı ve söylemin doğallaştırıldığı görülmüştür.

Araştırmada, dijital medya mecralarında görülen nefret söyleminin bu mecraların yapısından değil üyelerin yani kullanıcıların kendisinden kaynaklandığı görülmüştür. Diğer bir deyişle ifade edilirse, üretilen nefret söylemi pratikleri kullanıcının sorumluluğundadır. Bu bağlamda, kullanıcı hem kendi yazdıklarının hem de dahil olduğu yani takip ettiği gruplar tarafından paylaşılan metinlerin içerdiği söylemsel ifadeleri eleştiri süzgecinden geçirerek paylaşım veya dolaşıma sokma kararını vermelidir. Bu nedenle, nefret söyleminin önüne geçmek için bu ağları yasaklayıcı çözüm önerilerinden ziyade kullanıcıları bu ağlar konusunda bilgilendirmeye yönelik olan öneriler sunulmuştur. Bu bağlamda, dijital medya okuryazarlığına yönelik çalışmalar önem arz etmektedir. Eleştirel medya okuryazarlığı kapsamında oluşturulacak bu çalışmalar için daha önce yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde şu önerilerin sunulduğu görülmüştür:

- Nefret söyleminin ortaya çıkış sebeplerinin araştırılması
- Nefret söylemi içeren içeriklerin şikayet edilerek kaldırılması
- Olumlu içeriklerin teşvik edilerek artırılması
- Medya profesyonellerinde nefret söylemi hakkında farkındalık yaratılması için eğitim verilmesi
- Dijital medyada nefret söylemiyle ilgili izleme çalışmaları yapılması
- Dijital medya ile ilgili akademik çalışmaların artırılması
- Hukuki olarak alınabilecek önlemlerin oluşturulması

Bu öneriler ışığında, dijital medya ortamlarında nefret söylemi ile mücadele etmek için medya okuryazarlığı alışkanlığı kazandırmaya yönelik olarak bu tez çalışmasında çeşitli öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır. Bunlar, futbolcuların dijital medyayı kullanmalarının artırılması ve bunun için kulüpler tarafından eğitim verilmesi, özellikle internet üzerinden yayın yapan medya kuruluşlarının editörleri ile taraftar gruplarının Facebook ve Twitter profillerinin yöneticilerine yönelik eleştirel medya okuryazarlığı eğitimleri verilmesi, dijital medya kullanıcılarının erişebilecekleri çeşitli web portallarının hazırlanması, çeşitli yaş gruplarına yönelik eğitim kurumlarında eleştirel medya okuryazarlığı dersleri verilmesi gibi önerilerden oluşmaktadır. Bu bağlamda, dijital medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması için hem çevrimiçi hem de çevrimdışı yöntemlerin kullanılması gerektiği görülmüştür. Günümüzde dijital mecraların kullanımının artmasıyla yaşanan medyalararası etkileşimle birlikte medya kuruluşları profesyonellerinin (editör ve yazarlar) barışçıl ve nefret söyleminden uzak ifadeler kullanmaları önem taşımaktadır. Bu bağlamda, verilecek medya okuryazarlığı oldukça önem taşımaktadır. Diğer yönden futbolcular oldukça popüler ve toplum tarafından aktör olarak görülen kişiler oldukları için sosyal ağlar aracılığıyla verdiği mesajlar hem toplumdaki bireylerin dikkatini çekmekte hem de geleneksel medyaya haber olmaları açısından oldukça önemlidir. Dijital medya kullanıcılarının yararlanabilecekleri web portallarına örnek olarak nefretsoylemi.org web sitesinde yer alan Taranan Gazeteler kategorisi örnek olarak verilebilir. Web sitenin bu kategorisinde “bizim seçtiklerimiz ve sizden gelenler” başlıkları yer almakta ve çeşitli medya kuruluşlarının yazdığı nefret söylemi içeren haberler yer almaktadır. Bu tarz web portalları artırılabilir ve bu bağlamda kullanıcıların dikkatini eleştirel medya okuryazarlığına çekme durumu sağlanabilir.

Bu önerilere ek olarak Facebook ve Twitter mecralarının kullanımına bakıldığında, bu ağlar tarafından geliştirilmiş olan nefret söylemi ile mücadele konusunda yapılabilecek işaretleme ve bildirimler olduğu görülmüştür. Facebook'ta yayınlanmış bir gönderinin üzerine tıklandığında “Bu Gönderi Hoşuma Gitmedi” seçeneği seçilerek ve aşağıdaki şekilde ilerleyerek “Taciz veya nefret söylemi” işaretlemesinin yapılarak nefret söylemi içeren paylaşımların Facebook’a şikayet edilebildiği görülmüştür.

Bir Sorunu Çöz ×

Bundaki sorun nedir?

- ☐ Saygısız, kaba veya küfür kullanılıyor
- ☐ Müstehcen
- ☐ Taciz veya nefret söylemi
- ☐ Tehdit veya şiddet içeriyor ya da intihar niyeti taşıyor
- ☐ Fikri mülkiyetimin izinsiz kullanıldığını düşünüyorum
Örnekler: Telif Hakkı, Ticari Marka
- ☐ Başka bir şey

Geri Devam

×

Bu gönderideki sorun ne?

- ☐ Bu fotoğraf aşırı kan veya birinin vücuduna verilen zararı gösteriyor
Örnekler: Bedenden uzuvları koparma, kesme, cesetler, işkence
- ☐ Bu fotoğraf ırk, cinsiyet ve cinsel tercih veya sakatlıktan dolayı zarar veriyor veya aşağılıyor
Örnekler: Irkçılık, cinsel ayrımcılık, eşcinsellik karşıtı içerikler
- ☐ Bu fotoğraf birinin uyuşturucu kullandığını veya sattığını gösteriyor
Örnekler: İğneyle enjeksiyon, burundan çekme, satışa çıkarılmış uyuşturucu paketleri
- ☐ Adımı veya resmimi kullanarak beni aşağılıyor veya taciz ediyor
Örnekler: Benim üzerinde oynanmış görüntülerim, kişisel mesaj veya sohbet yazışmalarının ekran görüntüleri
- ☐ Fikri mülkiyetimin izinsiz kullanıldığını düşünüyorum
Örnekler: Telif Hakkı, Ticari Marka

Geri
Devam

Şekil 4.1: Facebook Nefret Söylemi Bildirim Butonu

Twitter’a bakıldığında ise kullanıcı ve grupların profilinde yer alan “Engelle ve Bildir” butonu aracılığıyla profilin engellenebildiği ve ayrıca bu durumun Twitter’a bildirildiği ve ayrıntılı olarak formlar aracılığıyla da profil ve nefret söylemi içeren ifadeleri şikayette bulunmanın mümkün olduğu görülmüştür.

Engelle veya Bildir ×

☒ **@ultrAslan adlı kişiyi engelle**
 @ultrAslan artık sizi takip edemeyecek veya mesaj yollayamayacak. **Engelleme** hakkında daha fazla bilgi alın.

Sorun nedir?

☐ Bu hesap rahatsız edici
☐ Bu hesap bir spam hesabıdır
☐ Bu hesap ele geçirilmiş olabilir
☒ **Bu kullanıcı kötü niyetli**
 Bu hesap **Twitter Kuralları**'nı ihlal ediyor olabilir. Yine de bildirmek için bir dosya seçmeli ve formu doldurmalısınız. Devam etmek için bu seçeneği belirleyin.

☐ Taklitçilik ☐ Tescilli Markalar ☐ Taciz
☐ Kendine zarar vermeyi bildir ☐ Bir reklamı bildir

Sonraki

Şekil 4.2: Twitter Bildirim Butonu

Araştırma sonucunda ortaya konulan öneriler bağlamında, dijital medya okuryazarlığı nefret söylemi ile mücadelede en önemli araçlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Bu araçla birlikte, farkındalığın toplumun her kesiminde artırılması özellikle de farklı futbol takımlarını tutan bireyler temelinde, evrensel spor kültürüne uygun olarak futbolun birleştirici yönü ve etkisi görülebilecek ve cinsel yönelimleri, dini, ırkı ve etnik kökenleri farklı bireylere karşı barış söyleminin geliştirilmesi ve hoşgörü sağlanması mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Acet, M., **Sporda Saldırganlık ve Şiddet**, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları, 2006.

Adorno, W., T., *Selected Essays On Mass Culture, The Culture Industry*, Edited: J.M. Bernstein, New York: Routledge Classics, 2005.

Akın, A., *Çevrimiçi Spor Ortamlarında Nefret Söylemi: Bir Topun Peşinde Koşan Yirmi İki Adam, Taraftarlar ve Medya*, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, Derleyen: Tuğrul Çomu İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010.

Aygül, E., *Facebook'ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması*, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, Derleyen: Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010.

Binark, M., *İnterneti ve/ya Bilgisayar Dolayımı İletişim Ortamını İncelemek İsteyen Bir Araştırmacının Soruları ve Sorunları*, **İnternet, Toplum, Kültür**, Derleyen: Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay, Ankara: Epos Yayınları, 2005.

Binark, M., *Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi*, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, Derleyen: Tuğrul Çomu İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, 2010.

Boniface, P. **Futbol ve Küreselleşme**, Çeviren: İsmail Yerguz, İstanbul: NTV Yayınları, 2007.

Cankaya, Ö. ve Yamaner M., **Kitle İletişim Özgürlüğü**, 2.Baskı, İstanbul: Beta Basım A.Ş., 2012.

Clarke, A. and Clarke, J., *Highlights and Action Replays: Ideology, Sport and Media*, Der.: Jennifer Hargreaves, **Sport, Culture and Ideology**, London: Routledge, 1985.

Çıdam, K., *Spor ve Spor Magazin Programlarında Erotizm ve Şiddet*, (Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir Anadolu Üniversitesi, 1996.

Çomak, N. ve İnceoğlu, Y., *Teun A Van Dijk*, **Metin Çözümlemeleri**, Derleyen: Yasemin İnceoğlu ve Nebahat Çomak, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2009.

Çomu, T., *Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi*, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, Derleyen: Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010.

Durna, T. ve Kubilay, Ç., *Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlemeleri*, **Medyadan Söylemler**, Derleyen: Tezcan Durna, İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık, 2010.

Erkal, M., Baloğlu, B. ve Baloğlu, F., **Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü**, İstanbul: Der Yayınları, 1997.

Erol, C., **Yeni Medyada Nefret Söylemi ve Fanatizm: Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi Analizi**, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012.

Fidaner, I. B., **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, Kalkedon Yayınları: İstanbul, 2010.

Fişek, K., **Sporun Anatomisi**, İstanbul: YGS Yayınları, 2003.

Galeano, E., **Gölgede ve Güneşte Futbol**, (Çev: E. Önalp ve M.N. Kutlu), İstanbul: Can Yayınları, 2006.

Gökalp, E., **Türkiye’de Spor Basını Ve Milliyetçilik Söylemi**, (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik ABD, 2004.

Guttmann, A., **Sports Spectators**, New York: Columbia University Press, 1986.

Güz N., Küçükerdoğan R., Sarı N., Küçükerdoğan B. ve Zeybek, I., **Etkili İletişim Terimleri**, İstanbul: İnkılap Yayınları, 2002.

Hatipoğlu D. ve Aydın, B., **Bastır Ankaragücü: Kent, Kimlik, Endüstriyel Futbol ve Taraftarlık**, Ankara: Epos Yayınları, 2007.

İnceoğlu Y. ve Sözeri C., *Nefret Suçlarında Medyanın Sorumluluğu: "Ya sev ya terk et ya da..."*, **Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları**, Derleyen: Yasemin İnceoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.

Kellner, D., *Yeni Teknolojiler / Yeni Okuryazarlıklar: Yeni Binyılda Eğitimin Yeniden Yapılandırılması*, **Kamusal Alan**, Çeviren: Tülin Kurtarıcı, Derleyen: Meral Özbek, İstanbul: Hil Yayınları, 2004.

King, A., **The End of The Terraces: The Transformation of English Football in 1990's**, London: Leicester University, 2001.

Macovei, M., *İfade Özgürlüğü, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. Maddesi'nin Uygulanmasına İlişkin Kılavuz*, **İnsan Hakları El Kitapları**, Anayasa Yayınları, No:2, 2001.

Meyer, M., *Between theory, method, and politics: positioning of the approaches to CDA*, **Methods of Critical Discourse Analysis**, London: Sage Pub., 2001.

Oran, B., *Maksimum Rezillik: Nefret Suçu ve Nefret Suçunun Önkoşulu: Nefret Söylemi*, **Nefret Söylemi ve Nefret Suçları**, Derleyen: Yasemin İnceoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.

Oskay,Ü., **İletişimin ABC'si**, İstanbul: Simavi Yayınları, 1992.

Özbaydar, S., **İnsan Davranışlarının Sınırları ve Spor Psikolojisi**, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1983.

Özer, Ö., **Eleştirel Haber Çözümlemeleri**, Eskişehir:Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, 2009.

Post, R., **Hate Speech, Extreme Speech and Democracy** (ed. Ivan Hare, James Weinstein), New York: Oxford University Press, 2009.

Stemmler, T., **Futbolun Kısa Tarihi**, Ankara: Dost Yayınları, 2000.

Santomier, J. and Costabiei, A., *New Media Challenges in the Twenty-First Century*, **Managing Football: An International Perspective**, Edited: Sean Hamil and Simon Chadwick, Oxford: Elsevier, 2010.

Sütçü, G., *Dijital Oyunlarda Cinsiyetçilik*, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, Derleyen: Tuğrul Çomu İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010.

Talimciler, A., **Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi**, 2. Baskı, İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2003.

Talimciler, A., *Ötekine Yönelik Nefretin Farkedilmediği ya da Kanıksandığı Alan: Türkiye Futbol Medyası*, **Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları**, Derleyen: Yasemin İnceoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.

Toker, H., **Futbol, Spor ve Oyun**, İstanbul: Kaynak Yayıncılık, 2007.

Van Dijk, T. A., **Söylem ve İktidar**, Çeviren: Pınar Uygun, İstanbul: Uluslararası Hrant Dink Vakfı Yayınları 2010.

Wiltse, Ç. E., *Brezilya ve Türkiye: Küresel Dünyanın Yükselen Devletleri*, **Boğaziçi Üniversitesi-TÜSİAD Dış Politika Forumu Araştırma Raporu**, 2010.

Sosyal Değişim Derneği, *Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 yıl, 10 Örnek Raporu*, İstanbul, 1.Baskı, 2010.

Sürelî Yayınlar

Arık, B. *Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme*, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kuram ve Araştırma Dergisi**. Sayı:26, Kış-Bahar 2008, 218-230.

Aycan, A., Polat, E., ve Uçan, Y., *Spormetre, Takım Özdeşleşme Düzeyi İle Profesyonel Futbol Müsabakalarına Seyirci Olarak Katılım Kararını Etkileyen Değişkenler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, **Ankara Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi**, 2009, VII (4), 169-174.

Aydın, B., Hatipoğlu, D. ve Ceyhan, Ç., *Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık*, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı 26, Kış-Bahar 2008, 289-316.

Aydın, H., *İdman (1913 – 1914): İlk Kapsamlı Spor Dergileri Üzerine Bir İnceleme*, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı : 27, Yıl: 2009 / 2, 153-169.

Çakır, H., *Türk Basınında İlk Spor Gazetesi “Futbol”*, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı: 26, Kış-Bahar 2008, 169-196.

Dever, A., *Futbol Taraftarlarının Yeni Mabedi: Disneystat’ların Doğuşu*, **Yalova Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı: 5 Ekim 2012 - Mart 2013, s.93-106.

Evcin, E., *Atatürk’ün Spora ve Sporculara Bakışı*, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih - Coğrafya Fakültesi Tarih Bölümü Tarih Araştırmaları Dergisi**, Vol.: 33 Issue: 55, 303-378.

Gökulu, G., *Futbol Haberlerinin Sunumunda Şiddet, Fanatizm ve Milliyetçilik*, **Toplum ve Demokrasi Dergisi**, Cilt:2, Sayı:3, Mayıs-Ağustos, 2008, 147- 164.

Gönenç, Y. A., *Futbol Fanatizmi ve Yazılı Basın*, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi**, Sayı: 24, ISSN: 1302-633X, 2006, 25-34.

Güzel, M., *Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü*, **Küresel İletişim Dergisi**, Sayı:1, Bahar 2006, 3-16.

Kevin, Boyle, *Hate Speech – The United States Versus the Rest of the World?*, **Maine Law Review**, vol. 53, 2001, 493-507.

Özsoy S. ve Yıldız K., *Türkiye’deki Spor Basınında Nefret Söylemi*, **International Journal Social Science Research**, Year: 2, Issue: 2, 2013, 46-60.

Klein, M., *Enterprise 2.0 – Sosyal Yazılım Sistemlerinin Kurumsal Kullanımı*, **Marmara Üniversitesi E-Dergisi**, Sayı:40, Temmuz 2013, 163-172.

Kurt, A., ve Kürüm, D., *Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış*, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:2 – Bahar, 2010.

Pala, İ., *Orta Asya’dan Japon Adalarına*, **Karizma Dergisi**, Sayı:11, 2002, 47-59.

Sezer Ayan, *Şiddet ve Fanatizm*, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt:7, Sayı:2, 2006, s.191-209.

Şeker, M., ve Gölcü, A., *Futbolun Televizyonda Yeniden Üretimi*, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı:26, Kış-Bahar 2008, 115-134.

Ulus, S., *Sporda / Futbolda Şiddet ve Kışkırtılan Milliyetçilik*, **Marmara İletişim Dergisi**, Sayı:12 (Ocak), 2007, 213-229.

Ulus, S., *Bir Derbi Cinayetinin Ardından: Futbolda Şiddetin Türk Basınında Temsili Üzerine*, **Global Media Journal**, Sayı:7, Güz 2012, 187-213.

Yıldıran, İ., *Tepük Futbol mudur?: XI. Yüzyıl Türk Spor Faaliyetlerinden “Tepük” Oyununun Mahiyeti Üzerine Bir Araştırma*, **Beden Eğitimi Spor Bilimleri Dergisi**, Cilt:2, Sayı:1, 1997, 54-62.

Elektronik Kaynaklar

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5382beca42c4b5.43832560 / Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2014.

http://www.alternatifbilisim.org/wiki/T%C3%BCrkiye'de_%C4%B0internet'in_2013_Durumu / Erişim Tarihi: 11 Mayıs 2014.

http://www.aciktoplumvakfi.org.tr/pdf/avrupa_konseyi_standartlari_05052014.pdf / Erişim Tarihi: 20 Kasım 2013.

http://www.nefretsoylemi.org/nefret_soylemi_nedir.asp / Erişim Tarihi: 21 Kasım 2014.

<http://bianet.org/biamag/diger/152902-nefret-soyleminin-buyuk-faili-devlet> / Erişim Tarihi: 23 Kasım 2014.

<http://www.hrantdink.org/?Detail=937> / Erişim Tarihi: 12 Aralık 2013.

<http://www.inhak.adalet.gov.tr/tematik/dusunceler/nefret.pdf> / Erişim Tarihi: 29 Aralık 2013.

http://www.echr.coe.int/Documents/FS_Hate_speech_TUR.pdf / Erişim Tarihi: 7 Ocak 2014.

<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5237.html> / Erişim Tarihi: 14 Ocak 2014.

http://nefretsoylemi.org/rapor/nefretsoylemi_min.pdf / Erişim Tarihi: 14 Ocak 2014.

http://www.ihop.org.tr/dosya/coe/nefret_soylemi.pdf / Erişim Tarihi: 14 Ocak 2014.

<http://tbbyayinlari.barobirlik.org.tr/TBBBooks/tck301.pdf> / Erişim Tarihi: 20 Ocak 2014.

http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=8e56c98d-e0fd-4c25-a9c4-1c615a431b71 / Erişim Tarihi: 22 Ocak 2014.

<http://bianet.org/bianet/medya/116071-rtuk-ilk-ceyrekten-cok-gizli-reklama-ceza-verdi> / Erişim Tarihi: 22 Ocak 2014.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.53859631742fc7.21133121 / Erişim Tarihi: 26 Ocak 2014.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5304c9af11ab60.71304592 / Erişim Tarihi: 28 Ocak 2014.

<http://www.fifa.com/classicfootball/history> / Erişim Tarihi: 30 Ocak 2014.

http://perweb.firat.edu.tr/personel/yayinlar/fua_9/9_31782.pdf / Erişim Tarihi: 30 Ocak 2014.

<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/13473866.asp> / Erişim Tarihi: 31 Ocak 2014

<http://eogrenme.anadolu.edu.tr/eKitap/ILT206U.pdf> / Erişim Tarihi: 1 şubat 2014.

<http://www.bianet.org/biamag/bilisim/137608-bulutun-icindeki-yeni-medya> / Erişim Tarihi: 1 şubat 2014.

<http://www.sabah.com.tr/fotohaber/teknoloji/facebookta-facebook-fotograflarla-facebook-tuneli?tc=22&page=7> / Erişim Tarihi: 2 şubat 2014.

<http://www.alexa.com/topsites/> Erişim Tarihi: 2 şubat 2014.

<http://techcrunch.com/2014/01/29/facebook-beats-in-q4-with-revenue-of-2-59b-eps-of-0-31> / Erişim Tarihi: 2 şubat 2014.

<http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=821954> / 2 şubat 2014.

http://genclikarastirmalari.gsb.gov.tr/dergi/sosyal_medya_raporu / Erişim Tarihi: 2 şubat 2014

<http://www.medyatekzip.com/derin-futbola-2-terim-cezasi-6905h.htm> / Erişim Tarihi: 5 şubat 2014.

<http://www.medyatekzip.com/rtuk-beyaz-futbol-ve-telegolu-vurdu-6628h.htm> / Erişim Tarihi: 5 şubat 2014.

<http://www.aksam.com.tr/spor/hincal-uluc-asil-sike-semih-transferi/haber-280115/> / Erişim Tarihi: 5 şubat 2014

<http://www.sabah.com.tr/Cumartesi/Yazarlar/bsemerci/2011/11/05/farklilik-ve-kultur-zenofobi> / Erişim Tarihi: 6 şubat 2014.

http://www.sosyaldegisim.org/wp-content/uploads/2010/10/nefret_suclari_light.pdf / Erişim Tarihi: 10 şubat 2014.

Spor Toto Süper Lig Fikstürü 2013 – 2014,
<http://www.tff.org.tr/default.aspx?pageID=198> / Erişim Tarihi: 13 şubat 2014.

<http://www.ultraslan.com/temsilciListe.asp?temsilID=1> / Erişim tarihi: 13 şubat 2014.

http://www.tff.org/Default.aspx?pageID=198&hafta=22#macctl00_MPane_m_198_935_ctnr_m_198_935 / Erişim Tarihi: 13 şubat 2014.

http://tr.eurosport.com/futbol/super-lig/2013-2014/felipe-melo-dan-firat-aydunus-un-kufrune-yanit_sto4165912/story.shtml / Erişim Tarihi: 8 Mart 2014.

[http://www.ntvspor.net/haber/futbol/104136/alp-firat-aydinus-ceza-almayacak /](http://www.ntvspor.net/haber/futbol/104136/alp-firat-aydinus-ceza-almayacak/)

Erişim Tarihi: 12 Mart 2014.

<http://ultraslan-uni.org/fenerbahce-maci-koreografi-hikayesi-aglama/> Erişim Tarihi:

1 Nisan 2014.

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=MAN%C4%B0FESTO /](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=MAN%C4%B0FESTO/)

Erişim Tarihi: 3 Nisan 2014.

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.537218dfc29539.18491959 /](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.537218dfc29539.18491959) Erişim Tarihi: 7 Nisan 2014.

[http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=29&macId=118705 /](http://www.tff.org/Default.aspx?pageId=29&macId=118705) Erişim Tarihi: 13 Nisan 2014.

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5372b06b2f1532.32523557 /](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5372b06b2f1532.32523557) Erişim Tarihi: 18 Nisan 2014.

[http://www.bjk.com.tr/tr/cms/tarihce/2/73 /](http://www.bjk.com.tr/tr/cms/tarihce/2/73/) Erişim Tarihi: 23 Nisan 2014.

<http://www.milliyet.com.tr/tff-trabzonspor-fenerbahce-maci---1863887-skorerhaber/> Erişim Tarihi: 24 Nisan 2014.

[http://www.bianet.org/bianet/medya/150715-izleyici-en-cok-halk-tv-ulusal-tv-ve-trt-haberlerinden-sikayetci /](http://www.bianet.org/bianet/medya/150715-izleyici-en-cok-halk-tv-ulusal-tv-ve-trt-haberlerinden-sikayetci) Erişim Tarihi: 29 Nisan 2014.

http://www.haber365.com/Haber/Drogba_Sakatlanan_Marali_Hastanede_Ziyaret_Etti/ Erişim Tarihi: 29 Nisan 2014.

[http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5651.pdf /](http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5651.pdf) Erişim Tarihi: 29 Nisan 2014.

[http://www.yasemininceoglu.com/makaleler10.php /](http://www.yasemininceoglu.com/makaleler10.php) Erişim Tarihi: 30 Nisan 2014.

[http://www.istanbul.gov.tr/?pid=11122 /](http://www.istanbul.gov.tr/?pid=11122) Erişim Tarihi: 13 Mayıs 2014.

ÖZGEÇMİŞ

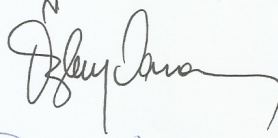
Merve Apsar, 7 Ocak 1989 tarihinde Kocaeli’de doğmuştur. Lise öğrenimini, 2007 yılında Oruç Reis Anadolu Lisesi’nde tamamlamıştır. Aynı yıl, İzmir Ekonomi Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü’nü kazanmış, 2010 yılında yüksek şeref öğrencisi olduğu bu okuldan, kendi isteği ile Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü’ne yatay geçiş yapmıştır. Lisans öğrenimini burada tamamlayarak 2012 yılında mezun olmuştur. Aynı zamanda, Anadolu Üniversitesi Sosyoloji bölümü mezunudur. 2012 senesinde Galatasaray Üniversitesi Medya ve İletişim Çalışmaları Tezli Yüksek Lisans Bölümü’nde okumaya başlamıştır. 2011 yılından beri Dijital Artı iletişim ajansında çalışmaktadır.

TEZ ONAY SAYFASI

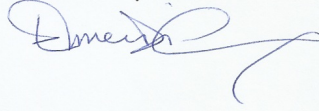
Üniversite	Galatasaray Üniversitesi
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı Soyadı	Merve Apsar
Tez Başlığı	Dijital Medyada Fanatizm: Futbola İlişkin Sosyal Ağlarda Nefret Söylemi
Savunma Tarihi	21.08.2014
Danışmanı	Doç.Dr. Özlem Danacı Yüce

JÜRİ ÜYELERİ

Doç.Dr. Özlem DANACI YÜCE



Doç.Dr. Emel DİLMEN



Yrd.Doç.Dr. Tolga ÇEVİKEL



Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Yaman ÖZTEK

